

ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК

Учебно-методический комплекс

2010

УДК 338.467.6(075.8)+002:004(075.8)
ББК 65.497.8я73+73я73
И74

Составитель: преподаватель кафедры истории Беларуси УО «ВГУ им. П.М. Машерова»
О.Н. Шавлинская

Рецензент:
доцент кафедры истории Беларуси УО «ВГУ им. П.М. Машерова»,
кандидат исторических наук *А.Л. Дединкин*

Учебно-методический комплекс включает в себя программу по предмету, материалы лекций, тестовое задание, вопросы к экзамену, планы семинарских занятий. Также представлены списки основной и дополнительной литературы, тематика контролируемых самостоятельных работ. Практическая часть издания дополнена деловой игрой.

Предназначен для студентов заочной формы обучения специальности «Библиотековедение и библиография (информационное обеспечение)».

УДК 338.467.6(075.8)+002:004(075.8)
ББК 65.497.8я73+73я73

© УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2010

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Учебная программа	6
Тематический план	16
Литература	17
Лекционный курс	20
Планы семинарских занятий	64
Темы контролируемых самостоятельных работ	67
Вопросы к экзамену	71
Тестовое задание	73
Деловая игра	76

ВВЕДЕНИЕ

Возрастание роли информационных продуктов и услуг для функционирования общества обуславливает необходимость подготовки специалистов, которые, с одной стороны, обладают основательными теоретическими знаниями по вопросам функционирования информационного рынка, а с другой, имеют конкретные профессиональные умения и навыки в организации и осуществлении разнообразных направлений практической информационной деятельности, реализуемой на рыночной основе.

Таким образом, курс «Информационный рынок» является необходимым для изучения студентами специальности «Библиотечное дело и библиография (информационное обеспечение)».

Курсом предусмотрено проведение лекций, участие в семинарах, контролируемая самостоятельная работа студентов.

Особо важной является работа студентов с предложенной литературой. Она позволяет оценить разнообразие подходов к ключевым понятиям курса, сравнить точки зрения различных авторов. Самостоятельная работа студентов с источниками позволяет дополнить и конкретизировать знания, полученные на лекциях.

Таким образом, помимо конспекта лекций, студенты должны работать и по созданию конспекта на основе проанализированной литературы. Этим конспектом студент может пользоваться при подготовке к экзамену, использовать его при ответах на семинарах.

Помимо этого, учебно-методический комплекс предлагает студентам деловую игру, которая наглядно отражает возможности реализации полученных в рамках курса «Информационный рынок» знаний.

Список условных определений

НТИ	научно-техническая информация
СМИ	средства массовой информации
США	Соединенные Штаты Америки
МБА	межбиблиотечный абонемент
ЦБД	центры-генераторы баз данных
ГСНТИ	государственная система научно-технической информации
ОБД	операторы баз данных
ВИНИТИ	Всероссийский институт научной и технической информации
ВИНИ	Всероссийский институт научных исследований
ИП	информационное производство
ИИ	информационная индустрия
ИПУ	информационные продукты и услуги
ЭВМ	электронно-вычислительные машины
ПО	программное обеспечение
ИРИ	избирательное распространение информации

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Информационный рынок» является обязательной дисциплиной для подготовки библиотекарей-библиографов высшей квалификации. Актуальность изучения этой дисциплины обусловлена возрастанием роли информационной деятельности в общественном производстве, преобразованием информации в более важный ресурс развития экономики, внедрением рыночных отношений и предпринимательством в информационной сфере.

Целью дисциплины «Информационный рынок» является усвоение студентами сути информационного рынка как социально-экономического явления, его структуры; особенностей информационных товаров и их отличий от традиционных товаров; изучение процессов становления мирового информационного рынка и информационного рынка государств СНГ; тенденций формирования информационного рынка Республики Беларусь; правовых основ информационной деятельности, а также причин и значимости глобализации и интернационализации рынка информационных продуктов и услуг.

Целевая направленность дисциплины обуславливает круг задач, реализация которых обеспечит формирование необходимых для специалистов знаний, умений, навыков.

В результате изучения курса «Информационный рынок» студент должен иметь представление об:

- особенностях информационной деятельности: роли и месте информационной деятельности в общественном производстве; роли информационной деятельности в развитии информационного рынка;
- сути информационного рынка как социально-экономического явления, целях и задачах информационного рынка, структуре информационного рынка, его основных областях и секторах, специфике информации как товара;
- месте и значимости информационных продуктов и услуг библиотек на информационном рынке;
- основах информационной безопасности, основных направлениях защиты информации;
- основных этапах становления мирового информационного рынка, информационного рынка в странах СНГ, особенностях процессов по формированию единого информационного пространства стран СНГ;
- особенностях и тенденциях развития информационного рынка Республики Беларусь, правовых основах его функционирования, ос-

новых направлениях государственного регулирования информационного рынка, формах и методах государственного регулирования;

- национальных, межгосударственных и международных проектах в сфере подготовки информационных услуг и продуктов.

В результате усвоения этих знаний студент должен уметь использовать:

- официальные и нормативные правовые документы для выявления приоритетных для страны направлений развития информационной деятельности и правовых норм, которые регулируют правоотношения в информационной сфере;

- опыт информационной практической деятельности, запасенный коммерческими и некоммерческими информационными учреждениями;

- теоретические знания для решения примерных задач и для анализа существующей ситуации в информационной сфере через призму экономических, технологических и социальных перемен, которые происходят в обществе, с выявлением наметившихся тенденций и закономерностей.

Изучение курса «Информационный рынок» способствует формированию у студентов умений и навыков:

- применения теоретических знаний в практической информационной деятельности при подготовке информационных продуктов и услуг;

- использования фасетного метода классификации для создания многоаспектной характеристики реального ассортимента информационных продуктов и услуг конкретной информационной службы или сектора информационного рынка;

- использования классификаций информационных продуктов и услуг, классификации субъектов информационного рынка при осуществлении практической деятельности;

- осуществления информационной деятельности в условиях рынка;

- выявления информационных учреждений, которые функционируют на коммерческих основах;

- употребления информационной терминологии при осуществлении практической деятельности;

- ориентирования в нормах информационного законодательства Республики Беларусь, которые касаются функционирования информационного рынка.

Усвоение студентами курса «Информационный рынок» возможно на основе знаний, полученных при изучении таких дисциплин, как «Экономическая теория», «Библиотечный маркетинг», «Обслуживание пользователей библиотек» и пр.

В рамках изучения курса предусмотрены следующие виды занятий: лекции, семинары, лабораторные работы, контрольная работа, задания для самостоятельной работы студентов, разнообразные формы контроля текущей успеваемости студентов, в том числе тестирование. По итогам изучения дисциплины проводится экзамен.

Программа составлена Ю.М. Галковской и рекомендована к утверждению в качестве типовой научно-методическим советом по культуре, библиотековедению и библиографии (протокол № 2 от 15.11.2005) и президиумом учебно-методической рады БГУКИ (протокол № 1 от 20.09.2005).

Регистрационный номер 028-КМ/Х.

ВВЕДЕНИЕ

Предмет, содержание и задачи учебной дисциплины «Информационный рынок». Ее место в системе профессиональной подготовки будущего специалиста. Практическая направленность курса. Знания, навыки, умения, которые приобретают студенты в процессе изучения курса. Его взаимосвязи с другими специальными предметами информационно-документного цикла. Основные виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студентов. Формы контроля. Характеристика обеспеченности курса учебно-методической документацией.

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО РЫНКА

Информационная деятельность в составе информационного сектора общественного производства

Информационная деятельность: определение понятия. Цель информационной деятельности. Структура информационной деятельности.

Информация как объект информационной деятельности. Информационные продукты и услуги как итоги информационной деятельности. Поэтапное сближение информационных продуктов и услуг в вещной форме с продуктами материального производства (техно-экономические характеристики этих продуктов и услуг, технологии, которые используются, и их близость к индустриальным методам производства, высокая и постоянно нарастающая фондовооруженность информационного производства, которая основывается на применении большого парка технических средств и т.д.).

Информационная деятельность как самостоятельный и массовый вид деятельности и как сектор общественного производства. Предпосылки ее становления в этом качестве: развитие новых информационных технологий и т.д. Место и роль информационной деятель-

ности в общественном производстве. Рост внедрения информационной деятельности в структуры общественного производства. Роль информационной деятельности в развитии информационного рынка.

Суть информационного рынка как социально-экономического явления

Определение понятия «информационный рынок». Цели и задачи информационного рынка.

Структура информационного рынка как экономического явления (субъекты и объекты информационного рынка, экономические рыночные отношения).

Три отрасли информационного рынка (отрасль рынка информационных продуктов и услуг, отрасль электронных сделок, отрасль глобальной электронной коммуникации), их характеристика.

Основные сектора на рынке информационных продуктов и услуг, которые характерны для развитых стран и ни зависят от каналов передачи информации.

Субъекты информационного рынка

Классификация субъектов информационного рынка, их характеристика.

Основные производители информационных товаров на мировом рынке. Тенденции кооперации в процессе производства информационных товаров.

Владельцы автоматизированных банков данных (АБД).

Владельцы компьютерных сетей и телекоммуникационных средств.

Информационные посредники, их функции на информационном рынке. Основные информационные посредники, которые действуют на информационном рынке. Наличие спроса на услуги посредников.

Пользователи (потребители) информационного товара (индивидуальные и коллективные). Основные категории потребителей информационных продуктов и услуг на мировом рынке. Основные категории потребителей на информационном рынке стран СНГ.

Объекты информационного рынка

Объекты информационного рынка, их перечень.

Основные критерии, которым должна соответствовать информация, чтобы стать товаром. Специфика информации как товара, основные особенности и отличия информационных товаров от традиционных товаров. Интеллектуальная сущность информационного товара.

Условия, при которых информационные продукты и услуги могут приобретать товарную форму и в этой форме выступать на рынке наряду со обычными товарами.

Информационный продукт и информационная услуга: определения.

Отличия информационных услуг от информационных продуктов (с теоретической и технологической точки зрения). Основные специфические свойства информационных услуг.

Классификация информационных продуктов и услуг (по характеру предоставляемой информации, по целевому назначению и сфере применения производимых продуктов и услуг; по способу (виду) информационного производства; по широте распространения и пр.). Фасетный метод классификации информационных продуктов и услуг для создания многоаспектных классификаций.

Качество информационных продуктов и услуг. Специфика требований к качеству информационных товаров. Основные факторы, которые определяют качество информационных товаров. Основные критерии оценки качества производимого информационного товара.

Основные качества информационных товаров, которые определяют успех товара в конкуренции на информационном рынке.

Цена на информационные товары. Взаимосвязь между спросом и предложением при установлении цены на информационные товары. Потребительская цена информационного товара как основной элемент цены на информационный товар. Потребительские свойства информационных продуктов и услуг, их отличия от аналогичных характеристик материальных объектов. Различия в проявлениях потребительской цены для разных видов информационных товаров.

Инфраструктура информационного рынка

Инфраструктура информационного рынка как отдельная часть рынка (как его подструктура). Определение понятия «инфраструктура информационного рынка». Основные требования к инфраструктуре информационного рынка.

Составляющие инфраструктуры информационного рынка, их характеристика.

Техническая и технологичная составляющая информационного рынка (информационное оснащение, компьютеры, компьютерные сети, технологии обработки информации). Информационная индустрия как технико-экономичная база информационного пространства. Секторы экономики, которые объединяются информационной индустрией. Основные подходы к формированию и развитию научно-производственного потенциала информационной индустрии.

Нормативно-правовая составляющая информационного рынка (правовая база отношений на информационном рынке: правовая база формирования информационных ресурсов, а также систем, технологий и средств обеспечения их функционирования; правовая база ис-

пользования информационных ресурсов; правовая база защиты информации и прав субъектов в информационной сфере; законодательное признание информационных ресурсов как материального продукта с возможностью его покупать и продавать и признание информационных ресурсов как объекта интеллектуальной собственности). Основные нормативные правовые акты, которые создают правовую базу для функционирования информационного рынка Республики Беларусь.

Информационная составляющая (справочные и рекламные средства для поиска необходимой информации). Некоммерческие и коммерческие информационные службы и учреждения, которые оказывают услуги в информационной сфере. Государственная система научно-технической информации Республики Беларусь, уровни ее функционирования.

Организационная составляющая (наличие элементов государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг). Роль государственной политики в развитии информационного рынка страны. Сфера интересов государства на информационном рынке. Основные цели и направления государственной политики в информационной сфере Республики Беларусь.

Формы и методы регулирования информационного рынка

Главная цель регулирования информационного рынка. Основные условия, необходимые для эффективного функционирования информационного рынка.

Основные формы регулирования информационного рынка (государственное регулирование, предпринимательское регулирование, коллективное регулирование, индивидуальное упорядочение рынка, международная координация рыночных отношений).

Методы регулирования информационного рынка (административно-правовые методы, экономические методы, социально-политические методы, морально-этические методы, силовые методы).

Место библиотеки в структуре информационного рынка

Библиотека как субъект информационного рынка, который действует в непроеизводственной сфере. Отличительные черты услуг учреждений непроеизводственной сферы.

Продукты и услуги библиотек как объекты информационного рынка, их определения. Основной спектр продуктов и услуг, который характерен для библиотек. Услуги библиотек, закрепленные Законом «О библиотечном деле Республики Беларусь». Классификация информационных продуктов и услуг библиотек.

Место информационных продуктов и услуг библиотек в структуре информационного рынка.

Информационная безопасность в условиях информационного рынка

Информационная безопасность: определение и сущность понятия. Цели защиты информации.

Конфиденциальная информация: определение понятия. Угрозы конфиденциальной информации.

Система защиты информации: определение понятия. Основные концептуальные положения системы защиты информации, в т.ч. требования к системе защиты информации. Концептуальная модель информационной безопасности, ее компоненты (объекты угроз, угрозы, источники угроз, цели угроз со стороны преступников, источники информации, способы неправомерного овладения конфиденциальной информацией, способы защиты информации, средства защиты информации).

Направления обеспечения информационной безопасности (правовая, организационная, инженерно-техническая защита). Система мер обеспечения информационной безопасности.

Заграничный опыт организации информационной безопасности (Россия, Германия, США и пр.).

РАЗДЕЛ 2. ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЫНКА

Формирование мирового информационного рынка

Основные этапы становления мирового информационного рынка.

Развитие информационной деятельности к второй половине XIX века: разделение информационной деятельности с научной деятельностью и деятельностью по политическому и хозяйственному управлению; библиотеки как первые специализированные информационные органы; формирование информационного рынка как рынка информации для специалистов; услуги сохранения документов и их поиска как первые виды информационных услуг; роль книгопечатания – новой информационной технологии – в развитии информационной деятельности; появление реферативных журналов и первых специальных деловых газет.

Первая половина XX века – развитие процессов интернационализации бизнеса, становление международной торговли информационными услугами и продуктами. Появление служб, занятых подготовкой информационных продуктов и услуг в отрасли экономической (общей и специальной) и демографической статистической информации. Рост информационных потребностей бизнеса и соответствующие перемены в секторах информационного рынка: выделение части сектора информации для специалистов из рамок публичного сектора общественного производства. Развитие международной кооперации государственных некоммерческих и коммерческих центров в регио-

нальном и глобальном масштабе, на международном и межгосударственном уровнях. Формирование с начала 60-х гг. параллельно с рынком информационных услуг и продуктов мирового рынка услуг электронной обработки и передачи данных.

Вторая половина XX века. Лидерство США в развитии информационной деятельности. Возникновение потребности в информации для бизнеса. Появление служб, которые интегрируют предоставление биржевой и финансовой, статистической и коммерческой информации, деловых новостей, а также общих социополитических и культурных новостей, появление национальных телеграфных агентств с международным охватом как источников информации, так и пользователей. Предоставление информационных продуктов и услуг на платной основе. Начало процессов обобществления информационной деятельности: сначала на национальном, а затем на международном уровнях.

Информационная революция 60-х гг. – появление компьютеров и баз данных (БД). Базы данных как один из наиболее важных информационных продуктов на информационном рынке. Появление фирм, которые специализируются на создании БД (издатели БД), и фирм, которые специализируются на ведении информационного обслуживания с использованием БД (операторы БД). Коммерциализация информационной деятельности как магистральная линия развития информационной деятельности. Создание со второй половины XX века национальных и глобальных сетей передачи данных и, как итог, появление новой информационной услуги – диалоговый поиск информации в отдаленных от пользователя базах данных.

Информационная революция 90-х гг. – появление Интернета. Преобразование информационного рынка в массовый и глобальный.

Формирование информационного рынка в странах СНГ.

Единое информационное пространство СНГ

Этапы становления информационного рынка в странах СНГ, их характеристика.

Общая характеристика современного состояния информационного рынка стран СНГ. Инфраструктура информационного рынка стран СНГ. Соотношения государственной и частной сферы на информационном рынке. Факторы, которые сдерживают развитие информационного рынка.

Единое информационное пространство СНГ. Определения понятий «единое информационное пространство» и «информационное пространство СНГ».

«Концепция формирования единого информационного пространства СНГ». Принципы формирования единого информационного пространства СНГ.

Информационный рынок Республики Беларусь

Информационный рынок Республики Беларусь: общая характеристика. Условия формирования информационного рынка Республики Беларусь. Исторические предшественники современных белорусских информационных служб.

Сектора информационного рынка Республики Беларусь, тенденции их развития. Соотношения между разными секторами с точки зрения масштаба их распространения на информационном рынке страны.

Органы информации, которые функционируют на территории Республики Беларусь. Государственные органы информации (республиканский, региональный и низовой уровни). Коммерческие органы информации. Разделение органов информации, которые действуют на информационном рынке страны, по содержательному признаку: универсальные, отраслевые и межотраслевые центры информации.

Роль информационно-коммуникативных технологий в развитии информационного рынка Республики Беларусь.

Государственная программа информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 гг. и на перспективу к 2010 г. «Электронная Беларусь».

Правовые основы функционирования информационного рынка Республики Беларусь.

Национальные, межгосударственные и международные проекты в сфере подготовки информационных услуг и продуктов

Роль внешних связей в развитии информационного рынка.

Некоммерческие государственные проекты, которые осуществлялись в США в 1960–1990 гг. в соответствии с политикой бесплатного международного обмена несекретной информацией. Информационный бартер как основа развития некоммерческих проектов государственных информационных служб, предпосылки его использования. Роль информационного бартера при создании информационных баз данных NASA, MEDLARS, ERIC.

Коммерческие проекты коммерческих и некоммерческих информационных служб в сфере подготовки информационных услуг и продуктов. Причины и предпосылки возникновения международных коммерческих проектов. Проекты Chemical Abstract Services (CAS) в отрасли химии Американского химического товарищества (American Chemical Society), INSPEC англо-американского Института инженеров в отрасли электротехники и электроники (Institute for Electrical and Electronic Engineers), проект по организации диалогового доступа к информации на основе кооперации в использования баз данных STN International.

Межгосударственные проекты в сфере подготовки информационных услуг и продуктов. Классификация межгосударственных про-

ектов в отрасли информационной деятельности. Международная система научной и технической информации (МСНТИ). Западноевропейский проект EURONET/DIANE.

Международная кооперация в информационной деятельности: разделение труда и специализация в обработке источников информации. Предпосылки и особенности обобществления и интернационализации информационной деятельности.

Интернет как неформальная форма глобализации информационного рынка

Роль Интернета в развитии мирового информационного рынка. Виды информационных учреждений, которые «присутствуют» в Интернете.

