

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: ГЕНЕЗИС, ПРЕДПОСЫЛКИ, СОДЕРЖАНИЕ

Якушенко К. В., Республика Беларусь

Yakushenka K. V., Republic of Belarus

Yakush.K.V@mail.ru

Проводится теоретический анализ содержания понятия информационного пространства через рассмотрение генезиса и предпосылок его формирования. Доказывается, что информационное пространство приобретает дополнительные характеристики по сравнению с рыночными отношениями в «новой экономике»: наличие совокупных экономических отношений, включающих информационный рынок и сетевые экономические отношения; информационного сигнала, передаваемого в целях совершения трансакции на всех уровнях экономических отношений; институциональной среды; акторов, реализующих свои экономические интересы, направленные на возможные результаты совместной / конкурентной деятельности; системы взаимодействий между акторами пространства.

Ключевые слова: информационное пространство; экономические отношения; информационный капитал.

INFORMATION SPACE: GENESIS, BACKGROUND, CONTENT

Abstract. The theoretical analysis of the content of the concept of the information space is conducted in the article through consideration of the genesis and prerequisites for its formation. It is proved that the information space acquires additional characteristics in comparison with market relations in the “new economy”: the existence of aggregate economic relations,

including the information market and network economic relations; an information signal transmitted for the purpose of making transactions at all levels of economic relations; institutional environment; actors, realizing their economic interests, aimed at possible results of joint / competitive activities; system of interactions between actors of space.

Keywords: information space; economic relations; information capital.

Характерной чертой глобализации является преобладающее значение роли информации во всех сферах человеческой деятельности — политике, науке, культуре, экономике и др. Формируется общество (постиндустриальное), в котором на основе новых технологий (преимущественно информационных) происходит резкое увеличение выпуска продукции, осуществляется переход от товаропроизводящей к обслуживающей экономике, вводятся элементы планирования и контроля над технологическими изменениями. Это «общество, в котором качество жизни и перспективы социальных изменений и экономического развития в возрастающей степени зависят от информации и ее использования. В этом обществе жизненные стандарты, формы организации труда и проведения досуга, система образования и сфера торговли — все явно подвержено влиянию прогресса информации и знаний» [11, с. 3]. При этом составным элементом, формирующим цепочку прибавления новой стоимости, является информационный капитал. Российский экономист А. Ф. Соколов определяет информационный капитал как одну из социально-экономических форм капитала, которая воплощается в информации как благе, создающемся с помощью человеческой деятельности [8]. Это благо накапливается как количественно, так и качественно, служит источником для новых знаний и новой информации и предназначается для качественного совершенствования средств и способов производства.

Информационный капитал обладает всеми свойствами капитала. В международном бизнесе с каждым годом повышается ценность нематериальных ресурсов подъема конкурентоспособности, что требует усиления внимания к проблеме его формирования, структурирования и наращивания. На мировых рынках в 1980—2003 гг. стоимость недооцениваемых в национальной экономике нематериальных активов многократно превышала стоимость учитываемых в балансе материальных активов особенно успешных компаний Великобритании и США. Постепенно пришло понимание, что в новой экономической среде системно наращиваемый и совершенствуемый информационный капитал является решающим источником конкурентоспособности и развития любой организации [5, с. 198].

Следовательно, перспективной основой ускорения конкурентного развития компании в международном бизнесе и, гипотетически, в интеграционной группировке являются системно и комплексно структурированные финансовые и интеллектуальные инвестиции в информационный капитал (информационную составляющую) и информационную вооруженность, не получившие должного отражения в традиционном экономическом укладе по следующим направлениям: кадровому (с расширением интеллектуальных и функциональных рамок, повышением компетенций), сетевому (с реструктуризацией и развитием информационных сетей, баз данных, обновлением и расширением применения технологий и т. д.) и потребительскому / внешнеэкономическому (с улучшением конфигураций сбыта, экспортной экспансии и др.).

Исходя из этого, можно предположить, что информационный капитал выражается в форме индивидуального, корпоративного и общественного капитала. Индивидуальный информационный капитал представляет

собой человеческий капитал, дающий возможность его обладателю (индивидууму) действовать в тех или иных прецедентных ситуациях достаточно успешно и получать за это соответствующий денежный доход (вознаграждение за нестандартизированный индивидуальный труд).

Корпоративный информационный капитал производит товары и услуги для индивидуального потребления на основе обработки ценовой и неценовой информации и принятия адекватных решений с учетом определенных тенденций и закономерностей. Чем менее возможно просчитать будущие шаги и действия, тем ценнее корпоративный информационный капитал.

