

Ekonomia informacji, pod redakcją Przemysława Deszczyńskiego, Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Poznań 2020, 135 ss.

Przystępując do pisania opinii o książce pod redakcją profesora Przemysława Deszczyńskiego *Ekonomia informacji* nie sposób nie zauważyć, że jest to kolejna praca zespołu autorskiego wywodzącego się z Katedry Publicystyki Ekonomicznej i Public Relations Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Autorzy są znani na polskim rynku wydawniczym z wcześniejszych prac, które cieszyły się uznaniem zarówno wśród przedstawicieli świata akademickiego, studentów, jak i szeroko rozumianej praktyki, w tym w szczególności mediów.

Opiniowana książka jest pierwszym w pełni oryginalnym opracowaniem bardzo ważnej problematyki, która zaliczana jest do tzw. ekonomii albo ekonomiki informacji, co można interpretować jako ogół ekonomicznych aspektów funkcjonowania informacji, ale także jako informacyjną stronę procesów ekonomicznych.

Dwie okoliczności wydania tej pracy zdają się zasługiwać na szczególną uwagę. Po pierwsze książka została przygotowana przez wspomniany już zespół autorski, który od około 30 lat uprawiał badania naukowe w obszarze określonym przez założyciela Katedry Publicystyki Ekonomicznej i Public Relations profesora Ryszarda Ławniczaka jako transformacyjne *public relations*. Po drugie zespół autorski wpisuje swoje prace do ekonomii informacji, której wybitni przedstawiciele w osobach George’a Stiglitz’a, George’a Akerlofa i Michaela Spence’a zostali w 2001 roku laureatami Nagród Banku Szwecji im. Alfreda Nobla.

Zestawienie tych dwóch okoliczności jest dla czytelnika nie lada wyzwaniem. Na pierwszy rzut oka wydaje się, że skojarzenie *public relations* jako funkcji zarządzania z problematyką ekonomii informacji należącej do „klasy noblowskiej” jest trudne do zaakceptowania. Podejście takie łamie schematy klasyfikacyjne obowiązujące w ramach nauk ekonomicznych i może budzić wątpliwości. Sytuacja ta jest jednak doskonałym przykładem na to, jak mocno powiązane są z sobą, jak bardzo się przenikają i jak interdyscyplinarne są dyscypliny należące formalnie lub umownie do nauk ekonomicznych. Okazuje się, że spoiwem łączącym te dwa odrębne wydawałoby się światy jest asymetria informacji, jedna z podstawowych kategorii ekonomii informacji, jednocześnie jakże niezwykle ważna w działaniach *public relations*.

Główną zaletą książki jest to, że dotyka ona zagadnień o kapitalnym znaczeniu, których znajomość jest niezbędna do zrozumienia, jak funkcjonuje informacja w różnych odsłonach świata gospodarki, czasami na styku ze światem polityki, światem społecznym czy światem mediów. Trudno chyba byłoby znaleźć oponenta stwierdzenia, że przepływ informacji, a właściwie wyposażenie w informację wszystkich podmiotów gospodarki rynkowej, jest warunkiem *sine qua non* efektywności tejże gospodarki, czyli *per saldo* dobrobytu społecznego. Natomiast będąca immanentną cechą rzeczywistej gospodarki asymetria informacji przyczynia się *de facto* do obniżenia ogólnego poziomu zamożności. Czasami, a właściwie często, mamy jednak do czynienia z suboptymalizacją, której źródłem może być właśnie asymetria informacji – wtedy nieuzasadnione zyski jednych podmiotów realizowane są niejako kosztem dobrobytu społecznego na poziomie ponadindywidualnym.

Druga silna strona opracowania to jego aktualność. Świadczą o tym odniesienia do najnowszych wyników badań w wiodących ośrodkach polskich i światowych oraz powołania na najbardziej aktualne publikacje. Pod tym względem recenzowana książka wypada wzorcowo. Aktualność ujęcia związana jest jednocześnie z różnorodnością poruszanych aspektów ekonomii informacji i do pewnego stopnia także z kompleksowością. Aby wykażać pluralistyczny i całościowy charakter podejścia autorów do kwestii ekonomii informacji, konieczne jest odwołanie się do układu (struktury) książki. I tak w książce występuje osiem rozdziałów, każdy napisany przez innego autora.