Роль Интернета как инструмента работы с информацией.

Интернет как дополнительный путь включения предпринимателей сферы информационного бизнеса в международное разделение труда и выхода на мировой информационный рынок со своими продуктами и услугами.

Интернет как один из наиболее важных секторов мирового информационного рынка и неотъемлемый элемент современной деловой инфраструктуры.

Интернет как наиболее удобная форма интернационализации информационной деятельности и преобразования информационного рынка в глобальный.

Концепция Gil (Global Information Infrastructure) – Концепция глобальной информационной инфраструктуры. Суть глобальной информационной инфраструктуры как мировой сети с подключенными к ней пользователями (совокупность систем технических средств работы с информацией и информационных ресурсов, доступных в данной сети). Перспективы развития глобальной информационной инфраструктуры.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Названия тем и разделов	Количество часов				
	Всего	Из них			
		Лекц.	Сем.	Лаб.	СРС
Введение	1	1			
Раздел 1. Общие вопросы функционирования информационного рынка					
Тема 1. Информационная деятельность в составе информационного сектора общественного производства	1	1			
Тема 2. Сущность информационного рынка как социально-экономического явления	4	2	2		
Тема 3. Субъекты информационного рынка	4	2			2
Тема 4. Объекты информационного рынка	6	2	2		2
Тема 5. Инфраструктура информационного рынка	6	2	2	2	
Тема 6. Формы и методы регулирования информационного рынка	1	1			
Тема 7. Место библиотеки на информационном рынке	3	1		2	
Тема 8. Информационная безопасность в условиях информационного рынка	4	2			2
Раздел 2. Формирование информационного рынка					
Тема 9. Формирование мирового информационного рынка	4	2			2
Тема 10. Формирование информационного рынка в странах СНГ. Единое информационное пространство СНГ	3	1		2	
Тема 11. Информационный рынок Республики Беларусь	3	1		2	
Тема 12. Национальные межгосударственные и международные проекты в сфере подготовки информационных продуктов и услуг.	6	2	2		2
Тема 13. Интернет как неформальная форма глобализации информационного рынка.	4		2	2	
ВСЕГО:	50	20	10	10	10

ЛИТЕРАТУРА

Основная законодательная литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Текст], 7 декабря 1998 г., № 218-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2000. – № 69, 2/190.
2. О Государственной программе информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» [Текст]: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 27.12.2002 г., № 1819 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003 г. – № 3, 5/11734.
3. Об информатизации [Текст]: Закон Респ. Беларусь, 06.09.1995 г., № 3850-ХП // Ведомости Верховн. Совета Респ. Беларусь. – 1995. – № 33. – Ст. 428.

Основная литература по курсу «Информационный рынок»

1. Андреева, И.А. Проблемы инфраструктуры рынка информационно-телекоммуникационных продуктов и услуг [Текст] / И.А. Андреева // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 10.
2. Антопольский, А.Б. Сертификация баз данных и рынок электронной продукции [Текст] / А.Б. Антопольский, К.В. Выгурский // НТИ. – Сер. 1. – 1993. – № 12. – С. 1–4.
3. Арсентьев, М.В. Разработка понятия «Информационная безопасность» [Текст] / М.В. Арсентьев, В.И. Байков // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 4. – С. 19–21.
4. Арский, Ю.М. Информационное пространство новых независимых государств [Текст] / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, Н.Т. Клещев, А.Н. Лаверов, И.И. Родионов, В.А. Цветкова; Всерос. ин-т научн. и техн. информации РАН. – М.: ВИНТИ, 2000. – 200 с.
5. Бекетов, К. Информационная безопасность развития государства [Текст] / К. Бекетов // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 6. – С. 32–35.
6. Введение в информационный бизнес [Текст]: учеб. пособие / О.В. Голосов, С.А. Охриненко, А.В. Хорошилов и др.; под ред. В.П. Тихомирова и А.В. Хорошилова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
7. Зубков, А.С. Рынок информационных товаров [Текст]: учеб. пособие / А.С. Зубков. – Могилев: ИМИ, 1993. – 69 с.
8. Еремин, В.Н. Становление рынка информации и его структура [Текст] / В.Н. Еремин // Личность. Культура. Общество: междисциплинарный научно-практический журнал социальных и гуманитарных наук / РАН, НАН Беларуси. – М., 2003. – Том V. – Вып. 1–2 (15–16). – С. 264–279.

9. Кашинский, Ю.И. Концепция государственной политики в области информатизации – правовая основа построения информационного общества в Республике Беларусь [Текст] / Ю.И. Кашинский // НТИ. – Сер. 1. – 2000. – № 4. – С. 29–32.

10. Маркова, А.А. Органы научно-технической информации в Беларуси: организация и деятельность [Текст] / А.А. Маркова // Информационный бюллетень [РНТБ]. – 2003. – № 1. – С. 30–34.

11. Мелюхин, И.С. Информационная индустрия: конвергенция технологий и слияние компаний [Текст] / И.С. Мелюхин // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 5. – С. 28–32.

12. Нисневич, Ю.А. Системный подход в государственной информационной политике [Текст] / Ю.А. Нисневич // НТИ. – Сер. 1. – 2000. – № 5. – С. 1–7.

13. Родионов, И.И. Рынок информационных услуг и продуктов [Текст] / И.И. Родионов, Р.С. Гиляревский, В.А. Цветкова, Г.З. Залаев. – М.: МК-Периодика, 2002. – 549 с.

14. Рынок информационных продуктов и услуг. Информационный бизнес [Текст] // В.В. Годин. Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев; Гос. ун-т управления, Нац. фонд подготовки кадров. – М.: «ИНФРА-М», 1999. – С. 39–42.

15. Сиваков, О. Актуальные проблемы информационной безопасности в научно-технологической сфере [Текст] / О. Сиваков // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 4. – С. 19–21.

16. Хорошилов, А.В. Мировые информационные ресурсы [Текст] / А.В. Хорошилов, С.Н. Селетков. – СПб.: Питер, 2004. – 176 с. – (Сер. «Учебное пособие»). – 176 с.

17. Черешкин, Д. Создание электронной торговли России [Текст] / Д. Черешкин, Г. Смолян // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 4. – С. 19–21.

18. Шехурин, Д.Е. Некоторые вопросы создания единого информационного рынка [Текст] / Д.Е. Шехурин // НТИ. – Сер. 1. – 1991. – № 2. – С. 12–19.

19. Ярочкин, В.И. Информационная безопасность [Текст]: учеб. пособие / В.И. Ярочкин. – М.: Междунар. отношения, 2000. – 400 с.

Дополнительная литература по курсу «Информационный рынок»

1. Об основах государственной научно-технической политики [Текст]: Закон Респ. Беларусь, 19.01.1993 г., № 2105-XII [в ред. от 12.11.1997, № 83-3] // Ведомости Нац. собр. Респ. Беларусь. – 1997. – № 33. – Ст. 657.

2. Андреева, И. Плюсы и минусы трансформации информационной среды для российского общества [Текст] / И. Андреева // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 1. – С. 7–14.

3. Брежнева В.В. Современные информационные продукты и услуги: попытка классификации и анализа тенденций развития [Текст] / В.В. Брежнева, В.А. Минкина // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 26–29.

4. Горшков, Ю.А. Политэкономическое видение библиотечных услуг [Текст] / Ю.А. Горшков // Библиотековедение. – 2000. – № 2. – С. 34–37.

5. Пилко, И.С. Основы библиотечной технологии [Текст]: учеб.-методич. пособие / И.С. Пилко. – М.: ИПО Профиздат, 2003. – 176 с.

6. Родионов, И. Информационный рынок за последнее десятилетие в мире и в России [Текст] / И. Родионов // Информационные ресурсы России. – 2002. – № 1–2. – С. 5–7.

7. Самыкина, А.В. Интернет как социокультурный феномен (некоторые аспекты проблемы) [Текст] / А.В. Самыкина // Библиотековедение. – 2002. – № 6. – С. 48–59.

8. Сусллова, М.И. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга [Текст]: учеб.-метод. пособие для вузов, колледжей культуры и искусств / М.И. Сусллова. – М.: ИПО Профиздат, 2003. – 160 с.

9. Тутакова, И. Глобальная сеть и свобода выбора [Текст] / И. Тутакова // Библиотека. – 2001. – № 9. – С. 35–40.

10. Яцевич, Н.А. Информатизация в библиотеках Беларуси: состояние и проблемы [Текст] / Н.А. Яцевич // Библиотечный свет. – 1999. – № 2. – С. 21–24.

ЛЕКЦИОННЫЙ КУРС

Лекция 1

1. Понятие рынка и информационной деятельности.
2. Цели и структура информационной деятельности.
3. Информация как объект информационной деятельности.
4. Цели и задачи информационного рынка.

1. Рынок рассматривается в экономической науке как наиболее эффективный из известных инструментов развития экономики, основной особенностью которого выступает способность к саморегулированию, так как независимые производители, учитывая спрос потребителей, решают что и в каких количествах производить. В основе эффективного функционирования рынка лежит конкуренция, которая является основным мотивом, побуждающим предприятия к борьбе за место на рынке.

Рынок информационных услуг и продуктов представляет собой совокупность экономических, правовых и организационных отношений по торговле, продаже и покупке услуг и продуктов между поставщиками и потребителями и характеризуется определенной номенклатурой услуг и продуктов, условиями и механизмами их предоставления и ценами.

Информационный рынок требует жесткого учета всего многообразия научных, экономических и социальных факторов, которые определяют его структуру, принципы и форму функционирования.

Анализ формирования и развития рынка информационных продуктов и услуг следует вести по следующим направлениям:

- Формирование и развитие структуры рынка.
- Изменение роли и места государственных и негосударственных, коммерческих и некоммерческих участников информационной деятельности и информационного рынка.
- Возрастание значения рынка информационных продуктов и услуг для бизнеса и возможности их использования в предпринимательской деятельности.

Современный информационный рынок – это рынок электронной информации и коммуникации, частью которого является рынок информационных продуктов и услуг, оформившийся к 1980-м годам. Его можно разделить на три взаимодействующие области:

1. С одной стороны – информация рынка информационных продуктов и услуг и баз данных, доступных в электронном виде через сети связи или на носителях, с другой – услуги по организации баз данных в электронном виде.

2. Электронные сделки, электронная торговля, биржевые и финансовые операции, электронная коммерция.

3. Глобальные электронные коммуникации, организационная работа в сети.

Интернет занял на информационном рынке лидирующее место, причем он дал новое измерение для каждой из упомянутых областей, интегрировав их на качественно ином уровне.

Характеризуя современный информационный рынок, необходимо отметить, что в части электронных сделок он выступает как элемент рыночной инфраструктуры современного информационного общества. Область глобальной электронной коммуникации находится на стыке с отраслью электросвязи, телекоммуникаций. Она также может быть отнесена к рынку услуг. Исследуя информационный рынок, мы должны учитывать многообразие факторов – научных, юридических, экономических, – определяющих его структуру, а также принципы и формы его функционирования.

Прежде всего, это принцип единства знания. Единый инфорынок открывает неограниченные возможности для реализации информационных ресурсов на всей территории страны для содействия экономической интеграции всех регионов. Он создает предпосылки для обеспечения органам научно-технической информации экономической самостоятельности, а информационным работникам – социальной защиты.

Инфорынок является важной составной частью общегосударственной системы. От функционирования информационного рынка во многом зависит успех развития рынка в целом. Отсюда появляется необходимость быстрее приступить к формированию инфорынка с целью разработки предпосылок для успешного перехода к рынку во всех сферах экономики. Это касается ориентации инфорынка на предприятиях на разработку углубленной и последовательной политики в области цен на информацию и услуги. Необходимы реорганизация системы управления в сфере научно-информационной деятельности, разработка системы мер, в том числе и законодательных, по регулированию инфорынка, создание рыночной инфраструктуры, обеспечение социальной защиты информационных работников, формирование конкурентной рыночной среды, выработка мер по демополизации.

В решении каждой из этих проблем необходимо учитывать особенности информации как товара в сложившейся инфраструктуре. Это же касается и формирования спроса, потребностей в информационной продукции, информационной культуры потребителей информации и уровня профессионализма информационных работников.

2. К основным целям информационного рынка относятся:

1. Удовлетворить спрос на информацию и потребность в ней.
2. Полностью реализовать информационный потенциал страны.
3. Наладить сотрудничество с зарубежными информационными системами.

Основные требования к структуре инфорынка заключаются в обеспечении единства и взаимосвязи всех его элементов, возможности беспрепятственного и оперативного использования имеющихся информационных ресурсов в любой точке страны, в наличии конкурирующих звеньев в системе одного инфорынка.

Создание инфорынка должно способствовать решению следующих задач:

- 1) введение в оборот всех информационных ресурсов страны, повышение качества информационных услуг;
- 2) пробуждение интереса к информации, повышение культуры ее потребления у всех категорий трудящихся;
- 3) объединение усилий органов НТИ для укрепления экономики отдельных регионов и для экономической интеграции страны в целом;
- 4) создание материальной базы для технического оснащения научно-информационной деятельности, обеспечение надежной защиты всех категорий информационных работников, прав собственности на информационную продукцию и производителей;
- 5) ускорение процесса формирования системы баз и банков данных.

В процессе функционирования инфорынка налаживается научное и производственное сотрудничество между его участниками, изучается конъюнктура, спрос на информационную продукцию, выявляются конкуренты. Информационный рынок – это шкала для освоения маркетинговых процессов вхождения в рыночные отношения всех создателей новой информации, в том числе и информационных работников.

3. Особенности информации как объекта информационной деятельности связаны с ее интеллектуальной сущностью и вытекают из ее свойства влиять на создание как интеллектуального, так и материального продукта. Стоимость его определяется не сколько затратами на производство, сколько мерой влияния на производство создаваемого с его помощью нового продукта. Однако главное, что определяет высокую стоимость информации, то, что она является ценнейшим ресурсом экономики. Уникальная информация стоит уникально дорого.

Спецификой информационного товара являются требования к его качеству. Это связано с тем, что информация дорогой, скоропортящийся и быстро морально устаревающий продукт. Поэтому критериями оценки его качества является полное соответствие его содержания спросу конкретного потребителя, полнота, отсутствие информационного шума, новизна и достоверность, оперативность, своевременность предоставления, соответствие формы товара потребительским возможностям покупателя. Эти качества, в основном, определяют успех товара в условиях конкуренции на информационном рынке, интерес участников рынка. Среди мотивов, пробуждающих интерес к рынку, у всех категорий участников на первый план выходит выгода.

В цивилизованном обществе особое значение приобретают интересы, вытекающие из общечеловеческих ценностей, носящих гуманистический смысл. В качестве производителей информационной продукции выступают авторы и создатели. Им должно принадлежать право на собственность, которое должно быть закреплено действующими законодательными актами. Предметом торговых сделок может стать любой вид документов о достижениях в любой сфере профессиональной деятельности, которые полезны другим. Однако рынок вносит в информационную политику свои ограничения в распространении информации, которые связаны с необходимостью соблюдения коммерческой тайны.

4. Целью информационного рынка является удовлетворение спроса на информацию, полная реализация информационного потенциала страны. Важным также является налаживание взаимовыгодного сотрудничества с зарубежными информационными системами.

К задачам информационного рынка относятся:

1. Введение в оборот всех информационных ресурсов страны, повышение качества информации и услуг.

2. Пробуждение интереса к информации, повышение культуры ее потребления у всех категорий трудящихся страны.

3. Создание информационных предпосылок для успешного перехода к рыночным отношениям во всех сферах экономики и социальной жизни.

4. Объединение усилий органов НТИ для укрепления экономики отдельных регионов и для экономической интеграции страны в целом.

5. Создание материальной базы для технического оснащения научно-информационной деятельности, обеспечение надежной социальной защиты всех категорий информационных работников.

6. Ускорение процесса развития системы баз данных.

Лекция 2

1. Зарождение и развитие информационной деятельности.

2. Формирование информационного рынка.

3. Библиотека как субъект информационного рынка.

1. Информационная деятельность выделилась из научной деятельности и деятельности по политическому и хозяйственному управлению как одно из направлений разделения интеллектуального труда и специализации в нематериальной сфере. Первыми специальными информационными органами стали публичные и научные библиотеки как хранилища знаний в виде документов. В этот период существенная часть информационной деятельности стала государственной и финансировалась из бюджета. Первыми тематическими областями

стали области научной, технической, правовой и социальной информации. Другими словами, рынок информационных услуг формировался как рынок информации специалиста.

Первыми видами информационных услуг стали услуги хранения информации. В это время возникли такие виды информационных услуг, как копирование документов, их фрагментов, создание обзорной аналитической информации по заданной теме, которое осуществлялось работниками библиотеки.

Появление новой информационной технологии и переход общества на индустриальную стадию не изменили состав участников информационной деятельности. Число библиотек, как и число их читателей, увеличилось, а в среде потребителей информации росла доля представителей бизнеса. Библиотеки, работающие бесплатно, при финансировании из государственного бюджета, привели к использованию информационных услуг и продуктов и появлению массового потребителя, который более заинтересован в данном продукте, чем в удовлетворении своих информационных потребностей в целом. В таком состоянии информационная деятельность пребывала до середины XIX века. В связи с резким ростом знаний и информации в отдельных областях (прежде всего в точных науках) появился первый реферативный журнал. Это был информационный продукт, позволяющий получить представление о содержании документа до непосредственного обращения к нему.

Использование реферативных журналов позволяло пользователю быть в курсе изменения системы знаний при приемлемых затратах времени. Реферативные журналы составляли основу информационных услуг и продуктов вплоть до 60–90-х годов XX века, когда им на смену пришли базы данных.

Таким образом, информационная деятельность сопровождает любой творческий труд в любой сфере общественного производства. Информационная деятельность стала самостоятельной в результате разделения труда: в области науки и в области социального управления. В сфере информационного обеспечения науки возник информационный продукт – реферативный журнал, который заложил основы формирования мирового рынка информационных продуктов и услуг.

2. Вплоть до достижения индустриальным обществом определенного уровня развития, когда информация еще не влияла непосредственно на производительность общественного труда, существенная часть деловой и коммерческой информации поступала в общественное производство хотя и в отфильтрованном виде, но через широкоадресные каналы, в основном через печатные источники: книги, периодику, СМИ. С конца XVIII века с резким расширением деловой сферы, с развитием зарубежной торговли внимание бизнеса стали привлекать не только научно-техническая, но и другие виды информации.

Появилась специальная коммерческая информация и деловые новости. Постоянно повышалась роль газет в качестве источников такой информации. В первой половине XIX века появились специальные деловые газеты, рассчитанные на деловое сообщество в качестве основного потребителя. Газета должна была сообщать о событиях, связанных с этими участниками, а также информацию об условиях бизнеса в целом. Бизнесмен хотел знать обстоятельства, в которых он существует, и понимать, что происходит. Отсюда вытекает роль газет, телеграфных информационных агентств – сообщать деловые новости. Специализированные деловые газеты, являясь частью информационного сектора экономики, не относятся напрямую к информационной деятельности, но обладают определенным информационным товаром.

Толчком к появлению новых видов информационных услуг, ориентированных на деловую и коммерческую информацию, стало освоение западных территорий США. При этом у бизнеса возникли новые информационные потребности в деловой и коммерческой информации, которые не могли быть удовлетворены соответствующими источниками информации и видами информационных продуктов и услуг. Это были, во-первых, потребности в данных о ценах на бирже, во-вторых – данные о потенциальных торговых и деловых партнерах или заемщиках банков. Ответом на эти потребности стали услуги телеграфа.

