



МЕЛЬНИКОВ Олег Николаевич
доктор экономических наук, профессор,
Московский государственный технический
университет им. Н.Э. Баумана
✉ Melnikov@CreativEconomy.ru



МАШНИНОВА Юлиана Владимировна
аспирантка, Московский государственный
технический университет им. Н.Э. Баумана
✉ yuliana.mashninova@mail.ru

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭТИКИ В СОЗДАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ

В статье предложены новые подходы к структуре элементов, определяющих процесс создания любых экономических продуктов. Рассмотрены особенности эволюционного развития информационной составляющей, которая развивалась по информационной спирали от традиций, стандартов к информационной этике. Показана национальная и цивилизационная роль информационной составляющей при создании экономических продуктов в качестве показателя смены экономических эпох.

Сегодня понятие «информация» стало настолько всеобъемлющим, что каждый раз возникает необходимость уточнять то, что автор имеет в виду, используя его в своих рассуждениях. Это объясняется тем, что данное понятие используется в разных областях деятельности и часто имеет вид узкоспециального термина. Так, например, в информатике оно обозначает «меру устранения неопределенности (энтропии)»¹. В вычислительной технике – «количество принятых, обработанных или переданных сообщений (битов)»².

¹ Новый словарь иностранных слов. – by EdwART, 2009.

² Словарь иностранных слов. – Комлев, Н.Г., 2006. http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/17190/ИНФОРМАЦИЯ

В синергетике – это «мера организации (согласованности, связности, упорядоченности) системы»³. В экономике – это «средство снижения неопределенности и риска, способствующее реализации определенных целей субъекта»⁴ и т.д.

Анализ подобных определений показывает, что под информацией, главным образом, понимают ее целевое назначение, то есть, ей придают значение средства достижения цели. Когда же ей придают функцию товара или ресурса как некоего экономического блага⁵, то информация выступает в роли инструмента (программное обеспечение, базы и банки данных) или услуги (консультации и т.п.). Но информация как товар имеет и свою рыночную структуру.

Ранее мы показали, что информация как товар включает в себя условно-постоянную компоненту (знания, которые передаются в виде данных) и условно-переменную компоненту (логические, как правило, это причинно-следственные связи, обеспечивающие качество и полноту донесения знаний в виде данных до потребителя) [4]. Однако информация не всегда была товаром, хотя и существует с тех пор, как человек научился говорить (впрочем, обмен информацией в виде жестов был и ранее, но это не предмет наших исследований). И сегодня она не всегда представлена в роли товара. Но в роли инструмента общения она выступала и выступает всегда.

Материальная и информационная составляющие как основа создания любых экономических продуктов

То есть, можно утверждать, что любые экономические продукты всегда несли (и несут) в себе не только материальную, но информационную

составляющую. Другими словами, с того момента, как человек начал преобразовывать окружающий мир в предметный, продукты его труда состоят как из материальной, так и информационной составляющих. При этом именно информационная составляющая определяла и определяет эволюционность развития цивилизации и экономики, в частности.

На рис. 1 представлена логическая модель роли информационной составляющей в создании новых экономических продуктов при переходе от аграрной экономики к... постиндустриальной (информационной).

Из модели видно, что информационная составляющая существовала всегда. Сначала в аграрной экономике – в виде традиций (условно говоря, сеять на «святого Николая», убирать на «святого Илью» и т.п.) – она имела религиозную основу, поскольку в то время религия играла главенствующую роль в распространении информации. Традиции «стихийно» опирались на законы природы, которые люди наблюдали в жизни. И это длилось веками. Следовательно, традиции имели информационную природу и представляли собой накопленные знания и опыт о способе ведения хозяйственной деятельности, передаваясь из поколения в поколение. Их несоблюдение грозило неурожаями и другими бедствиями, так как приводило к нарушениям стихийно сложившейся технологии производства сельскохозяйственных экономических продуктов.

