

Jesteśmy dziś świadkami wojny interesów, ale i wojny idei, która jest skutkiem przechodzenia od gospodarki przemysłowej do gospodarki opartej na wiedzy. Kluczem do zrozumienia tego, co się dzieje, jest właśnie wiedza w szerokim słowa znaczeniu, a dokładniej odpowiedź na pytanie, gdzie leży granica pomiędzy wiedzą traktowaną jako dobro humanistyczne i dobro ekonomiczne.

Istotą gospodarki jest sprzedaż wytworzonych dóbr za pieniądze, które są środkiem do życia pracowników i właścicieli przedsiębiorstw oraz źródłem rozwoju. Każdy chciałby, aby benzyna i samochody były jak najtańsze, ale nikt zdrowo myślący nie oczekuje, że będą rozdawane za darmo.

Podobnie w gospodarce opartej na wiedzy: musi być ona sprzedawana w formie produktów i usług, aby pokryć koszty jej wytworzenia, upowszechnienia, przekazania itd. i zapewnić środki do życia twórcom. I tu dochodzimy do sedna sprawy – wiedza nie jest takim samym dobrem jak benzyna. Człowiek potrzebuje wiedzy, która w decydujący sposób wpływa na jakość jego życia zarówno osobistego, jak i społecznego. Wiedza medyczna pozytywnie wpływa na stan zdrowia, ekonomiczna na poziom emerytur, informatyczna na bezpieczeństwo w sieci.

Z wytworzeniem czegokolwiek, także wiedzy, wiąże się konieczność pokrycia kosztów i wygenerowania zysku niezbędnego do sfinansowania rozwoju. Kto ma za to płacić? I tu mamy w uproszczeniu cztery możliwości: za otrzymaną wiedzę płaci jej konsument, państwo z pieniędzy zebranych w formie podatków od wszystkich obywateli i udostępnia ją za darmo, za wiedzę płaci konsument jakiegoś innego dobra, które jest reklamowane przy okazji przekazu wiedzy albo też nie płaci się za wiedzę, tylko za pośrednictwo w dostępie do niej. W tym pierwszym modelu wiedza dla jej konsumenta jest płatna, a w pozostałych – bezpłatna. To oczywiście, że bez-

Wiedza naprawdę kosztuje

WOJCIECH CELLARY

Potrzebne jest precyzyjne prawo, które nie dopuszcza do kradzieży własności intelektualnej

płatność budzi entuzjazm, ale wiąże się z istotnymi konsekwencjami ekonomicznymi i społecznymi.

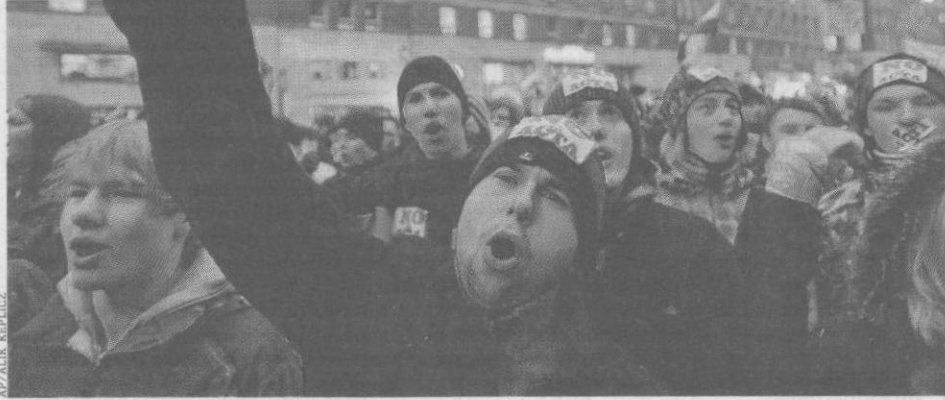
Zarabianie głową

W Polsce około 50 proc. młodych ludzi studiuje na wyższych uczelniach, łącznie ponad 2 miliony osób. Typowy student nie zarabia na swoje utrzymanie sam, tylko studiuje na koszt swoich rodziców i ogólnie mu się nie przelewa. Ma duże zapotrzebowanie na wiedzę dostępną przez Internet, a mało pieniędzy, więc jako konsument chce mieć to wszystko za darmo.

