

Л. А. Клевчик,
асистент кафедри економічної теорії та менеджменту,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

L. Klevchik,
assistant of Economics and Management, Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University, c. Chernivtsi

PRAGMATIC ASPECTS OF ESSENCE OF ECONOMIC INFORMATION

У статті здійснено розвиток прагматичного підходу до сутності економічної інформації. Запропоновано виокремлювати прагматичний підхід у широкому сенсі інформацією вважається сукупність символів, що розширюють будь-які наявні знання суб'єкта та проблемно-прагматичний підхід — інформацією вважається сукупність символів, що розширюють знання, актуальні на даний момент для суб'єкта. Обґрунтовано, що проблемно-прагматичний підхід є найбільш коректний до сутності економічної та будь-якої спеціалізованої інформації.

The pragmatic approach to the essence of economic information has been developed in the article. It has been proposed to separate pragmatic approach in a broad sense (the information is a set of symbols that extend any existing knowledge of the subject) and problem-pragmatic approach (the information is a set of characters that expand knowledge, current at the moment for the subject). It has been grounded that a pragmatic approach in the narrow sense is most appropriately to the nature of economic and any specialized information.

Ключові слова: економічна інформація, прагматичний підхід, тезаурус, цінність інформації, інформаційна економіка.

Key words: economic information, pragmatic approach, thesaurus, value of information, information economy.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ ТА ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інформація є надзвичайно багатогранним та багатоаспектним поняттям, а тому досліджується різними науками. Незважаючи на досить інтенсивне вивчення даного феномена в науці дотепер відсутнє не лише єдине загальноприйняте визначення інформації, але й підходу до її сутності. Тому в умовах становлення інформаційного суспільства та зростанні ролі інформації у всіх сферах людського життя актуальність наукових пошуків в напрямі уточнення сутності інформації все більше зростає.

У дослідження феномену інформації внесли вклад значна кількість вчених, серед яких можна виокремити Р. Хартлі, К. Шенона [6], Н. Вінера [1], Г. Хакена [5], Ю. Шрейдера [7], Д. Харраха та інших, які розглядали інформацію за різних підходів до розуміння її суті заклали основи наукового розуміння її сутності. Однак за наявності значної кількості наукових праць присвячених інформації переважно поза увагою перебуває той факт, що людина як суб'єкт будь-якого виду діяльності активно шукає і опрацьовує її для вирішення певних проблем, які перебувають на заваді досягненню певних цілей. Тому невирішеною проблемою є конкретизація сутності інформації у контексті певної діяльності людини, зокрема в сфері економічних відносин.

МЕТА СТАТТІ

Метою даної статті є подальший розвиток прагматичного підходу до сутності інформації з врахуванням активності суб'єкта-отримувача в пошуку інформації.

ОГЛЯД ОСТАННІХ ПУБЛІКАЦІЙ

Всього можна виокремити п'ять системних підходів до сутності інформації: ймовірно-статистичний (кількісний), функціонально-кібернетичний, синергетичний, семантичний, прагматичний, та якісні підходи до інформації. В рамках кожного з підходів розроблено численні теорії інформації, які знаходять застосування в різних науках. Тому доцільно проаналізувати основні особливості кожного з них з тим, щоб визначити ті з них, які можуть бути найбільш плідно застосовані для з'ясування сутності економічної інформації.

Ймовірно-статистичний підхід до сутності інформації бере свій розвиток від часів інтенсивного впровадження засобів зв'язку, їх основи, розроблені Р. Хартлі та К. Шеноном. Інформація за такого підходу це певні відомості, які дозволяють зменшити невизначеність у вирішенні певної проблеми. Інформація ототожнюється з сукупністю символів, які становлять повідомлення, кількість інформації дорівнює кількості переданих (прийнятих) символів. Проте в соціальних процесах, а до них відно-

сяться і економічні відносини, на нашу думку, такий підхід не дозволяє розкрити сутність феномену інформації. Адже, без сумніву, на перебіг економічних процесів впливає не лише кількість інформації, а й її наповнення.

