

Встъпление

В сегашната световна икономическа система за информационна икономика - ИИ (и оттук, за информационно общество) може да се говори като за набор от различни практики, но не и като за нов обществен-икономически строй, качествено различен от индустриалния капитализъм. ИИ образува своеобразна надстройка над индустриалната база, но засега не е придобила независим от нея вектор на развитие. Нещо повече: в текущото си развитие информационната надстройка подрива индустриалната база, тъй като отнема от нея добавена стойност и инвестиции, конкурира се с нея. Освен това ценностите на информационната икономика противоречат на индустриалните. Подобна ситуация е имало през късното средновековие, когато появилият се финансов сектор подрива средновековната икономика, общество и ценности. В бъдеще информационното общество може и да се превърне в нова цивилизационна фаза, но за това ще трябва да се мине през цивилизационна криза, която катастрофално да трансформира сегашната икономическа система. (Забележка: По отношение на бъдещата информационна фаза на цивилизация аз се придържам към дефиницията на Переслегин: това е фаза, в която доминира машинното производство на знания/информация. Засега най-важният локус на тази фаза - а именно, изкуственият интелект - все още не е създаден.)

Текущи практики на ИИ

По принцип икономистите намират различни основания да говорят за информационната икономика като за качествено нов феномен. Повечето от тях обаче могат да се тълкуват и другояче. Като важна тенденция се отбелязва, че "материалният" дял от стойността на най-различни стоки намалява в сравнение с "нематериалния". При по-внимателно вглеждане се открива, че става дума не толкова за стойност на технологии и патенти, а за запазени марки и брандове; делът от стойността на стоките, отиващ за реклама, значително надвишава дела, отиващ за научно-технически разработки (средно по икономиката, напр., на САЩ). Тук могат да се приведат ред курьози: да речем, Майкъл Джордан и Шакил О'Нийл от ТВ екран добавят към маратонките Nike няколко пъти повече стойност от работниците във Филипините и Индонезия. Проблемът на този растеж на нематериалния дял от стойността е, че в голяма част от случаите се отчита от статистиката като инфлация (а и реално си е инфлация). Друг проблем е, че започва недофинансиране на материалния сектор: тъй като някои (но далеч не всички) компании от информационния сектор регистрираха през 90-те свръхпечалба, капиталите масово побягнаха към него, дезертирайки от индустрията. (Кое по-късно доведе до общ спад на възвръщаемостта на капитала и в двата сектора. Сега този показател, средно по икономиката на САЩ, е по-ниско от нивото, на което е бил през 1900 г.) Напоследък се стигна дотам, че в редица "стари" индустриални холдинги по-голяма част от печалбата се формира от дейностите на неиндустриални дъщерни фирми, които спокойно могат да се нарекат и "информационни": трейдърски подразделения, спекулиране с фючърсни сделки, други финансови операции. Примери: в енергетиката - Enron в САЩ, E-on в Германия и др.; в автомобилостроенето (Ford и General Motors); в стоманодобива (Duferco) и т.н. Някои корпорации продават или закриват повечето от заводите си и оставят за себе си само маркетинга, бренд-мениджмънта и понякога разработката (така направи Alcatel), или заедно с тях

оставят и крайния конвейер за сглобяване (в автомобилостроенето). Тоест уж индустриалните гиганти се превръщат по-скоро в трейдъри и спекуланти, отколкото в производители. Но главна черта на тези "информационни" икономически практики, заради която аз съм против да се говори за тях като за нов тип икономика, е това, че те паразитират върху чисто стоковото производство и потребление. Може да има колкото си ще информационни надстройки и сектори, но в края на веригата непременно стои материална стока, която се продава на крайния потребител. Информационните сектори произвеждат и продават такива екзотични неща като ТВ аудитория, рекламно време, технически патенти, квоти за замърсяване на въздуха и пр. Но на края на веригата са потребителските стоки - те се рекламират по ТВ, в тях се вграждат технологиите, заради тях се замърсява въздуха. Информационният дял е надстройка над материалния и това, освен другото, значи, че първият не може да расте неограничено в сравнение с втория. Освен това тези "информационни блага" реално са инвестиционни стоки (или от група "А" на икономиката, според терминологията от социализма).(*) А ако група "А" нарасне прекалено много в сравнение с "Б", се получава т.нар. инверсна икономика, която е структурно неустойчива и рано или късно колабира. (Справка - историята на социализма.) - - - - - (*) Между другото, инвестиционна стока е и образованието, и преквалификацията, и повечето от софтуера. - - - - - Естествено, съществува и "истински" информационен сектор - музика, книги, кино и пр., които понякога ги наричат "творчески стоки". Само че те в никакъв случай не са нов сектор - съществували са и в средновековието, и в античността (без киното, естествено, но тогава пък е бил популярен театърът). Не съм виждал данни, че този сектор днес заема много по-голям дял от БВП, отколкото в края на XIX век. Дори и делът да се е увеличил, според мен не е много съществено и се дължи на изкуствено създаденото "потребителско общество", където почти всички имат значителен резерв от пари над "жизнения минимум" и могат да харчат по-свободно.

