

Ekonomia informacji

red. nauk. Przemysław Deszczyński

Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk, Poznań 2020, s. 135

ISBN 978-83-7654-476-2

Monika Kaczmarek-Śliwińska

Uniwersytet Warszawski

m.kaczmarek-sl@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0002-9096-9338

Monografia *Ekonomia informacji* pod redakcją naukową Przemysława Deszczyńskiego wpisuje się w obszar dziedziny nauk społecznych, a jej tematyka spaja dwie dyscypliny: ekonomię i finanse oraz nauki o mediach i komunikacji społecznej. Lektura tomu pokazuje, że autorom udało się osiągnąć efekt synergiczny w budowie teorii ekonomii informacji – z jednej strony mamy szeroko zakreśloną perspektywę ekonomiczną, z drugiej zaś – komunikacji społecznej, szczególnie w kontekście działań public relations. Jestem przekonana, że czytelnik otrzymuje pozycję dostarczającą sporej porcji wiedzy, a sposób prowadzenia wywodu i styl języka mogą być gwarancją otrzymania wiedzy o istotnej wartości. Ta wartość *Ekonomii informacji* nieoczekiwanie wzrosła w obliczu pandemii COVID-19, gdy w każdym momencie informacji przekazywanych przez media instytucjonalne i społecznościowe zderzają się zjawiska ekonomiczne mające wpływ na decyzje podejmowane między innymi na skutek komunikowania, mniej lub bardziej odpowiedzialnego.

Praca składa się z ośmiu rozdziałów poprzedzonych wstępem redaktora naukowego monografii. Każdy z rozdziałów prezentuje autorską interpretację ekonomii informacji w kontekście wiodącej problematyki naukowej danego autora.

We wstępie redaktor naukowy monografii, profesor Przemysław Deszczyński, wprowadza w tematykę zbioru. W Polsce tytułowa ekonomia informacji powstała w poznańskiej Katedrze Publicystyki Ekonomicznej i Public Relations Uniwersytetu Ekonomicznego. Od początku działalności naukowej pracowników Katedry public relations było traktowane jako funkcja zarządzania w skali mikro- i mezoekonomicznej, a później makro- i megaekonomicznej. Profesor Deszczyński, przybliżając historię rozwoju prac członków Katedry, przywołuje znamienite nazwiska polskiej nauki. Jest więc profesor Wacław Wilczyński i jego refleksja nad asymetrią informacji w momencie zmiany systemu gospodarczego w Polsce. Inne nazwisko, które jest symbolem poznańskiej szkoły public relations, to profesor Ryszard Ławniczak, który wśród

wielu aktywności naukowych znany jest z wprowadzenia do światowej literatury (2003) terminu „transformacyjne public relations”, które jest kompleksowym informowaniem społeczeństwa, tłumaczeniem i wyjaśnianiem decyzji władz, objaśnianiem zachodzących mechanizmów rynkowych i politycznych oraz promowaniem podejmowanych działań rządu i instytucji wspierających w taki sposób, aby uzyskać jak największą aprobatę społeczną. Profesor Ławniczak takie działania wyodrębnił w zestawie aktywności w momencie transformacji gospodarczej Polski roku 1989, ale po wprowadzeniu tej teorii do światowego public relations zaobserwowano podobieństwa w różnych częściach globu transformujących się gospodarek.

W rozdziale pierwszym – *Konceptualizacja pojęcia ekonomia informacji*, autorstwa profesora Deszczyńskiego, dokonano konceptualizacji pojęcia „ekonomia informacji”. Autor zaprezentował genezę ekonomii informacji, podstawy metodologiczne oraz, co jest niezwykle istotne nie tylko dla recenzowanej pozycji, ale przede wszystkim dla wkładu w rozwój teorii ekonomii informacji, jej autorską definicję.

W rozdziale drugim – *Ekonomia informacji w komunikowaniu wewnętrznym epoki mediów społecznościowych*, autorstwa Jacka Trębeckiego, podjęto próbę oszacowania stanu obecnego i perspektyw komunikowania wewnętrznego w kontekście rozwoju ekonomii informacji. Autor koncentruje swoją uwagę na istocie, aksjologii i narzędziach komunikowania wewnętrznego, prowadząc rozważania w perspektywie jednej z kluczowych dziś przestrzeni komunikacji społecznej, czyli mediów społecznościowych.

Trzeci rozdział recenzowanej monografii – *Ekonomia informacji w globalnym życiu gospodarczym*, autorstwa Marcina Leszczyńskiego, definiuje rolę reputacji państwa w niwelowaniu asymetrii informacji na globalnym rynku. Szczególnie interesujące są rozważania na temat roli reputacji, inwestycji państw w jej budowanie oraz powiązaniu z różną wysokością zwrotów/premii w okresach określanych jako sytuacje kryzysowe, jak również poza nimi.