Это дало возможность определить традицию (*лат. traditio* – передача) как «форму преемственности в различных видах человеческой деятельности, материальной и духовной, предполагающей полное или частичное воспроизведение способов, приемов и содержания деятельности предыдущих поколений»⁶. Из этого следует, что даже на аграрном уровне развития общества

Ключевые слова:
информация, этика, экономический продукт, аграрная экономика, индустриальная экономика, постиндустриальная экономика, традиции, стандарты, регламенты

Keywords:
Information, ethics, economic product, agrarian economics, industrial economics, postindustrial economics, traditions, standards, regulations

³ Чернавский, Д.С. Синергетика и информация // <http://spkurdyumov.narod.ru>

⁴ Шуть, О.Н. Информация как экономический ресурс // <http://hghltd.yandex.net>

⁵ Там же

⁶ Философский словарь. http://mirslivarej.com/content_fil/tradicija-3999.html#ixzz2GuZaaTfQ

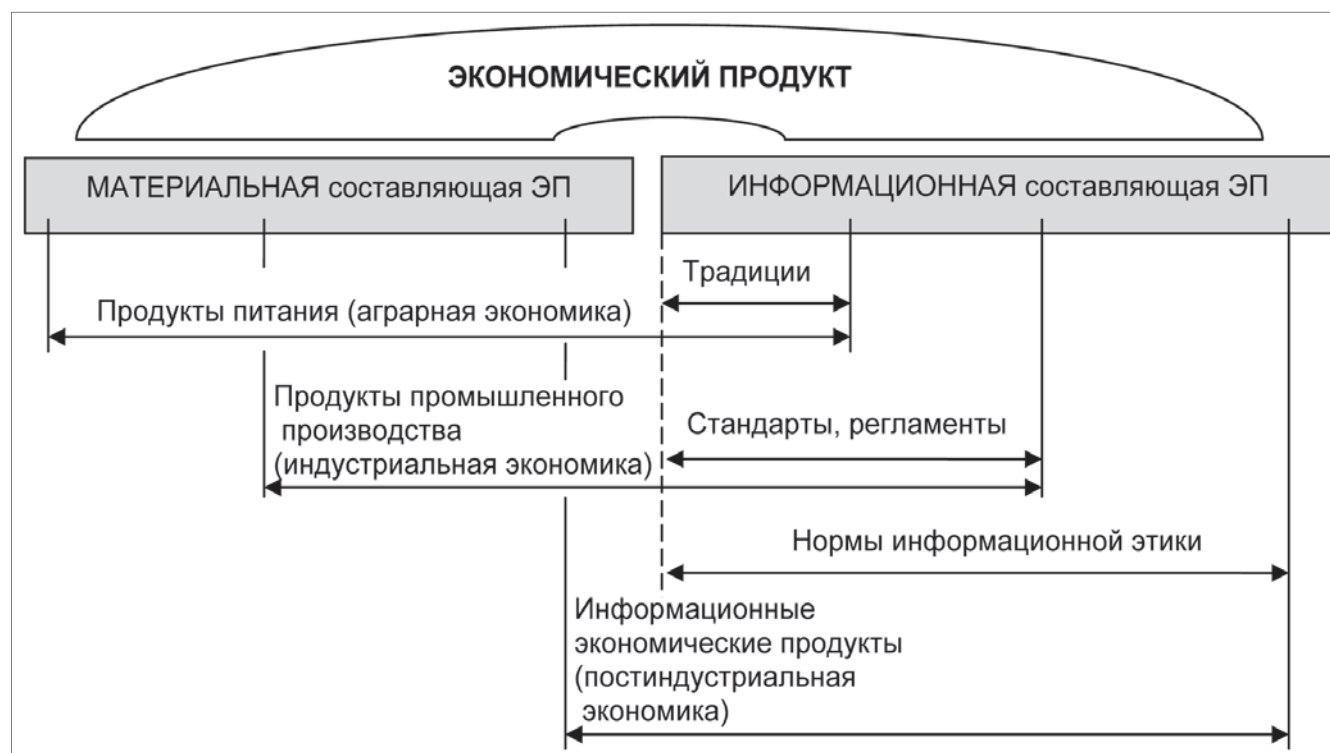


Рис. 1. Эволюция роли информационной составляющей в создании экономических продуктов

информация (еще не определенная как самостоятельная категория) являлась частью хозяйственной деятельности человека.

Когда наступила эпоха промышленной революции, развитие информационной составляющей в экономике стало немислимо без разработки стандартов, технических регламентов и тому подобных информационных документов, устанавливавших, прежде всего, порядок организации работ по выпуску продуктов массового потребления. Без этого было невозможно обеспечить массовость выпуска качественной продукции промышленными предприятиями. При этом, если традиции «стихийно» отражали законы природы, то стандарты,

нормативы, регламенты и т.д. являлись результатами прикладных исследований, которые опирались на достижения, полученные исследователями законов природы в тех или иных областях фундаментальных наук.

