

Секция «Социальное неравенство: причины и альтернативы богатства и бедности»

Информация как источник социального неравенства в постиндустриальном обществе

Научный руководитель – Пшизова Сусанна Нурбиевна

Алексеева Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра политического анализа, Москва, Россия

E-mail: anastasiya-2112@yandex.ru

Сегодня наиболее развитые страны характеризуются как постиндустриальные или информационные; первые признаки этого общества были замечены в 1950-х гг. Постиндустриальное общество, согласно Д. Беллу, - третья стадия развития общества вслед за доиндустриальным и индустриальным, в основе которой лежат знания или информация [2]. Более иллюстрированная характеристика постиндустриального общества (общества «третьей волны») была изложена футурологом Э. Тоффлером [5]. По мнению этих исследователей, информационному обществу присущи следующие черты: распространение компьютерных технологий, средства передачи информации становятся двигателем прогресса, доминирование на рынке сферы услуг, увеличение количества «белых воротничков», зрелая наука, рост числа образованных людей, экономика знаний, доминирование демократических ценностей, глобализация и т.п. Японский социолог Е. Масуда назвал человека постиндустриального общества «homo intelligence», иначе «человеком знающим» или творцом и носителем информации [8].

Со становлением постиндустриального общества наблюдается рост уровня неравного распределения богатства в странах, которых захлестнула «третья волна» [10]. Возможно, что процесс информатизации общества, роста потоков информации и количества накопленного знания ведёт к всё большему отрыву богатых от бедных. Эту тенденцию замечает В.Л. Иноземцев: «Именно информационное неравенство, не имеющее к пресловутой глобализации прямого отношения, и определяет современный раскол мира на «золотой миллиард» и остальное человечество» [1].

Избыточное неравенство в распределении доходов характерно не только современному этапу развития человечества. Это явление наблюдалось в различные эпохи, и в каждый период времени знаменитые мыслители, начиная с Платона и Аристотеля и заканчивая К. Марксом, неоклассиками, Дж. Кейнсом и Й. Шумпетером, выделяли разные причины неравного распределения богатства. Однако они не учитывали влияния информации на распределительный процесс.

Работы Дж. Стиглера «Экономическая теория информации» (1961 г.), «Информация на рынке труда» (1962 г.) и др. определили дальнейшее развитие экономической науки. Стиглер показал, как затраты на поиск информации будь то на рынке труда или на рынке товаров и услуг определяют заработную плату или цену продуктов, что впоследствии влияет на благосостояние граждан [4]. Также в своей работе американский экономист исследовал, как потребители ведут себя на рынке товаров и услуг при поиске самой выгодной цены. Он заметил, что потребители не всегда покупают товар по оптимальной цене, если затраты на поиск информации больше, чем полученная полезность от товара.

На современном этапе развития экономики получить полную информацию обо всех предложениях на рынке практически невозможно. Разве что на небольших ярмарках потребитель способен узнать все цены на необходимый ему товар и сделать оптимальный выбор. Широкий выбор товаров и услуг, по мнению Б. Шварца, парализует действия

потребителей [6]. Покупателям, не являющимся «специалистами во всём», становится всё сложнее и сложнее оценить параметры цены и качества, а после выбрать оптимальный товар из обширного предложения. Чтобы сделать выбор, они полагаются на мнение консультантов, рекламу, отзывы в интернете. Но данные источники не всегда являются достоверными. Это порождает нерациональное поведение потребителя. Они подвергаются воздействию маркетинговых кампаний, покупая товар неоптимального качества по неоптимальной цене, обеспечивая прибыль крупных корпораций, которые могут себе позволить дорогую и охватывающую значительную часть населения рекламу.

Несовершенство информации и невозможность потребителями и производителями проанализировать всю информацию на рынке ведут к нарушению общего равновесия, а, следовательно, и к установлению неравновесных цен, росту безработицы и др. [9].

Современный исследователь Томас Пикетти в труде «Капитал в XXI веке» одной из причин роста неравенства доходов видит политику, проводимую наёмным топ-менеджментом крупных компаний, который имеет возможность устанавливать себе заработную плату и в отрыве от собственника определять развитие корпорации [3]. Одной из причин этой проблемы является асимметричность информации или так называемые отношения «принципал-агент», иначе говоря менеджеры (агенты) более осведомлены о состоянии корпорации в отличие от собственников-акционеров (принципалов), что позволяет первым увеличивать свои доходы [7].

Недоступность высшего образования широким слоям общества порождает информационное неравенство, увеличивающее разрыв между самыми богатыми и самыми бедными. В современном постиндустриальном обществе высшее образование стало необходимым условием получения высокодоходной должности. К примеру, в США один из самых высоких в мире уровень неравенства доходов, и одной из причин данной тенденции является дорогостоящее высшее образование [3].

Таким образом, проблемы, связанные с информацией: неопределенность и асимметричность информации, парализующая свобода выбора и недоступность высшего образования широким слоям населения, являются причинами роста неравенства в доходах в постиндустриальном обществе.

Источники и литература

- 1) Иноземцев В.Л. Глобализация и неравенство: что – причина, что – следствие? // Россия в глобальной политике. Т. 1. №1. 2003.
- 2) Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — Москва: Академия, 1999.
- 3) Пикетти, Томас. Капитал в XXI веке // Москва: Ад Маргинем Пресс, 2015.
- 4) Стиглер Дж. Экономическая теория информации. Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т.2. Под ред. В.М.Гальперина.- СПб.: Экономическая школа. 1999.
- 5) Тоффлер Э. Третья волна: ООО «Фирма «Издательство АСТ»; Москва; 2010.
- 6) Шварц Б. Парадокс выбора. Почему «больше» значит «меньше» // Пер. с англ. М.: Добрая книга, 2005.
- 7) Jensen M., Meckling W. Theory of the Firm. Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure // Journal of Financial Economics. — 1976. — С. USA.
- 8) Masuda Y. Hypothesis on the Genesis of Homo Intelligence // Futures. 1985. Vol. 17. № 5. P. 492-494.
- 9) Stiglitz J. Information and the Change in the Paradigm in Economics // Prize Lecture, December 8, 2001

- 10) The World Wealth and Income Database: http://wid.world/world/#sfinc_p99p100_z/US;FR;DE;CN;ZA;GB/last/eu/k/p/yearly/s/false/4.725/30/