Функціонально-кібернетичний підхід також деякими науковцями вважається кількісним, бо також, як і ймовірно-статистичний оперує кількісними мірами інформації [3], однак в його рамках інформація розглядається як особлива властивість систем певного типу, здатних до самоуправління та самоорганізації. Однак самоорганізація в даному випадку розглядається як адаптація до зовнішніх умов. Один з основоположників даного підходу Н.Вінер визначав інформацію як "... позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу в процесі пристосування до нього..." [1, с. 46]. У даному випадку інформацією є не весь набір символів, що доходять до отримувача, а лише його частина. Решта сприймається як шум. Фактично, інформація розглядається як певне організуюче начало, яке забезпечує найкращу адаптацію систем до зовнішніх умов.

Ще більше на організуючій ролі інформації акцентує увагу синергетичний підхід, основоположником якого вважається Г. Хакен [5]. За даного підходу інформація є важливим чинником уже не адаптації систем до зовнішніх умов, а й "переорганізації", переходу в нові стани з властивостями та характеристиками, які суттєво відрізняються від початкових. Зазначимо, що вищезгадані підходи базуються на припущенні, що з усієї сукупності символів подібна інформація, яка надходить в системи однакової природи приймається і оброблюється ними однаково, що викликає певні заперечення стосовно тих систем, функціонування яких пов'язано з людиною, яка є не просто приймачем інформації, але й зберігає і користується інформацією, отриманою раніше.

Дане зауваження враховується в семантичному підході до інформації, який базується на тому, що інформація може мати неоднакову цінність для приймача, в якості якого виступає людина. В рамках даного підходу найбільш довершеною є теорія Ю. Шрейдера, в якій враховується, що до отримання певного повідомлення суб'єкт уже має свої власні знання про проблему чи ситуацію. Такі, отримані раніше знання, Ю. Шрейдер назвав тезаурус, саме від них залежить здатність суб'єкта до сприйняття і осмислення отриманої інформації [7]. В рамках його теорії інформація I , яку отримує приймач з повідомлення T суттєво залежить від тезаурусу приймача θ , тобто [7]:

$$I = I(T, \theta) \quad (1).$$

Формула (1) має важливий зміст, з неї випливає кілька важливих властивостей інформації.

По-перше повідомлення (як кількість переданих символів) не співпадає з інформацією, яку отримує з даного повідомлення приймач (ця властивість інформації притаманна і функціонально-кібернетичному та синергетичному підходам).

По-друге, для кожного повідомлення існує свій мінімально-необхідний тезаурус, при якому воно взагалі буде містити певну інформацію для суб'єкта-приймача. Якщо тезаурус менший мінімально-необхідного, повідомлення буде незрозуміле приймачу і сприйматиметься як семантичний шум. Це особливо актуально для специфічних різновидів інформації, до яких відноситься й економічна.

По-третє, зникає універсальність та однозначність прийому інформації — з одного й того ж повідомлення різними суб'єктами (з різними тезаурусами) буде отримана різна інформація.

Дві останні властивості відсутні у кількісному, функціонально-кібернетичному та синергетичному підходах. До того ж теорія Шрейдера передбачає, що з повідомлення

інформації буде отримуватися суб'єктом лише тоді, коли вона доповнить уже існуючі його знання (змінить тезаурус на певну величину $\Delta\theta$, тому отримувана інформація залежить від повідомлення (переданої інформації), наявного в суб'єкта тезаурусу та зміни останнього під дією повідомлення, тобто

$$I = I(T, \theta, \Delta\theta) \quad (2).$$

Формула (2) відображає прагматичний підхід до інформації, коли головною характеристикою інформації є не її кількість, а вплив на уже існуючий тезаурус приймача. Причому важливим вважається не вплив на зміну тезаурусу взагалі, а на певну його частину, пов'язану з вирішенням конкретної проблеми (задачі).