Rozdział pierwszy został przygotowany przez redaktora tomu, Przemysława Deszczyńskiego. Rozdział ma charakter koncepcyjny, a jego istotę stanowi konceptualizacja pojęcia ekonomii informacji. Ukazano w nim genezę ekonomii informacji, rozumienie tego pojęcia oraz scharakteryzowano najważniejsze metody badawcze ekonomii informacji. Rozdział stanowi swego rodzaju punkt wyjścia i konstrukcję nośną całego opracowania. Autorzy pozostałych rozdziałów nawiązują i podporządkowują się w swoich rozdziałach przyjętej konwencji analizy. Lektura rozdziału prowadzi do powstania u czytelnika pewnego rodzaju zdziwienia, że „noblowski obszar badawczy” ekonomii informacji jest w sumie w literaturze dość słabo rozwinięty w sensie teoretyczno-metodologicznym. Być może należało szerzej sięgnąć do opracowań międzynarodowych?

Rozdział Jacka Trębeckiego o ekonomii informacji w komunikowaniu wewnętrznym epoki mediów społecznościowych stanowi swego rodzaju pomost pomiędzy ekonomią informacji a *public relations* zawężonych do komunikacji wewnętrznej. Autor odwołuje się do związków pomiędzy ekonomią behawioralną a ekonomią klasyczną i słusznie zauważa, że konsekwencją asymetrii informacji może być jej wpływ na wypaczanie czy zniekształcanie decyzji.

W rozdziale trzecim Marcin Leszczyński podnosi rolę ekonomii informacji w globalnym życiu gospodarczym. Z punktu widzenia konstrukcji książki jako całości trochę dziwi taki przeskok z poziomu mikro w rozdziale drugim na poziom globalny. Autor dopatruje się licznych związków pomiędzy asymetrią informacji a międzynarodową konkurencyjnością państw. Czyni to, posługując się klasycznymi schematami rozwijanymi w ekonomii informacji, takimi jak pokusa nadużycia, negatywna selekcja, sygnalizacja czy też autoselekcja. Zagadnienia te wiąże dodatkowo z kwestią reputacji państw, efektu kraju pochodzenia, marki narodowej, miękkiej siły itp. Autor interesująco pisze o roli reputacji państwa w niwelowaniu asymetrii informacji na rynku globalnym. W tym kontekście pojawia się jednak pytanie, czy reputacja państwa sama w sobie nie może także być generatorem asymetrii informacji. Nasuwa się tutaj przykład „afery spalinowej” Volkswagena – na wczesnym etapie afery wyrażono wątpliwości co do zasadności jej podstaw. Być może wtedy działał stereotyp, że tak naganne zachowania nie mogą być udziałem firmy pochodzącej z Niemiec, kraju cieszącego się prawie nienaganą reputacją. Wydaje się więc, że reputacja może zarówno niwelować, modyfikować, moderować asymetrię informacji, ale może też ją po prostu generować czy zwiększać. Niestety autor nie uniknął na stronie 38 pokusy nazwania *moral hazard* hazardem moralnym, co jest rozważaniem spotykanym, aczkolwiek pozbawionym sensu, mimo że wcześniej na stronie 37 użył poprawnego określenia podstawowego pojęcia występującego w teorii agencji (pokusa nadużycia).

Podobny „występek” popełnia zresztą także Waldemar Rydzak w rozdziale czwartym na stronie 59 (hazard moralny). Autor tej części opracowania nawiązuje szeroko do tradycji poznańskiej szkoły ekonomicznego *public relations*. Za Marcinem Gołą przybliża czytelnikowi podstawowe obszary badawcze ekonomii informacji, do których zalicza: ekonomię informacji, infonomikę, ekonomię gospodarki informacyjnej oraz ekonomię informacji niedoskonałej. Wyróżniającą cechą tego rozdziału jest to, iż odnosi się on jed-

nocześnie do dwóch poziomów – mikro i makro. Bardzo przydatny jest przegląd koncepcji roli informacji w gospodarce z odwołaniem się do poglądów Friedricha von Hayeka, George’a Stiglera, Josepha Stiglitz’a oraz Michaela Spence’a. Waldemar Rydzak przyjmuje za Jamesem Hamiltonem, że informacja jest dobrem wielowymiarowym o cechach dobra publicznego. Ta ostatnia konstatacja wymagałaby jednak szerszej dyskusji i rozwinięcia. Tekst ma także swój wymiar praktyczny, jaki stanowi omówienie zmian w tworzeniu i dystrybucji informacji.

