

**В. В. Аллавердян**

# **ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИИ (ЗНАНИЙ)**



**Деловая и научная литература**

Деловая и научная литература

Валерий Аллавердян

# **Оценка информации (знаний)**

«Горизонт»

2018

**Аллавердян В. В.**

Оценка информации (знаний) / В. В. Аллавердян — «Горизонт»,  
2018 — (Деловая и научная литература)

ISBN 978-5-6042237-0-3

В данной книге сделана робкая попытка подойти к оценке информации и знаний не опираясь на существующие законодательные акты в области оценочной деятельности, которые, кстати, постоянно видоизменяются, а посмотреть на «проблемы оценки» и на саму «информацию» несколько шире. Посмотреть по-иному, с позиции возможной конвертации информации и знаний в денежный эквивалент или с позиции адекватности информации в принципе (при принятии решений). В книге подняты вопросы, которые, на первый взгляд, не имеют прямого отношения к нашей повседневной жизни: это оценка дезинформации и инсайдерской информации, тайных знаний, а также других, футурологических тем, таких как «оценка технологий (продуктов), которых нет». Предложены методологии и подходы по определению стоимости информации и знаний. Всё это может показаться кому-то странным, кому-то малоинтересным или ненужным вовсе. Однако, с таким мнением можно и поспорить. Ведь знания и информация являются составляющей частью нашей жизни. На основании её принимаются решения. Решения разные, касаемые как отдельных индивидуумов, так и социальных групп и народов. Насколько принимаемые решения правильны и разумны? На этот вопрос можно ответить только по прошествии определенного времени. Но, далеко не всегда, время у нас в избытке. Время – невозполнимый ресурс. Именно поэтому оценка информации и знаний как никогда нужна как с точки зрения определения адекватности информации для принятия тех или иных решений в т. ч. и управленческих, так и для понимания реальной стоимости информации (знаний) при возможной их конвертации в хозяйственном или ином обороте. Эксперт по бизнес-планированию, директор ООО «Оценочно-консалтинговая компания «ИКР-Консультант»

ISBN 978-5-6042237-0-3

© Аллавердян В. В., 2018

© Горизонт, 2018

# Содержание

Глава 1. О ценности, себестоимости и стоимости информации (знаний)	7
Конец ознакомительного фрагмента.	11

# **В. В. Аллавердян**

## **Оценка информации (знаний)**

© Аллавердян В.В.

## Глава 1. О ценности, себестоимости и стоимости информации (знаний)

Когда-то известный американский писатель и футуролог Джон Нейсбит сказал: «Мы тонем в информации и задыхаемся от нехватки знаний» и.... оказался прав! Количество информации удваивается каждые два года. Но информация бывает разная: имеющая свою ценность и абсолютно бесполезная, никчемная. Отличить одно от другого порой непросто, так как увеличение объема информации, а, по большей части информационного хаоса, требует большего времени на «сепарирование информации», что есть полезно и ценно, а что наоборот – вредно, неинтересно и не имеет ценности (стоимости). В данной главе мы попытаемся поговорить о «ценности информации», о преобразовании информации, как и дезинформации, в некую денежную единицу, отражающую (возможно и субъективно) её стоимость.

Информация, как и дезинформация<sup>1</sup>, безусловно, имеет свою ценность, выраженную в денежном эквиваленте: ценность, стоимость и себестоимость. Но, прежде чем переходить к стоимостным понятиям, давайте внесем ясность в определения, которые будут встречаться в тексте в дальнейшем. Например, что такое информация?

Информация – это фундаментальная характеристика бытия, аксиоматическое понятие, такое, как материя, энергия, пространство-время. Это понятие не может быть сведено к каким-либо более общим категориям.

Согласно Философскому энциклопедическому словарю слово «информация» происходит от латинского слова *informatio* – ознакомление, разъяснение, представление, понятие и может обозначать:

- 1) сообщение, осведомление о положении дел, сведения о чем-либо, передаваемое людьми;
- 2) уменьшаемую, снимаемую неопределенность в результате получения сообщений;
- 3) сообщение, неразрывно связанное с управлением, сигналы о единстве синтаксических, семантических и прагматических характеристик;
- 4) передачу, отражение разнообразия в любых объектах и процессах (живой и неживой природы).

