

УДК 004:65.01

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ  
В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ**

**Попов** старший преподаватель кафедры «Экономическая теория»,  
**Михаил** Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»  
**Вячеславович** (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69).  
E-mail: glonas@list.ru

**Аннотация**

*В статье обобщены основные тенденции трансформации современной системы управления знаниями в условиях интернет-среды. Рассмотрены современные сетевые ресурсы в области продвижения проектов или инициатив в сфере культуры и творчества, обеспечивающие открытый доступ к знаниюсодержащим продуктам, такие как «Vodo.net», «Clearbits.net», «Jamendo.com».*

**Ключевые слова:** интернет, интеллектуальная собственность, эволюция управления знаниями, нетократия.

Под управлением знаниями понимается система норм и правил, процедур и мероприятий, посредством которых приобретает и создается, используется и передается знание в организациях. Само знание выступает не только как информация, но и как продукт, содержащий знание. На современном этапе развития человечество все больше испытывает потребность в использовании продуктов, основанных на знаниях (знаниесодержащих продуктов), для своего развития и обеспечения жизнедеятельности. Традиционная модель управления знаниями предполагает, что большинство подобных продуктов находится в частной собственности, то есть в условиях ограничения доступа к ним [1]. Достигнутый уровень развития информационных и коммуникационных технологий сформировал интернет-среду, изменившую возможности доступа к знаниесодержащим продуктам и породившую новые проблемы в управлении знаниями. Под интернет-средой понимается такой уровень развития производительных сил, на котором появляется единая глобальная информационная и коммуникационная сеть, меняющая характер производственных отношений [2, с. 87–90]. Изменения в сфере потребления знаниесодержащих продуктов сводятся к следующему:

- в условиях глобальной интернет-среды ограничить доступ к нематериальным продуктам, основанным на знании, фактически невозможно;
- ограничение доступа к использованию знаниесодержащих продуктов ведет к снижению инновационного потенциала организации, так как нарушается кумулятивный (накопительный) эффект использования знаний;
- в условиях режима частной собственности доминирует интерес максимизации прибыли в ущерб качеству продукта, основанного на знании, особенно подобная тенденция прослеживается в организациях, создающих знаниесодержащие продукты в сфере культуры.

Данная ситуация является наследием индустриального этапа развития экономики, когда организации стремились оформить права собственности на интеллектуальный продукт или продукт, содержащий знание, и получать доход от его использования, тем самым преграждая другим его бесплатное и свободное использование. Но на постиндустриальной стадии развития экономики, когда возрастают потребности общества в продуктах, основанных на знании, возникает необходимость в формировании новой системы управления знаниями, способной обеспечить адекватный доступ к объектам интеллектуальной собственности<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Прим. автора: Согласно статье 1225 ГК РФ к объектам интеллектуальной собственности относятся: произведения науки литературы и искусства, программы для ЭВМ, базы данных, исполнения, фонограммы, сообщения радио и телепередачи, базы данных, изобретения полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства, фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименование мест происхождения, коммерческих обозначений. Статья 1225 ГК РФ.

Функционирование системы управления знаниями, основанной на открытом доступе к знание-содержащим продуктам, возможно реализовать в рамках общественной формы интеллектуальной собственности, так как большинство продуктов, основанных на знании, частично или полностью являются объектами ИС.

Прежде чем перейти к исследованию системы управления знаниями в условиях общественной формы интеллектуальной собственности, рассмотрим способы ее образования.

Знание-содержащие продукты приобретают общественную форму интеллектуальной собственности двумя способами.

Первый заключается в том, что по истечении срока действия исключительного права собственности на знание-содержащий продукт как объект интеллектуальной собственности уничтожается титул исключительного права. Второй способ заключается в том, что собственник знание-содержащего продукта добровольно отказывается от своих прав на него. Данный способ реализуется по-разному, например, объявлением в свободное распространение или другими формами публичного обнародования результата интеллектуального труда. Общественная форма собственности на знание-содержащие продукты подразумевает общемировой, глобальный характер их использования, что помогает реализовать кумулятивный эффект знаний, заключающийся в том, что для создания нового продукта, основанного на знании, необходимы другие или ранее полученные знания.

В работах представителей отечественной науки полноценное и адекватное нынешнему уровню развития технологий исследование общественной формы собственности на знание-содержащий продукт отсутствует или представлено весьма слабо.

Н.А. Мягкова отождествляет общественную форму интеллектуальной собственности с государственной и предполагает, что некоторые объекты интеллектуальной собственности являются не только предметом защиты на уровне предприятия, организации, фирмы, но могут быть носителями государственных интересов и защищаться государством [3, с. 19–20]. В данном случае необходимо отметить, что отождествление общественной и государственной форм собственности не является корректным, так как форма собственности характеризует субъектную принадлежность, отождествлять государство и общество некорректно потому, что эти категории содержат в себе совершенно разную сущность.

Ю.А. Совцова выделяет «... мировую интеллектуальную собственность, субъектом которой выступает все человечество. В качестве объекта мы предлагаем считать ноосферу как результат синтеза знаний, получаемых в различных науках и сферах деятельности человека, содержащего все представления о мире, вырабатываемые на всех стадиях исторического развития» [4, с. 58–59]. В данном определении в качестве субъекта рассматривается все человечество, что не отражает роль коммерческих организаций в процессе управления знаниями.