Данные информационные продукты и услуги первоначально, с момента своего возникновения, были платными и подготавливались и продавались на рыночной основе по высоким ценам.

С появлением на рынке информационных услуг биржевой и коммерческой информации в информационной деятельности начались процессы обобществления – сначала на национальном, затем на международном уровнях.

К началу XX века в данном секторе информационных услуг и продуктов доминировало лишь несколько крупных компаний.

Необходимость комплексного удовлетворения потребностей бизнеса в информации привела к тому, что в конце XIX века появились службы, интегрирующие предоставление биржевой, финансовой, статистической, коммерческой информации и деловых новостей.

В первой половине XX века с развитием процессов интернационализации бизнеса появились потребности в экономической и демографической статистической информации и, как следствие, соответствующие службы информационной деятельности, занятые подготовкой информационных услуг.

С первой половины XX века на мировом рынке информационных услуг и продуктов международная торговля информационными продуктами и услугами дополнилась международной кооперацией государственных некоммерческих и коммерческих центров в региональном и глобальном масштабах.

3. Рост информационных потребностей бизнеса вызвал изменения, связанные с информацией для специалистов, в сфере и секторах рынка информационных услуг и продуктов, где традиционно доминировало государство. Сектор информации для специалистов вышел из рамок публичного сектора общественного производства, когда в структуре корпорации стали образовываться специальные библиотеки. Существовая в рамках корпораций, они в основном не выходили на рынок информационных услуг, но стали активными покупателями, обладающими солидными бюджетами, и способствовали укреплению инфорынка.

В связи с ростом количества информационных потребителей к концу XX века в традиционный набор источников информации стали входить периодические и продолжающиеся издания, каталоги библиотек и каталоги продукции, каталоги патентных документов, электронные каталоги и базы данных.

Библиотеке в информационном обществе отводится особая роль: из структуры, занимающейся хранением локальных информационных ресурсов, она превращается в генератор человеческих знаний. Являясь местом концентрации информационных ресурсов, объединенной памяти человечества, библиотека в информационном обществе должна направлять свои усилия на создание информационных продуктов и услуг, стратегий поиска, использования и предоставления электронных ресурсов, на производство упорядоченного знания.

Становление библиотечного производства в качестве самостоятельного вида деятельности связано с процессом информатизации библиотек, который характеризуется компьютеризацией, внедрением автоматизированных информационно-библиотечных систем и сетей и использованием современных средств коммуникации для обработки и предоставления информации.

Лекция 3

1. Рынок информации, информационных услуг и продуктов.
2. Рынки электронных сделок.
3. Рынки электронной глобальной коммуникации и Интернет.

1. На мировом рынке информации, информационных продуктов и услуг можно выделить следующие сектора, которые характерны для всех развитых стран, не зависят от каналов передачи информации и распространяются на Интернет:

1. Сектор деловой информации:
 - информация о котировках ценных бумаг, валютных курсах, учетных ставках, рынке товаров и капиталов, рынке инвестиций, ценах. Эта информация предоставляется биржами, специальными служ-

бами биржевой и финансовой информации, брокерскими компаниями, банками;

- экономическая и социальная статистическая информация, которая предоставляется государственными службами, компаниями, занятыми маркетинговыми и социологическими исследованиями, разработками и консалтингом спроса. Эта информация носит характер экономической, демографической и социальной. Она часто подается в виде динамических рядов и прогностических моделей;

- коммерческая информация. Представляет собой информацию по компаниям, фирмам, корпорациям, направлениям работы по их продукции, ценам, финансовому состоянию, связям, сделкам и руководителям;

- деловые новости. Дают информацию в области экономики, бизнеса, которую предоставляют специальные информационные службы.

2. Сектор информации для специалистов. В основном представлен научно-технической и специальной информацией:

- профессиональная информация, которая содержит специальные данные и информацию для юристов, врачей, фармацевтов, преподавателей, инженеров;

- научно-техническая информация, документальная, библиографическая, реферативная, справочная, данные в области фундаментальных исследований прикладных естественных, технических и общественных наук;

- услуги организации доступа к первоисточникам, в том числе в виде копий документов через банки, специальные службы; возможности приобретения первоисточников с помощью Интернета и МБА.

3. Сектор массовой и потребительской информации:

- новости и литература, поставляемые информационными службами, агентствами и прессой, электронными журналами, справочниками, энциклопедиями;

- потребительская развлекательная информация, ориентированная на домашнее, а не на служебное использование, местные новости, погода, расписание движения транспорта, игры, программное обеспечение, предложения по обмену, покупкам и продажам, справочники отелей и ресторанов, информация по обмену валюты, аренде машин, турам. Эта информация распространяется как в виде традиционных изданий, так и по телевидению, радиовещанию.

4. Сектор социально-политической информации.

Рынок электронных сделок в Беларуси пока не выделился в самостоятельную область инфорынка. Здесь услуги оказываются в основном компаниями связи, Интернет-службами, реже – службами информации.

На современном этапе существуют и другие подходы к делению рынка на сектора. Например:

1. Сектор деловой информации:
 - статистическая информация;
 - коммерческая информация;
 - биржевая и финансовая информация.
2. Сектор информации для специалистов:
 - научно-техническая;
 - профессиональная;
 - доступ к первоисточникам.
3. Сектор услуг образования:
 - дошкольное;
 - школьное;
 - специальное;
 - среднее профессиональное;
 - высшее;
 - повышение квалификации и переподготовка.
4. Сектор обеспечивающих информационных услуг и средств:
 - разработка и сопровождение информационных систем и технологий;
 - консультирование;
 - программные продукты;
 - технические средства;
 - подготовка источников информации.
5. Потребительская информация:
 - новости и литература;
 - потребительская информация;
 - развлекательная информация.

2. На рынке электронных сделок представлены в основном системы банковских карт, системы резервирования билетов и мест в гостиницах, заказ товаров и услуг, биржевые банковские и расчетные операции. Вплоть до середины 1990-х годов этот рынок развивался в рамках специализированных компьютерных систем и транспортных, туристических компаний, крупных банков и фондовых брокеров, торговых компаний. Доступ к этим системам со стороны потребителей был ограничен. Интернет коренным образом изменил ситуацию, приведя в эти области массового потребителя. Интернет превратил данный ресурс из элитарного или корпоративного в действительно массовый и позволил развить новую отрасль электронной торговли на рынке электронных сделок, где использовались системы финансовых, банковских и расчетных операций, специальные платежные системы

для обслуживания сделок в Интернете, службы резервирования билетов и мест в самолетах, автобусах, поездах, гостиницах, кемпингах, заказ товаров и услуг.

Рынок электронных сделок в России и Беларуси начал формироваться с 1980-х годов по следующим направлениям:

- 1) системы заказа билетов на железнодорожном и авиационном транспорте;
- 2) системы электронных банковских операций;
- 3) системы электронных бирж;
- 4) системы электронной торговли.

3. На рынке электронных глобальных коммуникаций можно выделить различные системы на основе современных средств связи и человеческого общения – коммерческие и публичные сети передачи данных, системы электронной почты, коммерческие диалоговые системы, объединяющие владельцев персональных компьютеров, телеконференции, электронные сетевые доски объявлений, бюллетеней и т.д.

Основным отличием от рынка стандартных услуг связи выступает ориентация на оказание услуг с добавленной стоимостью. Интернет вышел на мировой рынок именно через эту область. Он долго существовал и развивался параллельно с другими службами и компьютерными сетями. Эта область выделилась из рынка услуг связи, и в отличие от стандартных услуг Интернет-услуги имеют более сильную связь с содержанием, которое выступает важным компонентом формирования спроса. С середины 1995 года в США кроме ведущих телекоммуникационных компаний, обеспечивающих связь с Интернетом на физическом уровне, было около 600 фирм, представляющих услуги как Интернет-провайдеры.

На этот рынок вышли крупные телекоммуникационные компании, которые постарались захватить этот рынок, так как данным рынком заинтересовалось кабельное телевидение и крупнейшие медиахолдинги США. Сегодня крупные компании контролируют 93% рынка услуг по Интернету.

Интернет, занявший одно из лидирующих мест на информационном рынке, интегрировал в новом качестве и на более высоком уровне всю сферу Интернет-торговли. Однако, три области рынка (рынок деловой и коммерческой информации, рынок массовой информации и частично – рынок профессиональной информации) сохраняют определенную самостоятельность и занимают собственное место в социальной инфраструктуре общества.

Лекция 4

1. Основные участники информационного рынка.
2. Операторы баз данных.
3. Информационные брокеры и Интернет.

1. При определении основных участников рынка информационных услуг и продуктов необходимо исходить из видов ресурсов, среди которых можно выделить:

- 1) потребительские ресурсы производителей;
- 2) ресурсы промежуточных продавцов;
- 3) ресурсы государственных учреждений.

Каждый из перечисленных ресурсов имеет определенные особенности.

Инфраструктура, которая базируется на информационном обслуживании современного общества, влияет на появление широкого круга баз данных. С середины 1970-х до настоящего времени стал осуществляться диалоговый поиск информационных услуг с удаленных от пользователя баз данных.

Центры-генераторы баз данных (ЦБД) ориентированы на создание баз данных и их распределении. Существуют центры обработки баз данных, которые специализируются на введении информационного обслуживания с использованием баз данных. В этих процессах принимают активное участие информационные брокеры и различные структуры, ориентированные на обслуживание конечных потребителей. После недолгого периода узкой специализации на рынке подготовки и диалогового доступа к базам данных возникли информационные службы с наиболее высокой в истории рынка концентрацией и интеграцией информационной деятельности. Библиотеками был сделан акцент не только на создание используемых баз данных, но и велась работа в области массовой информации и по предоставлению первоисточников. Начиная с этого времени, объем потребления информационных услуг стал приходиться на специалистов, работающих в сфере бизнеса, торговли, промышленности и права, а основную долю рынка информационных продуктов и услуг стала занимать деловая и финансовая информация.

Во второй половине 1980-х гг. на рынке появились новые участники – ЦБД, специализирующиеся на подготовке баз данных шлюзовых индивидуальных каналов, которые обеспечивали потребителей качественной информацией. Одновременно с ними библиотеки предоставили доступ к тысячам баз данных с помощью телекоммуникаций, служб теле- и видеотекста и служб диалогового и сетевого поиска.

Далеко не все участники рынка остались на нем. В частности, речь идет о мелких издательствах. Базы данных, издаваемые на ком-

пакт-дисках, были перехвачены более крупными компаниями, которые выставляли их в Интернете. Эти данные стали доступны при помощи служб электронных коммуникаций, теле- и видеотекста. Некоторая часть из них, потеряв актуальность, перестала существовать.

Информационная деятельность в первой половине 1990-х годов характеризовалась тем, что началось развитие систем массового информационного обслуживания – как коммерческого, так и некоммерческого. Пользователи старались осуществить поиск первичной информации, которая в настоящее время почти полностью доступна в электронной форме.

С появлением Интернета структура участников информационного рынка и рынка информационных услуг изменилась существенным образом:

1. Интернет открыл рынок для множества новых участников.
2. Поставщики информации и информационных услуг стали сами активно использовать Интернет в работе.
3. Рынок информационных услуг обогатился организациями с новой информационной специализацией: дизайнеры, веб-мастера, разработчики прикладных приложений для реализации работы Интернета.
4. Рыночное поведение и специализация профессиональных участников рынка с появлением Интернета существенно изменились. Участники стали интегрировать услуги через Интернет, активно шел процесс продвижения товаров и услуг, которые нельзя было продать через Интернет.

В 1990-е гг. в мировой информационной индустрии продолжались процессы консолидации в отношении издательств, которые производили базы данных. Большинство из них были приобретены крупнейшими издательствами профессиональной литературы, уровень концентрации информационных служб был еще незначительным. В это время существенную роль играли мелкие и средние компании. Информационная структура Беларуси не могла остаться вне процессов, происходящих в экономике. Ожидалось, что начавшаяся в конце 1980-х эрозия ГСНТИ будет сопровождаться зарождением негосударственных информационных служб, работающих на рыночной основе. Однако этого не произошло по следующим причинам:

1. Государственный спрос на информацию в условиях маленьких бюджетов столкнулся с огромным количеством потребителей.
2. Формирование новых крупных рыночных образований потребовало больше времени для организации, чем ожидалось.
3. Из-за понижения уровня жизни населения роль внутреннего рынка не увеличилась, т.к. внутренний рынок являлся главным ресурсом рынка информационного.
4. Финансовая структура, нацеленная на спекулятивные операции на финансовом рынке, перестала эффективно действовать.

5. Малый бизнес в городе и селе не был заинтересован в информации для своего развития.

2. Большая часть производителей баз данных предлагает свой товар на рынке другим специализированным организаторам-операторам баз данных (ОБД), а также иным поставщикам информационных услуг, которые являются частными организациями, на условиях аренды или лицензирования. ОБД осуществляют обработку баз данных на основе добавления стоимости и предлагают платные услуги. Они организуют диалоговый доступ к большим базам данных, а иногда пакетный поиск для неопределенного круга пользователей.

Некоторые операторы баз данных специализируются также на распространении компакт-дисков. Они могут:

- 1) осуществить подписку на базы данных;
- 2) разбить базы данных на сектора (по отраслям знаний);
- 3) отмечать в основных характеристиках месяц изготовления базы данных.

В России основные задачи, которые стоят перед специализированными ОБД, традиционно решались такими крупными центрами-генераторами баз данных научно-технической информации, как ВИНТИ, ВИНИ и т.д. Новые операторы появились в середине 1990-х годов и стали интегрировать задачи генерации баз данных и организации доступа к ним. Как российские и белорусские, так и мировые ОБД добавляют стоимость к базам данных за счет подготовки для поиска и предоставления в виде, пригодном для эффективной работы. Операторы баз данных предоставляют пользователям специальные программы, обеспечивающие высокоэффективный поиск и обработку информации, оказывают собственные специфические услуги. Например, избирательное распространение информации, услуги телеконференций. Они могут формировать круг пользователей по интересам в чате. Редко заключают электронные сделки, чаще – заказывают первоисточники в диалоговом режиме.

Российские и белорусские ОБД в основном имеют упрощенный и более дружелюбный интерфейс по сравнению с западными, так как используют специальное программное обеспечение. С учетом того, что крупные ОБД пользуются в основном диалоговой службой, они очень часто используют подключение к зарубежным базам данных, за что имеют определенные льготы или материальное подтверждение.

Услуги диалогового доступа в ближайшее время будут массовыми, прежде всего, в сфере экономической, биржевой, финансовой информации, в форме услуг по электронным сделкам и в области резервирования и заказов.

Таким образом, ОБД сформировались в основном как государственные информационные службы, но уже через несколько лет среди них пре-

обладали крупные коммерческие службы. Был достигнут высокий уровень концентрации капитала в информационной деятельности. Интернет, не смотря на значительные объемы, не смог вытеснить с рыночных позиций ОБД на рынке, которые получили поддержку от крупных медиахолдингов.

3. Осознание полезности и ценности информации для предпринимательской деятельности еще в 1970-е годы вызвало появление на информационном рынке посредников – информационных брокеров.

Информационные брокеры – это организации или лица, профессионально занимающиеся платным информационным обслуживанием внешних клиентов на коммерческой основе с использованием услуг специализированных информационных служб. Большинство конечных потребителей информации не имеют достаточной квалификации и опыта для самостоятельного проведения эффективного информационного поиска. Не смотря на доступность современных информационных систем, их пригодность для работы в диалоговом режиме для неподготовленного пользователя достаточно сложна.

На рынке информационных услуг представлены небольшие фирмы и отдельные предприниматели, которые специализируются на информационном обслуживании конечных потребителей с использованием информационных услуг других организаций на коммерческой основе.

Становление частного информационного брокерства в Беларуси и России началось к концу 1990-х годов, когда образовался ряд малых предприятий, которые наладили информационное обслуживание конечных потребителей. С появлением Интернета информационные брокеры получили новые возможности для развития своих услуг. Здесь профессионалы также оказались более эффективными пользователями. Согласно данным организации экономического сотрудничества и развития, в высокоразвитых странах не менее половины валовой национальной продукции вырабатывается в непроизводственном секторе, а 25% промышленной продукции производится в высокотехнологических отраслях, которые базируются на знаниях.

Таким образом, информационные брокеры представлены в основном малым бизнесом. Услуги с добавленной стоимостью, низкие требования к капиталовложениям и работа в тесном контакте с конечным потребителем делают этот вид информационного бизнеса одним из рентабельных. В Интернете информационный брокер получает возможность выполнения информационного поиска за потребителя, он также может готовить ему аналитические материалы. Например, обзоры рынка, индивидуальный подбор баз данных, бюллетеней.

Интернет позволяет брокеру консультировать и оказывать деловые услуги, при этом информационный брокер может не только готовить рекомендации по решению предпринимательских задач, но и решать их для пользователя.

Лекция 5

1. Информационное производство.
2. Информационная индустрия.
3. Информационная революция 60-х годов XX в.
4. Информационная революция 90-х годов XX в.

1. Информационное производство (ИП) – организационно оформленная разновидность научного труда, которая заключается в сборе, аналитико-синтетической переработке, хранении и поиске закрепленной в документах информации, а также в предоставлении этой информации всем нуждающимся в ней в соответствующее время и в удобной для них форме.

Таким образом, ИП – это часть общественного производства, связанная с подготовкой ИПУ, направленных на удовлетворение определенной группы общественных потребностей.

Информационная деятельность предусматривает сбор, переработку, хранение и поиск информации, распространение ИПУ.

Особенность ИП в том, что информация является и предметом, и продуктом труда.

ИП можно рассматривать как процесс воздействия человека с помощью орудий информационного труда на информацию (предмет труда) с целью получения новой информации (продукта труда), необходимой для создания материальных, духовных и других благ, обеспечивающих существование и развитие человека и общества.

Законы ИП:

1. Продукты ИП подчиняются закону неистребимости, согласно которому, «информация не исчезает при ее потреблении или использовании в качестве предмета труда и не амортизируется при ее использовании в качестве средства труда».

2. Информация – продукт ИП – используется в качестве средства труда в каждом материальном и ИП. Продукты одного ИП используются в качестве предмета труда в другом ИП. Эту особенность называют законом самодостаточности ИП, согласно которому, «ИП может развиваться за счет использования в качестве предмета труда собственных продуктов, в материальном же производстве информация не может быть предметом труда».

Отрасли ИП (по Ю. Дрешер):

- Производство информации как новых знаний (идеология и политика, искусство, изобретательство и рационализация, наука). Эти виды информационной деятельности представляют собой различные формы отражения действительности и общественного сознания.

- Подготовка существующей информации к использованию в удобной для потребителя форме (издательство и полиграфия, радио-, теле-, кино- и фотопроизводство, проектирование и опытно-конструкторская деятельность). Эти информационные отрасли не создают новой информации, но с их участием производство информации получает определенное завершение. Например, научное знание оформляется в виде опытно-конструкторской работы.

- Накопление и хранение информации (архивное и библиотечное дело, создание и ведение информационных фондов и др.). С их участием информация становится «продукцией на склад». Эту «продукцию» доводят до потребителя просвещение, образование, почта, телефон, телеграф, телевидение, театры, система НТИ, книжная торговля.

2. Информационная индустрия (ИИ) (по Ю. Дрешер) – отрасль промышленности, занятая разработкой и производством разнообразных средств сбора, обработки, хранения, поиска, копирования и передачи данных, а также обеспечивающая создание и сбыт разнообразной информационной продукции и предоставление различных ИПУ.