Отсюда понятны появившиеся определения стандарта как понятия. В частности, «Стандарт (от *англ.* standard – норма – образец), в широком смысле слова – образец, эталон, модель, принимаемые за исходные для сопоставления с ними других подобных объектов. Как нормативно-технический документ устанавливает комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации, может быть разработан как на материальные предметы (продукцию, эталоны, образцы веществ), так и на нормы, правила, требования в различных областях⁷.

Стандарты... являлись результатами прикладных исследований законов природы

⁷ Большой энциклопедический словарь. http://mirslovarei.com/content_bes/standart-59111.html#ixzz2GuaGdoBY

При этом следует отметить, что человечество, развивая свои знания, вовсе не отказывалось от «пройденных моделей поведения». Так, на этапе индустриального развития экономики традиции не были отвергнуты (как устаревшие) для тех сфер деятельности, где по-прежнему основным фактором производства являлась земля. Это объясняется тем, что сельскохозяйственное производство, хотя и принимало промышленный характер, развивало то, что было заложено в традициях (поскольку и они, хотя и стихийно, опирались на Законы природы). Отсюда следует, что стандарты и нормативы обоснованно можно отнести к следующему эволюционному витку развития информационной составляющей производства теперь уже промышленно выпускающихся экономических продуктов.

С наступлением постиндустриальной эпохи, когда информационная составляющая экономического продукта становится преобладающей над материальной, роль стандартов и регламентов, отражавших информационное обеспечение производства промышленных экономических продуктов, теряет свое лидирующее значение, а этические нормы представления научной и другой информации выходят на первый план. Этика начинает играть решающую роль в производстве качественных, достоверных и ответственных информационных экономических продуктов. Без учета данного факта говорить об информации как о новом виде товара невозможно.

Этика (греч. ethika: от ethos – нрав, обычай, характер, образ мысли) :

1) теория морали, видящая свою цель в обосновании модели достойной жизни – на уровне самоопределения;

2) обоснование той или иной конкретной моральной системы: добро и



С наступлением постиндустриальной эпохи этические нормы представления научной и другой информации выходят на первый план

зло, долг, честь, совесть, справедливость, смысл жизни и т.д.

Приведенное определение подтверждает ранее высказанную нами мысль о том, что этика присутствовала на всех этапах развития информационной составляющей, участвующей в создании экономических продуктов на всех этапах экономического развития. При этом без моральной ответственности информации, то есть, без этической компоненты, ни традиции, ни стандарты, ни регламенты не смогли бы существовать как информационная составляющая производства экономических продуктов своего времени. То есть, можно с уверенностью утверждать, что информационная этика в разной форме существовала всегда. А традиции, стандарты и регламенты можно считать элементами информационной этики. И здесь необходимо обратить внимание на цивилизационный характер информационной составляющей экономических продуктов.

Не трудно заметить, что страны, использующие традиции как основной информационный компонент при производстве экономического продукта находятся на этапе малоразвитых экономик. Контрастным примером являются некоторые африканские племена или аборигены Австралии, живущие на Земле в настоящее время.

Страны, которые имеют собственные (или заимствованные) системы стандартов и/или регламентов, принятых на уровне государственных законов, явно находятся на этапе своего индустриального развития. Страны же, которые не имеют контролируемых государством стандартов и регламентов, допуская

⁸ Философский словарь. Источник: http://mirslouvrei.com/content_fil/jetika-1840.html#ixzz2GuuaOd3d

возможность выпускать изделия в соответствии с различным менее значимым уровням (например, так называемым, техническим условиям и т.п.), находятся на нижних уровнях своего индустриального развития.

Страны, которые в индустриальном секторе придерживаются государственных и государственно-отраслевых стандартов, а в информационном – норм информационной этики (прежде всего, профессиональной) находятся на своем постиндустриальном, или информационном этапе развития экономики.

Анализ влияния свойств традиций, стандартов и норм этики на создание экономических продуктов

Традиции, стандарты и нормы этики в соответствии с предложенной нами структурой информации по своим свойствам относятся к условно-переменной составляющей, которая определяет возможность формирования

экономических продуктов с различными (но отвечающими установленным требованиям), свойствами. Эта часть информации определяется качеством описания причинно-следственных связей, доказывающих истинность передаваемых знаний (данных), которые мы относим к условно-постоянной составляющей информации. В таблице 1 приведены результаты качественного анализа свойств традиций, стандартов и норм этики с позиций их влияния на создание и потребление экономических продуктов в соответствии с экономическими эпохами.