Чим більше відбулася зміна, тим ціннішою отримана з повідомлення інформація. Якщо зміни тезаурусу не відбулося ($\Delta\theta = 0$), то суб'єктом отримане повідомлення буде сприйматися як прагматичний шум, бо повідомлення не впливає на існуючі в суб'єкта знання щодо вирішення даної конкретної проблеми. Прагматичний підхід до теорії інформації розроблений в роботах Р.Аккофа [8], В. Майлса та Д. Харраха. Переваги та недоліки даного підходу проаналізовані І. Гришкіним [2, с. 96—100]. На нашу думку, він може бути найбільш плідно застосованим до вивчення сутності економічної інформації, однак, потребує певного вдосконалення, з врахуванням певних особливостей інформаційної активності суб'єктів, які її використовують.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Фундаментальним поняттям підходу до сприйняття інформації в Р. Аккофа є "індивідуальний цілеспрямований стан" суб'єкта-приймача інформації, під яким розуміється стан, якщо індивід прагне до чогось і має альтернативні шляхи досягнення мети [8, с. 223]. Такий "цілеспрямований стан" використовує і У. Майлс, який наводить дві ознаки стану: 1) існує хоча б один результат Q , поведінки індивіда, який має для нього певну значимість в даній ситуації; 2) існує хоча б дві послідовності дій C_1 і C_2 , які приводять індивіда до результату Q , з різною ефективністю [10, с.97].

Д. Харрах [9] розвинув прагматичну теорію базуючись на апараті логіки. Зокрема розроблена ним модель комунікації характеризується наступними рисами:

- послідовний характер розгляду повідомлень отримувачем;
- інтерпретація і оцінка повідомлення в світлі знань, досвіду та інтересів отримувача;
- отримувач може знати, а може й не знати чи достовірно отримане ним повідомлення;
- у ході комунікації отримувач може змінити свою думку щодо повідомлення під впливом відправника повідомлення, який може впливати, наприклад, на знання та інтереси одержувача;
- інтереси відправника і отримувача повідомлення відносно його оплати є різними: відправник прагне якомога швидшої оплати, отримувач, навпаки, намагається відстрочити платіж, бо хоче перевірити отримане повідомлення [9, с. 267—268].

Розглядаючи тезаурус як сукупність наявних знань та "цілеспрямований індивідуальний стан", який використовується в прагматичному підході, необхідно відзначити, що його головні ознаки: наявність певної мети та альтернативних шляхів її досягнення адекватні недостатності тезаурусу приймача вирішити проблему вибору послідовності дій для досягнення мети. В конкретній діяльності суб'єкта, наприклад, економічній мета може бути поставлена ним самим, або ж іншими людьми (керівництвом, підприємства, акціонерами, державними контролюючими органами). Тому "цілеспрямований індивідуальний стан" означає ак-

туалізацію для індивіда певної проблеми, пов'язаної з досяганням мети і необхідність розширення тієї частини тезаурусу, яка сприяє (сприятиме) її досягненню.

Однак потрібно відзначити, що інформація не завжди отримується лише тоді, коли індивід перебуває в "цілеспрямованому індивідуальному стані". Виходячи з специфіки сприйняття інформації суб'єктом, доцільно розрізняти два режими прийому інформації: пасивний та активний. При пасивному прийомі суб'єкт, отримує інформацію внаслідок того, що завжди перебуває в певному інформаційному середовищі, де функціонують потоки інформації (новини, розмови, візуальна реклама), від сприйняття яких фізично не можливо відмежуватися і для отримання яких не потрібно здійснювати ніякої активності. Пасивний режим прийому інформації наявний завжди. Саме для такого режиму прийому інформації справедлива формула цінності інформації (2), яка відображає сприйняття повідомлення як інформацію певного "ідеального" суб'єкта, який прагне всебічно розширити коло своїх знань. Логічно позначити трактування інформації як набору символів, що розширюють обсяг існуючих у суб'єкта-приймача знань "прагматичним підходом до інформації в широкому сенсі", підкреслюючи, цінність інформації визначається за ступенем збільшення знань взагалі, а не в якомусь конкретному напрямі.

В активному режимі суб'єкт не просто сприймає потоки повідомлень, а здійснює певні активні дії для пошуку потрібної інформації. Рушієм активності суб'єкта є актуалізація вирішення певної проблеми. Активний режим пошуку та сприйняття інформації виникає тоді, коли суб'єкт здійснює діяльність: економічну, політичну та ін.