Она включает производство информационной техники и технологий (ЭВМ, ПО, коммуникации) и производство непосредственно информации.

Появление понятия ИИ связано с распространением концепции постиндустриального общества, согласно которой, основные ресурсы развитых стран вовлечены в информационный сектор экономики, ИУ и информация становятся одним из важнейших продуктов общественного производства. При выделении в общественном производстве ИИ исходят из числа занятых в ней людей, прямо или косвенно принимающих участие в производстве и распространении информации.

По Ю. Дрешер, информационная индустрия (ИИ) включает:

- информационные службы (центры-хранилища автоматизированных баз данных, институты, агентства, библиотеки);
- производство носителей информации (книг, справочников, газет и др.);
- информационные технологии (ЭВМ, принтеры и др.);
- интегрированные технологии (устройства сопряжения, преобразователи);
- средства и каналы связи (телефон, телеграф, почта, в том числе e-mail, спутниковая связь, радио, телевидение и др.).

И.С. Мелюхин относит к ИИ три отрасли: массовое вещание (теле-, киностудии, издательства), коммуникации (кабельные, телефонные, сотовые, спутниковые и др.) и компьютеринг (использование компьютеров).

Многие авторы включают в состав ИИ компании, фирмы, организации, занятые созданием, преобразованием и передачей информации, представленной в виде данных, текстов, графики, видеоизобра-

жений и звука; СМИ; телекоммуникации (кабельные, телефонные, телесети и др.) и фирмы-разработчики ПО и информационных систем; телекоммуникационные операторы или компании, организующие доступ в Интернет (Интернет-провайдеры).

На современном этапе в ИИ наблюдается быстрое развитие информационных и коммуникационных технологий, постоянный рост их эффективности при снижении затрат, развитие новых приложений.

Некоторые авторы считают, что основные участники ИИ – библиотеки и архивы, информационные службы, вычислительные центры, центры-издатели и операторы баз данных, национальные и международные информационные системы, библиотечные сети, информационно-вычислительные сети, центры телеобработки данных.

К ИИ можно отнести подразделения других отраслей, подготавливающие ИУ, а также обеспечивающие средства и материальные условия подготовки и предоставления информационных услуг. Основная задача ИИ – сортировка информации для ее предоставления потребителю.

Поэтому необходимо разграничить ИИ с отраслями связи и СМИ (ТВ, печать, полиграфия, связь). К ИИ не относится значительная часть научной деятельности (фундаментальной и прикладной), деятельность по стандартизации и контролю качества, внемагазинная электронная торговля, деятельность в области финансов, кредита, страхования, деятельность по социальному и административному управлению, консультационная деятельность (кроме консультаций в области НТИ и информационных систем), патентно-лицензионная деятельность. В указанных видах деятельности, с одной стороны, используются результаты ИИ как результат эксплуатации национальных информационных ресурсов, а с другой стороны, в ИИ используются их результаты.

В том случае, если подготовка ИУ не является основной задачей деятельности предприятий и организаций или если ИПУ подготавливаются в организационно обособленном подразделении, не состоящем на самостоятельном балансе и (или) не ведущем самостоятельного учета, эти предприятия и организации относятся к другим отраслям экономики, а не к ИИ.

Таким образом, к ИИ относят те виды деятельности, у которых не только основное содержание, но и цель и смысл деятельности заключается в выполнении информационных процессов и подготовке ИПУ.

Библиотеки являются местом сосредоточения значительной части информационных ресурсов страны. Перечислим основные виды информационных услуг, оказываемых библиотечной сферой:

- предоставление полных текстов документов, а также справок по их описанию и местонахождению;

- выдача результатов библиографического поиска и аналитической переработки информации (справки, указатели, дайджесты, обзоры и пр.);
- получение результатов фактографического поиска и аналитической переработки информации (справки, таблицы, фирменное досье);
- организация научно-технической пропаганды и рекламной деятельности (выставки новых поступлений, научно-технические семинары, конференции и т.п.);
- выдача результатов информационного исследования (аналитические справки и обзоры, отчеты, рубрикаторы перспективных направлений, конъюнктурные справки и т.д.).

3. С середины 1960-х годов происходит формирование новых элементов структуры информационной деятельности. Появляются новые виды информационных услуг и продуктов, новые потребители наряду со старыми.

В это время важнейшим видом информационных услуг на рынке стали базы данных. Они содержали библиографическую, реферативную, фактографическую и справочную информацию, информацию для специалистов, деловую и коммерческую, торгово-экономическую, демографическую и статистическую, текстовую и цифровую информацию. Базы данных приобрели самостоятельное значение. На основе баз данных стали вести (помимо подготовки информации) издания ИРИ и осуществлять ретроспективный поиск информации.

Среди поставщиков информационных услуг появились специально созданные фирмы, издатели баз данных и фирмы, которые осуществляли информационное обслуживание с использованием баз данных (операторы). Они работали, в основном, на коммерческой основе. Только публичные библиотеки в части оказания простых услуг остались некоммерческими. В информационную деятельность стало выгодно вкладывать капитал. Наиболее эффективным стало оказание услуг на основе баз данных для деловой сферы.

С 60-х годов XX в. информационная деятельность занимает важное место в работе организаций, не специализирующихся на ней, – деловых и научно-технических институтов и органов государственного управления. Активно стали создаваться фактографические базы данных.

Создавались национальные и международные информационные системы, которые готовили информационные услуги в кооперации участников на основе разделения труда и специализации.

С середины 1970-х годов ведущим видом информационных услуг стал диалоговый поиск информации в удаленных от пользователя базах данных. Возникают информационные службы с наибольшей централизацией, интеграцией информационной деятельности.

Осознание полезности информационных услуг привело к появлению информационных посредников (брокеров) – организаций или лиц, профессионально занимающихся платным информационным обслуживанием внешних клиентов на коммерческой основе с использованием услуг специализированных информационных служб.

Во второй половине 1980-х годов появились издатели, которые готовили базы данных на оптических компакт-дисках, службы теле-текста и видеотекста.

4. С 1993 года Интернет стал массовым явлением. Это послужило причиной очередной информационной революции. Интерактивность, использование продуктов мультимедиа и гипертекст дали Интернету огромную аудиторию. С середины 1990-х годов в Интернете появились средства, облегчающие коммерческое использование сети (обеспечение безопасности при обмене коммерческой информацией, оплату доступа к коммерческим базам данных, развитие новых видов информационных услуг для предпринимателей.

В это время значение Интернета выражалось следующими позициями:

1) он сделал мировой информационный рынок действительно глобальным, когда каждый смог торговать с каждым и производить для каждого услуги и продукты;

2) не сломал существующую структуру информационного рынка (участники, услуги и продукты), а дополнил ее. Все действующие до этого участники сохранились, но претерпели изменения;

3) предложил информационной деятельности новую модель бизнеса, основанную на бесплатных услугах, которая просуществовала около трех лет. Основные участники, вышедшие на рынок информационных услуг до Интернета этой модели не следовали;

4) дал возможность сделать рынок в секторе деловой и коммерческой информации, рынок информационных услуг и продуктов массовым, что позволило Интернет-компаниям в период «бума» больше заработать и распределить риски и потери;

5) привел на рынок информационных услуг и продуктов новых игроков – богатые медиа-холдинги, которым требовались новые каналы сбыта и которые увидели их в Интернете;

6) подтвердил, что новая парадигма роста постиндустриальной экономики работоспособна и может принести доходы тем, кто создал новую модель поведения;

7) открыл новые направления информационного рынка.

Лекция 6

1. Издатели баз данных.

1. По своему статусу организации бывают коммерческими и некоммерческими. Значительная их часть относится к государственным структурам. Появление Интернета привело к тому, что для информационных баз данных более важную роль стали играть не только организации, но и частные лица, неформальные объединения. Мировой рынок работает в основном в области деловой и коммерческой информации. Но ряду фирм удается достичь успеха в области специальной и научно-технической информации. В Беларуси производители делают ставку на научно-техническую информацию. Но немногие из них достигли коммерческого успеха. С развитием Интернета различия между издателями деловой и коммерческой информации начинают стираться. В последние года даже некоммерческие структуры широко используют возможности предпринимательства. Например, в некоммерческие сайты включается коммерческая реклама, за которую некоммерческим организациям платят деньги.

Базы данных, создаваемые как собрания информации определенного типа по отобранной тематике, по проблемам, по назначению, виду документов, предоставляются в электронной форме. Первоначально базы данных содержали только текстовую и числовую информацию, но с середины 1980-х годов большое распространение получили базы данных мультимедиа, включающие наряду с текстом и графику.

Со второй половины 1980-х годов в качестве коммерческого продукта особую популярность получили базы данных на компакт-дисках, которые позволяют организовать диалоговый поиск непосредственно на персональном компьютере потребителя, не обращаясь к услугам операторов баз данных.

К информационным услугам привлекают новых конечных пользователей. Базы данных на компакт-дисках легко тиражировать. Базы данных оказались наиболее удобной формой выхода на рынок информации мультимедиа и гипертекста. Появление такой информации с использованием технологий и стандартов типа HTML подтолкнуло к новым технологическим новациям и дало возможность создать в рамках Интернета «всемирную паутину». Технология гипертекста является ярчайшим моментом WWW и дает возможность связывать документы через систему ссылок, выстраивать документы в иерархической последовательности, переходить от одного документа или фрагмента текста к другому одним нажатием клавиши «мышки».

Развитие международного экономического сотрудничества определило потребность в создании мировых корпораций. Тенденции роста за прошлое тридцатилетие следующие:

Год	Количество баз данных
1975	52 БД, 301 запись
1985	1680 БД, 3010 записей
1990	3569 БД, 6750 записей
1993	5572 БД, 8261 запись
1996	6843 БД, 9564 записи
2004	24082 БД, 36252 записи

Динамика показывает, что за неполные тридцать лет количество баз данных увеличилось в 500 раз, а суммарный объем записей в 120 раз. Содержание баз данных отражает потребности пользователей, и если первоначально потребители запрашивали в основном научно-техническую информацию, то в настоящее время интерес направлен на информацию, касающуюся бизнеса, торговли и промышленности. Интерес к патентной и правовой информации по тематике баз данных распределяется следующим образом:

Бизнес –	33%
НТИ –	19%
Правовая информация –	12%
Потребительская информация –	10%
Медицина и биология –	9%
Общественные науки –	6%
Гуманитарные науки –	4%
Новости –	4%
Политематическая информация –	3%

Издатели баз данных готовят их прежде всего с точки зрения содержания конкретно для определенных групп потребителей. Российские издатели баз данных одновременно выступают и издателями печатных информационных изданий, несмотря на то, что большая часть издателей баз данных предлагают свой товар на рынке другим специализированным организациям (операторам и т.д.). Производители баз данных классифицируются по статусу и типу собственности. Это государственные организации, частные, негосударственные и смешанные.

Если в 60–70-е годы XX в. большая часть баз данных подготавливалась государственными организациями, то теперь удельный вес государственных организаций в данной сфере упал с 52% до 13%, не-

коммерческих – с 22% до 8%; зато базы на коммерческой основе составляют 78%. Большинство из них готовится организациями с комбинированной формой собственности и смешанным статусом.

На мировом инфорынке значительная доля создания баз данных относится к Северной Америке – 66%. В Западной Европе – 24%, в Азии и Южной Америке – по 3%, Австралия и Восточная Европа – 2%, остальные регионы менее чем 0,5% для каждого.

В огромном объеме информационных ресурсов позволяет ориентироваться популярное в мире справочное издание «Гейл Дайректор Офф Дейтабелс» (справочник баз данных фирмы «Гейл»). Он выпускается два раза в год в виде двух томов. Первый том содержит список всех онлайн-баз данных и основные показатели развития информационной индустрии:

1. Рост количества баз данных.
2. Рост количества генераторов и поставщиков.
3. Рост объема баз данных.
4. Количество обращений к базам данных.
5. Соотношение числовых и текстовых баз данных.

Во втором томе приводится информация о базах данных, распространяемых на CD-ROM. Отдельно выделены подробные сведения о производителях (генераторах) и поставщиках (распространителях), а также списки принадлежащих им баз данных.

«Дан энд Брэндстинг» – ведущая организация, которая является крупнейшей в мире американской многопрофильной информационной корпорацией. Она возникла более 150 лет назад и обеспечивает клиентов деловой информацией на всех этапах принятия решений. В корпорации занято более 60 тысяч сотрудников, работающих в ее разветвленной сети региональных представительств по всему миру. Корпорация предоставляет следующие услуги:

1. Информацию, освещающую финансовое состояние и кредитоспособность 70 миллионов компаний во всех странах мира.
2. Маркетинговые исследования.
3. Справочник «Страна. Фирма. Продукт».
4. Регулярные обзоры таможенного, налогового, инвестиционного климата в 180 странах мира.
5. Справочники-рейтинги долговых обязательств «Moods» – настольной книги инвесторов по всему миру. В Беларуси создана единая информационная банковская сеть.
6. Международные программы подготовки специалистов в области финансов, маркетинга и информационного обеспечения. Указанная программа позволяет принять наиболее эффективные решения в области маркетинга, сбыта продукции, закупочных операций, креди-

та, анализа промышленности, анализа конкуренции, исследований и рекомендаций в экономике.

Основные виды продукции этой корпорации – аналитические справки, деловая и справочная литература.

В России и Беларуси до распада СССР все базы данных готовились только в государственной форме собственности (например, ВИНТИ). После распада СССР ситуация изменилась. Если коммерческие создатели баз данных по своему объему превышают число государственных, то по объему записей роль государственных в России и Беларуси является ведущей. Российские издатели информации находятся в худшем экономическом положении, чем зарубежные, так как цены на российскую и зарубежную информацию несопоставимы.

В отличие от электронной информации в глобальных информационных сетях развитие сектора рынка баз данных на компакт-дисках, по сравнению с другими носителями, в Беларуси несколько запоздало по следующим причинам:

1. Сектор не успел получить развития в рамках прежних государственных систем.

2. Обстоятельства, требуемые для его становления и развития, были более значительными, чем имеющиеся.

3. Имеющаяся инфраструктура баз данных, в основе которой могут быть подготовлены компакт-диски, была более бедной и неразвитой по сравнению с Западом.

4. Бурное развитие компьютерных сетей, простых услуг электронной почты и онлайн-овых сетевых услуг, а затем информационных услуг и продуктов Интернета, в сочетании с первоначальной дешевой создали у потребителя некоторую иллюзию, что часть проблем информационного обеспечения уже решена.

5. От потребителя требуется дополнительные вложения. Например, приобретение специального дисководов, более мощного компьютера. Потребитель должен определить для себя ценность информации и затраты, на которые может ради нее пойти.

6. Уровень развития информационных услуг в Беларуси был первоначально таким, что он выпал из внимания коммерческих структур. Сейчас отношение изменилось, но пока компакт-диски с информацией не стали в Беларуси основным информационным продуктом, который готовили бы крупные производители баз данных.

Принятые в начале 1990-х годов в США постановления Верховного суда о том, справочники типа «Желтых страниц» и «Голубых страниц» в печатной и электронной форме не защищены авторским правом, открыли новое направление подготовки информационных услуг, особенно для малого бизнеса. Благодаря этому в информационную деятельность вводятся и закрепляются новые понятия. Например,

понятие «информационное сырье», которое отражает результаты работы сектора информационной промышленности. Другое понятие – «обогащение информации» – выражает работу в сфере розничной торговли в информационной деятельности, предоставляемой малым бизнесом. Эти решения фактически открыли сферу деловой и коммерческой информации для малого бизнеса, а использование Интернета для сбора и последующего распространения такой информации в рафинированном виде делает малый бизнес в информации не только конкурентоспособным, но и дает ему все возможности для победы в соперничестве с большими информационными службами.

Новой специализацией информационных служб может быть:

1. Сбор и создание информации, ее первичное выделение из общего массива.
2. Обработка информационного сырья и его обогащение в соответствии с потребностями пользователя.

Обогащение информации, ее выделение и фильтрация становятся в последние годы одним из самых перспективных направлений информационной работы.

Потребитель готов платить не за информацию вообще, а за тот наилучший отбор информации, который позволил бы за минимальное время получить максимум пользы. Децентрализация подготовки и распространения информационных ресурсов может поднять качество информационных товаров и услуг. Компьютерная технология созрела для этого, и спрос на точную информацию от пользователя уже сформировался. Гипертекстовое предоставление информации и новые технологии ее фильтрации уже дали малому бизнесу прогрессивные инструменты для работы и открыли новые сектора информационного рынка. Например, сектора, предлагающие хроники и биографии популярных литературных и мифических персонажей или объектов. Эксперты отмечают, что эти ресурсы и фирмы, предлагающие их, выступают в качестве образцов успеха в информационном бизнесе. Это происходит, не смотря на то, что информация предоставляется бесплатно. Тем не менее, большое количество посетителей позволяет серверам, предлагающим такого рода информацию, получать высокие доходы от рекламы. Это один из перспективных путей, по которым пойдет информационный бизнес.

Анализ многочисленных электронных бюллетеней и буклетов, представленных в Интернете, позволяет сделать вывод, что они в ближайшее время станут модными и создатели баз данных будут часто их использовать. В будущем они превратятся в мини-базы данных рафинированной информации. Некоторые ученые считают, что Интернет может превратиться в корпоративную базу данных, которая будет состоять из коллективных, индивидуальных и групповых баз данных.

У пользователей Интернета открывается возможность свободы реализации информации. Возникновение Интернета позволило многим представителям частного бизнеса, организациям и лицам, обладающим информацией в электронной форме, выставить ее в Интернет. В Интернете, наряду с базами данных в традиционном понимании, появились небольшие информационные блоки, объединенные не источником, а взаимными связками, и, как следствие, одно из важнейших понятий Интернета – «домашняя страничка». Оно включает в себя любые веб-страницы, созданные пользователями и получившие сетевой адрес, т.е. ставшие доступными через сеть. Появление в Интернете значительной массы пользователей (свыше 130 миллионов) привело к резкому увеличению объема информации, доступной в сетевом режиме. Тысячи лиц создали миллионы страниц информации для доступа в диалоговом режиме.

Популярная форма – мини-каталоги по ресурсам Интернета.

Большинство производителей электронных библиотек и других баз данных в основном занимаются подготовкой информации по личным мотивам. Работа в Интернете стала одним из простейших способов удовлетворения личных притязаний на реализацию своей роли в обществе. Часть пользователей видит в Интернете зарождение нового мира и хотят принять участие в этом процессе.

Таким образом, издатели баз данных сформировались как средние и крупные, преимущественно государственные и некоммерческие, информационные службы. Новые подходы к обработке информации привели на данный рынок средний и малый бизнес.

Интернет объединил все типы издателей баз данных в одну группу – поставщиков содержания – и привел на рынок крупные медиахолдинги, которые представляют продукты мультимедиа.

Лекция 7

1. Становление и развитие мирового информационного рынка.
2. Национальные международные и межгосударственные проекты.

