|  |  |
| --- | --- |
| **УДК 330.341.1** | |
| **ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ** | |
|  |  |
|  | **Т.А. Лех,** *к.э.н.*  *ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*  *г. Донецк, Донецкая Народная Республика* |

*Аннотация. В статье проанализированы некоторые особенности трактовки информации как фактора производства. Изучены подходы к определению информации в современной литературе. Рассмотрено влияние монополии на информационные ресурсы на экономические системы.*

*Ключевые слова: информация, факторы производства, экономические системы.*

*Summary. The article analyzes some peculiarities of the interpretation of information as a factor of production. Approaches to the definition of information in contemporary literature have been studied. The article is devoted to the consideration of the influence of monopoly on information resources on economic systems.*

*Keywords: information, factors of production, economic systems*

**Постановка проблемы.** Все социально-экономические системы взаимодействуют между собой посредством обмена сигналами, являющимися информационным потоком. Проблема асимметрии информации широко представлена в экономических исследованиях последних пяти десятилетий. Однако, вопросы монополизации экономической информации, как способ влияния на развитие экономических систем любого уровня посредством регулирования процесса принятия решений, недостаточно хорошо изучены. Такое влияние должно учитываться в проведении государственной экономической политики и разработке стратегий управления предприятиями, т.е. в социально-экономических системах и микро, и макроуровней.

**Анализ предыдущих исследований и публикаций.** Проблемы информации как фактора производства и ее особенностей в экономической системе рассматривались в работах Д. Акерлофа, А Артамонова, Н. Винера, М. Кастельса, Е. Масуды, А. Ракитова, Ф. Уэбстера,  Ф.А. Хайека, Ю. Хаяши и других исследователей.

**Целью** исследования является анализ информации как фактора производства особого рода.

**Основные результаты исследования.** Современная экономическая теория расширила классическую концепцию факторов производства – наряду с трудом, капиталом и землей рассматриваются время, наука, технология и информация.

В научной литературе нет единого подхода к определению информации как экономической категории и фактора производства (табл. 1).

Таблица 1.

Различные трактовки термина «информация» [1]

| № пп | Источники, авторы | Определение |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | ЮНЕСКО | Определяется как универсальная субстанция, пронизывающая все сферы человеческой деятельности, служащая проводником знаний и мнений, инструментом общения, взаимопонимания и сотрудничества. |
| 2 | Толковый словарь русского языка Ожегова СИ. и Шведовой Н.Ю. | Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством. |
| Продолжение табл. 1 | | |
| 1 | 2 | 3 |
| 3 | Философский подход | Определяется как специфический атрибут объективного мира, создающий условия, необходимые для обеспечения устойчивости и развития систем различной природы. |
| 4 | Черпаевский Д.С. | Определяется как знания, сведения, алгоритм, сигнал, объективное содержание, связь между различными взаимосвязанными объектами, вектор и структура системы, а также состояние памяти этой системы. |
| 5 | Сундеева Ю.А. | В экономическом плане информация - это сложный конгломерат, включающий в себя биологический, экономический, социальный и технический аспекты: это конгломерат, включающий в себя биологический, экономический, социальный и технический смысл |
| 6 | Фонотов А.Г | Информация представляет собой меру неоднородности распределения материи и энергии в пространстве и во времени. |
| 7 | Н. Винер | Информация представляет собой обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему наших чувств. Процесс получения и использования информации является процессом нашего приспособления к случайностям внешней среды и нашей жизнедеятельности в этой среде |
| 8 | А.И. Ракитов | Информация - особый способ передачи любых изменений в материальной среде с помощью материальных носителей. |
| 9 | Артамонов А.В. | Информация – это экономический ресурс с характеристиками товара, представляющий собой сведения, отражающие изменения в содержании чего-либо, играющие ключевую роль в управлении обществом и носящие особые требования к их качеству. |
| 10 | Шуркина Е.Ю. | Информация представляет собой знания, передаваемые одним субъектом другому прямо или опосредованно, в результате чего нивелируется или снижается неопределенность ситуации, вкоторой находится субъект. Информация может быть размещена на различных носителях, передается по каналам и выступает в роли основного производительного ресурса в условиях информационной экономики. |
| 11 | Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» | Информация - сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления |
| 12 | А.И. Берг и Ю.И. Черняк | Информация представляет собой как научную абстракцию, позволяющую глубже понять механизм управления в природе и обществе, как инструмент исследования этих процессов. |