Однако общепринятого и всеобъемлющего определения информации пока нет. В своей книге «Человек и ноосфера» Н.Н. Моисеев пишет:

**«Во-первых, я полагаю, что строгого и достаточно определенного понятия информации не только нет, но оно и вряд ли возможно. Во-вторых, это понятие представляется мне в некотором смысле «историческим». Необходимость его введения возникает лишь при описании довольно поздних этапов развития материального мира, лишь тогда, когда в нем зарождается жизнь.**

---

<sup>1</sup> Дезинформация – заведомо ложная информация, предоставляемая противнику или деловому партнёру для более эффективного ведения боевых действий, сотрудничества, проверки на утечку информации и направление её утечки, выявление потенциальных клиентов чёрного рынка. Также дезинформацией (также дезинформированием) называется сам процесс манипулирования информацией, как то: введение кого-либо в заблуждение путём предоставления неполной информации или полной, но уже не нужной информации, искажения контекста, искажения части информации. Цель такого воздействия всегда одна – оппонент должен поступить так, как это необходимо манипулятору. Поступок объекта, против которого направлена дезинформация, может заключаться в принятии нужного манипулятору решения или в отказе от принятия невыгодного для манипулятора решения. Но в любом случае конечная цель – это действие, которое будет предпринято оппонентом. Дезинформация, таким образом, – это продукт деятельности человека, попытка создать ложное впечатление и, соответственно подтолкнуть к желаемым действиям или бездействию.

Если описывать последовательное развитие материального мира, опираясь на принцип «лезвия Оккама», то информация появится в нем лишь тогда, когда мы начнем изучать объекты с целеполаганием, то есть объекты, способные к целенаправленным действиям. Именно только такие системы предполагают необходимость использования термина «информация», без которого нельзя описать процедуры принятия решений, то есть целенаправленного поведения, и изучать зависимость характера принимаемых решений от изменений внешних условий».

Ю.Н. Столяров в работе «Онтологический и метонимический смыслы понятия информация» приводит 6 философских концепций информации:

«На практике слово информация чаще всего употребляется в переносном, метонимическом значении. Такое словопотребление оправдано нормами живого языка. Информация – центральное понятие информационной коммуникации, документологии.

Информация может быть объективирована – если она представлена в знаковой форме и перенесена на внешний носитель. В простейшем случае функцию знака выполняет сам изучаемый объект, и тогда мы имеем дело с аутентичным документом. В других обстоятельствах используют искусственные способы записи знаков на естественном или искусственном вещественном или энергетическом носителе.

Следуя понятиям К. Поппера, можно констатировать, что информация в онтологическом смысле присутствует только во втором мире (мире субъективного знания отдельных индивидов), а в метонимическом – во всех трех мирах.

Выражение типа “знаниевые системы”, “когнитивные” тоже можно принять лишь в метонимическом смысле.

Если удастся объяснить сущность информации удовлетворительно, результат будет более значимым, чем от раскрытия природы атомной энергии. Поэтому к изучению этого вопроса надо подходить очень осторожно, взвешенно и ответственно.

Существуют шесть основных философских концепций, которые занимаются изучением онтологического и метонимического смыслов понятия информации, как научного понятия.

Первое понятие относится с отрицанием к существованию информации. Информация воспринимается как призрак, ошибочное представление науки, как то, чего никто никогда не видел, не ощущал или не фиксировал с помощью какой-либо аппаратуры.

Вторая концепция основана на тезисах, что информация существует, но не в нашем физическом мире. Эта доктрина объясняет природу телепатии, вспышек, привидений и т. д., которая не признается ортодоксальной наукой.

Третья точка зрения касается существования чистой информации без какой-либо формы разновидности. Эти суждения взяты из научных работ К.Э. Циолковского, В.И. Вернадского и А.Д. Сахарова, теологических источников и т. д.

Четвертым является утверждение, что информация имеет материальную природу, которая сама по себе очень информативна.

Пятая гипотеза может быть охарактеризована как панинформистская теория.

Согласно ей, информация является первичной, а материя – вторичной. Президент Международной Академии Информатизации И.И. Юзвизин в своих научных работах по теоретической физике пытается доказать, что информация является главной основой Мира. Он вводит понятие “информацион”, который, по его мнению, является главным элементом во Вселенной, дающий жизнь субстанции, порождающий вещество, энергию, пространство, время и т. д. Автор утверждает,



что весь мир, в конечном итоге, состоит из информации. Практическое значение теории панинформизма состоит в способности элементов и тканей регенерировать создание продуктов питания, топлива, транспортных средств и т. д. из информации. Так как разные законы действуют на уровень “информационов”, и в сравнении с нашим физическим миром практическое усвоение информации обеспечит возможность избежать препятствий на верхних границах величин, таких как скорость света, абсолютный нуль, преодоление временных отрезков за мгновения, сила гравитации и т. д. Станет возможным повернуть информационные машины в будущее или в прошлое из нашего физического мира, преодолевать пространство с любой скоростью.

Шестая теория представляет информацию как субъективную реальность. В объективном мире существуют разнообразные свойства и отношения между субстанцией и энергией. Часть их воспринимается нашими органами чувств, распознается и субъективно воспринимается как информация. Информация рассматривается как семантическая трансформация изображения модели или объективной реальности. Информация реально существует только в представлении субъекта, потому что это – субъективная реальность. Такая концепция объясняет, почему одно и то же сообщение воспринимается различными субъектами по-разному или не воспринимается ими вовсе».