1. По мнению некоторых ученых, мировой информационный рынок начал формироваться с античных времен в силу интернационального характера представленного в них знания. Уже в это время практиковались поездки ученых в другие страны для посещения библиотек и работы с материалами, полученными в них. По мнению других специалистов, становление самостоятельного международного и мирового рынка информационных услуг может относиться к середине XIX века, когда на рынке международной книжной торговли появи-

лись первые реферативные журналы, содержащие научно-техническую информацию. В первой четверти XIX века, когда каналы телеграфной связи соединили страны и континенты, развитие мирового информационного рынка резко ускорилося за счет сектора деловой и коммерческой информации. В это время наряду с простыми формами обмена информационными услугами возникли более сложные формы разделения труда и кооперации в информационной деятельности. Биржи Европы, США, Азии начали регулярный обмен биржевой, финансовой информацией. С начала XX века мировая торговля информационными услугами развивалась в направлении охвата новых секторов рынка и включения его в состав развитых и развивающихся стран. Обмен информацией между странами рассматривается в качестве важного направления развития международных и межгосударственных отношений. Помимо двусторонних и многосторонних программ в рамках экономического, военно-технического сотрудничества он всегда находился в центре внимания.

С возникновением глобальных проблем мирового развития, с которыми встретилось человечество, осознание коллективных усилий для их разрешения, помимо простых форм обмена информационными услугами, обогатилось кооперацией стран в рамках международных систем научно-технической информации. Эти системы использовали разделение труда, основанное на специализации в обработке национальных источников с целью сокращения затрат на информацию, информационные продукты и услуги. В качестве примера можно привести межгосударственную систему в области продовольствия – «Атрис», – которая активно участвует в процессе международного разделения труда. Информационная революция 60-х годов XX в. дала резкий толчок в развитии процессов информационной деятельности как в направлении интенсификации информационных связей, так и в использовании новых форм разделения труда. Переход к использованию баз данных позволил реализовать на практике экономические преимущества углубления, интернационализации информационной деятельности в качестве ведущего инструмента роста конкурентоспособности и укрепления позиций на информационном рынке. Среди самых первых можно назвать информационные службы США, такие, как НАСА, Медларс, Эрик.

С конца 1960-х годов их примеру последовали государственные информационные службы США, работающие в области научно-технической информации и некоммерческие службы Европы и США, которые были учреждены научно-техническими обществами (например, «Инспект»).

Растущий объем международной торговли информационными услугами и продуктами можно связать также с увеличением количест-

ва развивающихся стран. Возникла опасность потери им доступа к мировым информационным ресурсам или попадания под контроль по вопросам международного обмена информацией.

Проблема неконтролируемости трансграничных потоков информации, прежде всего в США, была осознана в мире как одна из угроз национальному суверенитету менее развитых стран. Несмотря на то, что информационные службы США могут полностью удовлетворить информационные потребности Западной Европы и Азии, такой вариант является нежелательным. Чрезмерно усиливающаяся роль США на мировом информационном рынке вызвала озабоченность не только развивающихся, но и развитых стран. Решение этой проблемы на двусторонней основе вызвало трудности, так как различный уровень развития стран не позволял обеспечить его на принципах равноправия.

В качестве вариантов решения проблемы были выработаны три подхода:

1. Разработка глобальной программы развития информационной деятельности ЮНИСИСТ под эгидой ЮНЕСКО. В 1972 году была создана эта программа, которая должна была собрать воедино все мировые информационные ресурсы. Она столкнулась со сложностями, которые свидетельствовали, что в большинстве стран нет хорошо поставленной информационной системы. Национальные библиотеки некоторых стран не ведут национальную библиографию. Была создана специальная программа НАТИС в 1974 году (с 1976 года – единая мировая программа). Ее задачей было возрождение национальной библиографии во всех регионах. В тот период Республика Беларусь в составе СССР полностью соответствовала программе НАТИС.

2. Разработка региональных программ в рамках Евросоюза. С 1969 года начинает работать международная система научно-технической информации – международная система НТИ.

3. Разработка специальной политики протекции по отношению к национальному рынку информационных продуктов и услуг. В Европе к концу 1970-х – началу 1980-х годов сначала отказались от первоначальной концепции проекта, основанного на разделении труда в области информационной деятельности, но потом осознали необходимость соответствия информационной деятельности в Европе философии рынка. Задача формирования общеевропейского рынка стала основной для стран Европы. В целом, опыт Евросоюза показал, что высокоэффективное решение научно-технических и организационных проблем, повышение информационной конкурентоспособности могут быть достигнуты только на общеевропейском уровне. В начале 1980-х годов объем продаж на международном рынке информационных продуктов и услуг оценивался в 50 миллиардов долларов и рос со скоростью 10% в год. С этого времени кроме США только ФРГ и Япония

экспортировали информационные услуги. В это время продажа информационных услуг и продуктов в США оценивалась в 600 миллионов. Основным рынком становились наиболее продвинутые из развивающихся стран, благодаря обширному внутреннему рынку. При этом на долю США приходилось от 72 до 80% информационных услуг на период начала 1980-х годов.

2. Во второй половине XX века открылись новые возможности углубления международного разделения труда и кооперации в области подготовки информационных услуг и в целом развития информационной деятельности. В 1970-х – начале 1980-х годов реальной основой отношений между информационными службами и системами различных стран стали уже налаженные серьезные связи. Информационная индустрия стала невозможной без международных связей, которые потребовали высокого уровня обобществления. Некоммерческие государственные проекты возникли в начале 1960-х годов, что было связано с появлением информации на магнитных лентах в качестве самостоятельной информационной услуги, как информационное изделие. На первоначальном этапе данная услуга предоставлялась государственными и некоммерческими информационными службами других развитых стран в обмен на сходную информацию. Использование информационного бартера было необходимо, так как часть доходов от продажи информационных услуг изымалась в государственный бюджет, а информационные службы не могли использовать финансы.

Одной из первых стала американская государственная база данных НАСА в области космоса и космической техники, Медларс – по медицине, Эрик – по здравоохранению.

Широкого распространения этот подход не получил, так как ограничивал использование получаемых баз данных на рыночной основе. Примером для первых международных коммерческих проектов стали некоммерческие проекты государственных информационных служб США. Именно эти проекты выработали подходы к дальнейшему углублению многостороннего международного разделения труда, кооперирования и согласования инвестиций. Эти подходы получили развитие в 1970–1980-х годах в ряде проектов и программ.

В качестве примеров международных коммерческих проектов можно назвать проекты в области подготовки баз данных на основе международного разделения труда и кооперации. Примером может служить деятельность «Кемикал», «Эбстрат сервис». Научно-техническое общество CAS работало в области электроники и электротехники. Со временем им был создан проект в форме диалогового доступа к информации на основе кооперации в использовании баз данных. Также был подготовлен ряд проектов, которые использова-

лись как на коммерческой, так и на некоммерческой основе различными организациями (например, «Дата Стар»).

В проектах CAS впервые были использованы возможности некоммерческих проектов, при этом, являясь государственной организацией, оно заключало соглашения об обработке и вводе информации в области химии в обмен на использование баз данных. Сотрудничество велось с информационными службами Великобритании, ФРГ, Японии, с отдельными учебными заведениями многих других стран. В дальнейшем CAS привлекло к сотрудничеству негосударственные службы в области химии – коммерческие службы, специализирующиеся на отдельных областях химии, деловых новостях в области химии и подготовке баз данных по химическим соединениям. В отличие от некоммерческих проектов американских государственных информационных служб этот проект быстро перешел с этапа информационного бартера на рыночную основу. CAS платило партнерам деньги за ввод информации и предоставление в пользование баз данных.

«Инспект» – англо-американская фирма, которая объединила американских и английских специалистов в подготовке баз данных по электротехнике при согласовании инвестиций со стороны организаторов. Участие информационных организаций в базе данных «Инспект» сначала велось на бартерной основе, затем партнеры стали льготными получателями, потом она стала полностью коммерческой.

Отдельный интерес представляет международное объединение «STN International», образованное в 1983 году на базе соглашения между коммерческими и некоммерческими фирмами, а также государственными организациями. Каждый из участников данного проекта предоставлял в рамках объединения не все свои базы данных, а только часть. Проект являлся отделением американского химического общества и предоставлял многочисленные базы данных. На определенном уровне проект полностью перешел на коммерческую основу.

По межгосударственным проектам в области информационной деятельности можно предложить следующую классификацию:

1. Всемирные проекты.
2. Всемирные глобальные проекты (ЮНИСИСТ).
3. Всемирные проекты по созданию отраслевых межгосударственных информационных систем.
4. Всемирные проекты по созданию межгосударственных систем, специализирующихся на подготовке информационных услуг и продуктов по определенным видам документов.
5. Региональные информационные проекты.
6. Международные проекты по созданию региональных информационных систем, специализирующихся на обработке информации и создании специализированных подсистем.

7. Международные проекты по созданию отраслевых подсистем.

8. Международные проекты по созданию региональной информационно-коммуникативной инфраструктуры.

Участие в мировых проектах для многих стран стало одним из важнейших источников доступа к мировым информационным ресурсам, так как эти системы предоставляли своим участникам услуги по льготным ценам или бесплатно. Этот подход столкнулся с определенными ограничениями, вызванными тем, что страны-участники не могли обеспечить финансирование этих систем на должном уровне.

В качестве примера международного разделения труда можно назвать «Евронет-дианс». Этот проект начал свое развитие в начале 1970-х годов как программа создания международной сети передачи данных, объединяющая базы европейских стран. В нем использовалась комплексная политика рекламы и пропаганды, организаторы регулярно создавали специальные выставки, дисплейные залы и т.д.

Потребитель, желающий заключить контракт с системой в целом, должен был заключить контракт с информационными органами своей страны. Ему сообщались требования к необходимым техническим средствам. Затем заключались разнообразные контракты, по которым пользователь должен был оплачивать обучение, что в свое время вызывало недовольство.

Лекция 8

1. Потребители информационных услуг.
2. Библиотеки и информационные отделы как участники информационного рынка.
3. Наиболее интересные информационные проекты в области информатизации и работы информационного рынка.
4. Государственная регистрация информационных ресурсов.
5. Обеспечение доступа к Интернет.
6. Белорусское авторское общество.

1. В настоящее время пользователями информационных услуг выступают все группы специалистов, работающие в общественном производстве. Потребителями большинства видов информационных услуг могут быть как непосредственные потребители, создатели информации или специализированные информационные органы, так и частные лица. Основные потребители информационных услуг различаются в зависимости от решения задач. Они делятся на два рынка: деловой и потребительской информации, каждый из которых включает большое количество сегментов и секторов.

Генеральным направлением в деятельности информационных организаций стала организация услуг для конечных потребителей, обещающих максимальную прибыль и представляющих собой наиболее многочисленную группу. Рынок информационных услуг является достаточно элитным. Он поддерживается как государственной сферой, так и сферой бизнеса. Поэтому основными потребителями на рынке информационных услуг являются государственные учреждения, крупные предприятия, организации, учебные заведения.

2. Несмотря на доступность современных услуг для конечного потребителя, значительная их часть попадает к пользователям через библиотеки или информационные отделы организаций. В большинстве случаев библиотеки работают с потребителями на некоммерческой основе. Но общее подорожание информации в сочетании с ограничением бюджетных ассигнований заставляет внедрять платные услуги.

В СССР работа с научно-технической информацией была хорошо организована. Но в 1990-е годы большинство отделов НТИ и технических библиотек было закрыто. На данном этапе вновь стала осознана важность высококачественного информационного обеспечения и снова специальный работник, как и в 1970-е годы, стал предлагать качественную информацию по отраслям, которыми занимается то или иное предприятие.

3. К наиболее интересным информационным проектам относятся:

- ♦ Разработки Национальной академии наук Беларуси: «Система удаленного Интернет-заказа и электронной доставки документов на базе ГУ «Центральная научная библиотека НАН Беларуси», «Система ведения сводного электронного каталога и онлайн-Интернет-каталогов библиотек Беларуси», «Система электронного обучения на основе Интернет-технологий». «Система доступа к информационным ресурсам Европейской научно-образовательной компьютерной сети «GEANT».

- ♦ ЧУПП «АйДиСофт» или Компания IDLab – программный комплекс по управлению персоналом «АС-Персонал», «Люди и Компании», программный модуль «Управление проектами и задачами», продукты электронного документооборота («Договорной учет», «Канцелярия», «Нормативные документы предприятия»).

- ♦ Компания Logic-Way – система ведения нормативно-справочной информации «ЭРСИ», БД классификаторов и справочников.

- ♦ Предприятие «Инис-Софт» разрабатывает программные комплексы серии «Учебное заведение XXI века» для автоматизации про-

цессов управления образовательными учреждениями. Ими создано ПО для: администрации, учителей-предметников, библиотекарей.

- ♦ Программный комплекс «БиблиоГраф» – помощь в работе библиотекарей образовательных учреждений (ОУ), предназначен для комплексной автоматизации технологических процессов в работе библиотекарей, включая процессы учета и оценки состояния библиотечного фонда (суммарный учет книг и учебников), организацию работы библиотеки с пользователями и другими библиотеками (наличие инструментов для импорта и экспорта данных, а так же наличие средств изучения активности читателей, анализа их спроса, сбора данных о находящихся на руках изданиях, обеспеченности книгами и учебниками, возможность быстрого оформления больших партий книг и учебников).

- ♦ Компания SoftLine – выпустила специализированное издание на IT-рынке Беларуси – каталог программного обеспечения SoftLine-direct, в котором представлена информация о новинках программных продуктов зарубежных и отечественных производителей, событиях в сфере информационных технологий Беларуси.

- ♦ НТЦ-АТЛАС – системный интегратор, предлагает комплексные решения в области информационных технологий и телекоммуникаций: мультисервисные сети; учрежденческие и офисные АТС Alcatel; радиосети; разработка прикладного программного обеспечения; Internet-разработки, информационные системы уровня Internet/Intranet/Extranet; решения в области e-Business; решения в области банковской и финансовой деятельности;

- ♦ Предприятие «ВирусБлокАда» – единственная компания в Беларуси, разрабатывающая антивирусное программное обеспечение.

- ♦ Компания Golden Software разработала программное обеспечение для электронной версии каталога «Бизнес-Беларусь 2001». Каталог содержит данные о 40000 предприятий и организаций Республики Беларусь. Вместе с каталогом вышла БД о 286000 предприятий Республики Беларусь, Латвии, Литвы, Эстонии, Украины, Санкт-Петербурга и Москвы.

- ♦ Компания «БЕЛТИМ», единственная в Республике Беларусь, разрабатывающая весь комплекс мероприятий в области защиты информации.

- ♦ «МиСофт» – дистрибьютер фирмы «1С» на территории Беларуси. Предлагает автоматизацию бухгалтерской и офисной деятельности на базе программ «1С». Специалисты «Мисофт» адаптировали продукты фирмы «1С» к законодательству республики Беларусь, создав «1С: Эталон-Беларусь». Информационные и технологические составляющие банка данных «1С: Эталон-Беларусь» разработаны Национальным центром правовой информации.

- ♦ Компания «БелСофт» – программные разработки – системы электронного документооборота и архивирования.

- ♦ Компания «Эниро Белфакта» выпустила первый в Беларуси специализированный справочник с адресами белорусских веб-сайтов. В первом издании справочника «Интернет. Желтые страницы. Белорусские ресурсы» основное место занимает тематический каталог белорусских (и белорусско-ориентированных) веб-сайтов предприятий, организаций, интернет-проектов, сетевых сервисов. Большинство ресурсов сопровождают адреса электронной почты.

4. Государственная регистрация информационных ресурсов (ИР) предусмотрена Законом Республики Беларусь «Об информатизации», принятым 6 сентября 1995 г. Постановление правительства «О государственной регистрации информационных ресурсов» от 28 августа 2000 г. № 1344 определило обязательность государственной регистрации ИР, созданных за счет госбюджета, а также ИР, созданных за счет других средств, но имеющих государственное значение, не содержащих отнесенных к государственной тайне сведений. Научно-методическое руководство работами по регистрации информационных ресурсов осуществляется Комитетом по науке и технологиям при Совете Министров Республики Беларусь.

Основные цели создаваемой системы государственной регистрации ИР:

- ♦ обеспечение единой системы учета ИР;
- ♦ исключение дублирования при создании новых ИР;
- ♦ обеспечение сохранности ИР;
- ♦ подготовка ИР к передаче на государственное архивное хранение;
- ♦ установление (регистрация) прав владения ИР и собственности для защиты этих прав;
- ♦ информационное обеспечение субъектов хозяйствования о составе и содержании ИР в республике;
- ♦ навигация пользователей в государственном информационном пространстве.

Государственный регистр ИР представляет собой базу данных, включающую четыре раздела: сведения о заявителе ИР; общие сведения об ИР; пользовательские характеристики; источники финансирования ИР.

По состоянию на ноябрь 2004 г. Государственный регистр ИР имел следующие характеристики:

Количество информационных ресурсов, зарегистрированных в регистре – 79.

Количество информационных ресурсов, имеющих государственное значение, зарегистрированных в отчетном периоде – 46 (58,2%).

Количество информационных ресурсов, зарегистрированных в регистре в текущем году – 39.

Количество информационных ресурсов, источниками финансирования которых является республиканский бюджет – 67 (84,8%).

Количество владельцев ИР – 33.

5. Интернет-провайдеры в Беларуси: Авилинк; АйПи ТелКом; Айчына; Анитэкс; Атлант телеком; BAS-NET; БелИнтернетПейдж; BellInfoNet; БелПак; Белтелеком; Вектор; Вессобел; ГлобалВанБел; Деловая Сеть; DI@LLOG; Магистраль; МОБИС; Нетворк Системс; НИКС; Ностра (Гомель); НТЕ (Брест); Открытый контакт; Сервер (Гомель); Соло; Телеком Медиа; Форенэт; Юника; UNIBEL.

Белтелеком выполняет функции оператора внешних каналов связи. С 2002 г. Белтелеком начал предоставлять услуги по доступу в Интернет. Все узлы в Минске подключены к опорной сети, в областях – к областным узлам БелПак. Сеть БелПак – государственная сеть передачи данных общего пользования. Основным направлением развития сети «БелПак» является развитие услуг доступа к сети Интернет (<http://www.belpak.by>).

«Деловая сеть» – единственная компания, которая, как и Белтелеком, имеет право на подключение вторичных провайдеров.

BasNet (академическая сеть, к которой подключены и некоторые частные компании) получил лицензию на самостоятельный внешний спутниковый канал.

Атлант Телеком – торговая марка иностранного предприятия «Альтернативная цифровая сеть» (<http://www.atlantm.com/>) – один из наиболее динамично развивающихся белорусских Интернет-провайдеров.

В Республике Беларусь созданы поисковые сервера: <http://www.open.by>; <http://www.poisk.com>; <http://www.akavita.by>; <http://www.all.by>; <http://www.tut.by>; <http://br.by>.

All.by – предоставляет возможность полнотекстового поиска в Интернет информации по белорусским сайтам. В нем собраны все белорусские Интернет-ресурсы с BY доменами и большая часть с не-BY доменами.

POISK.com – каталог сайтов и полнотекстовая поисковая система, позволяющая пользователям находить нужную информацию на сайтах белорусского Интернета.

TUT.BY – предоставляет возможность полнотекстового поиска в Интернет информации более трех десятков тематических разделов.

Среди новых проектов надо отметить также проект <http://www.pda.by>, который пришел из оффлайна. Участники создали один из самых больших онлайн-архивов информации и новостей на данную тематику в СНГ.

6. Белорусское авторское общество – организация по коллективному управлению имущественными авторскими правами, созданная государством для реализации и защиты авторских прав.

Задачами Белорусского авторского общества являются:

- Представительство законных интересов авторов, их правопреемников в государственных и общественных организациях.
- Содействие авторам, их правопреемникам в передаче прав на использование произведений науки, литературы и искусства на индивидуальной основе.

