УДК 330.83

*Пыстогов А. А.*

# Появление феномена информации в экономической науке

**Ключевые слова:** информация, неопределенность, риск, данные, знания

*В статье дается краткий исторический экскурс по работам известных экономистов, первыми обративших свое внимание на важность и необходимость изучения информационной составляющей в экономических процессах.*

Несмотря на то, что информационные потоки пронизывают всю экономическую жизнь общества, до последнего времени информации уделялось недостаточное внимание. Пристальный интерес к данному вопросу сейчас во многом связан с формированием информационного общества. Информация дала о себе знать во всех сферах экономической и политической жизни и игнорировать ее просто неразумно. Кроме того, информация сама стала вступать в товарооборот, что предопределило появление новых школ и направлений экономических учений.

Основоположники экономической науки А. Смит и Д. Риккардо предложили модель «экономического человека» и уже в этой модели мы можем встретить первые ссылки на информацию, а точнее на информированность человека в собственных делах [1]. Однако предмет их исследования был совсем другой, что не позволяет поставить их на первое место в нашем историческом ракурсе по исследованию информации в экономической науке. По нашему мнению было бы правильным начать рассмотрение с Фрэнка Хейнемана Найта и его фундаментального труда «Риск, неопределенность и прибыль» впервые опубликованного в 1921 году. Для нашего исследования в первую очередь представляет интерес понятия неопределенности и риска, которые исследовал Ф. Найт. «В самой основе проблемы неопределенности в экономической теории лежит присущая самому экономическому процессу устремленность в будущее» [3]. По представлению Ф. Найта, неопределенность взаимосвязана с разницей во времени между принятием решения и его реализацией. В течение этого промежутка возможны разнообразные непредвиденные колебания рынка, могущие привести к различным колебаниям цен на товары, что приводит к риску для участников сделки в процессе ее реализации. А вот как он разграничивает понятия риск и неопределенность: «Практическое различие между категориями риска и неопределенности состоит в том, что, когда речь идет о риске, распределение исходов в группе случаев известно либо благодаря априорным расчетам, либо из статистических данных прошлого опыта, тогда как в условиях неопределенности это не так, по той общей причине, что ситуация, с которой приходится иметь дело, весьма уникальна, и нет возможности сформировать какую-либо группу случаев». Иначе говоря, информация − это то, что позволяет

предполагать какое-либо событие с определенной достоверностью, а риск − это неполная информация, и чем она полнее, тем меньше риск. В результате своего исследования Ф. Найт приходит к выводу, что «… проблема преодоления неопределенности неминуемо переходит в общую проблему управления, т.е. экономического контроля. Фундаментальные неопределенности в экономической жизни суть ошибки в прогнозировании будущего и в осуществлении текущих адаптаций к будущим условиям». Информация представляется Ф. Найтом как понятие, противоположное неопределенности и обратно пропорциональное риску. Как мы видим, у Ф. Найта сходное с К. Шенноном понимание информации, по К. Шенону − "информация − это те сообщения, которые уменьшают неопределенность у получателя информации" [6].

Одним из первых, кто показал невозможность производственного цикла без постоянного притока новой информации, был А. Харт [4], кроме того, он выдвинул идею, позже развитую К. Эрроу [5], которую можно представить в следующей форме: «Вложения в моменте времени $t_0$ в условиях неопределенности относительно будущих предпочтений (условий спроса) в существенной мере предопределяют выбор производственного плана (т.е. дополнительных вложений) в моменте времени в котором условия спроса становятся известными».

Следующим экономистом, в работах которого мы сталкиваемся с понятиями информация, данные и знания следует назвать Ф. А. Хайека. Наиболее интересной с нашей точки зрения является его президентское обращение к Лондонскому экономическому клубу от 10 ноября 1936 г. под названием «Экономическая теория и знание». Эта работа посвящена критике равновесного анализа. Хайек пишет о том, что равновесные модели не имеют ничего общего с реальной ситуацией, когда приходится иметь дело с анализом динамических систем. Приблизиться к реальности можно: «…хотим ли мы определить границы экономической статики или выйти за ее пределы, нам не миновать спорной проблемы, какое именно место должны занимать в наших рассуждениях предпосылки, касающиеся предвидения». Предвидение же необходимо для построения плана.

По мнению Хайека «… любое изменение в релевантных знаниях человека, то есть любая перемена, заставляющая его пересмотреть свой план, подрывает равновесное отношение между действиями, предпринятыми до и после изменений в его знаниях». При этом Хайек отмечает, что «… к так называемым "данным"… относятся (помимо вкусов рассматриваемого человека) все факты, которые ему даны, то есть вещи, как они существуют в его знаниях (или представлениях) о них, а не объективные факты в строгом смысле». Далее Хайек приходит к разделению понятия «данное»: «Datum, данное, означает безусловно нечто, что дано. Однако вопрос, который остается открытым и на который в общественных науках может быть два разных ответа, состоит в том, кому, как предполагается, эти факты даны». По его мнению, данные существуют « …с одной стороны, в смысле реальных объективных фактов в том виде, в каком они, как предполагается, известны наблюдателю-экономисту, и, с другой стороны, в субъективном смысле, как вещей, известных лицам, чье поведение мы пытаемся

объяснить». Рассматривая проблему равновесия, Хайек ставит под вопрос правомерность модели совершенного рынка, на котором все обладают полной информацией, и все сразу узнают все, как только что-нибудь происходит. По Хайеку существует «разделения знания между различными людьми» и традиционные для того времени понимание знания как ценовые ожидания составляют лишь малую часть проблемы знания. Представление «знания» Хайеком весьма похоже на явное и неявное знание, каким его себе представляют современные исследователи Нонака и Такеуши [7].