W czwartym rozdziale – *Wpływ digitalizacji na zmiany w sposobach powstawania i dystrybucji informacji na rynku – perspektywa mikro i makro, ze szczególnym uwzględnieniem zmian w zakresie dialogu przedsiębiorstw z interesariuszami w sytuacjach kryzysowych* Waldemar Rydzak zaprezentował zwiększającą się rolę informacji we współczesnej gospodarce, która wynika z globalizacji procesów gospodarczych, cyfryzacji i konwergencji mediów. Autor rozdziału w niezwykle interesujący sposób wykazał, że informacja stała się niezbędnym katalizatorem procesów, pożądanym towarem i środkiem płatniczym jednocześnie, a sam dostęp do informacji buduje przewagę konkurencyjną na rynku, w niektórych wypadkach tworząc wartość samą w sobie. Rydzak rozpatrywane zagadnienia umieścił w obszarze problematyki ekonomii informacji niedoskonałej. Lektura tej części monografii szczególnie silnie oddziałuje w tak globalnej sytuacji kryzysowej, jaką obecnie doświadcza znany nam świat, zmieniając go w sposób zupełnie nieoczekiwany.

Piąty rozdział – *Ekonomia informacji jako instrument legitymizacji Unii Europejskiej*, autorstwa Filipa Kaczmarka, analizuje, czy informacje o kosztach alternatywnych, a w szczególności te, które są opracowywane w ramach koncepcji *cost of non-Europe*, są wykorzystywane jako instrument legitymizowania Unii Europejskiej. Autor dowodzi, że analizy *cost of non-Europe* dobrze wpisują się w koncepcję polityki opartej na wiedzy lub polityki opartej na dowodach (naukowych), co odpowiada zwolennikom merytokracji. Pokazuje także, że w przypadku badań „kosztów braku Europy” źródłem legitymizacji jest wiedza ekonomiczna, a modele ekonomiczne i prognozy budowane na ich podstawie mogą mieć istotny wpływ na przyszłość Unii Europejskiej ponieważ pomagają w legitymizowaniu samego istnienia tej organizacji międzynarodowej.

Szósty rozdział – *Ekonomia informacji w niemieckiej przestrzeni publicznej*, autorstwa Izabeli Janickiej, przedstawia wpływ informacji generowanych przez różne ośrodki decyzyjne

w Republice Federalnej Niemiec na uzyskiwane efekty ekonomiczne w ujęciu makro i mikro. Autorka podkreśla, że sprawne komunikowanie i identyfikacja oddolna z własnym państwem wpływa w Niemczech na akceptację jego polityki, form rozwoju gospodarczego i kosztów z tym związanych. Konsekwencją takiego stanu jest utrzymanie demokracji w zachodnim stylu, uwzględniającej konsekwencje natury ekonomicznej i ekologicznej.

W siódmym rozdziale – *Brexit a ekonomia informacji*, autorstwa Aleksandry Rabczun, przeanalizowano przypadek Brexitu w kontekście roli, jaką w tym procesie odegrała ekonomia informacji. Autorka dokonała badania w dwóch perspektywach – kampanii referendalnej i negocjacji brexitowych, pokazując, jak asymetria informacji i wiążące się z nią konsekwencje wpływają nie tylko na życie poszczególnych jednostek oraz na funkcjonowanie społeczności międzynarodowej. Poza wyrażenie zaznaczonym tematem ekonomii informacji mamy tu także wątek edukacji medialnej obywateli, która w obliczu manipulacji mediów i poprzez media staje się jednym z niezbędnych warunków istnienia demokracji., wyrażającej się udostępnianiem informacji.

W rozdziale ósmym – *Problemy dobrobytu i migracji krajów Afryki Subsaharyjskiej w świetle ekonomii informacji* jego autorka, Katarzyna Świerczyńska, dokonała analizy wpływu informacji na gospodarkę i decyzje gospodarcze podmiotów w płaszczyźnie megaekonomicznej. Autorka tematykę ekonomii informacji ujęła na tle różnych płaszczyzn problemów społecznych oraz różnych interesów społeczeństw biednych i bogatych. Pokazała, że informacja jest wówczas źródłem uzyskiwania przewagi komparatywnej, podejmowania efektywnych decyzji gospodarczych, ale może także przyczyniać się do nasilania destrukcyjnych konfliktów społecznych.

Lektura monografii sprawia przyjemność naukową – pod względem merytorycznym mamy dojrzałą, interesującą poznawczo, niezwykle wartościową pracę dostarczającą czytelnikowi wielu refleksji. Do tej pory na polskim rynku wydawniczym był odczuwalny brak lektury o takim właśnie charakterze, podejmującej tak istotną tematykę, o tak kluczowym, a wciąż praktycznie nieobecnym znaczeniu. Jest to tym bardziej istotne, że brak wiedzy w zakresie ekonomii informacji widać w wielu obszarach przestrzeni publicznej, a skutki decyzji podejmowanych bez tej wiedzy bywają dotkliwe zarówno w wymiarze ekonomicznym, jak i w wymiarze kapitału społecznego.