

**Инсарова Анастасия Сергеевна****Insarova Anastasia Sergeevna**

аспирант социологического факультета  
Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова

PhD student,  
Sociology Department,  
Lomonosov Moscow State University

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

## **THE IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE MODERN ORGANIZATIONS' ACTIVITIES**

---

---

**Аннотация:**

*Статья посвящена вопросам взаимодействия и взаимовлияния современных организаций и информационных технологий. Информационные технологии не только способствуют развитию организаций, но иногда и препятствуют их эффективному функционированию. В частности, интеллектуальная собственность компаний, размещенная в целях рекламы в сети Интернет, может использоваться недобросовестными пользователями. В целях предотвращения негативных последствий применения такой информации компании используют данные социологической экспертизы для защиты своих прав. Несмотря на разработку теоретико-методологических подходов к этой проблеме, она остается не до конца изученной в силу непрерывного развития информационных технологий и организаций, которые их используют. Проработка данной темы на основе изучения результатов социологической экспертизы позволит сформировать представление о возможных трудностях, с которыми сталкиваются организации при использовании объектов своей интеллектуальной собственности, обозначить пути решения проблем использования информационных технологий в деятельности организаций.*

**Ключевые слова:**

*информационные технологии, организация, интернет, интеллектуальная собственность, право, социологическая экспертиза, товарный знак, реклама.*

---

---

---

---

**Summary:**

*The research deals with interaction and mutual influence issues of modern organizations and information technologies. The latter do not only promote the organizations but also impede their effective functioning. In particular, the intellectual property of companies published on the Internet for advertising can be used by unscrupulous users. In order to prevent the negative effects of such information, the companies use sociological examination data to protect their rights. Despite the development of theoretical and methodological approaches to this challenge, it is still insufficiently studied due to the continuing development of information technologies and organizations that apply them. Based on the sociological examination results, it will be possible to provide insight into difficulties that can be faced by organizations when using their intellectual property and identify ways to address the problems of using information technologies.*

**Keywords:**

*information technologies, organization, Internet, intellectual property, right, sociological examination, trademark, advertising.*

---

---

Существование и развитие общества XXI в. тесно взаимосвязано с формированием и распространением воздействия информационных технологий на многие аспекты социальной жизнедеятельности.

В работе под информационными технологиями понимаются процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (п. 2 ст. 2 Закона об информации, информационных технологиях и о защите информации) [1].

Значимость исследования влияния технологий на общество выражается в следующих аспектах: публикации значительного количества работ по данной теме, формировании новых видов профессиональной деятельности с использованием данных технологий, введении учебных курсов по изучению данного направления, проведении исследований информационных технологий, обсуждении данной темы на международных конференциях. В частности, проведение в январе 2016 г. Международного экономического форума в Давосе, посвященного обсуждению IV промышленной революции, позволяет говорить о постепенной трансформации самих информационных технологий: их слиянии, размытии граней физической, цифровой и биологической сфер [2].

Многие российские компании в программах развития заявляют о ключевом значении информационных технологий для развития бизнеса. Правительство РФ посвящает заседания проблемам использования данных технологий в деятельности федеральных органов. Новые технологии способны предоставить компаниям преимущество над конкурентами, но в то же время они могут быть губительными, подрывая их экономическую основу [3].

Развитие информационных технологий влияет и на изменение методологии социологических исследований, которые все в большей степени становятся междисциплинарными. Эта ситуация ставит перед учеными задачи, решить которые возможно только с использованием данных технологий. Значительное количество социологических исследований уже проводится с использованием информационных технологий. Широко применяются цифровые инструменты получения, обработки, хранения и визуализации данных.

Производство и распространение информационных технологий во многом формируется посредством организационных процессов [4, р. 71]. Социология тесно взаимосвязана с социологией организаций и социальным управлением: управленческая деятельность на микроуровне может осуществляться в функциональной деятельности организации [5, с. 201].

В связи с тем что информационные технологии являются интеллектуальной собственностью конкретных организаций, а также многие современные организации посредством информационных технологий осуществляют свою деятельность, которая воплощается в объекты интеллектуальной собственности, актуальной становится проблема защиты права собственности посредством авторского и патентного права [6].

Решение данной проблемы позволит защитить интеллектуальные права организаций на результаты своей деятельности, использовать их в будущем как объекты интеллектуальной собственности, избегать правовых проблем, связанных с их незаконным заимствованием и эксплуатацией. В частности, анализ данных по итогам проведения социологической экспертизы отражает влияние информационных технологий на современные организации. Исследования с использованием информационных технологий также способствуют защите прав собственности посредством авторского и патентного права.

Так, ООО «ВЦИОМ» проводит социологические экспертизы интеллектуальной собственности, предоставляя данные в суды, Роспатент, ФАС и другие организации. Исследования оказывают содействие организациям в защите их прав и интересов.

