



Internet en de infoparadox

Auteur(s):

Keuzenkamp, H.A.

Verschenen in:

ESB, 81e jaargang, nr. 4081, pagina 925, 13 november 1996

Rubriek:

Redactioneel

Trefwoord(en):

informatie-, communicatietechnologie

Nu het aantal aansluitingen op Internet jaarlijks meer dan verdubbelt, lijkt de informatierevolutie niet meer te stuiten. Het 'web' wordt niet alleen meer voor vertier gebruikt, maar ook voor commerciële toepassingen ¹. Hoe toegankelijker informatie over prijs en kwaliteit van goederen wordt, des te gewoner wordt het beeldschermwinkelen. Zo lijkt het dat we in rap tempo op de neoklassieke hemel afstevnen: een markt zonder grenzen, zonder informatieproblemen, en met steeds minder macht voor monopolisten die een kennisvoorsprong weten uit te buiten.

Nu is er een klassiek artikel in de economische theorie dat deze ontwikkeling in een nogal ander daglicht plaatst ². Een vrije markt met volledige mededinging heeft namelijk een rare eigenschap. Hoe groter de beschikbaarheid van informatie, des te minder groot de prikkel wordt om zelf de moeite te nemen nieuwe informatie te creëren. Het is dan immers veel gemakkelijker om, met de handen over elkaar, af te wachten tot een ander de moeite gedaan heeft, en er zelf zonder kosten de vruchten van te plukken.

Het gaat hierbij niet alleen maar om plagiaat bij scripties van studenten (een snel groeiend probleem, zeker in de VS) of hun hoogleraren (niet alleen die in Leiden). Belangrijke markten kunnen verstoord raken als de drempel tot informatie te laag is. De kapitaalmarkt is een voorbeeld. Als een belegger veel moeite doet om op de beurs een optimale beleggingsportefeuille samen te stellen, dan kan een buitenstaander daarvan profiteren door gewoon zijn beleggingsgedrag te kopiëren. Hoe meer mensen dat doen, hoe minder de markt door de diepere ontwikkelingen in het bedrijfsleven wordt bepaald. Uiteindelijk is de koers dan nog slechts puur speculatief. Zover zal het overigens volgens de theorie niet komen: er is een (individueel) optimum van informatievoorziening, dat echter door het meeliftgedrag van anderen maatschappelijk niet optimaal is.

Dit leidt tot het paradoxale resultaat dat, hoe lager de drempel tot informatie is, hoe minder informatie in een economie verwerkt zal worden. Het biedt een mogelijke rechtvaardiging voor overheidsingrijpen (bijvoorbeeld via een subsidie op speurzin) of zelfs voor een socialistische, centraal geleide economie. De neoklassieke hemel heeft behoefte aan een Centrale Planner.

Net als Grossman en Stiglitz hecht ook de 'Oostenrijkse' school in de economie ³ veel belang aan informatieproblemen. Maar subsidie op speuren wordt hier met veel scepsis bejegend, terwijl van een planner wordt verwacht dat hij de informatieproblemen alleen maar erger zal maken. Sterker nog, informatieproblemen zijn volgens de Oostenrijkse school de bron van ondernemerschap en de bestaansreden van de markt, in plaats van een zorgelijke verstoring zoals bij Grossman en Stiglitz. Volgens de bekendste voorman, Hayek, is de belangrijkste rol van de markt het doorgeven van informatie. De manier waarop dit gaat is voor economen een veel interessanter probleem dan de studie van het toedelen van schaarse middelen, gegeven de preferenties en technologie. Het laatste is een wiskundig truukje dat zich goed leent voor sommetjes in het economie-onderwijs. Maar het is ook misleidend: het suggereert dat een 'veilingmeester' de data in één klap op de goede plek weet te brengen en de vector van evenwichtigs-prijzen kan vaststellen, waartegen vervolgens de handel zich afwikkelt. Zo'n veilingmeester zou alle ondernemerschap in die ene klap weghameren. De economie bloeit immers dankzij de (tijdelijke) informatievoorsprong van handige entrepreneurs. En dat ondernemerschap bepaalt de (veranderingen van) de technologie, die dus niet als gegeven moet worden verondersteld.

Terwijl de informatierevolutie bij Grossman en Stiglitz het probleem van marktfalen verergert, is daarvan bij Oostenrijkse economen geen sprake. Machovec geeft ter verheldering een nuttige aanvulling, door een onderscheid te maken tussen data en informatie *3. Data zijn er steeds overvloediger; Internet staat er vol mee. Naast feiten over Madonna zijn dat data over de prijzen van haar CDs tot en met de beurskoersen op Wall Street en het Damrak. Maar deze data verschaffen niet vanzelf informatie. Er zit veel troep tussen: onbelangrijke of onbetrouwbare data. Het vergt denkvermogen en creativiteit om data te schiften en nuttig te maken. Ook Internet kan niet zonder ondernemers in data, die de stortvloed ervan in nuttige informatie omzetten.

Er is dus eigenlijk geen sprake van een informatierevolutie, maar vooral van een datarevolutie. En ons vermogen om data te verwerken tot informatie groeit evolutionair, niet revolutionair. Internet biedt slechts een verdere bron voor ondernemerschap, ondanks of juist dankzij de steeds gemakkelijker toegang tot de elektronische snelweg.

Is daarmee de informatieparadox opgelost? Niet helemaal. Want het kan zijn dat niet alleen data, maar ook informatie in de zin van kennis, vrij beschikbaar komt. Dat gebeurt bijvoorbeeld als intellectuele eigendomsrechten (inclusief patenten) niet langer gehandhaafd worden. Maar hier verschilt internet niet wezenlijk van andere, meer traditionele media, en de markt voor informatie van willekeurig welke andere markt. De informatieparadox doet zich voor in een anarchie, maar in dat geval is het resultaat nauwelijks nog paradoxaal te noemen

1 R. Meijer en A. van Stralen, [Hoe vraag en aanbod elkaar vinden via Internet](#), *ESB*, 14 augustus 1996, blz. 674-676.

2 S. J. Grossman en J.E. Stiglitz, Information and competitive price systems, *American Economic Review*, 1976, blz. 246-253.

3 F. M. Machovec, *Perfect competition and the transformation of economics*, 1995, Routledge, Londen.