Интелектуална рента

Понятието за _интелектуална рента_ (ИР) е въведено наскоро по аналогия с природната и финансовата рента, макар че според мен феноменът е много стар. Накратко, ИР взема този, който успее да убеди клиентите, че това, което е измислил, е най-умното, правилното и напредничавото - без значение на реалната му полезност. От това определение се вижда, че ИР е толкова по-голяма, колкото по-голямо е информационното неравенство в обществото. Източник на тази рента е не толкова знанието на едните, колкото незнанието на другите. В пределния случай, ако всички знаеха всичко, просто нямаше да има никаква нужда от "икономика на знанието". Като пример за крайно висока ИР могат да се дадат консултантските услуги (които също са "инвестиционни услуги", от група "А"), и особено стратегическите консултации. Украинският хуманитарен технолог Владимир Грановски твърди, че:

* Търсене на стратегически консултации няма и не може да има. Този тип услуги винаги се предлага от консултанта;

* Клиент на стратегическата консултация по начало не съществува. Клиентът се формира от консултанта в процеса на преговорите;

* Клиентът не знае и не може да знае какво иска. Ако знаеше, нямаше да му е нужен консултант.

Друг пример: в американския ВПК 70-80% от разходите за изследвания и нови технологии в се присвояват като хонорари от най-горния слой мениджъри и ръководители на проекти. Или: през 1996 руските олигарси събират 500 млн. долара за изборната кампания на Елцин, но по-късни оценки твърдят, че от тези 500 милиона реално в работа са влезли само 70 млн., а всичко останало е било присвоено като хонорари от най-горния слой "политически технолози". Инвеститорите в "новата икономика", както показва раздуването и последвалото спукване на балона НАСДАК, също не са били много наясно в какво инвестират. Нещо повече, съществуват подозрения, че са инвестирали тъкмо защото не са разбирали нито бъкел от нови технологии и са били омаяни от светлите перспективи и непонятните, но добре звучащи термини от рекламните брошури. Пример за ИР са и произволните цени на софтуера, особено на разработвания по поръчка, в сравнение с реалните разходи за разработка. Понякога свръхпечалбата достига десетки пъти. При масово тиражиране пакети (от типа на Windows, Office и пр.) пък имаме не толкова производство, а по-скоро печатане на пари: причината е, че разходите за тиражиране са минимални в сравнение с цената на продукта, а разходите за разработка не зависят от тиража, т.е. себестойността на програмата пада приблизително обратно пропорционално на тиража (но никой, естествено, не сваля цената). Може би при някоя следваща икономическа криза западните държави ще поискат да национализират тази свръхрента от компаниите като Microsoft (както през 70-те са обложили с много големи данъци свръхрентата от петрола). Друга тенденция е, че всички страни с претенция за икономически свръхсили ще започнат да въвеждат собствени ОС, за да не плащат свръхрента на американските компании (така вече направи Китай, вероятно ще го направят и в Европа, но по-късно). От гледна точка на "класическата" икономика високата интелектуална рента е индикатор за много несъвършен пазар, за липса на информация (и по-точно - за липса на всякаква способност за филтрация на реалното зърно от рекламната плява). Това трябва да се нарича не икономика на знанието, а по-скоро _икономика на незнанието_. Икономиката - това е система, в която хората, също като Паркинсъновите чиновници, си създават работа един на друг. Появата на нови технологии стимулира системата не толкова в производствен смисъл - защото те могат не само да създават стойност, но и да намаляват нуждата от такава, както е в случая с т.нар. "закриващи технологии". По-важно е, че се появяват все нови и нови сфери на обща некомпетентност, все по-тесни специалности, едни хора все повече не могат без други, нараства общата нужда от стойност, макар че все по-малко хора разбират за какво дават парите си. Прогресиращото разделение на информационния труд повишава не само производителността, но и некомпетентността, а оттук - интелектуалната рента. Макар че според мен в историята ИР средно е падала (но се е колебала и в двете посоки). Причината да мисля така е, че в началото на историята почти всички човешки дейности са се зараждали като култови, т.е. с чисто нематериален (информационен?) мотив. Икономическата рационалност е растяла в историята, най-много - в ранния и средния капитализъм. Фактът, че в последните десетилетия интелектуалната рента расте, според мен е индикатор за системна криза в западната икономика, която ще се разреши катастрофално. В частност, бъдещата "информационна фаза" може да постави като

начална цел на съществуването си тъкмо борбата с ИР.