Исследуя процесс формирования потребностей в данных социологических опросах, методике их проведения и влиянию результата полученной информации на дальнейшую деятельность компаний, можно сделать вывод о влиянии информационных технологий на социально-управленческие аспекты в современных организациях. Представим более подробно результаты наших наблюдений, подтверждающие полученные выводы.

Выделим наиболее значимые направления использования информационных технологий современными организациями с точки зрения трансформации социально-управленческих аспектов.

1. *Товарный знак*. Патентование удостоверяет исключительные права на изобретение, что предоставляет правообладателю возможность запрета или разрешения любому лицу использовать результаты своего интеллектуального труда. При отказе Роспатента в регистрации прав правообладатель в качестве доказательства может использовать результаты социологического исследования, ключевыми критериями достоверности которых являются объективность, непредвзятость, массовость и научность.

Так, ООО «ВКонтакте» в 2011 г. подало в Федеральную службу по интеллектуальной собственности заявление о признании товарного знака общеизвестным в РФ. Для подтверждения общеизвестности обозначения заявитель представил в том числе копии интернет-страниц, касающиеся определения понятия «социальная сеть», регистрации доменного имени, а также отчет ВЦИОМ, согласно которому 91,3 % респондентов знакомы с обозначением «ВКонтакте», 78,4 % верно определили правообладателя знака. При ответе на вопрос о сфере применения 49,7 % ответили, что знак используется для общения и знакомства, 17,6 % – для обозначения интернет-сайта, социальной сети, 13,7 % – для прослушивания музыки, просмотра и скачивания фото и видео, 12 % – для обмена информацией, передачи сообщений, 7,1 % – для рекламы. Было представлено заключение экспертной комиссии о многократном посещении социальной сети (среднее число показов страниц за январь – ноябрь 2011 г. составило 2 057 698 177). Пользователями данной социальной сети являются представители различных стран, в частности России (более 73 000 000 чел.), Эстонии (более 300 000 чел.), Германии (более 400 000 чел.), Великобритании (более 200 000 чел.). В сети «ВКонтакте» свои страницы имеют не только граждане, но и организации (Сбербанк, МТС, НТВ, «Российская газета», Ростелеком, фонд «Сколково» и др.), органы власти различных субъектов РФ [7].

Таким образом, преимущественно за счет информации, полученной посредством информационных технологий, а также на основании результатов социологического опроса экспертная комиссия удовлетворила поданное заявление, признав ООО «ВКонтакте» общеизвестным в РФ товарным знаком в отношении услуг поиска, сбора и систематизации информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, интерактивной рекламы в компьютерной сети и др.

Данная ситуация дает нам право полагать, что информационные технологии оказывают влияние на современные организации, в частности предоставляя им законную возможность осуществлять свою деятельность и получать посредством этого прибыль.

Палата по патентным спорам отказала в удовлетворении возражения компании BMW AG и оставила в силе правовую охрану товарного знака G-DRIVE ОАО «Газпром нефть», в том числе на основе социологического опроса ВЦИОМ (большинство опрошенных не ассоциируют знаки iDrive и xDrive с определенным товаром и производителем). Также правообладателем представлены фотографические, рекламные материалы, информация из интернет-словаря («Яндекс.Словарь»). На основании представленных данных знаки были признаны несходными, что позволило «Газпром нефть» в дальнейшем осуществлять свою деятельность под знаком G-DRIVE [8].

Товарные знаки представляют собой разновидность новшеств – новый порядок, обычай, изобретение, явление. Создание новых изделий, услуг является основной задачей инновационной деятельности, определяющей будущее развитие организации [9, с. 923–928].

2. *Реклама.* На основе опроса ВЦИОМ московское управление ФАС оштрафовало компанию ООО «Спорттовары Боско» за размещение своего логотипа на костюмах другой фирмы, использовавшихся участниками телешоу на Первом канале.

Проверка антимонопольного органа выяснила, что фирма ООО «Спорттовары Боско» приобрела в «Спортмастер» недорогие костюмы, а затем разместила на них свой логотип так, чтобы он постоянно был в кадре. Комиссия УФАС пришла к выводу, что постоянная демонстрация товарного знака ООО «Спорттовары Боско» рассматривается зрителями как маркировка производителя товара и реклама. Кроме того, ассоциация бренда с известными спортсменами, телеведущими, актерами – участниками телепередачи ведет к спросу на него. В итоге компания ООО «Спорттовары Боско» признана нарушившей закон «О рекламе» и оштрафована, а также вынуждена соблюдать предписание о прекращении нарушения [10].