Tekst Filipa Kaczmarka (rozdział piąty) wyróżnia się z dwóch powodów. Pierwszy – merytoryczny – polega na tym, że odnosi się do bardzo ważnej kwestii zarówno teoretycznej, jak i praktycznej, czyli do legitymizacji Unii Europejskiej. Unia Europejska to jedna z najważniejszych instytucji współczesnego globalnego świata ukazująca, jaką rolę może odgrywać regionalna organizacja integracyjna. Legitymizacja tej instytucji jest szczególnie ważna, jeśli przyjmiemy perspektywę wyjaśnienia funkcjonalnego, zgodnie z którym racją istnienia Unii są spełniane przez nią funkcje postrzegane jako pożyteczne. Chodzi między innymi, choć przecież nie tylko, o przyczynianie się do podniesienia dobrobytu społecznego, ale także o bezpieczeństwo polityczne, ekonomiczne, zachowanie spokoju społecznego, wartości demokratyczne itp. Druga zaleta tego rozdziału związana jest z wykorzystaną metodyką, która mieści się w zakresie ekonomii informacji. Jako przedstawiciel subdyscypliny określanej jako biznes międzynarodowy z zaciekawieniem stwierdzam częściowe podobieństwo metodyczne ekonomii informacji i mojej subdyscypliny. Zdaniem Petera Buckleya podejścia historyczne w zakresie badań nad biznesem międzynarodowym mają długą tradycję. Zalicza on do nich: krytyczną analizę źródeł, analizę szeregów czasowych, analizy porównawcze w czasie i przestrzeni, analizę kontrfaktyczną oraz badanie sytuacji nietypowych. Filip Kaczmarek wykorzystał w swoich rozważaniach założenia analizy kontrfaktycznej, a właściwie wyniki takich analiz, do wykazania, że tzw. koszty alternatywne albo *cost of non-Europe* są stosowane jako instrument legitymizowania Unii Europejskiej. W tym kontekście używa się także pojęcia europejskiej wartości dodanej albo premii za kooperację.

Rozdział szósty, napisany przez Izabelę Janicką, stanowi przykład zastosowania koncepcji ekonomii informacji do analizy jednego kraju, w tym wypadku Niemiec. Jednocześnie założono, że brane są pod uwagę zarówno aspekty makro, jak i mikro. Autorka słusznie wskazuje na nadrzędną rolę informacji w gospodarce postindustrialnej oraz na to, że informacja stała się jednym z podstawowych czynników wytwórczych. Wprowadza też do rozważań pojęcie funkcjonalnego minimum informacyjnego oraz luki informacyjnej. W wywodzie wykorzystano zasadnie m.in. pojęcie postprawdy (*post-truth*), które ze względu na swoją zawrotną karierę wymagałoby chyba jednak szerszego ujęcia w książce na temat ekonomii informacji. Wydaje się, że dobrym rozwiązaniem byłoby poświęcenie tej kategorii jednego rozdziału książki. Izabela Janicka pokazuje następnie, jak informacje wytworzone przez różne ośrodki decyzyjne w Niemczech wpływają na rezultaty ekonomiczne.

Bardzo interesującą i potrzebną część pracy stanowi rozdział siódmy napisany przez Aleksandrę Rabczun, poświęcony związkowi między ekonomią informacji a brexitem. Z perspektywy ekonomii informacji w zajmujący sposób przedstawiono genezę brexitu, kampanię referendalną oraz negocjacje brexitowe. Odnośnie do tego rozdziału nasuwają się dwie uwagi. Pierwsza dotyczy niewykorzystanej w pełni możliwości posłużenia się analizą kontrfaktyczną (kontrfaktualną), która mogłaby stanowić swoistą prognozę ostrzegawczą dla zwolenników brexitu. Druga uwaga odnosi się do błędnego przywołania treści prawa Kopernika-Greshama. Na stronie 105 napisano, że „pieniądz słabszy wypierał pieniądz gorszy”, podczas gdy prawo to mówi o wypieraniu pieniądza lepszego przez gorszy (słabszy).