Jego punkt widzenia zmienia się diametralnie, gdy skończy studia, a rodzice

mówią mu, że nie chcą dłużej łożyć na jego utrzymanie i oczekują, że to on doloży do ich emerytury. Absolwent zaczyna myśleć, jak by tu zarobić na bytej przez pięć lat studiów mądrości – czyli jak swoją wiedzę sprzedać, aby mieć własne środki na życie. I wówczas wcale nie przychodzi mu do głowy, że najlepiej jest rozdáwać swoją wiedzę za darmo. Model, w którym on – magister – przez osiem godzin kopie rowy, za co mu się płaci, a po pracy tworzy i rozdaje swoją wiedzę za darmo przez Internet, nie wydaje mu się atrakcyjny.

W krajach rozwiniętych, po naturalnej wymianie pokoleń, 50 proc. społeczeństwa będzie miało wyższe wykształcenie. Będzie chciało zarabiać na utrzymanie swoje i swoich rodzin w sektorze wiedzy, bo uważa, że po to przecież studiowało. Wiedza musi być zatem traktowana jako rynkowe dobro



AP/ALIK KEFELICZ

■ **Obrońcy „wolnego Internetu”** nie zawsze rozumieją potrzebę ochrony własności intelektualnej (na zdjęciu demonstracja przeciwników ACTA w Warszawie 24 stycznia)

ekonomiczne. Inaczej tych aspiracji nie da się sfinansować.

Dziura budżetowa

Model, w którym za wiedzę płaci państwo z podatków i udostępnia ją za darmo, ma uzasadnienie tylko w odniesieniu do wiedzy podstawowej, niezbędnej całemu społeczeństwu. Co to jest prawo Ohma czy też prawo popytu i podaży, każdy powinien móc dowiedzieć się za darmo. Wiedza podstawowa nie oznacza wiedzy skromnej w swoim wymiarze, tylko ustalony kanon. Natomiast jeśli ponadpodstawowa wiedza ma się rozwijać, to są potrzebne na ten cel środki finansowe, które powinny pochodzić z zysku z jej sprzedaży, a nie z podniesionych podatków.

Jeśli darmowa wiedza będzie finansowana przez państwo z podatków, to o kierunkach jej rozwoju będą decydować urzędnicy państwowi, a nie konsumenci głoszący własnymi pieniędzmi. Sukces produktu lub usługi opartej na wiedzy w warunkach finansowania rynkowego oznacza duże zyski, które mogą być przeznaczone na dalszy rozwój. W warunkach subwencji państwowej oznacza natomiast dziurę budżetową, której nie ma czym

zalać, co w konsekwencji zamiast do rozwoju, prowadzi do katastrofy.

W przypadku finansowania wiedzy z reklam podstawowym celem treści umieszczonej w Internecie nie jest jej przekaz, tylko wabienie osób do oglądania reklam. Treść nie musi być zatem głęboka, tylko atrakcyjna. Dlatego ten model prowadzi do ogromnego spłylenia wiedzy przekazywanej w darmowej formie przez Internet.

Mechanizm funkcjonowania tego modelu można dobrze wyjaśnić na następującym przykładzie. Jeśli klient kupuje buty (produkt materialny, którego własność jest dobrze chroniona), to pokrywa koszty produkcji butów i zyski ich producenta. Jeśli jednak producent butów jednocześnie finansuje „darmową” wiedzę w Internecie, łącząc ją z reklamami swoich butów, to koszt jej wytworzenia (przecież nie ma nic za darmo) dodatkowo dolicza do ceny butów. Zatem klient sklepu obuwniczego płaci – bo nie ma wyboru – za „darmową” wiedzę, której być może do niczego nie potrzebuje. Natomiast za darmową wiedzę, z której sam korzysta, zapłaci być może klient drogerii. W takim modelu klient nie jest podmiotem rynku wiedzy. Ani nie wybiera pomiędzy konkurencyjnymi produktami wiedzy (choć wybierając buty), ani nie premiuje swoimi pieniędzmi dobrych produktów wiedzy kosztem złych, ani nie stymuluje swo-

imi zakupami rozwoju produktów wiedzy.

W takim modelu to producenci butów i perfum decydują, jaką wiedzę otrzyma „za darmo” społeczeństwo. Jest ona dobiegana tak, aby podnosiła zyski ze sprzedaży butów i perfum, a nie dla ogólnego dobra społeczeństwa.

Wreszcie w przypadku opłat za pośrednictwo w dostępie do wiedzy idea jest następująca: wiedza ma być za darmo, natomiast dostęp do niej płatny. Innymi słowy, twórca nie ma być wynagradzany za swoje dzieło, a finansowe korzyści z eksploatacji jego dzieła ma czerpać wyłącznie pośrednik. Im więcej darmowej wiedzy, tym większe zyski pośredników. Im więcej śmieciowej wiedzy w Internecie, tym więcej można zyskać na pośrednictwie w wyszukiwaniu wartościowych fragmentów wiedzy. Czy nie lepiej zapłacić za wartościową treść zamiast być zasypywanym śmieciami?