Нельзя сказать, что от философии до реальности один шаг, но прежде чем подходить к «оценке информации и дезинформации», необходимо разобраться (или определиться) с терминологией. Ввести в обращение ряд терминов, определений и ограничений, которые бы с одной стороны сузили понятийный круг. С другой стороны, прояснили о какой конкретно «информации» и о какой конкретно «стоимости» идет речь. Почему так? Потому, что поднимаемые вопросы будут рассматриваться, скорее, в «смысловом поле», чем в законодательном. Ещё и потому, что «смыслы» не всегда меняются при внесении определенных изменений в законодательном акте поле.

А теперь немного определений...

**Инновационная информация (знания)** – это структурированные знания, которых нет в открытых источниках, но которые могут быть использованы отдельными людьми или организациями с целью получения прибыли или иных выгод.

К **инновационной информации (знаниям)**, на мой взгляд, можно отнести объекты интеллектуальной собственности (ОИС), ноу-хау, и не только. Так же идеи, открытия и *прочие знания*, которые можно использовать в т. н. гражданском обороте.

Теперь о «инновационной стоимости».

В настоящий момент законодательно существует 4 вида стоимости:

- рыночная стоимость;
- инвестиционная стоимость;
- ликвидационная стоимость;
- кадастровая стоимость.

Однако, в «Федеральном стандарте оценки № 2» написано, что данные «виды стоимости» не являются исчерпывающими. Применительно к нашей ситуации имеет смысл ввести в оборот ещё один вид стоимости – **инновационная стоимость**.

В моём понимании «**Инновационная стоимость**» – наиболее вероятная цена, по которой **инновационная информация (знания)** могут быть куплены или отчуждены с целью получения прибыли или иных выгод.

И вот тут возникает тонкий момент... Важно определиться с тем, какая именно «информация (знания)» будет под эту стоимость попадать, а какая нет? В чем незримая разница между **информацией (знанием)** и **инновационной информацией (знанием)**? Разумеется, законодательно это не прописано, да и прописано никогда не будет и, тем не менее, это крайне важно!

Различия между **информацией (знанием)** и **инновационной информацией (знанием)** приведены ниже, а за основу взяты наработки основоположника ТРИЗ Г.С. Альтшуллера, который ввёл пятиуровневую классификацию *изобретений* по их качественному уровню. Вот как это лаконично описано в одной из последних книг автора<sup>2</sup>:

«Первый уровень: применены средства, которые прямо предназначены именно для данной цели; использовано готовое решение для готовой задачи.

Второй уровень: выбран один из немногих альтернативных вариантов решения задачи, которая также выбрана из нескольких возможных.

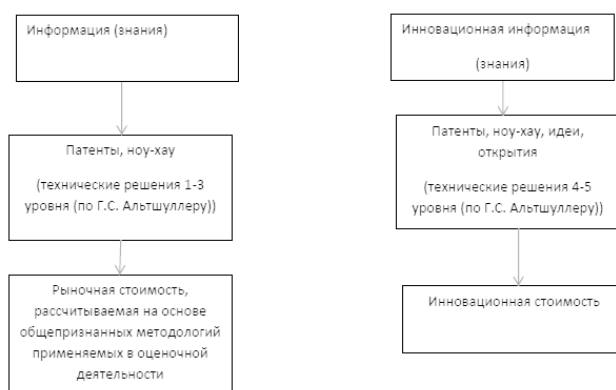
Третий уровень: изменена исходная задача, изменено привычное решение.

Четвёртый уровень: найдена новая задача и новое решение.

Пятый уровень: найдена новая проблема, открыт новый принцип, пригодный для решения не только этой, но и других задач, проблем».

В нашем случае под «инновационную стоимость» попадают решения четвертого и пятого уровня, при этом имеются в виду задачи не только технические. Ни третий, ни второй ни первый уровни пока не берутся во внимание.

И вот тут мы вступаем в область «того, чего не может быть». Получается, что «информацию (знания)» и «инновационную информацию (знания)» условно можно представить следующим образом:



Однако сразу надо отметить, что задачи 4–5 уровня, а именно «то чего ещё нет» или «не может быть» встречаются не так часто в повседневной жизни и именно поэтому оценке данных знаний не уделяется должного внимания. Почему так происходит? Вопрос неоднозначный и будет рассмотрен чуть позже.

А пока на нескольких простых примерах разберем, сколько же на самом деле может стоить **информация (знания) 1–3 уровня технических решений (далее «информация»)**. Тут как раз речь пойдет о так называемой «рыночной стоимости». И о информации в двух разных её проявлениях: как информация, так и дезинформация.

<sup>2</sup> Альтшуллер Г.С., Вёрткин И.М., Как стать гением. Жизненная стратегия творческой личности, Минск, «Беларусь», 1994 г., с. 36.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.