У таких практичних ситуаціях цінність інформації суб'єктом сприймається не за зміною тезаурусу взагалі, а лише його певної частини ΔQ_i^* , яка пов'язана з певною проблемою i , яка має бути вирішена. Необхідно також врахувати, що в різні моменти часу актуалізується вирішення різних проблем, тому індекс i , який позначає конкретну проблему, змінюється в часі, тобто $i = i(t)$. Тому формула (2), яку можна назвати вираженням прагматичного підходу до інформації, у "широкому сенсі" трансформується в формулу:

$$I = I(T, \theta, \Delta\theta_{i(t)}^*) \quad (3).$$

де $i(t)$ — проблема, яка є актуальною для суб'єкта, приймача інформації в момент часу (t).

Якщо зміни тезаурусу, пов'язаного з вирішенням певної проблеми не відбувається $\Delta Q_i^* = 0$, то набір символів сприймається суб'єктом як прагматичний шум.

Формула (3) відображає підхід до інформації, який логічно назвати "проблемно-прагматичним" підходом до інформації. Зазначений підхід відрізняється від прагматичного підходу у "широкому сенсі" тим, що цінність інформації визначається не зміною тезаурусу взагалі, а лише тих знань, які допомагають вирішити конкретну проблему. До того ж даний підхід надає динамічності природі кількості інформації, яку отримує суб'єкт-приймач. Через те, що в різні моменти часу актуалізуються різні проблеми, то одне й те саме повідомлення (наприклад, певний текст) в одні моменти часу сприймається як прагматичний шум (зміни тезаурусу пов'язаного з конкретною проблемою, актуальною в даний час не відбувається), тоді як в інші — як цінна інформація (якщо в цей час є актуальною така проблема, що змінюється та частина тезаурусу, яка пов'язана з можливістю її вирішення). Проблемно-прагматичний підхід бачиться найбільш плідним у випадку, якщо розглядається інформація певного виду, яка застосовується для вирішення певного кола проблем: технічних, наукових, економічних, політичних та ін.

Отже, виходячи з "проблемно-прагматичного підходу", інформацію, яка отримується суб'єктом в режимі активного пошуку, можна визначити як ту частину інформаційних повідомлень, що отримуються із зовнішніх джерел, які розширюють актуальну на момент пошуку частину тезаурусу (знання, щодо вирішення певної проблеми, задля чого і здійснюється пошук інформації).

Застосовуючи "проблемно-прагматичний підхід" легко визначити сутність економічної інформації. Адже це та частина інформаційних повідомлень, яка відображає економічні процеси та явища і розширює знання суб'єкта щодо вирішення проблем, пов'язаних з участю у суспільному виробництві, розподілу, купівлі-продажу, обміну та інших або з їх дослідженням.

Але ситуація ускладнюється тим, що в економічній діяльності використовуються різні види інформації, які не стосуються безпосередньо економічних процесів та явищ, наприклад, науково-технічна та культурна інформація.

Звернемося до П. Самуельсона та В. Нордхауса, які зазначають, що будь-яка особа, що здійснює підприємницьку діяльність (займається бізнесом), повинна знати відповіді на чотири найважливіших запитання, які вважаються "класичними" задачами бізнесу, тобто вирішити такі проблеми:

1. Що робити? 2. Кому продавати або у кого купувати? 3. Де взяти кошти? 4. Хто є хто? [4, с. 49—50].

Зазначений перелік визначає по суті в узагальненому вигляді основні проблеми, які необхідно вирішити в економічній діяльності. До нього, на нашу думку, необхідно додати і проблему ("Хто і як буде виробляти продукцію?").