Katarzyna Świerczyńska podjęła w rozdziale ósmym próbę wykorzystania warsztatu badawczego ekonomii informacji do przeanalizowania wpływu informacji na gospodarki krajów Afryki Subsaharyjskiej. Rozdział ten pokazuje przydatność perspektywy ekonomii informacji do badania gospodarek krajów mniej rozwiniętych. Przedmiotem wywodu uczyniono dwa zagadnienia. Po pierwsze chodzi o informacyjne uwarunkowania procesów migracyjnych. Po drugie zajęto się informacyjnym aspektem zdolności przyciągania zagranicznych inwestycji bezpośrednich przez rozważaną grupę krajów. Autorka pokazała główne przekroje informacji wykorzystywanych i przydatnych do podejmowania decyzji dotyczących obu zagadnień. Na bazie tych przykładów Katarzyna Świerczyńska formułuje także kilka spostrzeżeń o charakterze ogólnym, wskazując na zagrożenia dla tzw. cywilizacji zachodniej.

Dość wyczerpująca prezentacja treści poszczególnych rozdziałów daje podstawę do sformułowania kilku uwag o charakterze ogólnym. Można zbudować listę najważniejszych następujących silnych stron opiniowanej pracy:

- problematyka podjęta w opracowaniu jest ważna i aktualna,
- autorzy posiadają dobrą orientację we współczesnej literaturze polskiej i światowej,
- autorzy w nowatorski i interesujący sposób ujmują referowane zagadnienia,
- autorzy używają jasnego, zrozumiałego, komunikatywnego języka, w niezbędnym tylko zakresie odwołującego się do hermetycznej terminologii.

Część uwag polemicznych odnoszących się do poszczególnych rozdziałów zgłoszono przy ich omawianiu. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na kilka następujących wątpliwości/sugestii:

- Nie do końca zrozumiałe jest merytoryczne uzasadnienie struktury książki, a w szczególności sentencji rozdziałów – wydaje się, że redaktor nie przyjął jednego, jasnego kryterium. Być może warta rozważenia byłaby sugestia, by jako wyznacznika kolejności tekstów użyć poziomu analizy prowadzonej w danym rozdziale. Można by więc uszeregować rozdziały w kolejności od szczebla mikro do globalnego, albo odwrotnie.
- Inna propozycja dotyczy ewentualnego rozwinięcia rozważań na temat postprawdy, która powinna być ważnym przedmiotem analiz w ramach ekonomii informacji.
- Wydaje się, że książka zyskałaby jeszcze na zainteresowaniu, gdyby osobny rozdział poświęcono wyborom prezydenckim w USA z punktu widzenia ekonomii informacji.
- Książka warta jest polecenia zarówno dla studentów studiujących na kierunkach ekonomicznych, w szczególności dla tych, którzy przygotowują prace magisterskie albo licencjackie, a także doktorskie. Z pewnością praca powinna zainteresować również praktyków. Kolejnym kręgiem jej odbiorców powinni być wreszcie nauczyciele akademicy – atrakcyjność poruszanej problematyki, a jednocześnie klarowność i precyzja ujęcia oraz oszczędność słowa to zalety, które mogą być szczególnie przydatne w nauczaniu akademickim.

Marian Gorynia

Joanna Baran, *Stopień internacjonalizacji sektora przetwórstwa mleka*, Wydawnictwo SGGW w Warszawie, Warszawa 2019, 347 ss.

We współczesnym świecie rośnie znaczenie gospodarczych powiązań międzynarodowych. Można sądzić, że pandemia koronawirusa jedynie okresowo ograniczy ten trend, a rozwój systemów łączności i transportu „przybliży” odległe krańce świata. W tym kontekście warto odnotować ukazanie się recenzowanej monografii autorstwa Joanny Baran (obec-