Анализ показывает, что практически все свойства, характерные для традиций, стандартов и этики как информационных составляющих, необходимых для выпуска соответствующих экономических продуктов, могут быть сведены к идентичным свойствам. При этом немаловажным является тот факт, что все приведенные свойства рассмотренных информационных составляющих, являясь качественными показателями, в конечном итоге могут быть оценены ко-

Таблица 1

Анализ влияния свойств традиций, стандартов и норм этики как информационной составляющей на создание экономического продукта, соответствующего различным экономическим эпохам

| Свойства | Традиции (аграрная экономика) | Стандарты (индустриальная экономика) | Этика (постиндустриальная, информационная экономика) |
|-----------------|-------------------------------|--------------------------------------|--|
| Достаточность | -/+ | + | + |
| Достоверность | - | + | + |
| Доступность | + | + | + |
| Надежность | - | +/- | + |
| Полезность | - | + | + |
| Своевременность | -/+ | + | + |
| Точность | - | +/- | + |
| Устойчивость | -/+ | + | + |
| Ценность | + | + | + |

Составлено авторами

- классифицировано как незначительное влияние;
- /+ классифицировано как слабое, но недостаточное положительное влияние;
- +/- классифицировано как сильное, но недостаточное положительное влияние
- + классифицировано как достаточное положительное влияние

личественно, например, с помощью их разбиения по рангам. То есть, им можно дать экономическую оценку.

Доверие и доверительные отношения между субъектами и объектами информации

Очень важно подчеркнуть, что существенным, подчас определяющим, фактором является доверие к информационной составляющей любого экономического (особенно информационного) продукта. Как указывалось в работе [5], в первый момент общения контакт между субъектом (источником информации) и объектом (приемником информации), как и любой контакт между субъектами рыночных отношений, находится в зоне недоверия. Развитие информационного общения может перевести их отношения либо в зону доверия, либо в зону рисков. Отсюда становится понятным, что такой переход зависит от того, насколько причинно-следственные связи донесения знаний (условно-переменная компонента) будут логичны и «насыщены» творческой энергией источника (автора) информации [6]. Однако одновременно это зависит и от творческих способностей ее восприятия теми, к кому она направлена, то есть, от уровня творческой энергии потребителя информации. Но это отдельная область исследования информационной составляющей любого экономического продукта, и здесь мы лишь обратим на нее внимание читателей.



Страны, которые придерживаются норм информационной этики, находятся на своем постиндустриальном, или информационном этапе развития экономики

Национальный и цивилизационный характер интеллектуальной составляющей экономического продукта

Другим значимым (если не эпохальным) явлением выступает еще один факт. Традиции, стандарты и этика имеют национальный характер. Скорее всего, не требуется развивать мысль о том, что и традиции, и стандарты на протяжении многих столетий развивались с учетом национальных особенностей. Однако сегодня, в связи с глобализацией экономики, требования стандартов и норм этики все более целенаправленно принимаются большинством государств как международные. Правда, при этом правомерно возникает вопрос: «Насколько сохраняется справедливость предложенного нами подхода к структуре понятия информации, включающей в себя условно-постоянную и условно-переменную составляющую?».

Не трудно доказать, что предложенная нами структура информации универсальна, но, конечно, ее смысловое



наполнение всегда будет зависеть от национальных особенностей каждой страны, так как все нации ментально отличаются друг от друга. А это не может не отражаться на формировании условно-переменной составляющей информации (логических причинно-следственных связей), отвечающих за качество донесения знаний (данных) до их потребителей.

Однако поскольку сегодня имеет место универсализация использования большинством стран английского языка как основного языка международного общения (то есть, англо-саксонского мышления), он становится главным инструментом передачи информации. А это означает, что глобализация информационного пространства в конечном итоге может привести к снижению, а затем и стиранию межнациональных этических норм создания, передачи и восприятия информации.

И все-таки, пока этого не случилось (а на это потребуются достаточно длительное время) различные народы все равно будут международно-признанную информацию еще долго воспринимать в зависимости от своих национальных особенностей. И это необходимо учитывать при обмене информационными экономическими продуктами между различными странами и народами.

Выводы

1. Любой экономический продукт всегда включал и включает в себя в настоящее время как материальную, так и информационную составляющую.

