

## **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ИНФОБИЗНЕС САЛАСЫН АЗАМАТТЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУДІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Қазіргі таңда цифрлық экономиканың қарқынды дамуы жаңа кәсіпкерлік нысандарының пайда болуына алып келді. Солардың бірі инфобизнес саласы. Қазақстан Республикасында инфобизнеснің дамуы соңғы жылдары айтарлықтай өсіп, азаматтық-құқықтық қатынастардың жаңа саласын қалыптастыруда. Алайда инфобизнеснің құқықтық реттелуі жеткілікті деңгейде жүйеленбеген. Қолданыстағы заңнама инфобизнеске қатысты қатынастарды жалпы нормалар арқылы реттейді, бұл құқықтық кемшіліктердің туындауына, тұтынушылардың құқықтарының бұзылуына және даулы жағдайлардың туындауына әкелуде. Осыған байланысты инфобизнесі азаматтық-құқықтық реттеу тетіктерін ғылыми тұрғыда қарастыру маңызды.

2010-шы жылдардан бастап цифрлық маркетинг пен әлеуметтік медиа платформалары қарқынды дамыды. Facebook, YouTube, Instagram, TikTok-қа дейінгі көптеген платформалар инфобизнеске аудитория тарту және коммерциялау мүмкіндігін берді. Блогтар, подкасттар, интернет-журналдар арқылы инфобизнес субъектілері өз аудиториясына ақпарат ұсына отырып, оларды ақылы контентке жұмылдыра алды. Сол арқылы инфобизнесінің инфоөнімдерді коммерциялық түрде сату моделі қалыптасты.

Инфобизнес туралы айтқанда, ақпаратты сатуға немесе өңдеуге қатысты бизнесті қарастырады. Инфобизнес орыс тілінде «информационный бизнес» яғни «ақпараттық бизнес» деген сөздің аббревиатурасы. Инфобизнес термині нақты стандартталған анықтамаға ие емес. Әртүрлі авторлар оны әр қалай түсіндіреді. Мысалы, веб-ресурстарда келтірілгендей, «экономикалық энциклопедияда ақпаратты сатуға негізделген бизнес» деп түсіндіріледі. Инфобизнес-эксперттері бұл ұғымды «информация + қалай жеткізу» құрамдас бөліктері арқылы түсіндіреді: Ресейдің жетекші инфокәсіпкерлерінің бірі Андрей Парабеллум өзінің «Инфобизнес А-дан Я-ға дейін» кітабында «Бұл ақпаратты, сондай-ақ оған қатысты қызметтерді пакеттеу және сату бизнесі» деп сипаттайды. Тағы бір автор – Илья Паршин «инфобизнес – бұл пайдаланушы ақысын төлейтін, белгілі тақырыптағы пайдалы ақпарат жиынтығы (эксперттік ақпарат)» деп жазады [1].

Инфобизнес құрамына тек ақпараттық өнім ғана емес, оны әзірлеу әдістемесі, аудитория қалыптастыру, маркетингтік стратегиялар және оқыту тәсілдері де кіреді. Инфобизнес саласында инфоөнімдерді сатудың негізгі форматтары электронды кітаптар, онлайн-курстар, аудио, бейне-тренингтер мен вебинарлар болып табылады.

Инфобизнесі ғылыми және құқықтық тұрғыдан сипаттау мәселесі күрделі болып табылады. Себебі, оның нақты құқықтық анықтамасы қазіргі таңда қалыптаспаған. Бұл тұрғыда заңгерлер мен ғалымдар әртүрлі көзқарастар ұсынады. Ғылыми еңбектерге сүйенсек, инфобизнес – қоғамның белгілі бір саласында сараптамалық білімі бар тұлғалардың немесе топтардың ақпаратты әлеуметтік желілер мен интернет-платформалар арқылы сатуға бағытталған қызметі [2, 266].

Инфобизнесінің негізгі мәні — кәсіпкерлік қызметті тәуелсіз және тәуекелмен бірге пайда табу мақсатында жүзеге асыру. Сондықтан оны ақпараттық өнімді тарату мен сатудан пайда табуға бағытталған қызмет түрі ретінде анықтауға болады. Құқықтық тұрғыдан инфобизнесі нақтылаудың маңызы зор, себебі болашақта бұл анықтама заңнамалық өзгерістерге және саланың реттеу тетіктеріне әсер етуі мүмкін. Инфобизнес саласының құқықтық жағдайы күрделі және көпқырлы. Бұл сала азаматтық, ақпараттық, салықтық, зияткерлік меншік және тұтынушылар құқығы салаларындағы нормалардың өзара байланысын қамтиды. Қазіргі таңда басты мәселе – осы қатынастарды нақты құқықтық жүйеге біріктіру, инфоөнімдердің құқықтық мәртебесін заң жүзінде бекіту және инфобизнес субъектілерінің жауапкершілігін айқындау.