Общественный информационный капитал — это особая форма информационного капитала, производящая общественные блага (национальная безопасность, доверие индивидуумов и субъектов друг к другу, доверие к принимаемым государственным и наднациональным законам и соглашениям). Общественный информационный капитал — часть принадлежащего обществу нематериального и интеллектуального капитала, обеспечивающего эффективное функционирование в целом социально-экономических систем общества и реализацию индивидуальных и корпоративных составляющих информационного капитала.

Вместе с тем, как и при использовании традиционных видов ресурсов и продуктов, субъекты должны знать, где находится информация, сколько она стоит, кто ею владеет, кто в ней нуждается и насколько она доступна. Ответы на эти вопросы можно получить, если существует информационный рынок. При этом растущее производство информации вызывает усиление потребности в ней, обуславливая наряду с другими факторами — идеологическими, политическими и иными — рост читательской, зрительской, слушательской

аудитории. Таким образом, рост потребностей в информации, ее производстве и потреблении формирует и регулирует информационный рынок.

В то же время информационный рынок не включает в себя все формы информационного капитала, в частности общественный информационный капитал. Если индивидуальный информационный капитал рынок может оценить непосредственно, назначить ему соответствующую рыночную цену, то общественный информационный капитал может быть оценен только опосредованно, усредненно. В этом случае возникает проблема включения общественного капитала в состав рынка. Таким образом, в условиях формирования «новой экономики» требуется разработка более глобального понятия, чем рынок, которое могло бы включить в себя в полной мере все формы и проявления такой экономики. Предполагается, что таким понятием может служить информационное пространство.

Следует отметить, что достаточно распространенное современное применение понятия информационного пространства в современных СМИ не предопределяет его научную разработку. Тем не менее считаем необходимым рассмотреть генезис его создания и обосновать экономический подход к его формулировке.

Сущность информационного пространства включает в себя два понятия: «информация» и «пространство». Конфигурация и направление их совмещения сформировали определенные подходы ученых к пониманию информационного пространства в целом. Распределив соответствующие подходы на большие группы, можно сказать, что при доминировании *философско-методологического* подхода категория пространства не рассматривается без отрыва от понятия времени. Так, ранние философы понимали пространство как порядок взаимного расположения тел, а время — как порядок сменяющихся друг друга явлений, поздние

философы приблизились к материалистическому пониманию сущности пространства и времени, сделав вывод, что они не могут существовать вне материи и материальных процессов. При *социокультурном подходе* информационное пространство представляется сферой взаимодействий, общностью определенных структур (организаций, отдельных индивидов или их групп) по поводу обмена информацией, а именно: ее сбора, производства, распространения и потребления. При *географическом (геополитическом) подходе* под информационным пространством понимается некая виртуальная территория, принадлежащая государству, обладающая особым правовым статусом, на которой располагаются и развиваются информационные субъекты и объекты. В рамках *ноосферно-информационного подхода* основной упор делается на то, что в пределах определенных границ формируется некое вместилище разнообразных баз данных (сгруппированной информации), внутри которого появляются связи и переходы, с помощью которых возможно извлечь необходимую информацию и использовать ее в нуждах социума. В *техничко-технологическом подходе*, который в некотором плане близок к ноосферно-информационному, также речь идет о сформированных информационных базах данных (так называемом функциональном пространстве), но особое внимание уделяется функционированию процессов на основе использования математического моделирования и применения технико-технологических новшеств.

Рассмотренные концепции не противоречат друг другу: в каждой области знаний они дополняют понятие информационного пространства. Вместе с тем в современной науке достаточно слабо представлено понятие информационного пространства *с экономической точки зрения*. Представляется возможным в рамках данной статьи выявить экономическую составляющую информационного пространства.

Информационное пространство развивается в рамках системообразующего экономического пространства, но при этом информационные процессы могут и должны описываться с экономической точки зрения. Предлагается рассмотреть экономические явления как процессы, обусловленные отношениями субъектов по поводу обмена информационными сигналами в процессе хозяйственной деятельности в условиях перехода к «новой экономике». При этом рядом российских экономистов (В. В. Чекмарев, В. Н. Тишина, А. А. Муравьев) [10, с. 27] выдвигается тезис о том, что сегодня на смену классическому рынку с минимизацией издержек и максимизацией прибыли приходит рынок договоров, контрактов, рынок партнеров и согласований, который дает, с одной стороны, устойчивость всей системе с учетом распределенных рисков, с другой — возможность реализации крупномасштабных производственных проектов и управления субконтрактными отношениями. В новых экономических реалиях данный тезис является актуальным.