Хайек пишет: «…"умение" относится только к знанию, которое человек использует в своей профессии, тогда как то дополнительное знание, о котором нам надлежит иметь какое-то представление, чтобы мы были способны высказать нечто о процессах в обществе, − это то знание альтернативных возможностей действия, которое человек непосредственно не пускает в дело».

Хайек в своей статье отмечает, что экономическая теория ближе любой другой социальной дисциплины подошла к ответу на вопрос всех общественных наук: как может соединение фрагментов знания, существующего в разных головах, приводить к результатам, которые при сознательном стремлении к ним потребовали бы от управляющего разума таких знаний, которыми не может обладать никакой отдельный человек.

В 1961 году вышла в свет работа Нобелевского лауреата Джорджа Стиглера, которая называлась «Экономическая теория информации» [2]. Основной целью данной статьи был анализ «одной важной проблемы информации − определения рыночной цены». В модели, предложенной Стиглером любой покупатель или продавец, желающий определить наилучшую (минимальную в первом случае и максимальную во втором) рыночную цену, должен опросить ряд продавцов или покупателей. По представлению Стиглера: «Разброс цен − это проявление и мера неосведомленности на данном рынке. Разброс цен представляет собой искаженный показатель неосведомленности, поскольку при учете условий продажи невозможна абсолютная однородность никакого товара». В отличие от Ф. Найта Дж. Стиглер переходит от понятия неопределенности к понятию неосведомленности, что является шагом вперед в понимании роли информации в экономических процессах. У агента существует возможность снизить неосведомленность путем опроса контрагентов. Причем, каково бы ни было точное распределение цен с удлинением поиска выигрыш от еще одного запроса, измеряемого ожидаемым снижением минимальной запрашиваемой цены, падает. Поэтому поиск целесообразно проводить до тех пор, пока затраты на его осуществление не превысят ожидаемых от него выгод. «Можно считать, что затраты потребителя на поиск приблизительно пропорциональны числу опрашиваемых продавцов, поскольку расходуется здесь главным образом время. Эти затраты, конечно, не обязательно должны быть одинаковы для всех потребителей: не говоря о разнице во вкусах, время более ценно для людей с большим доходом. Если расходы на поиск уравниваются ожидаемым предельным эффектом, можно найти оптимальный объем поиска». Далее Стиглер называет определяющие факторы поиска:

«1. Чем больше доля расходов покупателя на данный товар, тем большую экономию может принести поиск, а значит, тем больше объем поиска.

2. Чем больше доля опытных постоянных покупателей на рынке, тем больше объем поиска (при позитивной корреляции между ценами разных периодов).
3. Чем больше доля опытных продавцов, тем выше корреляция между ценами разных периодов, а значит, по условию 2, тем больше объем накопленного поиска.
4. Затраты на поиск тем больше, чем больше географическая протяженность рынка».

В заключение Стиглер отмечает: «Идентификация продавцов и их цен - это только один пример большой роли поиска информации в экономической жизни. Сходные проблемы возникают при поиске выгодных направлений инвестирования и при выборе наемными работниками отрасли, предприятия и занятия».

На Дж. Стиглере мы закончим наш краткий исторический обзор появления понятия «информации» в экономической науке. Вопросы, поднятые отмеченными выше учеными, предопределили дальнейшее развитие исследований в области экономики информации. И сегодня, когда произошел переход из постиндустриального в информационное общество, работы Ф. Найта, А. Харта, Ф. А. Хайека и Дж. Стиглера остаются актуальными, несмотря на свою более чем полувековую давность.

1. Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов / Пер. с англ. − М.: Соцэкгиз, 1962. − 654с.
2. Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т.2. Под ред. В.М.Гальперина.- СПб.: Экономическая школа. 1999.
3. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / Пер. с англ. − М.: Дело, 2003. − 360с.
4. A. Hart Risk, Uncertainty and the Unprofitability of Compound Probabilities of Compounding Probabilities // Studies in Mathematical Economics and Econometrics. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1942
5. Arrow K. A Note on Freedom and Flexibility // Choice, Welfare, and Development. Oxford: Clarendon Press, 1995. P. 7-16
6. Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. — 1948. — Т. 27. — С. 379-423, 623–656.
7. Nonaka, I., Takeuchi H. "The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation", New York: Oxford University Press, 1995