Инфобизнесінің кәсіпкерлік сипаты ҚР Азаматтық Кодексінің 10-бабына және Кәсіпкерлік кодекстің 2-бабына сәйкес айқындалады. Кәсіпкерлік қызмет – табыс табуға бағытталған, тәуекелге негізделген қызмет болып табылады [3; 4]. Инфобизнес осы сипаттамаларға сәйкес келеді. Ал инфобизнесінің объектілерінің азаматтық-құқықтық мәртебесі ҚР Азаматтық Кодексінің 115-бабында көрсетілген азаматтық құқық объектілерімен тығыз байланысты. Аталған бапқа сәйкес, онлайн-курстар, вебинарлар, электрондық кітаптар, бейнесабақтар зияткерлік қызмет нәтижелері немесе қызмет көрсету нысаны ретінде қарастырылады. Сонымен қатар инфобизнес қатынастары электрондық нысанда жасалатын мәмілелер арқылы жүзеге асырылады. ҚР АҚ-нің 152-бабында мәмілелердің жазбаша нысаны электрондық форматта жасалуы мүмкін екендігі бекітілген [4].

Инфобизнесі реттеуде «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» ҚР Заңы ерекше маңызға ие. Өйткені инфоөнімдердің басым бөлігі авторлық контент болып табылады. Сондай-ақ «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» ҚР Заңы инфобизнес саласындағы қатынастарға тікелей қолданылады. Осы Заңның 7-бабына сәйкес тұтынушы сапалы қызмет пен өнімді толық алуға және шынайы ақпаратқа ие болуға құқылы [5]. Онлайн-курстар мен тренингтерді сатып алу кезінде тұтынушылар дәл осы құқықтарын жиі талап етеді.

Инфобизнес субъектілері мен тұтынушылар арасындағы қатынастар жария офферта нысанында жүзеге асырылады. Қазақстан Республикасының АҚ-нің 395-бабына сәйкес шарт тараптардың ерікті келісімі

негізінде жасалады [4]. Онлайн-курстарды сату кезінде әрбір тұтынушымен жеке шарт жасау техникалық тұрғыда қиын. Инфобизнес субъектісі сайтта немесе платформада шарт талаптарын жариялайды, ал тұтынушы болса төлем жасау арқылы офертаны қабылдап, акцепт етеді.

Инфобизнесе жиі қолданылатын шарт түрлеріне қызмет көрсету, лицензиялық шарт жатады. Онлайн-оқыту қызметтері қызмет көрсету шартына жатады (ҚР АҚ 683-бап). Ал зияткерлік меншік объектілерін пайдалану лицензиялық шарт арқылы жүзеге асырылады (ҚР АҚ 966-бап) [6]. Көп жағдайда айрықша емес лицензия негізінде жүзеге асырылады.

Инфобизнес саласындағы ең негізгі мәселелердің бірі «инфобизнес» ұғымының заңнамалық тұрғыда анықталмауы. Қазіргі уақытта инфобизнеске қатысты қатынастар азаматтық құқықтың жалпы нормаларымен реттеледі, алайда бұл нормалар цифрлық өнімдердің ерекшеліктерін толық қамтымайды. Мысалы, «онлайн курстардың құқықтық табиғаты қызмет пе, әлде зияткерлік меншік объектісі ме?» деген сұрақ заңнамада нақты жауап таппаған. Нақты анықтаманың болмауы құқық қолдану тәжірибесінде бірқатар қиындықтар туындайды. Сондай-ақ тұтынушылардың құқықтарының бұзылуы жиі байқалады. Зерттеу көрсеткендей, Қазақстандағы инфобизнес сегментінде курс мазмұнының сапасы, нәтижесінің болмауы сияқты мәселелер жиі кездеседі. Бұл жағдай сатып алушылар тарапынан шағымдарға әкеледі.

Келесі мәселе инфобизнес шарттарының теңгерімсіздігі. Көптеген жария оферталарда тұтынушы үшін тиімсіз талаптар бекітіледі. Мысалы, ақшаны қайтармау, жауапкершілікті толық алып тастау, сотқа жүгіну құқығын шектеу. Бұл «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» Заңының қағидаттарына қайшы келеді. Сонымен қатар инфобизнесе авторлық құқықтың бұзылуы өзекті мәселе болып табылады. Онлайн-курстардың мазмұнын заңсыз көшіру, қайта сату, басқа платформаларда пайдалану авторлардың мүлкікті құқықтарын елеулі зиян келтіреді. Құқық қорғау тетіктерінің әлсіздігі бұл мәселені шешуде артта қалуда.