За бъдещата информационна цивилизация

Една от тенденциите, които очаквам в бъдеще, е падане на цената на иновациите (при това - радикално), като следствие от въвеждането на изкуствени интелекти (в широк смисъл). Ще падне вероятно и цената на човешкия интелект. Въпросът е какво ще представлява бъдещата информационна цивилизация и най-вече бъдещата консумация на информационни стоки. Може да се направи такава хипотеза. Сега една и съща иновация се тиражира в милиони бройки битови стоки (телевизори, компютри или каквото е там). Противоположният случай, който бихме могли да търсим в бъдещето, е когато всеки отделен телевизор, компютър и пр. има по нещо уникално в техническата си реализация. (Не говорим за разлики в дизайна: едно е да се напечатат различно огънати пластмасови кутии, а друго е да се правят уникални схемни или програмни решения.) Това е крайна точка и едва ли ще бъде достигната, но идеята е - все по-голямо разнообразие на техническите иновации в стандартни и масови (по днешни представи) уреди. От сегашна гледна точка е трудно да си представим смислени причини, поради което да се тръгне в тази посока на развитие. От икономическа гледна точка колкото по-широко се тиражира една иновация, толкова по-евтини и конкурентни са крайните продукти (и едновременно - толкова е по-голяма възвръщаемостта на парите, хвърлени в развитие на иновацията). Вероятно преходът към уникални или дребносериенни технологически решения ще бъде свързано с някакви нови ценности, ценности на информационната цивилизация, които днес ги няма и затова идеята ни изглежда не особено смислена. Една възможна причина за такова иновационно поведение е борбата с компютърните и други информационни вируси: нали при въвеждане на различни технологически решения расте несъвместимостта и, следователно, намалява "обсега на действие" на всеки отделен вирусен щам. (Пример за подобно решение е несъвместимостта на белтъците в различните живи организми, или пък разцепването на човешкия праезик на множество други езици в началото на човешката история.) Друга възможна причина за такова развитие може да бъде т.нар. иновационна война.(*) Например, на всяка бойна глава или крилата ракета да се инсталира различна система за насочване, така че противниковата ПРО да няма средства и "акъл" да ги разстрои всичките и да се увеличи вероятността за нейното преодоляване. Или пък едновременно действие на различни системи за свързка и управление на боя, с различни технически реализации, така че да намалее вероятността от едновременното им унищожение или смущаване. Трябва да се отбележи, че при двустранна иновационна война най-голямото предимство е ниската цена на техническите разработки, т.е. на интелекта изобщо. Трябва да се отбележи също, че не е ясно как военните иновационни решения ще навлизат в гражданската област.

- Каква връзка ще има бъдещата информационна цивилизация (ИЦ) с днешното потребителско общество (ПО)? Според мен - твърде непряка. Най-общо смятам, че ПО е "оборска тор" за бъдещата ИЦ, тоест има смисъла на тлъста почва, с ресурса на която могат да се хранят кълновете на новата цивилизационна фаза. Но като ценности, като социални и технически решения двете навярно ще имат много малко общо помежду си. При преходите между различни типове цивилизация досега голяма част от ценностите и

Информационната икономика

Написано от Иван Попов
Петък, 05 Март 2010 00:11

социалните практики са се обръщали наопаки, с главата надолу. (Така става и при възникването на капитализма в Европа.) Вероятно през XXI век също много неща ще се обърнат с главата надолу. Затова от сегашната позиция ни е трудно да оценим бъдещата информационна цивилизация: много от нейните най-важни свойства от наша гледна точка нямат никакъв смисъл.

----- (*) Днес съществуват две големи стратегии за "нестандартна война". Първата е информационната война - вместо да биеш противника, го лъжеш, манипулираш и пр. Втората е иновационната война - качествено разширяване на пространството от възможности на войната, при което тя става извънредно трудна за планиране и въобще се хаотизира като система. Това се реализира чрез все повече "странни" военни ходове и военно-технически решения. (Един пример - използването на микровълнови печки за отклоняване на "умните" крилати ракети.) Тази стратегия е по принцип изгодна за по-слабата страна, защото и дава шансове за победа, каквито при "нормални" условия тя няма, и е неизгодна за силната страна, тъй като намалява планируемостта. -----

24-25.12.2003

24-25.12.2003