Якщо перефразувати та перегрупувати ці питання то отримуємо такі блоки інформації, яку логічно віднести до економічної:

— інформація про стан та тенденції споживчого попиту (вирішує проблеми "Що робити?" та "Кому продавати?");

— інформація про вартість, якість та інші характеристики сировини, напівфабрикатів, обладнання, комплектуючих — інших матеріальних ресурсів, необхідних для виробництва (вирішує проблему "У кого купувати?");

— інформація про стан та тенденції фінансового ринку (вирішує проблему "Де взяти кошти?", яку вважаємо за потрібне доповнити симетричною "Куди вкласти (де розмістити) кошти");

— інформація про ринковий статус: на мікрорівні — окремих суб'єктів та макрорівні — стану та тенденцій макроекономічної динаміки (вирішує проблему "Хто є хто?");

— інформація про ринок трудових ресурсів та технологій виробництва (вирішує проблему "Хто і як буде виробляти продукцію").

Вищенаведений перелік в узагальненому вигляді представляє основні блоки інформації, яку логічно віднести до економічної. Від вирішення цих проблем значною мірою залежить можливість успішного ведення економічної діяльності, а тому її суб'єкти спрямовують свою пошукову активність на такі повідомлення, які можуть надати інформацію, що збільшить знання суб'єкта-отримувача щодо вирішення актуальної (актуальних) проблеми.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ НАУКОВИХ РОЗВІДОК

Будь-яка діяльність людини передбачає виникнення численних проблем різного ступеня складності, які необхідно вирішувати. Тому інформацію, яка використовується в різних видах діяльності (в тому числі й в економічній), найбільш коректно розглядати в рамках прагматичного

підходу, за якого вона визначається як частина символів повідомлення що збільшує наявні знання (тезаурус) суб'єкта-приймача інформації. Економічна діяльність у сучасних умовах передбачає вирішення великої кількості вузькоспеціалізованих проблем, що передбачає активний пошук спеціальної інформації. Тому в рамках розвитку вищезгаданого підходу до сутності інформації доцільно виокремити проблемно-прагматичний підхід у вузькому сенсі, за якого інформація розглядається як певний набір символів, що розширює не тезаурус суб'єкта-приймача взагалі (прагматичний підхід у широкому сенсі), а лише актуальну на момент пошуку частину (знання, щодо вирішення певної проблеми, задля чого і здійснюється пошук інформації).

Такий підхід до сутності інформації особливо застосований до процесів купівлі-продажу інформації (ринку інформації) та дозволяє легко визначати будь-яку спеціалізовану інформацію. За проблемно-прагматичного підходу економічна інформація — це частина символів, яка приймається суб'єктом і збільшує його знання для вирішення проблем, які виникають у економічній діяльності. Решта символів сприймаються суб'єктом як прагматичний шум першого роду (якщо вони не розширюють його тезаурус взагалі), або прагматичний шум другого роду (не розширюють актуальну на даний час частину тезаурусу). Такі інформаційні повідомлення не мають корисності для суб'єкта-приймача інформації, а отже, він не буде зацікавлений у її придбанні в покупця. Базуючись на узагальненні основних проблем, які виникають у ході економічної діяльності та пов'язані з економічними відносинами до економічної логічно віднести інформацію про стан та тенденції споживчого попиту; про вартість, якість та інші характеристики сировини, напівфабрикатів, обладнання, комплектуючих; про стан та тенденції фінансового ринку; інформація про ринковий статус: на мікрорівні — окремих суб'єктів та макрорівні — стану та тенденцій макроекономічної динаміки; інформація про ринок трудових ресурсів та технологій виробництва. Обгрунтовано, що економічна інформація є економічним благом, на яке поширюється дія основних економічних законів. Економічна інформація може набувати товарної форми у вигляді інформаційного продукту і відповідно вступати в процес обміну на інші блага.

Проблемно-прагматичний підхід у вузькому сенсі надає динамічності корисності інформаційному повідомленню. Через те, що в різний час для суб'єкта актуалізуються різні проблеми (різні частини тезаурусу), то корисність одного й того ж повідомлення може бути нульовою в один період і досить високою в інший. З цього випливає, що величина попиту на одне й те ж інформаційне повідомлення (однотипну інформацію) може бути різною в різні моменти часу і залежатиме не лише від кількості покупців інформації, а від актуальності на певний момент часу проблем, які вони вирішують.