Коллективное управление осуществляется Белорусским авторским обществом в следующих сферах:

- публичное исполнение музыкальных, драматических и музыкально-драматических произведений;
- воспроизведение музыкальных произведений в форме записи, произведенной механическим способом (звукозапись, аудиовизуальная запись, электроакустические и электронные способы записи), в том числе и в личных целях (домашняя перезапись и иным образом);
- передача произведений в эфир и иное сообщение произведений для всеобщего сведения, в том числе по кабелю и иным образом;
- тиражирование произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства в промышленности;
- переиздание научных публикаций за рубежом.

Лекция 9

1. Субъекты и объекты информационного рынка. Определение и специфика информационного продукта.
2. Кооперация в производстве информационных товаров.
3. Основные требования к инфраструктуре информационного рынка.
4. Классификация информационных продуктов и услуг.
5. Цена на информационные товары.
6. Основные критерии информации как товара.

1. К субъектам информационного производства относятся организации, учреждения, предприятия (юридические лица), которые обладают определенным обособленным имуществом (средства связи и вычислительная техника), наделены определенными правами и обязанностями, несут гражданскую ответственность и вправе выступать в качестве истцов и ответчиков в суде, арбитраже или третейском суде.

Под объектом информационного производства понимается совокупность национальных и мировых информационных ресурсов, непосредственный продукт интеллектуальной деятельности наиболее

квалифицированной и творчески активной части трудоспособного населения страны.

Единого подхода к трактовке термина «информационный продукт» и «информационная услуга» до сих пор нет, так как специалисты по-разному толкуют понятия «информация», «документ», «информационные ресурсы», «информационные массивы».

Информационные продукты и услуги – продукт интеллектуальной обработки больших массивов информации и знаний, а с другой стороны – базовые знания для дальнейшего использования при изготовлении конкретного (материального) товара или запуска конкретного производственного процесса.

Информационный продукт – вещь или действие (продукт или услуга), которые их производитель предназначает для доставки определенных знаний получателю (потребителю) и которые способствуют пополнению знаний последнего, не требуя от него проведения каких-либо специальных, нетипичных познавательных действий.

Под информационными продуктами обычно понимают представленные в форме товара информационные ресурсы всех видов, программные продукты, базы и банки данных, другая информация.

В информационном производстве качественные показатели продукции имеют следующие характеристики:

1. Уникальности информации.
2. Генерирующий эффект (на основе одного продукта можно создать качественно иной информационный продукт).

Информационные службы создают два вида продукта: материальный (издания библиографического, методического, научного характера, базы данных, фонды, каталоги и т.д.) и нематериальный (информационная услуга).

Первый вид продукта создается в процессе сбора, аналитико-синтетической обработки информации, второй – в процессе информационного обслуживания.

В первом случае потребности пользователей удовлетворяются при наличии двух условий: если у пользователя возникнет потребность в продукте и если к нему будет обеспечен доступ в виде информационной услуги.

2. Кооперация в подготовке информационных продуктов и услуг имеет определенные преимущества:

1. С увеличением масштабов операций облегчается доступ на рынок.
2. Создаются возможности более рационального использования трудовых и материальных ресурсов.
3. Создаются условия применения более производительной техники и технологий.

При возникновении необходимости экономии ресурсов несколько небольших организаций объединяются в рамках единого информационно-хозяйственного объединения. Суть его в том, что централизуются работы по обеспечению операций и управлению.

Некоторые фирмы, которые ранее владели информационными системами, продают их тем фирмам, для которых информационная деятельность ближе по профилю их специализации.

Координация в формах подготовки родственных или связанных услуг (ориентирующихся на всестороннее обслуживание сферы бизнеса, науки, техники, медицины) в целях достижения непрерывности научно-технического и производственно-сбытового цикла на месте ранее существовавшей специализации также оправдывает себя.

Сохраняются услуги создания государством баз данных по тематике, не представляющей коммерческого интереса. В начале 1960-х годов международное разделение труда протекало в основном в форме предоставления услуг со стороны наиболее развитых стран менее развитым (в форме торгового и неторгового обмена). Таким образом, совместная подготовка информационным услуг выступила завершающим этапом.

3. Основные требования к инфраструктуре инфорынка заключаются в обеспечении единства и взаимосвязи всех его элементов, в возможности беспрепятственного и оперативного использования имеющихся информационных ресурсов в любой точке страны, в наличии конкурирующих звеньев в системе единого рынка.

Исходя из этого, действующая в стране ГСНТИ представляет собой благоприятную базу для развертывания информационного рынка. В ней представлены основные уровни административного деления, организационной и отраслевой системы народного хозяйства.

Растут научно-технические инженерные центры, деятельность которых носит информационный характер.

Значение для нормального функционирования рынка имеет конкуренция. Информацию по одной проблеме можно получить в нескольких органах НТИ. У каждого из них своя специфика. Конкуренция – главное средство против монополизма в информационной деятельности.

Необходимо наладить обучение всех категорий информационных работников, повысить информационную культуру специалистов и руководителей.

4. Существует две группы информационных продуктов по их предназначению в расширенном воспроизводстве общества:

1. Продукты для прямого потребления обществом с явной выгодой для производителя информационного продукта. К ним относятся

произведения искусства и литературы, научные труды, справочники, лекции, пропаганда и реклама.

2. Информационные продукты, которые производители скрывают от общества, опасаясь ущерба для себя (информация о технологиях производства, об объемах продаж и полученных доходах, об отрицательных свойствах продукции).

К основным видам типовых информационных услуг и продуктов российского информационного рынка относят:

- 1) информацию на машиночитаемых носителях;
- 2) информационные издания;
- 3) ИРИ и ретроспективный поиск информации;
- 4) предоставление доступа к базам данных в диалоговом режиме;
- 5) копии первоисточников на различных носителях.

5. Основой цены на информационные услуги является рыночная стоимость, складывающаяся с учетом затрат труда на их подготовку и потребительских свойств услуги, их полезности. Цена зависит от качества товара, его новизны, от конкурентоспособности на данном рынке.

При определении реальной цены необходимо сопоставить предполагаемую цену товара с ценами на аналогичные товары фирм-конкурентов. Для сравнения цен используются специальные сравнительные издания, каталоги, прейскуранты, публикации в журналах, газетах о ценах на товары, информация о скидках.

Результаты информационной деятельности предстают в форме информационных продуктов и услуг. В качестве результата информационной деятельности на рынке выступают не товары и услуги, а потребительские стоимости и полезный эффект труда. Некоторые потребительские стоимости могут выступать как товары и иметь стоимость. Труд в индустрии информации создает стоимость, но материальная форма полезного эффекта труда не может быть сама носителем стоимости. Стоимость полезного эффекта труда переносится как дополнительная стоимость на сам товар и труд. Различают товар и товарную форму.

Цены на услуги комплексного характера следует строить на договорной основе. Цена должна стимулировать повышение качества информационных продуктов и услуг, возможность полного удовлетворения спроса.

Цены на исходную информационную продукцию (изобретения, проекты) назначают сами ее владельцы. В большинстве случаев они завышены.

6. Информация имеет определенные характеристики, которые необходимо учитывать, рассматривая ее в качестве товара:

1. Она является продуктом человеческого труда, но не является объектом купли-продажи. Информация – категория нематериальная и продается она не сама, а только право на ее использование. Информация, смысл которой человек приписывает фактам, идеям, сведениям, представляется в знаковой форме и позволяет производить их передачу, обработку и интерпретацию.

2. Информация является дополнением и даже заменяет два других ресурса – материальный и энергетический.

3. Информация не расходуется при потреблении и не отчуждается от носителя информации при обмене или передаче. Информация сохраняет потребительские свойства неограниченное время.

4. Информация может быть использована много раз, ее можно размножить и одновременно использовать в разных местах для решения различных задач.

5. Информация может быть синтезирована на основе ряда данных, приведенных в различных источниках. Поиск данных сопровождается корректировкой содержания запроса.

6. Информация имеет разную ценность для разных потребителей, действующих в разных ситуациях и сферах жизни.

7. Информация служит базой научных исследований, основой изобретательской деятельности и научного творчества, включена в них, связывает все отдельные направления деятельности внутри организации. Она представляет собой средство информирования о товарах и их продвижении, воздействует на спрос потребителей, на сбыт товаров, выполняет роль прямой и обратной связи с другими организациями. Информация – средство образования и самообразования, а также переподготовки специалистов всех профессий.

Специфическими для информационного товара являются требования к его качеству. Это связано с тем, что информация дорогой и морально быстро устаревающий продукт. Критериями оценки его качества являются:

1) полное содержание содержания спросу (искомому решению) конкретного потребителя;

2) надежность (полнота, отсутствие «информационного шума», новизна, достоверность;

3) оперативность (своевременность предоставления);

4) соответствие формы товара (ясность, доступность, краткость изложения) потребительским возможностям покупателя.

Эти качества в основном и определяют успех товара в конкуренции на информационном рынке.

Лекция 10

1. Нормативно-правовая составляющая информационного рынка.
2. Информационная безопасность, система защиты информации.
3. Зарубежный опыт организации информационной безопасности.
4. Государственная программа информатизации Беларуси «Электронная Беларусь».

1. Право каждого свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным образом установлено особым законом (в Беларуси – Конституция, в США – Закон о свободе информации). Наряду с Конституцией и специальными законами общественные отношения в сфере информационной деятельности регулируются Гражданским кодексом, законами об авторском праве и смежных правах, а также отдельными правовыми актами, учитывающими специфику информационных услуг и продуктов в качестве объектов правового регулирования. В развитых странах не существует практически никаких ограничений правового характера на передачу открытой информации в любой форме и на любом носителе. Нет и правовых проблем доступа к зарубежной информации.

В настоящее время вопросы авторских прав в связи с использованием баз данных иногда уточняются и развиваются в специальных законах. В соответствии с этими законами авторское право распространяется на авторское право в полном объеме. Не имеет значения, считается ли база данных выпущенной в свет и каково ее качество. Правовая охрана распространяется как на базы данных с оригинальной информацией, так и на базы данных, представляющие собой результат творческого труда по подбору и организации данных.

Права всех, кроме автора, участников процесса создания базы данных, выполняющих технологические и вспомогательные функции, права пользователей и покупателей баз данных и информационных услуг и продуктов, подготовленных на ее основе, определяются на базе договорных отношений. Договорное право регулируется Гражданским кодексом.

2. В Законе Российской Федерации «Об участии в международном информационном обмене» говорится: «информационная безопасность» – это состояние защищенности информационной среды общества, обеспечивающее ее формирование, использование и развитие в интересах граждан, организации, государств. Целями защиты информации являются:

- 1) предотвращение разглашения, утечки и несанкционированного доступа к охраняемым сведениям;

2) предотвращение противоправных действий по уничтожению, модификации, искажению, копированию, блокированию информации;

3) предотвращение других форм незаконного вмешательства в информационные ресурсы и информационные системы;

4) обеспечение правового режима документированной информации как объекта собственности;

5) защита конституционных прав граждан на сохранение личной тайны и конфиденциальности персональных данных, имеющих в информационных системах;

6) сохранение государственной тайны, конфиденциальности документированной информации в соответствии с законодательством;

7) обеспечение прав субъектов в информационных процессах и при разработке, производстве и применении информационных систем, технологий и средств их обеспечения.

Обеспечение безопасности информации не должно быть односторонним актом. Безопасность информации может быть обеспечена лишь при комплексном использовании всего арсенала имеющихся средств защиты во всех элементах производственной системы и на всех этапах обработки информации. Наиболее эффективно, когда все используемые методы и меры действуют как единый целый механизм – система защиты информации (СЗИ).

СЗИ не способна обеспечить безопасность информации без подготовки пользователей и соблюдения ими всех установленных правил ее защиты.

Система защиты информации – совокупность специальных органов, средств, методов и мероприятий, обеспечивающих защиту информации от внутренних и внешних угроз.

Конфиденциальная информация (информация ограниченного доступа), информация, распространение которой возможно в условиях конфиденциальности и секретности, подразделяется на:

1) документированная информация о государственной и служебной тайне (в порядке защиты интересов государства);

2) документированная информация, содержащая сведения о ноу-хау (в порядке защиты секретов производства и науки);

3) персональные данные (в порядке защиты личной тайны).

Система защиты конфиденциальной информации должна отвечать требованиям надежности, оперативности и экономической целесообразности.

3. В последнее время вопросам защиты информационной безопасности уделяется все большее внимание. С развитием систем обработки данных возрастает значение непреднамеренных (ошибки в

управлении) и преднамеренных (несанкционированное получение и манипуляция данными) угроз.

Особую остроту данная проблема приобретает по отношению к коммерческим информационным системам, так как информация превращается в товар, который обменивается и продается. Кроме того, несанкционированный доступ приводит к раскрытию и возможному удалению содержания информации, что нарушает ее целостность и становится причиной утаивания полученной информации.

Указом Президента Российской Федерации в 1992 году создана Государственная техническая комиссия при Президенте Российской Федерации (Гостехкомиссия России), которая проводит единую техническую политику и координирует работы в области защиты информации. В ее функции входит обеспечение государственной защиты информации от промышленного шпионажа, от технических разведок иностранных государств, противодействие ее утечке по техническим каналам на территории Российской Федерации.

В 1990-е годы приняты законы Российской Федерации «О государственной тайне», «Об информации, информатизации и защите информации», «Об участии в международном информационном обмене», разработана концепция информационной безопасности страны, создана государственная система защиты информации, организованы региональные и отраслевые центры, обеспечивающие проведение лицензионной деятельности в сфере защиты информации.

В России существует Федеральное агентство правительственной связи и информации при Президенте РФ (ФАПСИ). ФАПСИ создана информационно-телекоммуникационная система специального назначения в интересах органов государственной власти – система ситуационных центров, предназначенных для использования в военное время и при чрезвычайных ситуациях.

Действует защищенная сеть передачи данных «Атлас». Она обеспечивает передачу документов между административными центрами субъектов РФ.

В высших государственных органах установлены технические средства, обеспечивающие обмен закрытыми данными, решены технические вопросы обеспечения взаимодействия этой сети с другими сетями («Инфотел», «Роснет», «Редком»). Также в России существует «Ассоциация защиты информации».

4. В Беларуси начата реализация проектов по созданию сетевой инфраструктуры государственных органов в целях обеспечения автоматизированного информационного взаимодействия между ними на базе формирования единого национального информационного ресурса. Определен перечень информационных ресурсов, имеющих основ-

ное значение, осуществляется их государственная регистрация. Выполняются научно-исследовательские работы по созданию передовых информационных технологий и программного обеспечения, защиты информации в рамках соответствующих государственных научно-технических программ.

В 2000 году была сделана попытка разработки программы развития информатизации в Беларуси, но Совет Министров не утвердил необходимые положения по причине недостаточной целенаправленности и комплексности.

Государственная программа информатизации Республики Беларусь 2003–2005 годов и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» разработана во исполнение поручения Президента Республики Беларусь № 09/540-20 коллективом специалистов различных организаций и учреждений под руководством Национальной академии наук. Она имеет межотраслевой характер, базируется на основных положениях концепции государственной политики в области информации. Учитывался опыт других государств. Основная цель программы – формирование в республике единого информационного пространства как одного из этапов перехода к информационному обществу и обеспечивающего создание условий для повышения эффективности функционирования экономики, государственного и местного управления, обеспечения прав на свободный поиск, передачу, распространение информации о состоянии экономического, социального развития общества.

Это должно быть обеспечено за счет создания общегосударственной информационной системы, предназначенной для сбора, обработки и накопления информации об основных элементарных социально-экономических и политических процессах в обществе и формировании национального информационного ресурса.

Программа должна обеспечивать информационную безопасность Республики Беларусь, создание и масштабную пропаганду информационной культуры личности. В программе определены основные направления информатизации:

1. Создание общегосударственной автоматизированной информационной системы.
2. Развитие телекоммуникационной инфраструктуры и создание пунктов доступа к открытым информационным системам.
3. Развитие и совершенствование информационно-компьютерных технологий и формирование экспортно-ориентированных отраслей индустрии информационных технологий.
4. Совершенствование законодательной базы и системы государственного регулирования в сфере информатизации.
5. Совершенствование деятельности государственных органов на основе использования информационно-компьютерных технологий.

6. Развитие процессов информатизации в секторах реальной экономики, в том числе создание системы электронной торговли и логистики.

7. Развитие системы подготовки и переподготовки специалистов по информационно-компьютерного профиля и квалифицированных пользователей.

8. Содействие развитию культуры и СМИ через внедрение информационно-компьютерных технологий.

9. Совершенствование системы информационной безопасности республики с учетом концепции национальной безопасности.

Программа предполагает поэтапную реализацию:

1 этап (2003 г.) – анализ нормативно-правовой базы, анализ эффективности расходования средств бюджета на информацию, проведение полного учета государственных информационных ресурсов, анализ зарубежного опыта реализации подобных программ.

2 этап (2004–2005) – реализация проектов, обеспечивающих взаимодействие между автоматизированными информационными сетями государственных органов, создание основы единой информационной инфраструктуры для государственных органов, формирование единого национального информационного ресурса, являющихся предпосылками для создания «Электронного правительства».

3 этап (2006–2010) – завершение работ по созданию общегосударственной автоматизированной информационной системы, формирование единой информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, внедрение системы электронной торговли для государственных нужд на республиканском уровне, стандартизация электронного документооборота и систем обеспечения национальной безопасности.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ (для заочной формы обучения)

Тема 1. Субъекты и объекты информационного рынка

1. Классификации субъектов информационного рынка, их характеристика.
2. Объекты информационного рынка.
3. Информация как товар. Информационный продукт. Информационная услуга.
4. Классификации информационных продуктов и услуг.
5. Информационные продукты, являющиеся результатом документального, библиографического, фактографического обслуживания. Стоимость информационной продукции и пути ее определения.

Основные понятия и названия: информационный продукт, информационная услуга, информационное производство.

Литература основная:

1. Введение в информационный бизнес: учеб. пособие / О.В. Голосов [и др.]; под ред. В.П. Тихомирова и А.В. Хорошилова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
2. Дрешер, Ю.Н. Организация информационного производства: учеб. пособие / Ю.Н. Дрешер. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 248 с.
3. Мелюхин, И.С. Информационная индустрия: конвергенция технологий и слияние компаний [Текст] / И.С. Мелюхин // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 5. – С. 28–32.
4. Рынок информационных продуктов и услуг. Информационный бизнес // В.В. Годин. Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев; Гос. ун-т управления, Нац. фонд подготовки кадров. – М.: ИНФРА-М, 1999. – С. 39–42.
5. Рынок информационных услуг и продуктов. – М.: МК-Периодика, 2002. – 549 с.

Литература дополнительная:

1. Брежнева, В.В. Современные информационные продукты и услуги: попытка классификации и анализа тенденций развития / В.В. Брежнева, В.А. Минкина // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 26–29.
2. Родионов, И. Информационный рынок за последнее десятилетие в мире и в России / И. Родионов // Информационные ресурсы России. – 2002. – № 1–2. – С. 5–7.

Рассматривая первый вопрос, необходимо обратить внимание на различные подходы к классификации субъектов информационного рынка, раскрыть основные подходы и предпосылки их возникновения. Еще раз следует осветить понятие «субъект информационного рынка» и характеристики, на основе которых строится классификация.

Базой для ответа на второй вопрос является понятие «объект информационного рынка». Отвечающие должны четко представлять круг всех объектов инфорынка и уметь преподнести основную информацию по каждому из них.