Можно утверждать, что рынок как механизм координации и поиска имеет ряд недостатков. В частности, несовершенство и неспособность рыночных инструментов обеспечить эффективное распределение и использование ресурсов в динамически изменяющемся экономическом пространстве, отсутствие стимулов к производству чистых общественных благ, асимметрия информации свидетельствуют о необходимости расширения понятия «рыночные отношения» и присоединения к нему понятия «сетевые экономические отношения». Как отмечает польский экономист Р. Доманьски, существуют области, в которых рыночные инструменты не обеспечивают надлежащей координации. В этих областях существенны неформальные механизмы взаимодействия субъектов. Координация этих областей осуществляется переплетающимися цепями

общественных, политических и хозяйственных отношений, приобретающими форму сети [2]. Также необходимо отметить, что экономическая теория в условиях «новой экономики» уделяет недостаточно внимания рассмотрению взаимодействий между субъектами, а точнее, распространен подход существенного упрощения характера таких взаимодействий [10].

Еще запутанней смотрится структура взаимодействий между акторами в экономическом пространстве, особенно в более узком его сегменте — информационном. В связи с этим возникает задача рассмотрения сетевых экономических отношений между акторами.

Сетевая форма отношений не является новой формой экономических отношений — она уже получила достаточно большое распространение на современном этапе развития мировой экономики (П. С. Лемещенко, А. И. Лученок), так как представляет собой механизм, основанный на горизонтальных связях и действующий на основании принципов, отличных от рынка и иерархии, а именно на доверии, самоорганизации и сотрудничестве. Данный сетевой механизм связан с иными, нежели рыночные, инструментами координации акторов: с реципрокным обменом (дарообмен), поддержкой неформальных норм и правил, действием института доверия, включенностью в социальные сети, наличием информационного капитала, неформальным обменом информацией, знаниями, идеями, обеспечением участников более комплексной информацией, чем рынок. Так, один и тот же актор может быть частью сетевых отношений на наноуровне (семья), микроуровне (фирма или иная экономическая организация), мезоуровне (отрасль, регион), макроуровне (государство) и мегауровне (ТНК, интеграционная группировка). Формирование сетей экономических отношений обеспечивает выполнение

нескольких важных функций при несовершенстве рыночных инструментов в условиях «новой экономики»: координационной и поисковой.

Выполняя координационную функцию, сетевые отношения на наноуровне выражаются в форме неформальных отношений социальной взаимопомощи семей (реципрокные обмены, безвозмездные дотации со стороны родственников, друзей и др.). Возникает так называемая *невидимая сеть поддержки*, которая становится своеобразным стабилизирующим фактором экономической жизни семьи, замещаются «пробелы» государственных трансфертов и частично компенсируется кризис государственных социальных институтов. На уровне отношений между фирмами начинает формироваться иной способ организации экономической действительности, когда на смену осевой иерархии производства и экономики приходит плоская иерархическая структура, в которой нет единоначалия, нет центра, не существует администрирования и универсальности. По словам известного ученого в области менеджмента П. Друкера, изменяются принципиальные основы деятельности хозяйствующих субъектов: происходит переход от компаний, «базирующихся на рациональной организации», к компаниям, «базирующимся на знаниях и информации» [3, с. 45]. Следовательно, происходит переход к новой научной модели управления, в основе которой лежат интеграционные процессы в компаниях, их объединение с помощью глобальных информационных систем в стратегические альянсы и другие союзы самых разных типов. По отношению к государству сетевые отношения уменьшают неэффективность институциональной среды посредством создания неформальных институтов «снизу». Эти институты (наиболее устойчивые из них) посредством сетевых экономических отношений эволюционируют в эффективные формы экономических

отношений, а далее закрепляются и становятся экономическими институтами (концепция неформальности Д. Норта). Так, Д. Норт отмечает, что неформальные институты изначально необходимо воспринимать как потенциал для формальных экономических институтов. Если неформальный институт отвечает интегративным морально-этическим, культурным и правовым нормам общества, он трансформируется в формальный институт [6].

Выполняя поисковую функцию, сетевая форма отношений снабжает участников процесса более полной информацией (при этом такая информация может быть неформальной), новыми идеями и знаниями. Такой обмен информацией более персонифицирован, поэтому обладает характером достоверности (исследование Б. Уцци [9, с. 61]), повышает качество транзакций компании и ее восприимчивость к факторам внешней среды. При этом идет приращение знаний и сокращение соответствующих проблем такими способами, которые затруднены для контрагентов при случайных рыночных связях.

Вместе с тем сетевые экономические отношения не могут существовать отдельно, они являются особым дополнением к рыночным отношениям. Как отмечает российский экономист С. Ю. Барсукова, реальные проявления рынка невозможны без сетевого подхода к рыночным и плановым структурам. Сетевые экономические отношения объективно смягчают дефицит, создают платформу для увязывания интересов групп влияния, формируют причудливые контуры «административного рынка» [1, с. 29].