Тағы бір маңызды мәселе инфобизнесегі дәлелдеу мәселесі. Қызметтің сапасыз көрсетілгенін, мүлде көрсетілмегенін дәлелдеу цифрлық ортада қиындық тудырады. Бұл сот тәжірибесінде тұтынушылардың талаптарын қанағаттандыруды күрделендіреді.

2023 жылдың қыркүйегінде Қазақстанда «Онлайн-платформалар мен онлайн-жарнамалар туралы» заң күшіне енді. Ол блогерлерді міндетті түрде өз қызметін заңдастыруға және жарнамалық хабарламаларды белгілеуге міндеттейді [7]. Бұл маңызды өзгеріс инфобизнес субъектілеріне қатысты бірінші құқықтық бастама деуге болады. Алайда заңда информациялық expertтік қызметтің лицензиясы және нәтижелерге жауапкершілік туралы нақты ережелер жоқ.

Сот тәжірибесінде инфобизнеске қатысты даулар кездеседі. Ресейде сапасыз инфоөнімдер үшін қаражатты қайтару тәжірибесі қалыптасқан. Қазақстанда да тұтынушылардың сот арқылы қаражат өндіріп алу жағдайлары бар [8]. Сонымен қатар, белгілі блогерлер мен инфлюенсерлерге қатысты халық тарапынан көптеген шағымдар бар. Бұл жағдайлар инфобизнес субъектілерінің бағдарлама нәтижелеріне нақты кепілдік бермеуінен және клиент күткен нәтижені алмауынан туындайды. Мұндай жағдайларда тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктері әрдайым тиімді жұмыс істей бермейді.

Шетелдік тәжірибедегі инфобизнесі реттеу жағдайларына назар аударатын болсақ, Еуропалық Одақта цифрлық контентке қатысты арнайы директивалар қабылданған. Онда цифрлық өнімнің сапасына, сәйкестігіне және тұтынушы құқықтарына нақты талаптар қояды. Сонымен қатар тұтынушының шарттан бас тарту құқығы кеңінен қолданылады [9].

АҚШ-та инфобизнес еркін нарық қағидаттарына негізделгенімен, жарнамалық уәделерге қатаң бақылау жүргізіледі. Авторлық құқықты қорғау цифрлық ортада тиімді іске асырылады, хабарлама жою (notice and takedown) тетігі кеңінен қолданылады [10]. Бұл тәжірибелер Қазақстан үшін үлгі бола алады.

Жоғарыда аталған мәселелер мен шетелдік тәжірибені ескере отырып, Қазақстан Республикасында инфобизнесі азаматтық-құқықтық реттеуді жетілдірудің бірқатар бағыттарын ұсынуға болады. Біріншіден, инфобизнес ұғымын заңнамалық деңгейде бекіту қажет. ҚР Азаматтық кодексіне немесе арнайы заңға инфобизнеске қатысты анықтама енгізу құқық қолдану тәжірибесін біріздендіруге мүмкіндік береді.

Екіншіден, инфобизнес шарттарына қойылатын талаптарды бекіту. Шартта қызметтің мазмұны, көлемі, нәтижесі, ақшаны қайтару тәртібі нақты көрсетілуі тиіс.

Үшіншіден, тұтынушылардың құқықтарын қорғау тетіктерін күшейту қажет. Онлайн-қызметтерге қатысты талапқа сай келмейтін, сапасыз өнімдерге төленген соманы қайтару құқығын ЕО тәжірибесіне сәйкес заңнамалық тұрғыда бекіту.

Төртіншіден, авторлық құқықты қорғау саласында цифрлық бақылау механизмдерін енгізу ұсынылады. DMCA үлгісіндегі хабарлама-жою жүйесін Қазақстанда қолдану инфобизнес контентін қорғауды күшейтеді. Сондай-ақ инфобизнес саласында өзін-өзі реттеу институттарын дамытып, кәсіби қауымдастықтар мен платформалар этикалық стандарттарды қабылдауы тиіс.