При ответах, касающихся информационных продуктов и услуг, необходимо дать определения этим понятиям, определить разницу между ними. Характеризуя информацию как товар и раскрывая основные критерии ее качества как товара, целесообразно будет проанализировать приведенную литературу по теме семинара, а также материал лекций для сравнения и вычленения основных характеристик.

Тема 2. Информационный рынок Республики Беларусь

1. Информационный рынок РБ: общая характеристика.
2. Секторы инфорынка РБ: деловой информации; информации для специалистов; массовой потребительской информации; социально-политической информации. Органы информации, которые функционируют на территории РБ. Государственные органы информации (республиканский, региональный, низовой уровень). Коммерческие органы информации.
3. Государственная программа информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 гг. и на перспективу до 2010 г. «Электронная Беларусь».
4. Правовые основы функционирования информационного рынка РБ.
5. Услуги библиотек, закрепленные законом «Аб бібліятэчнай справе Рэспублікі Беларусь».

Основные понятия и названия: сектор информационного рынка, информатизация, информационная безопасность, деловая информация, массовая информация, социально-политическая информация.

Литература основная:

1. Зубков, А.С. Рынок информационных товаров [Текст]: учеб. пособие / А.С. Зубков. – Могилев: ИМИ, 1993. – 69 с.
2. Еремин, В.Н. Становление рынка информации и его структура [Текст] / В.Н. Еремин // Личность. Культура. Общество: междисциплинарный научно-практический журнал социальных и гумани-

тарных наук / РАН, НАН Беларуси. – М., 2003. – Том V. – Вып. 1–2 (15–16). – С. 264–279.

3. Кашинский, Ю.И. Концепция государственной политики в области информатизации – правовая основа построения информационного общества в Республике Беларусь [Текст] / Ю.И. Кашинский // НТИ. – Сер. 1. – 2000. – № 4. – С. 29–32.
4. Шехурин, Д.Е. Некоторые вопросы создания единого информационного рынка [Текст] / Д.Е. Шехурин // НТИ. – Сер. 1. – 1991. – № 2. – С. 12–19.

Литература дополнительная:

1. Аб бібліятэчнай справе ў Рэспублікі Беларусь: Закон Рэспублікі Беларусь ад 22 сакавіка 1995 г. № 3680-XII (у рэд. Закона РБ ад 11.11.2002 № 147-3) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2002. – № 128. – С. 21–29.
2. Брежнева, В.В. Современные информационные продукты и услуги: попытка классификации и анализа тенденций развития [Текст] / В.В. Брежнева, В.А. Минкина // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 26–29.
3. Сулова, М.И. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга [Текст]: учебно-методическое пособие для вузов, колледжей культуры и искусств / М.И. Сулова. – М.: ИПО Профиздат, 2003. – 160 с.
4. Яцевич, Н.А. Информатизация в библиотеках Беларуси: состояние и проблемы [Текст] / Н.А. Яцевич // Бібліятэчны свет. – 1999. – № 2. – С. 21–24.

Рассматривая вопросы, касающиеся секторов информационного рынка, необходимо осветить различные подходы, отражая как качественные, так и количественные отличия. Важным является акцентирование на особенностях информационного рынка Республики Беларусь.

При анализе программы «Электронная Беларусь» особо важным является раскрытие ее поэтапной структуры с параллельным освещением каждого из этапов. В задачу студентов входит анализ запланированных мероприятий в сравнении с теми фактами и результатами, которые достигнуты к данному моменту.

Обязательным условием работы на семинаре является непосредственный визуальный анализ закона Республики Беларусь «Аб бібліятэчнай справе Рэспублікі Беларусь».

ТЕМЫ КОНТРОЛИРУЕМЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

Тема 1. Информационная деятельность

1. Понятие информационной деятельности.
2. Цель и структура информационной деятельности.
3. Зарождение и развитие информационной деятельности и формирование инфорынка

Литература основная:

1. Арский, Ю.М. Информационное пространство новых независимых государств [Текст] / Ю.М. Арский [и др.]; Всерос. ин-т научн. и техн. информации РАН. – М.: ВИНТИ, 2000. – 200 с.
2. Введение в информационный бизнес [Текст]: учеб. пособие / О.В. Голосов [и др.]; под ред. В.П. Тихомирова и А.В. Хорошилова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
3. Мелюхин, И.С. Информационная индустрия: конвергенция технологий и слияние компаний [Текст] / И.С. Мелюхин // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 5. – С. 28–32.
4. Рынок информационных продуктов и услуг. Информационный бизнес [Текст] // В.В. Годин. Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев; Гос. ун-т управления, Нац. фонд подготовки кадров. – М.: «ИНФРА-М», 1999. – С. 39–42.

Литература дополнительная:

1. Брежнева, В.В. Современные информационные продукты и услуги: попытка классификации и анализа тенденций развития [Текст] / В.В. Брежнева, В.А. Минкина // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 26–29.

Тема 2. Основные участники информационного рынка

1. Издатели баз данных.
2. Операторы баз данных.
3. Информационные брокеры и Интернет.
4. Библиотеки и информационные отделы.
5. Потребители информационных услуг.

Литература основная:

1. Антопольский, А.Б. Сертификация баз данных и рынок электронной продукции [Текст] / А.Б. Антопольский, К.В. Выгурский // НТИ. – Сер. 1. – 1993. – № 12. – С. 1–4.
2. Родионов, И.И. Рынок информационных услуг и продуктов [Текст] / И.И. Родионов, Р.С. Гиляревский, В.А. Цветкова, Г.З. Залаев. – М.: МК-Периодика, 2002. – 549 с.
3. Хорошилов, А.В. Мировые информационные ресурсы [Текст] / А.В. Хорошилов, С.Н. Селетков. – СПб.: Питер, 2004. – 176 с. – (Сер. «Учебное пособие»). – 176 с.
4. Черешкин, Д. Создание электронной торговли России [Текст] / Д. Черешкин, Г. Смолян // Информационные ресурсы России. – 2003. – № 4. – С. 19–21.

Литература дополнительная:

1. Родионов, И. Информационный рынок за последнее десятилетие в мире и в России [Текст] / И. Родионов // Информационные ресурсы России. – 2002. – № 1–2. – С. 5–7.
2. Самыкина, А.В. Интернет как социокультурный феномен (некоторые аспекты проблемы) [Текст] / А.В. Самыкина // Библиотекосведение. – 2002. – № 6. – С. 48–59.
3. Тутакова, И. Глобальная сеть и свобода выбора [Текст] / И. Тутакова // Библиотека. – 2001. – № 9. – С. 35–40.

Тема 3. Сектора информационного рынка, предоставляемая ими информация

1. Биржевая и финансовая информация на инфорынке.
2. Экономическая и демографическая информация на инфорынке.
3. Коммерческая информация и деловые новости на рынке.
4. Профессиональная информация на рынке.
5. Научно-техническая информация на рынке.
6. Доступ к первоисточникам на инфорынке.
7. Новости и литература на инфорынке.
8. Потребительская и развлекательная информация на инфорынке.

Литература основная:

1. Андреева, И.А. Проблемы инфраструктуры рынка информационно-телекоммуникационных продуктов и услуг [Текст] / И.А. Андреева // Информационные ресурсы России. – 1995. – № 6. – С. 10.
2. Арский, Ю.М. Информационное пространство новых независимых государств [Текст] / Ю.М. Арский [и др.]; Всерос. ин-т научн. и техн. информации РАН. – М.: ВИНТИ, 2000. – 200 с.

3. Введение в информационный бизнес [Текст]: учеб. пособие / О.В. Голосов [и др.]; под ред. В.П. Тихомирова и А.В. Хорошилова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
4. Еремин, В.Н. Становление рынка информации и его структура [Текст] / В.Н. Еремин // Личность. Культура. Общество: междисциплинарный научно-практический журнал социальных и гуманитарных наук / РАН, НАН Беларуси. – М., 2003. – Том V. – Вып. 1–2 (15–16). – С. 264–279.
5. Маркова, А.А. Органы научно-технической информации в Беларуси: организация и деятельность [Текст] / А.А. Маркова // Информационный бюллетень [РНТБ]. – 2003. – № 1. – С. 30–34.
6. Родионов, И.И. Рынок информационных услуг и продуктов [Текст] / И.И. Родионов, Р.С. Гиляревский, В.А. Цветкова, Г.З. Залаев. – М.: МК-Периодика, 2002. – 549 с.

Литература дополнительная:

1. Родионов, И. Информационный рынок за последнее десятилетие в мире и в России [Текст] / И. Родионов // Информационные ресурсы России. – 2002. – № 1–2. – С. 5–7.

Тема 4. Библиотеки в структуре информационного рынка

1. Библиотека как субъект инфорынка.
2. Продукты и услуги библиотек как объекты инфорынка.
3. Библиотеки как часть государственной системы научно-технической информации Республики Беларусь.

Литература основная:

1. Горшков, Ю.А. Политэкономическое видение библиотечных услуг [Текст] / Ю.А. Горшков // Библиотековедение. – 2000. – № 2. – С. 34–37.
2. Пилко, И.С. Основы библиотечной технологии [Текст]: учеб.-методич. пособие / И.С. Пилко. – М.: ИПО Профиздат, 2003. – 176 с.
3. Сулова, М.И. Библиотека в системе некоммерческого маркетинга [Текст]: учеб.-методич. пособие для вузов, колледжей культуры и искусств / М.И. Сулова. – М.: ИПО Профиздат, 2003. – 160 с.
4. Яцевич, Н.А. Информатизация в библиотеках Беларуси: состояние и проблемы [Текст] / Н.А. Яцевич // Библиотечный свет. – 1999. – № 2. – С. 21–24.

Литература дополнительная:

1. Маркова, А.А. Органы научно-технической информации в Беларуси: организация и деятельность [Текст] / А.А. Маркова // Информационный бюллетень [РНТБ]. – 2003. – № 1. – С. 30–34.

Тема 5. Информационный рынок в Беларуси

1. Информационные проекты Республики Беларусь.
2. Обеспечение доступа в Интернет в Беларуси.
3. Государственная регистрация информационных ресурсов.

Литература основная:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Текст], 7 декабря 1998 г., № 218-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2000. – № 69, 2/190.
2. Маркова, А.А. Органы научно-технической информации в Беларуси: организация и деятельность [Текст] / А.А. Маркова // Информационный бюллетень [РНТБ]. – 2003. – № 1. – С. 30–34.
3. О Государственной программе информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» [Текст]: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 27.12.2002 г., № 1819 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003 г. – № 3, 5/11734.
4. Об информатизации [Текст]: Закон Респ. Беларусь, 06.09.1995 г., № 3850-ХП // Ведомости Верховн. Совета Респ. Беларусь. – 1995. – № 33. – Ст. 428.

Литература дополнительная:

1. Яцевич, Н.А. Информатизация в библиотеках Беларуси: состояние и проблемы [Текст] / Н.А. Яцевич // Библиотэчны свет. – 1999. – № 2. – С. 21–24.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

4 курс, 7 семестр ИФ ОЗО
специальность 1-23 01 11-03 «Библиотековедение
и библиография (информационное обеспечение)»

1. Понятие рынка и информационной деятельности.
2. Цель и структура информационной деятельности.
3. Информация как объект информационной деятельности.
4. Зарождение и развитие информационной деятельности и формирование инфорынка.
5. Рынок информации, информационных услуг и продуктов.
6. Рынки электронных сделок.
7. Рынки электронной глобальной коммуникации и Интернет.
8. Издатели баз данных.
9. Основные участники информационного рынка.
10. Издатели и операторы баз данных.
11. Информационные брокеры и Интернет.
12. Библиотеки и информационные отделы.
13. Потребители информационных услуг.
14. Становление и развитие мирового информационного рынка.
15. Национальные межгосударственные и международные проекты.
16. Основные критерии информации как товара.
17. Субъекты и объекты информационного рынка.
18. Определение и специфика информационного продукта.
19. Кооперация в процессе производства информационного продукта.
20. Информационная безопасность, система защиты информации.
21. Зарубежный опыт организации информационной безопасности.
22. Нормативно-правовая составляющая инфорынка.
23. Библиотека как субъект инфорынка.
24. Основные требования к инфраструктуре инфорынка.
25. Классификация информационных продуктов и услуг.
26. Особенности информационных услуг.
27. Сектора информационного рынка.
28. Основные критерии информации как товара.

29. Авторское право.
30. Информационный рынок как социально-экономическое явление.
31. Информационная индустрия как условие формирования инфорынка.
32. Информационный рынок и информационное общество.
33. Информационные услуги как результат информационной деятельности.
34. Продукты и услуги библиотек как объекты инфорынка. Их определения.
35. Отрасли информационной индустрии, ее роль в развитии экономики.
36. Государственная система научно-технической информации Республики Беларусь.
37. Интернет как один из важнейших секторов мирового информационного рынка.
38. Информационные проекты Республики Беларусь.
39. Обеспечение доступа в Интернет в Беларуси.
40. Государственная регистрация информационных ресурсов.
41. Белорусское авторское общество.
42. Информационная революция 1960-х гг.
43. Информационная революция 1990-х гг. Интернет.
44. Информационный рынок как учебная дисциплина. Предмет, цель, задачи курса.
45. Биржевая и финансовая информация на инфорынке.
46. Экономическая и демографическая информация на инфорынке.
47. Коммерческая информация и деловые новости на рынке.
48. Профессиональная информация на рынке.
49. Научно-техническая информация на рынке.
50. Доступ к первоисточникам на инфорынке.
51. Новости и литература на инфорынке.
52. Потребительская и развлекательная информация на инфорынке.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

1. Авторское право не распространяется на:
 - А. Идеи.
 - Б. Литературные произведения.
 - В. Хореографические произведения.

2. К объектам авторского права относятся:
 - А. Статьи.
 - Б. Монографии.
 - В. Концепции.
 - Г. Официальные документы.

3. Субъектом авторского права является:
 - А. Документ.
 - Б. Автор.
 - В. Информационное учреждение.

4. В современный информационный рынок включены три взаимодействующих области:
 - А. Информация.
 - Б. Информационные учреждения.
 - В. Электронные сделки.
 - Г. Электронные коммуникации.
 - Д. Электронные документы.

5. Сектор деловой информации в РБ наиболее полно обеспечивает:
 - А. НББ.
 - Б. БелСХБ.
 - В. Президентская библиотека.
 - Г. Сеть публичных библиотек.

6. Сектор информации для специалистов обеспечивается:
 - А. Публичными библиотеками.
 - Б. Специальными библиотеками.
 - В. Личными библиотеками.

7. Отдельные документы и отдельные массивы документов в информационных системах представляют собой:
 - А. Информационные ресурсы.
 - Б. Информационные продукты.
 - В. Информационные услуги.

8. Сектор деловой информации включает в себя:
- А. Биржевую информацию.
 - Б. Финансовую информацию.
 - В. Профессиональную информацию.
 - Г. Статистическую информацию.
 - Д. Коммерческую информацию.
 - Е. Потребительскую информацию.
9. Сектор информации для специалистов не включает:
- А. Профессиональную информацию.
 - Б. Статистическую информацию.
 - В. Научно-техническую информацию.
 - Г. Доступ к первоисточникам.
10. Информация рассматривается как некая последовательность символов, несущая смысловую нагрузку в:
- А. Научной интерпретации.
 - Б. Абстрактной интерпретации.
 - В. Конкретной интерпретации.
11. Концепция информации, основанная на логико-семантическом подходе, принадлежит:
- А. Шеннону.
 - Б. Глушкову.
 - В. Афанасьеву.
12. Полезность, релевантность, полнота, актуальность и доступность информации относятся к ее:
- А. Функциям.
 - Б. Свойствам.
 - В. Качествам.
13. Неосвязаемость, невозможность хранения являются свойствами:
- А. Информационного продукта.
 - Б. Информационной услуги.
 - В. Информационного рынка.
14. Подразделение инфоуслуг на документальные, библиографические, фактографические и аналитические производится на основе:
- А. Режима обслуживания.
 - Б. Характера предоставляемой информации.
 - В. Способа передачи информации.
 - Г. Вида носителя.

15. Первый этап формирования информационного рынка связывают с:

- А. Появлением первых коммерческих вычислительных машин.
- Б. Изменениями в экономике развитых капиталистических стран.
- В. С развитием информационных технологий.

16. К особенностям функционирования инфорынка не относятся:

- А. Нормативно-правовые.
- Б. Технологические.
- В. Физические.
- Г. Организационные.

17. Фасетную схему классификации информационных продуктов и услуг разработали:

- А. Родионов и Столяров.
- Б. Брежнева и Минкина.
- В. Рокицкая и Дрешер.

18. Отрасль промышленности, обеспечивающая создание и сбыт разнообразной информационной продукции, называется:

- А. Информационный рынок.
- Б. Информационная индустрия.
- В. Информационное производство.

19. Основным документом, защищающим авторское право в РФ, является:

- А. «Об авторском праве».
- Б. «Об авторском праве и смежных правах».
- В. «Об условиях функционирования информационного рынка в РФ».

20. Для защиты нарушенных авторских прав в суд могут обращаться:

- А. Авторы, патентообладатели.
- Б. Наследники и правопреемники.
- В. Любые лица, которым передано по договору имущественное право.

ДЕЛОВАЯ ИГРА

СУД

Тема «Судебное разбирательство, касающееся служебного подлога при работе с информацией».

Цель: научиться работать с фактографическими данными, использовать их с разных позиций, учитывая специфику выводов, которые можно сделать, сравнивая различные источники документированной информации.

Задачи: на основе базовой газетной статьи организовать судебное разбирательство (все имена и названия населенных пунктов должны быть изменены), работая по следующей схеме:

1. Ознакомиться с содержанием вопроса, по которому возбуждено уголовное дело.
2. Ознакомиться с сопутствующей документацией.
3. Ознакомиться с протоколами допросов свидетелей.
4. Разработать линию государственного обвинения.
5. Разработать линию защиты.
6. Используя соответствующую литературу вынести предварительное заключение суда.

Литература:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Текст], 7 декабря 1998 г., № 218-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2000. – № 69, 2/190.
2. О Государственной программе информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» [Текст]: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 27.12.2002 г., № 1819 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003 г. – № 3, 5/11734.
3. Об информатизации [Текст]: Закон Респ. Беларусь, 06.09.1995 г., № 3850-ХП // Ведомости Верховн. Совета Респ. Беларусь. – 1995. – № 33. – Ст. 428.

Пример базовой статьи:

Мурашкина, Р. Сельского библиотекаря осудили на полгода за мертвые души / Р. Мурашкина, П. Куницкий // Комсомольская правда. – 2004. – 23 мая. – С. 23.

«Чтобы уличить “злоумышленницу” в страшном грехе, Пинский ОБЭП работал над делом почти месяц. Оперативники проверяли картотеку, сверяли формуляры, допросили тридцать свидетелей. Судья

дело просмотрел, удивился и... приговорил библиотекаря к лишению свободы на полгода с отсрочкой приговора на год.

Деревня Чамля считается самой отдаленной деревней в Пинском районе Брестской области. Местных жителей тут с трудом наберется под 180 человек. С развлечениями, понятное дело, у народа негусто. Да и в библиотеку люди ходят не часто. “Народ пожилой, кому глаза болят, кому еще что. А те, кто еще силен и здоров, за день так напашутся, что читать не остается времени”, – рассказали нам в местном клубе.