Таким образом, акторы осуществляют совместную и (или) конкурентную деятельность как в рамках рыночных отношений (на информационном рынке), так и в рамках сетевых экономических отношений (в сетевой информационной структуре высокого уровня связанности данных

объектов). Назовем такие отношения совокупными экономическими отношениями. В каждый момент времени они представляют собой большое количество частных процессов, которые реализуются экономическими субъектами. При этом совокупные экономические отношения могут осуществляться только в данной институциональной среде, в которой находятся акторы. Как отмечает российский экономист А. Олейник, «институт — это совокупность формальных (зафиксированных в праве), неформальных (зафиксированных в обычном праве) и спонтанно выбираемых рамок, структурирующих взаимодействия индивидов в экономической, политической и социальной сферах» [7, с. 129]. Соглашаясь с этим утверждением, необходимо отметить, что акторы, попадая в ту или иную институциональную среду, формируют особые для этой среды взаимодействия (отношения), а если говорить о пространстве, то, следовательно, вступают в совокупные экономические отношения на базе институциональной среды данного пространства.

Что касается использования информационных сигналов в хозяйственной деятельности, то до настоящего момента их сущность также рассматривалась односторонне — как средство снижения асимметрии рынка (М. Спенс, Х. Леланд, Д. Пайл). С точки зрения такого подхода, информационный сигнал понимается как единица информации о свойствах товаров или агентах рынка. Цель такой передачи — получение экономической выгоды субъектами хозяйственной деятельности. Несомненно, такой подход оправдан в рамках рыночных отношений. Однако если речь идет об информационном пространстве, информационные сигналы обретают дополнительные характеристики, связанные с функциями поиска и координации самой информации. По исследованиям К. Поланьи, сущность трансакции

может выражаться как обмен подарками между родственниками или членами одной социальной группы (транзакция взаимности), как социальные выплаты, которые власть может осуществлять как в свою пользу, так и в пользу своих подданных (транзакция перераспределения), как производство для удовлетворения потребности семьи (транзакция домашнего хозяйства), как использование института рынка для перемещения товара, передачи прав собственности на товар (транзакция обмена) [4, с. 113]. Это достаточно верно коррелируется с характеристиками координации и поиска информации в информационном пространстве. С учетом этого информационный сигнал пространства — это единица информации, передаваемая акторами при их взаимодействии, в целях совершения транзакции на всех уровнях экономических отношений в данной институциональной среде.

Предложенный подход к понятию информационного сигнала дает возможность оценить его сущность с экономической точки зрения и учесть содержание и форму совокупных экономических отношений в информационном пространстве. Следовательно, с учетом того, что информационное пространство является составным элементом пространства экономического, оно приобретает дополнительные характеристики по сравнению с рыночными отношениями в «новой экономике».

Сформулируем понятие информационного пространства. Информационное пространство — это система взаимодействий в данной институциональной среде между акторами, реализующими свои экономические интересы, направленные на возможные результаты совместной / конкурентной деятельности, представленной в виде совокупных экономических отношений, выраженных во взаимодействии субъектов на информационном рынке, и их сетевых

экономических отношений по поводу поиска, производства, распределения, обмена, потребления, координации и защиты информационных сигналов в процессе хозяйственной деятельности.

Список литературы

1. **Барсукова С. Ю.** Нерыночные обмены между российскими домохозяйствами: теория и практика реципрокности. WP4/2004/02. М.: ГУ ВШЭ, 2004. 52 с. (Препринты НИУ ВШЭ; серия WP4).
2. **Доманьски Р.** Экономическая география: динамический аспект / Пер. с пол. А. В. Головачевой. М.: Новый хронограф, 2010. 376 с.
3. **Друкер П.** Создание новой теории производства // Проблемы теории и практики управления. 1991. № 1. С. 56—67.
4. **Менар К.** Экономика транзакционных издержек: от теории Коуза до эмпирических исследований // Институциональная экономика / Под общ. ред. А. Олейника. М.: ИНФРА-М, 2007. С. 113—151.
5. **Мировая экономика и международный бизнес** / Под ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина. 3-е изд., стер. М.: КноРус, 2006. 656 с.
6. **Норт Д.** Пять тезисов об институциональных изменениях // Квартальный бюллетень клуба экономистов. 1999. Вып. 1. № 4. С. 5—17.
7. **Олейник А.** Институциональная экономика // Вопросы экономики. 1999. № 9. С. 126—150.
8. **Соколов А. Ф.** Методологические подходы к исследованию информационного капитала в экономической теории // Вестник ВолГУ. Сер. 3: Экономика. Экология. 2009. № 1. С. 22—28.

9. **Уци Б.** Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организации: влияние сетей // Российский журнал менеджмента. 2008. Т. 6 № 2. С. 55—88.
10. **Чекмарев В. В., Тишина В. Н., Муравьев А. А.** Сети как механизм координации экономических взаимодействий: пространственный подход // Вопросы новой экономики. 2012. № 1 (21). С. 24—34.
11. **Martin W. J.** *The Global Information Society*. 2nd ed. Aldershot: Aslib Gower, 1997. 233 p.