2. В зависимости от развитости информационной составляющей эконо-

мические продукты производились с учетом традиций, затем стандартов, а в эпоху постиндустриального развития производство информационного продукта осуществляется с учетом норм информационной этики.

3. Развитие использования информационной составляющей при создании экономических продуктов отражает уровень экономического развития каждой страны в целом. Сегодня можно утверждать, что имеет место информационная спираль развития, описываемая триадой: традиции-стандарты-этика.

4. Информационная составляющая создания любого экономического продукта (особенно информации как товара) не может развиваться без управления доверием между субъектами (авторами) и объектами (потребителями) информации.

5. Поскольку любое общение между авторами и потребителями информации всегда сначала проходит в зоне недоверия, основная задача информационной составляющей любого экономического продукта – перевести его (общение) в зону доверительных отношений.

6. Интеллектуальная составляющая любого экономического продукта всегда носит национальный характер.

7. Развитие информационной этики носит цивилизационный характер и это необходимо учитывать при обмене информационными экономическими продуктами между различными странами и народами.

Глоссарий [1, 2, 3, 7, 8].

1. Достаточность информации – это минимальный, но достаточный для правильного решения набор сведений.

2. Достоверность – соответствие информации объективной реальности окружающего мира, ее соответствие тезаурусу пользователя, а также его возможности воспринимать информацию с целью дальнейшего преобразования.

3. Доступность – мера возможности получить ту или иную информацию.

«*Существенным является доверие к информационной составляющей любого экономического (особенно информационного) продукта*»

4. Надежность – наличие ошибочно переданных приемнику информации сообщений.

5. Полезность (потребительная стоимость) информационного продукта заключается в том, что он может быть использован как ресурс для создания других нематериальных (информационных) и материальных благ.

6. Полнота – достаточность сведений для принятия решения.

7. Своевременность – поступление информации не позднее заранее назначенного момента времени, согласованного с временем решения задачи.

8. Точность – степень близости к реальному состоянию объекта, процесса, явления.

9. Устойчивость – способность реагировать на изменение исходных данных без нарушения необходимой точности.

10. Ценность информации определяется количеством ее потребителей, причем нарастание объема производимого информационного блага и его использование в нарастающем объеме увеличивают ценность информации. При этом она определяется степенью сохранения актуальности информации для решения задачи, а также ее дальнейшим применением в каких-либо видах деятельности человека.

Источники:

1. Доронин, А.И. Бизнес-разведка. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство «Ось-89», 2003. – 384 с.
2. Красильников, О.Ю. Свойства информационного продукта как товара / Трансформационные процессы в экономике России. Сб. науч. статей. Вып. 2 / Под ред. доцента О.Ю. Челноковой. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2010. – С. 27 – 33.
3. Лапина, М.А., Ревин, А.Г., Лапин, В.И. Информационное право, 2004 / Понятие информации и информационной сферы. – <http://all-books.biz/informatsionnoe-pravo>
4. Мельников, О.Н. Машнинова, Ю.В. Фундаментальная модель организации

обмена знаниями в условиях рынка // Российское предпринимательство. – 2012. – № 14 (212). – с. 94-99.

5. Мельников, О.Н., Жаворонков, П.В. О влиянии доверительных отношений на эффективность бизнеса // Креативная экономика. – 2012. – № 3 (63). – с. 63–67.

6. Мельников, О.Н. Творческая энергия миф или реальность // Креативная экономика. – 2008. – № 8 (20). – с. 133–136.

7. Стрелец, И.А. Новая экономика и информационные технологии. – М.: Изд-во «Экзамен», 2003.

8. Таганов, Л.С., Левин, В.Г. Информатика / Учебное пособие. – Кемерово: ГУ КузГТУ, 2006. – 141 с. http://vtit.kuzstu.ru/books/shelf/book4/doc/chapter_4.html

Oleg N. MELNIKOV

Doctor of Economics Sci., Professor
Bauman Moscow State Technical University
Melnikov@CreativEconomy.ru

Yuliana V. MASHNINOVA

Postgraduate Student,
Bauman Moscow State Technical University
yuliana.mashninova@mail.ru

The Role of Information Ethics in Creation of Economic Products

The article offers new approaches to the structure of elements, which determine the process of creation of any economic products. It considers peculiarities of evolutionary development of an informational component that has got its spiral development from traditions and standards to the information ethics. The article demonstrates national and civilization role of the informational component in the process of creation of economic products as the indicator of economic epoch changing.