Отже, інформація — це особливе економічне благо (задовольняє потребу у вирішенні певної проблеми), попит на який формується інакше ніж на інші блага. Дослідження таких особливостей економічної інформації становить перспективи подальших наукових розвідок. Більш глибокого наукового опрацювання потребує і класифікація економічної інформації, як сукупності інформації, що сприяє вирішенню проблем в економічній діяльності.

Література:

1. Винер Н. Кибернетика или управление, связь в живом организме и машине. — М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. — 344 с.
2. Гришкин И.И. Понятие информации: Логико-методол. аспект / [Послесл. Б.В. Бирюкова и др.]. — М.: Наука, 1973. — С.96—100.

3. Громов Ю.Ю. Материалы к разработке теории информации. 1. Меры количества и качества информации / Ю.Ю. Громов, В.М. Тютюнник / *Фундаментальные исследования*. — 2011. — № 8. — С. 347—355.

4. Самуэльсон Пол А., Нордхаус Вильям Д. Экономика / Пер. с англ. — М.: "БИНОМ", "Лаборатория Базовых Знаний", 1997. — 800 с.

5. Хакен Г. Информатика и самоорганизация. Макроскопический подход к сложным системам / Г. Хакен / Пер. с англ. / Предисл. Ю.Л. Климонтовича. — М.: КомКнига. — 2005. — 248 с.

6. Шеннон К. Работы по теории информации и информатики / К. Шеннон / Пер. с англ. — М.: Иностранная литература. — 1963. — 832 с.

7. Шрейдер Ю.А. Об одной модели семантической теории информации / Ю.А. Шрейдер. — М.: [б. и.], 1965. — С. 233—240 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_all/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21STN=1&S21REF=-10&S21FMT=fullweb&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M&S21COLORTERMS=0&S21STR=

8. Ackoff R. Towards a Behavioral Theory of Communication / R. Ackoff [Электронный ресурс] // *Management Science*. — 1958. — Vol. 4. — P. 218—234. — Режим доступа: http://www.kukshinov.name/lib/ackoff/articles/1958_towards_a_behavioral_theory_of_communication.pdf

9. Miles W. The Measurement of Value of Scientific Information // *Research and Development*. — New York-London. — 1963. — P. 97—123.

10. Rowley R.D. Pragmatic Communication Model / R.D. Rowley [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aligningaction.com/prgmodel.htm>

References:

1. Viner, N. (1983), *Kibernetika ili upravlenie, svjaz' v zhivom organizme i mashine* [Cybernetics or control, communications in a living organism and machine], Nauka Glavnaja redakcija izdaniy dlja zarubezhnyh stran, Moscow, Russia.

2. Grishkin, I.I. (1973), *Ponjatje informacii: Logiko-metodol. aspekt* [concept of information: Logical metodol. aspect], Nauka, Moscow, Russia.

3. Gromov, Ju. Ju. and Tjutjunnik, V.M. (2011), "Materials for the development of information theory. 1. Measure the amount and quality of information", *Fundamental'nye issledovanija*, vol. 8, pp. 347—355.

4. Samujel'son, P. A. and Nordhaus, V. D. (1997), *Jekonomika* [Ekonomika], "BINOM" "Laboratorija Bazovih Znanij", Moscow, Russia.

5. Haken, G. (2005), *Informacija i samoorganizacija. Makroskopicheskij podhod k slozhnym sistemam* [Information available and self-organization. Macroscopic Approach to Complex Systems], KomKniga, Moscow, Russia.

6. Shennon, K. (1963), *Raboty po teorii informacii i informatiki* [Works on information theory and computer science], Inostrannaja literatura, Moscow, Russia.

7. Shrejder, Ju. A. (1965), *Ob odnoj modeli semanticheskoy teorii informacii* [On one model of semantic information theory], Moscow, Russia.

8. Ackoff, R. (1958), "Towards a Behavioral Theory of Communication", *Management Science*, vol. 4, pp. 218—234.

9. Miles, W. (1963), "The Measurement of Value of Scientific Information", *Research and Development*, pp. 97—123.

10. Rowley, R. D. (2001), "Pragmatic Communication Model", available at: <http://www.aligningaction.com/prgmodel.htm> (Accessed 24 Nov 2014).

Стаття надійшла до редакції 25.11.2014 р.