“Вот так я и работала, – обреченно начала свой рассказ “уголовный элемент” (еще месяц назад обычная “библиотекарша”) Таня. – Правда, собиралась увольняться. Люди в библиотеку не идут, а у нас планы какие-то ненормальные. Только представьте: с меня требовали, чтобы из нашей деревни в библиотеку не меньше 130 человек в год ходило. Чтобы было 800 посещений. Чтобы книг я выдавала как минимум две тысячи в год. Ой, прям смешно! У меня их всего в библиотеке было две тысячи триста. И почти все старые, много 50-х годов”.

ДОСЛОВНО ИЗ ЗАЛА СУДА:

Словилович Тамара (заведующая отделом библиотечного маркетинга Пинской районной центральной библиотечной системы):

«Из сельских библиотек в районную библиотечную систему поступают годовые отчеты формы № 6 НК, на основании которых обобщается работа библиотечной системы района. Снижение показателей в работе по сравнению с предыдущим годом расценивается как упущение в работе, что может отразиться на выплате премий и доплат за сложность и напряженность в работе. А также может повлечь дисциплинарную ответственность».

– Да, я приписывала себе этих несуществующих читателей. А что было делать? План есть план. Муж мне сразу сказал: уходи и все. Но я думаю: ладно, куда меня возьмут? Пришлось заполнить формуляр на нескольких человек из других районов. Получилось, что у меня 130 читателей. Однажды в библиотеку приехал ОБЭП и принялся проверять формуляры: “Говори, заполняла читательские билеты, чтобы план подогнуть?”. Я и кивнула головой. Призналась во всем сразу. Да что признаваться. Так делают все библиотекари в маленьких районах, чтобы не остаться без работы. Не понимаю только, зачем было делать столько шума на деревню, будто совершила преступление века. Да, плохо поступила. Они, небось, и не знают, что такое “подбить” план, который ни для кого ничего не решает. И все только, чтобы тебе не всучили выговор!

ДОСЛОВНО ИЗ УСТ РУКОВОДСТВА:

Начальник Пинского РОВД Михаил Сергеевич:

– Работа сотрудников ОБЭП конкретно не лимитируется. Но определенные планы по раскрытию преступлений есть. Скажу так: мы

ориентируемся на прошлый год. Надо, чтобы преступлений было раскрыто не меньше, чем в прошлом году.

Сотрудники ОБЭПа обнаружили в сельской избе-читальне деревни Чамли аж 134 читательские карточки. Как выяснилось позже, настоящих читателей было всего пятьдесят шесть. Сомнений в том, что библиотекарь Татьяна пошла на служебный подлог, руководствуясь корыстными целями, у специалистов отдела по борьбе с экономической преступностью не возникало. За перевыполнение плана чамленской “библиотекарше” полагались премиальные! Исходя из численности населения зарплата местного библиотекаря составляла 0,25 ставки и равнялась 20 тысячам рублей. Выходит, речь шла о “серьезных” деньгах. “Да, мне как-то пару раз начисляли премию. Кажется, тысячу рублей или две, точно не помню”, – не скрывает Татьяна.

ДОСЛОВНО ИЗ УСТ СУДЬИ:

Павловец Фома Иванович:

– Мне кажется, ОБЭП этим делом наделал больше вреда государству, чем принес пользу. Все мы, работники сферы правосудия и порядка, живем на деньги налогоплательщиков и должны делать работу не для галочки. Они ведь столько рабочего времени потратили, бумагу перевели, во время опроса местных жителей от работы оторвали. Некоторым из них пришлось ехать на допрос в Пинск. А это деньги (на дорогу от Чамли до Пинска уходит почти четыре тысячи рублей. – Прим. авт.). А толку? Эту девушку осудили по статье 427 Уголовного кодекса РБ. Ее признали виновной в служебном подлоге. Как это ужасно ни звучит, но полгода условного срока – это самое гуманное в ее случае наказание. Если бы я присудил ей штраф (около 50 базовых величин), она бы не рассчиталась с государством до конца жизни.

P.S. Сейчас в суде находится еще одно аналогичное дело, а в кабинетах у сотрудников ОБЭП изучаются формуляры еще 38 библиотек. Как минимум 40 библиотекарей с трепетом ожидают результатов проверки.

ЗАДАЧКА “КП”

Подсчитай, кому этот случай обошелся дороже: государству или библиотекарю?

Дело “О сельском библиотекаре” завели 20 марта. В суд бумаги были направлены 10 апреля. То есть предварительное расследование длилось около месяца. В расследовании были задействованы два сотрудника межрайонного ОБЭП. Они опросили 29 свидетелей, каждого пришлось отрывать от работы в будний день. Некоторых опрашивали в Пинске. Сельчанам пришлось ехать в город за свой счет.

Кроме этого, в суде дело “переросло” в 186 листов бумаги формата А4. В день заседания в зале суда была задействована работа судьи, прокурора, секретаря (с печатной машинкой!). После вынесения

приговора секретарь должна была снять копии документов и разослать их в прокуратуру и обвиняемой. Для этого использовались почтовые конверты и марки.

Допустим, библиотекарь незаконно получала премиальные в течение года по одной тысяче рублей в месяц. Получаем 12 тысяч рублей ущерба».

Раиса МУРАШКИНА
Павел КУНИЦКИЙ

Примерный сценарий судебного заседания

Секретарь судебного заседания: Встать, суд идет!

Судья: Слушается уголовное дело 12/080 по обвинению Рачинского Юрия Алексеевича, 1982 г. рождения, в служебном подлоге.

Секретарь судебного заседания: В суд вызваны и присутствуют в зале судебного заседания свидетели (фамилии, имена, отчества).

Судья: Прошу свидетелей удалиться из зала судебного заседания. Объявляется состав суда (фамилии, имена, отчества):

председательствующий ...,
государственный обвинитель ...,
защитник ...,
секретарь судебного заседания ...
специалист... .

Председательствующий: Обвиняемый, представьтесь, пожалуйста, суду.

Обвиняемый: [говорит краткие биографические данные].

Председательствующий: Обвиняемый, вы имеете право... [перечисляет главнейшие права, указанные в ст. 43 УПК] (раскрыть, ознакомившись с соответствующей документацией).

Начинаем судебное разбирательство.

Председательствующий: Государственный обвинитель, огласите государственное обвинение.

Председательствующий:

- Обвиняемый, понятно ли вам обвинительное заключение?
- Признаете ли Вы себя виновным?
- Оказывалось ли на Вас давление во время предварительного следствия?
- Скажите, обвиняемый, какую личную выгоду вы преследовали, когда совершали служебный подлог?

Председательствующий: суд приступает к опросу свидетелей по делу.

[Каждого свидетеля вызывает судебный секретарь, он берет с свидетеля расписку о том, что он предупрежден об ответственности за

дачу ложных показаний, о праве не давать показания против семьи и близких родственников]».

Первыми опрашиваются свидетели обвинения, далее – свидетели защиты.

Любое заявление любого участника процесса будет более убедительным, если подтвердится документально либо показаниями других свидетелей.

Линия государственного обвинения

Обвинение привлекло в свидетели директора ЦБС, инспектора отдела культуры, жителя соседней деревни, записанного в библиотеку, но не бравшего ни одной книги.

Директор ЦБС в своих показаниях положительно характеризует обвиняемого в период его работы в Центральной библиотеке. Отмечается, что обвиняемый перешел в сельскую библиотеку-филиал из-за возможности получать неплохую зарплату.

Судья в качестве доказательства может приобщить к делу выписку из приказа директора ЦБС о доведении плановых показателей, а также выписку из приказа о премировании обвиняемого по итогам года за перевыполнение производственных показателей в размере ... белорусских рублей.

Инспектор районного отдела культуры рассказывает о том, как она производила проверку библиотеки-филиала. В момент проверки обвиняемый находился в состоянии легкого алкогольного опьянения. Инспектор попыталась закрыть библиотеку и опечатать ее, но этому помешали библиотекарь и житель соседней деревни.

В подтверждении этого предъявляется справка: «...проходил обследования 11 января 2005 г. на наличие алкоголя. Обследования показало содержание алкоголя 0,8 промилле в крови».

Инспектор отмечает плохое состояние библиотечного фонда, плохое санитарное состояние помещения библиотеки. В то же время свидетель делает заявление о том, что выполнить плановые показатели на основе фонда, в котором преобладают книги 1950–1960-х гг., представляется весьма сомнительным.

Сказанное инспектором подтверждает заведующий клубом.

Государственное обвинение делает заявление о том, что следствием была установлена личность жителя соседней деревни, и он готов дать показания.

Житель соседней деревни, не отрицая факт распития спиртных напитков с библиотекарем, отрицает факт, заявленный обвиняемым, того, что свидетель был записан в библиотеку. Суду представляется читательский формуляр, якобы удостоверенный свидетелем. На вопрос суда, достоверна ли подпись, свидетель говорит, что нет.

Линия защиты:

Защита привлекла в свидетели заведующего отделом маркетинга, практикантку и пенсионерку – жительницу деревни, где находится библиотека.

1. В своих показаниях **заведующая отделом маркетинга** положительно характеризует обвиняемого как по месту его прошлой работы, так и по месту теперешней. Она отмечает тяжелое материальное и моральное состояние обвиняемого, у которого на иждивении находятся два сводных брата, один из которых инвалид, и мать. Свидетельница отмечает, что взяла своеобразное шефство над обвиняемым и что часто посещала библиотеку-филиал. В противовес показаниям инспектора отдела культуры отмечает довольно неплохое состояние библиотеки.

2. ЗАЩИТА ДЕЛАЕТ ГЛАВНУЮ СТАВКУ В РАССМАТРИВАЕМОМ ДЕЛЕ НА СВИДЕТЕЛЬНИЦУ – ПРАКТИКАНТКУ, которая проходила практику у обвиняемого и случайно забыла в общей стопке формуляров те, которые специально делала по программе практики.

Важно документировать возраст практикантки. Ведь ответственность за служебный подлог наступает с 16 лет, а в момент заполнения формуляров она временно приобрела статус, приравненный к должностному лицу. Если ей не было 16 лет, то она освобождается от ответственности. Второй момент, важно узнать, заполняла ли она формуляры на реальных читателей или это были выдуманные.

3. Защита делает также ставку на то, что обвиняемый участвовал в специальной программе по работе с престарелыми людьми. Он еженедельно делал чтения книг по радио. Программа имела огромный успех. А затем в клубе со слушателями обсуждал данные произведения. И за это как бы читатели расписывались заочно о том, что они прочитали книги.

ОБВИНЕНИЕ ДЕЛАЕТ СТАВКУ НА ТО, ЧТО ПРАВОВЫХ ОСНОВ ДЛЯ ТАКИХ ФОРМ ОБСЛУЖИВАНИЯ НЕТ.

Защита может предъявить контрдокумент следующего содержания (формы справок приведены ниже).

Обязательно задокументировать и тот факт, что по почте пришло письмо с положительными отзывами о передаче, которую вел обвиняемый.

Председательствующий: начинаем судебные прения.

[Выступления государственного обвинителя и защитника обвиняемого. Защитник в своем выступлении делает акцент на незначительную выгоду, которую получил обвиняемый. Выступление государственного обвинителя в судебных прениях не обязательно, обычно этого не происходит, тем не менее он имеет на это право, если что-то

изменилось в вопросах квалификации дела, появились новые свидетели обвинения и т.д.].

Председательствующий: Обвиняемый Рачинский, суд предоставляет Вам последнее слово.

[Последнее слово обвиняемого].

Судебный исполнитель: Суд удаляется на совещание.

Пример обвинительного заключения по уголовному делу

ОБВИНИТЕЛЬНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ПО УГОЛОВНОМУ ДЕЛУ № 12/080

Настоящее уголовное дело возбуждено следственным отделом Клинского РОВД Энской области 15 августа 2005 г.

Поводом для возбуждения данного уголовного дела послужили материалы проверки межрайонного отдела по борьбе с экономическими преступлениями.

Предварительным следствием было установлено, что:

До библиотеки-филиала, в которой работает обвиняемый, были доведены следующие плановые показатели по обслуживанию населения: читателей – 130 человек в год, посещений – 800, книговыдача – 2000.

В 2004 г. обвиняемый Рачинский Ю.А. сознательно

– заводил читательские формуляры на читателей, не проживающих в зоне обслуживания Старосельской библиотеки-филиала;

– вносил в читательские формуляры сведения о документах, которые читатели никогда не брали;

– показатели работы, искаженные таким образом, переносились в картотеку читателей, дневник работы библиотеки, отчеты и форму государственной статистической отчетности 6НК. Таким образом, Рачинский перевыполнил доведенный до него плановый показатель по обслуживанию читателей на 20 единиц и систематически получал надбавки за сложность и напряженность труда и премии. По итогам года за перевыполнение плановых показателей обвиняемый получил премию в размере 50 тыс. рублей.

Таким образом, Рачинский Ю.А. совершил преступление, предусмотренное ч. 2 ст. 427 Уголовного кодекса Республики Беларусь.

[Указывается, признал ли себя обвиняемый виновным или нет]. Обвиняемый Рачинский Ю.А. в предъявленном ему обвинении по ч. 2 ст. 427 УК РБ виновным себя полностью признал и показал, что он действительно вносил заведомо ложные сведения в государственную статистическую форму 6НК с целью выполнить доведенный до него план.

Вина Рачинского Ю.А. доказана следствием и подтверждена материалами проверок ОБЭП и показаниями свидетелей.

Преступление, совершенное Рачинским Ю.А., квалифицировано по ч. 2 ст. 144 УК РБ, предусматривающей уголовную ответственность за служебный подлог.

Следствие отмечает, что обстоятельствами, смягчающими вину Рачинского Ю.А. являются его помощь следствию и тяжелое материальное положение. Обстоятельствами, отягчающими вину Рачинского Ю.А. можно считать внесение искаженных данных в форму государственной статистической отчетности. Причинами совершения преступления является то, что Рачинский Ю.А. находится в тяжелом материальном положении, у него на иждивении находятся мать, сводные братья.

Характеризируя личность обвиняемого, следствие отмечает, что Рачинский Ю.А. по месту работы характеризуется положительно, по месту жительства – также положительно.

На основании изложенного, Рачинский Ю.А., 1982 года рождения, уроженец города Кировска, белорус, образование высшее, холостой, проживающий по адресу д. Старое село, ул. им. В.В. Бутраменко, 33, библиотекарь Старосельской библиотеки-филиала Клинской ЦБС, обвиняется в том, что совершил служебный подлог, т.е. преступление, предусмотренное ч. 2 ст. 427 УК РБ.

Государственное обвинение считает целесообразным назначить наказание в виде ограничения свободы сроком на 1 год.

Обвинительное заключение составлено _____ 2005 г.

Следователь Петровский П.П.

Пример приговора

ПРИГОВОР

именем Республики Беларусь

... сентября 2005 года Клинский районный суд в составе:

судьи I класса... ,

с участием государственного обвинителя советника юстиции _____, защитника – члена Энской областной коллегии адвокатов _____, рассмотрев на открытом заседании уголовное дело по обвинению Рачинского Ю.А., 1982 года рождения, уроженца города Кировска, белоруса, образование высшее, холостого, проживающего по адресу д. Старое село, ул. им. В.В. Бутраменко, 33, библиотекаря Старосельской библиотеки-филиала Клинской ЦБС, в совершении пре-

ступления, предусмотренного частью 2 статьи 427 Уголовного кодекса Республики Беларусь,

УСТАНОВИЛ:

Рачинский Ю.А. обвиняется в том, что вносил заведомо ложные сведения в библиотечные документы (читательский формуляр, карта-тека читателей), которые потом попадали в форму государственной статистической отчетности 6НК. Органами предварительного следствия преступление квалифицировано правильно.

В ходе судебного заседания установлено следующее...

[Перечисляется то, что установлено в ходе судебного разбирательства, подтверждаются заключения, сделанные в обвинительном заключении].

Таким образом, Рачинский Ю.А. совершил преступление, предусмотренное ч. 2 ст. 427 Уголовного кодекса Республики Беларусь.

Совершение обвиняемым преступления суд считает доказанным [могут быть и другие варианты, например частичная доказанность, а может быть и формулировка «суд для привлечения Рачинского Ю.А. к уголовной ответственности оснований не находит»].

ПРИГОВОРИЛ:

[Указываются данные об обвиняемом, могут быть разные примеры]. Рачинского Ю.А., 1982 г. рождения, признать виновным в совершении преступления, предусмотренного ч. 2 ст. 427 УК РБ, за которое назначить следующее наказание: шесть месяцев ограничения свободы условно.

В соответствии со статьей 2 Закона Республики Беларусь от 5 мая 2005 г. «Об амнистии в связи с 60-летием Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» данную меру наказания с Рачинского Ю.А. снять и освободить из-под стражи в зале суда.

Суд разъясняет, что приговор может быть обжалован (опротестован) в Энском областном суде сторонами в течение десяти суток со дня вынесения приговора.

Также может быть и такая формулировка: «суд оснований для привлечения к уголовной ответственности по ч. 2 ст. 427 не находит. Суд считает целесообразным отправить дело судье по административным делам для дачи правовой оценки согласно Кодексу об административных правонарушениях».

[В отдельных случаях суд выносит частные определения в адрес отдельных должностных лиц об исправлении определенных недостатков в работе и т.д.].

Суд выносит следующие частные определения:

1) суд ставит под сомнение эффективность рассмотрения в судебном порядке подобных дел ввиду их незначительности, суд считает целесообразным привлечение за подобные дела к дисциплинарной ответственности;

2) суд считает целесообразным предложить директору Клинской ЦБС проверить все филиалы на предмет правильности заполнения библиотечных документов, оптимизировать планы по обслуживанию населения.

(Игра разработана В.В. Акуlichem и студентами БГУКИ).

Примерные формы справок, которые могут использоваться защитой

СПРАВКА

Районный радио узел подтверждает, что библиотекарь Рачинский Ю.А. раз в неделю по субботам с 18.00 до 19.00 в течении 40 недель читал выдержки из произведений Б. Акунина «Алмазная колесница», «Статский советник», «Турецкий гамбит» и других авторов.

Редакция районного радиоузла свидетельствует, что в редакцию по почте пришло 774 письма с отзывами читателей о данных чтениях Рачинского Ю.А.

Практически все письма содержат положительные отзывы о данной передаче и о том, что она способствовала знакомству читателей не только с творчеством Б. Акунина, но и многих других писателей.

Справка дана для представления в суд ____ .

Главный редактор районного радио узла

СПРАВКА

Почтовое отделение свидетельствует, что Рачинский Ю.А. отправлял по межбиблиотечному абонементу **159 читателям** по почте книги. Перечень лиц, содержание посылок и квитанции прилагаются.

Справка дана для представления в суд ____ .

Начальник районного почтового узла

СПРАВКА

Фонд Э. Карнеги свидетельствует, что Рачинский Ю.А. выиграл грант нашего фонда на распространение среди населения художественной литературы и успешно его выполнил. Для выполнения ему было выделено **49.000 долларов США**.

Оплата его личного труда составила **1.200 долларов США**.

Договор с выполнением работ г. Рачинского Ю.А. прилагается.

Президент Фонда Э. Карнеги

Ирвинг Лихроу

СПРАВКА

Мы, ниже подписавшиеся 112 жителей _____ района, предупрежденные об уголовной ответственности о даче ложных указаний, свидетельствуем, что являлись читателями _____ библиотеки и неоднократно брали там книги.

1. Иванов Иван Иванович [указать паспортные данные, место прописки].

2. Петров Иван Иванович [указать паспортные данные, место прописки].

3. Сидоров Иван Иванович [указать паспортные данные, место прописки].

Репозиторий ВГУ

Репозиторий ВГУ