Қорытындылай келе, инфобизнес Қазақстан Республикасының цифрлық экономикасын дамытуда маңызды әлеуметтік-экономикалық рөл атқарады. Ол білімге қолжетімділікті арттырып, кәсіпкерліктің жаңа формаларын дамытуға ықпал етеді. Сонымен қатар салық түсімдерінің өсуіне және елдің жаһандық цифрлық экономикадағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді. Алайда инфобизнесінің құқықтық мәртебесінің айқындалмауы, тұтынушылар құқықтарының бұзылуы, авторлық құқықты қорғау мәселелері және шарттық қатынастардың теңгерімсіздігі бұл саланы реттеуді жетілдіру қажеттігін көрсетеді.

Инфобизнесі азаматтық-құқықтық тұрғыдан жүйелі реттеу құқықтық қауіптерді азайтып қана қоймай, саланың тұрақты және ашық дамуына негіз болады. Бұл өз кезегінде Қазақстанның цифрлық экономикалық дамуына стратегиялық серпін береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Инфобизнес: что это и почему о нём так много спорят, [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://zenclass.ru/ponyatno/infobusiness>
2. Денисова К. А. Правовое регулирование в сфере инфобизнеса / К.А.Денисова // Современные вопросы государства, права, юридического образования: Сборник научных трудов по материалам XVIII Международной научно-практической конференции, Тамбов, 22 декабря 2022 года /— Тамбов: «Державинский», 2023. 266-270 б.
3. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы №375-V ҚРЗ. [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000375>
4. Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (Жалпы бөлім) 1994 жылғы 27 желтоқсандағы № 268-ХІІІ. [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K940001000>
5. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы 2010 жылғы 4 мамырдағы №274-IV Заңы. [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z100000274>
6. Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (Ерекше бөлім) 1999 жылғы 1 шілдедегі N 409 Кодексі. [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K990000409>
7. Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2023 жылғы 10 шілдедегі № 18-VIII ҚРЗ. [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2300000018>
8. Портал Мой город, 2024 [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://mgorod.kz/news/zhitelnitsa-uralska-nepoluchila-pribyl-ot-kvartiry-v-oae-i-otsudila-32-mln-tenge>
9. DIRECTIVE (UE) 2019/770 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relative a certains aspects concernant les contrats de fourniture de contenus numériques et de services numériques, 2019 [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://eurlex.europa.eu/eli/dir/2019/770/oj>
10. FEDERAL TRADE COMMISSION, PROTECTING AMERICA'S CONSUMERS [Электрондық ресурс] // Ақпараттық жүйелер — Қолжетімділік тәртібі: <https://www.ftc.gov/>

**Садвакасов Д.Е.**, Карагандинский национальный исследовательский университет имени академика Е.А.Букетова, юридический факультет, гр. Ю25-2р, студент  
(Научный руководитель – м.ю.н., старший преподаватель Волгина А.П.)

## **ПРОФЕССИЯ ЮРИСТА: ИСТОРИЧЕСКИЙ ПУТЬ СТАНОВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ**

Профессия юриста представляет собой уникальный социальный феномен, эволюция которого неразрывно связана с развитием государственности и правовой культуры. На протяжении тысячелетий эта деятельность трансформировалась из сакрального ритуала в высокотехнологичную интеллектуальную индустрию, сохраняя при этом свою фундаментальную миссию – обеспечение справедливости и правопорядка в обществе.

Истоки юридической профессии уходят корнями в глубокую древность, когда право ещё не было отделено от религии и морали. В архаических обществах функции судей и толкователей норм выполняли жрецы, что придавало закону сакральный характер. Однако подлинное становление юриспруденции как самостоятельной дисциплины произошло в Античности. Древняя Греция внесла вклад в развитие судебного красноречия, где логографы составляли речи для сторон, не имея при этом официального статуса защитников.

Настоящий расцвет профессии наступил в Древнем Риме. Именно здесь юриспруденция обрела свои классические черты. Первоначально право было монополией коллегии понтификов, но с процессом секуляризации оно стало доступно светским лицам. Как отмечает историк Михаил Прудников, римские юристы не только консультировали граждан и составляли формулы исков, но и создавали право путем своей практической деятельности. Основными функциями того времени стали консультации (*respondere*), составление документов (*scrivere*) и руководство судебными действиями (*agere*). Главным требованием к юристу была безупречная репутация и глубокое знание прецедентов, а важность профессии определялась её ролью в стабилизации сложной системы римских гражданских отношений.

После упадка античной цивилизации правовая мысль на долгое время оказалась в тени теологии. В эпоху Средневековья юридическая профессия развивалась под сильным влиянием церкви и возрождающегося интереса к римскому наследию. Университеты стали кузницей кадров, где изучение Кодекса Юстиниана легло в основу светского образования. Характерной чертой эпохи стала жесткая корпоративность: юристы объединялись в гильдии и коллегии, которые сами определяли стандарты входа в профессию.