Уникальность информации как производственного фактора обусловлена двойственностью свойств распространенности и редкости. Потребление информации не ограничивает возможностей ее использования другими членами общества, однако сам процесс ее потребления обусловлен наличием у человека определенных способностей, уровня интеллекта и развития. В результате потенциально информация может быть доступна огромному количеству людей, но в то же время не быть реально усвоена ими. В этом и заключается еще одно свойство информации как экономического ресурса, называемое избирательностью. Это свойство позволяет пользоваться информацией ограниченному кругу лиц, становящихся подлинными ее владельцами. Возникает ситуация, когда основой собственности является не право владения, пользования и распоряжения ресурсом, а способность в полной мере пользоваться им [2].

Информация в контексте взаимодействия социально-экономической системы с внешней средой может рассматриваться с нескольких точек зрения, в зависимости от ее роли и функций. Информация, которая генерирует управляющие воздействия на систему в рамках ее функционирования, представляет собой объективное информационное поле, среду принятия рациональных экономических решений. Эта информация должна быть полной и достоверной. В случае ассиметричной информации субъект, преднамеренно создающий поток недостоверной информации, способен влиять на пространство принятия решений тех социально-экономической систем, взаимосвязи с внешней средой которых попадают под влияние искаженного информационного поля.

Монополия на СМИ представляет собой способ реализации экономических интересов. Продвижение той или иной информации в современных СМИ и медиаресурсах оказывает воздействие на существующие рынки экономических благ и факторов производства, формируя общественное мнение, искажая или детализируя истинное положение дел. Особенно чувствительными оказываются рынки с асимметричной информации, где не все участники рынка обладают достоверными сведениями, необходимыми для принятия адекватных рациональных решений.

В условиях монополии на средства массовой информации формирование ассиметричной информации является инструментом управления владельцев медиаресурсов по отношению к не принадлежащим им активам. Особенно чувствительными оказываются рынки ценных бумаг и биржи. В этом случае для создания информационного повода, влияющего на параметры рынка, достаточно воспользоваться монополией на распространение информации.

Асимметрия может быть достигнута путем умышленного искажения фактов или путем сокрытия части информации. Оба эти метода применяются при неценовой недобросовестной конкуренции. Информационная асимметрия не является исключительно экономической проблемой. Ее инструментарий активно применяется в политической борьбе.

Ряд зарубежных и отечественных исследователей отмечают наличие принципиального негласного консенсуса между гигантскими медиакорпорациями в утверждении базовых идеологических и ценностных установок неолиберализма, а также в освещении некоторых ключевых проблем современного миропорядка. Следовательно, элементы взаимодействия крупнейших транснациональных медийных игроков распространяются не только на экономическое поведение на глобальном рынке, но и в содержательных аспектах их массово-коммуникационной деятельности. Однако управление информационными потоками осуществляется отнюдь не публично и нередко выглядит как результат воздействия пресловутой «невидимой руки медийного рынка». Но едва ли можно игнорировать подчиненность большинства медиагигантов ключевым управляющим центрам, базирующимся по преимуществу в США, а также в ведущих государствах Запада [4]. Следовательно, монопольная власть позволяет управлять формированием информации и ее распространением.

**Выводы.** Таким образом, информация в современной экономике одновременно выступает производственным ресурсом и инструментом влияния на принятие решений хозяйствующими субъектами посредством формирования информационного поля. Асимметричная информация, сгенерированная посредством проявления монопольной власти на медийном рынке способна исказить сигналы, проходящие между социально-экономическими системами и макро, и микро уровней и, следовательно, привести к принятию нерациональных решений.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | |  |
| **Список литературы** | | |
|  | Бобоев З.М. Содержание информации и информационный ресурс как экономическая категория / З.М. Бобоев // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. - 2015. - №4 - С.41-46. | |
|  | Артамонов А.В. Информация как фактор производства и развития в современной экономике / А.В. Артамонов // Вестник ТГУ. - 2010. - №4 - С.9-13. | |
|  | Шуркина Е.Ю. Роль информационных ресурсов в экономике / Е.Ю. Шуркина // Теория и практика общественного развития. - 2014. - №18 - С.77-79. | |
|  | Сауляк В.Е. Медийная монополия и политическая конкуренция / В.Е. Сауляк, Н.К. Эва да Силва // Вестник РУДН. Серия: Политология. - 2011. - №4 - С.134-145. | |