По данным пресс-службы ФАС России, в 2014 г. признана ненадлежащей реклама рецептурного лекарственного препарата «Голдлайн», распространявшаяся в виде баннера в сети Интернет под видом рекламы другого товара – БАД «Голдлайн-Лайт». Данные подтверждены результатами социологического опроса ВЦИОМ (94,7 % респондентов считали упаковки препаратов схожими по внешнему виду, 36,7 % не увидели никаких различий). Также нотариусом составлен протокол осмотра интернет-сайта, проведен анализ рекламы и изображений. Компании выдано предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе, материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении [11].

Рекламирование фирмы и ее продукции является одной из целей маркетинга как деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена, функционирующей во имя создания спроса. Маркетинг в свою очередь является одной из ключевых организационных подсистем, на основе которых устанавливаются подцели и глобальные цели организаций, конечные состояния, к которым она стремится, что определяет ее доходы, работу с клиентами, потребности и благосостояние сотрудников, социальную ответственность [12].

Таким образом, современные организации широко применяют результаты социологических опросов на основе мнения потребителей, чтобы отстоять свою правовую позицию и защитить свои права.

На основе проведенного анализа теоретических данных, интернет-источников, результатов социологических опросов и решений государственных органов можно сделать вывод о влиянии информационных технологий на современные организации. Используя различные информационные технологии, в частности рекламу, социальные сети, интернет-сайты, опросы, современные организации изменяют свою деятельность и взаимодействие между своими сотрудниками, отношения с внешней средой.

На современном этапе социального развития мы наблюдаем распространение информационных технологий и их влияние на общество в целом и на организации в частности. Изучение данного направления на сегодняшний день и в дальнейшем будет способствовать глубинному осознанию социальной реальности, пониманию ее изменений и возможному планированию своих действий в соответствии с данными обстоятельствами. Информационные технологии также окажут содействие в определении дальнейших технологических, организационных изменений и трансформации общества в целом [13, р. 20].

#### **Ссылки:**

1. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ : ред. от 29 июля 2017 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Мануков С. 4-я промышленная революция в Давосе [Электронный ресурс] // Эксперт Online. 2018. 22 янв. URL: <http://expert.ru/2016/01/21/chetvertaya-promyshlennaya-revolyuitsiya/> (дата обращения: 10.12.2017).

3. Гебриаль В.Н. Анализ основных причин неудач при реализации информационных проектов // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13, № 2. С. 387–390.
4. Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society / ed. by T. Gillespie, P.J. Boczkowski, K.A. Foot. Cambridge (Mass.) ; L., 2014. 325 p.
5. Рудченко Т.Л. Трудовая организация как объект исследования социологии управления // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2011. № 5. С. 199–203.
6. Семченкова М.Н. Проблемы правовой защиты результатов исследований цифровой гуманитаристики // Цифровая гуманитаристика: ресурсы, методы, исследования : материалы Междунар. науч. конф. (Пермь, 16–18 мая 2017 г.) : в 2 ч. Пермь, 2017. Ч. 1. С. 33–35.
7. Заключение экспертной комиссии о результатах заявления, поданного в Федеральную службу по интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] : приложение к решению Федеральной службы по интеллектуальной собственности. URL: [http://www.fips.ru/ppp/26\\_10\\_12/2011%D0%9203083\\_29.1.212.pdf](http://www.fips.ru/ppp/26_10_12/2011%D0%9203083_29.1.212.pdf) (дата обращения: 10.12.2017) ; Экспертиза объектов интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/research/research/tm/> (дата обращения: 10.12.2017).
8. Заключение коллегии Палаты по патентным спорам по результатам рассмотрения возражения [Электронный ресурс] : приложение к решению Федеральной службы по интеллектуальной собственности. URL: [http://www.fips.ru/ConveraDocs/ppp/\\_new/2012/2012%D0%9201650/2012%D0%9201650-2013.02.28.pdf](http://www.fips.ru/ConveraDocs/ppp/_new/2012/2012%D0%9201650/2012%D0%9201650-2013.02.28.pdf) (дата обращения: 10.12.2017).
9. Кравченко А.И., Тюрина И.О. Социология управления: фундаментальный курс : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. 2-е изд., испр. и доп. М., 2005. 1136 с.
10. Постановление № 73 о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 4-14.3-394/77-14 [Электронный ресурс]. URL: [solutions.fas.gov.ru/attachment/10279/download?1407388083](http://solutions.fas.gov.ru/attachment/10279/download?1407388083) (дата обращения: 10.12.2017).
11. Решение по делу по факту распространения ООО «Изварино-Фарма» рекламы лекарственного препарата «Голдлайн» и БАД «Голдлайн Лайт» (дело № 3-5-82/00-08-13) [Электронный ресурс]. URL: <http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamu-i-nedobrovestnoy-konkurentsii/ak-4497-14> (дата обращения: 10.12.2017).
12. Кравченко А.И., Тюрина И.О. Указ. соч. С. 923–928.
13. Technoscience. The Politics of Interventions / ed. by K. Asdal, B. Brenna, I. Moser. Oslo, 2007. 351 p.