Wyzwanie globalizacji

Opisane powyżej problemy wyraźnie wskazują na to, że wiedza w dużym, choć nie w całym stopniu, musi być traktowana jako dobro ekonomiczne. Dlatego musi

być zapewniona ochrona własności intelektualnej, tak jak – przy pełnej akceptacji społecznej – jest zapewniona ochrona własności materialnej.

Zasadnicza różnica między produktem materialnym a cyfrowym jest wprawdzie taka, że gdy się komuś ukradnie samochód, to okradziony go nie ma, natomiast jak się kompozytorowi ukradnie plik z piosenką, to okradzionemu go nie ubywa. Cóż z tego, jeśli nie może już jej sprzedać, więc nie ma środków na utrzymanie swoje i swojej rodziny. Jego piosenka została bowiem okradziona z wartości ekonomicznej.

Z etycznego punktu widzenia nie ma różnicy między kradzieżą własności materialnej i intelektualnej, zatem nie powinno być różnicy prawnej, a każda kradzież powinna być skutecznie ścigana. Bez tego nie będzie rozwoju gospodarki opartej na wiedzy i aspiracje cywilizacyjne ogromnych grup społecznych, głównie młodych ludzi, nie zostaną zrealizowane.

Zawsze, gdy mamy do czynienia ze ściganiem przestępstw, pojawia się pytanie, czy organy ścigania nie nadużyły udzielonego im społecznego zaufania i nie wykorzystają tego do nieprawnych celów. Im mniejsze zaufanie społeczne, tym poważniejszy staje się ten problem.

Czy pod pretekstem ścigania złodziei treści w Internecie (łagodnie nazywanych piratami) nie spróbuje się uciszyć dysydentów albo generalnie wszystkich myślących niezgodnie z poglądami aktualnej władzy? Ten problem jest tym bardziej ważki, że Internet ma charakter globalny, więc i skuteczne ściganie przestępstw w Internecie musi mieć charakter globalny. A kraje objęte Internetem są bardzo różne – demokratyczne i niedemokratyczne, o silnym i słabym prawodawstwie, o wysokim poziomie rozwoju gospodarczego i niskim, o znaczących wolnościach obywatelskich i bardzo ograniczonych, o dużej penetracji Internetu i słabej.

Na tym przykładzie bardzo wyraźnie widać wyzwanie globalizacji: globalny jest Internet i przestępstwa w Interne-

cie, a prawo i organy ścigania są lokalne i generalnie inne w każdym kraju. Dlatego w skali świata, w formie umów międzynarodowych, jest potrzebne precyzyjne prawo gwarantujące wolność słowa, ale niedopuszczające do kradzieży własności intelektualnej.

Gorsze wypiera lepsze

Warto też zwrócić uwagę na aspekt makroekonomiczny omawianego zjawiska, bo nie wszystko sprowadza się do praw obywatelskich. Pewne kraje cechują się wysokim poziomem innowacyjności i generują dużo nowej i wartościowej własności intelektualnej. Inne kradną bezkarnie tę własność intelektualną, produkują na jej podstawie tanie produkty materialne – tanie, bo nieuwzględniające kosztów wytworzenia wiedzy – a następnie sprzedają na całym świecie, wypierając z rynków produkty oryginalne. Trudno się dziwić, że taka sytuacja jest nie do zaakceptowania przez kraje wysokorozwinięte.

U progu gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa wiedzy, musimy na nowo przemyśleć kwestie finansowania rozwoju wiedzy. Pytanie, gdzie jest granica między wiedzą jako dobrem ekonomicznym a wiedzą jako dobrem humanistycznym pozostaje otwarte – co gorsza, ta granica nie jest stała, tylko będzie się ciągle przesuwać. Należy jednak pamiętać, że oba te rodzaje wiedzy są dobrem społecznym. Dynamiczna równowaga między producentami wiedzy i konsumentami (a nie złodziejami) jest warunkiem rozwoju nowoczesnych społeczeństw, do których przecież Polska się zalicza.

—not.puo

Autor jest informatykiem, profesorem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, kierownik Katedry Technologii Informacyjnych, Członek Rady Informatyzacji (były jej przewodniczący), organu opiniotwórczo-doradczego przy Ministrze Administracji i Cyfryzacji, ekspert Komisji Europejskiej, członek Komitetu Prognoz PAN „Polska 2000 Plus”.