На актуальные для интернет-среды знание-содержащие продукты, например, программу для ЭВМ, исключительное право возникает автоматически, с момента ее создания. Это препятствует потере авторских и иных прав на знание-содержащий продукт, возможной если лица, не имеющие отношения к его созданию, завладевают кодом, чтобы сделать использование данного продукта коммерческим (платным). Для знание-содержащих продуктов, поступающих в общественную форму интеллектуальной собственности, инструментами защиты могут быть лицензии некоммерческих организаций Open Source и Creative Commons, предусматривающие различное сочетание прав собственности на знание-содержащие продукты (таблица 1) [5–6].

Лицензии Creative Commons можно квалифицировать как институциональные акты для неопределенных участников отношений по поводу знание-содержащих продуктов в интернет-среде.

Сравнительный анализ прав интеллектуальной собственности, предусмотренных лицензиями Creative Commons [5]

Наименование лицензии	Права пользователя	Обязанности пользователя
Attribution (Атрибуция) 3.0 Непортированная (CC BY 3.0)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Делиться — копировать, распространять и передавать другим лицам.</li> <li>2. Изменять (создавать производные продукты).</li> <li>3. Использовать в коммерческих целях.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Указывать автора и источник.</li> </ol>
Attribution-ShareAlike (Атрибуция — С сохранением условий) 3.0 Непортированная (CC BY-SA 3.0)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Делиться.</li> <li>2. Изменять.</li> <li>3. Использовать в коммерческих целях.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Указывать автора и источник.</li> <li>2. Сохранять условия пользования при использовании и преобразовании.</li> </ol>
Attribution-NoDerivs (Атрибуция — Без производных произведений) 3.0 Непортированная (CC BY-ND 3.0)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Делиться.</li> <li>2. Использовать в коммерческих целях.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Указывать автора и источник.</li> <li>2. Нельзя изменять, преобразовывать или брать за основу это произведение.</li> </ol>
Attribution-NonCommercial (Атрибуция — Некоммерческое использование) 3.0 Непортированная (CC BY-NC 3.0)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Делиться.</li> <li>2. Изменять.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Указывать автора и источник.</li> <li>2. Не использовать в коммерческих целях.</li> </ol>
Attribution-NonCommercial-ShareAlike (Атрибуция — Некоммерческое использование — С сохранением условий) 3.0 Непортированная (CC BY-NC-SA 3.0)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Делиться.</li> <li>2. Изменять.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Указывать автора и источник.</li> <li>2. Не использовать в коммерческих целях.</li> <li>3. Сохранять условия пользования при использовании и преобразовании.</li> </ol>

С. Ворожит рассматривает правовой статус лицензий Creative Commons в соответствии с нормами российского законодательства. Проблема соответствия заключается в том, что согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации лицензионный договор должен быть заключен в письменной форме, которая требует наличия подписи, но на современном этапе глобализации производственных отношений и развития средств коммуникации и связи (например, Интернет-сети) создание письменной формы договора весьма затруднительно [7, с. 44–55]. Сложившаяся ситуация подтверждает положение о том, что законодательные акты, регулирующие права собственности на знаниеосодержащие продукты, являются элементами надстройки, которые приобретают экономические взаимосвязи после формирования производственных отношений. Цитируемый автор утверждает: «Лицензии Creative Commons юридически не противоречат и ни в коем случае не борются и не заменяют авторское право, а наоборот, основаны на нем и используют его законы, но фактически из-за более либерального подхода создают конкуренцию стандартному ограничительному авторскому праву и воспринимаются как оппозиция копирайту» [7, с. 44–55].

Необходимо отметить, что согласно статье 1271 ГК РФ «Знак охраны авторского права» автор для оповещения о принадлежащем ему исключительном праве на произведение вправе использовать знак охраны авторского права – латинская буква «С» в окружности [8, с. 330]. Данная статья создает определённую в использовании знаниеосодержащих продуктов как объектов интеллектуальной собственности, но кодекс не учитывает другие знаки оповещения, например, если автор сам желает донести свое произведение до общественности посредством лицензий Creative Commons. Потребитель знаниеосодержащего продукта может оказаться в ситуации роста транзакционных издержек (например, ситуация,

сложившаяся с группой Radiohead<sup>1</sup> [9]). В свою очередь организация Creative Commons разрабатывает свои лицензии как альтернативу и дополнение к принципу автоматической охраны авторских прав на продукт, содержащий знание – базовому положению всех международных нормативных актов.

Отметим, что пример группы Radiohead - не единственный. На современном этапе возрастает количество проектов или инициатив в сфере культуры и творчества, которые напрямую связаны с открытым доступом к знаниюсодержащим продуктам, являющимся результатами интеллектуального труда. Например, проект «Vodo.net» – сетевой ресурс (сайт), где авторы размещают такие знаниесодержащие продукты, как документальное кино, комедии и драмы [10]; «Jamendo.com» предоставляет бесплатный доступ к творческим работам в области музыкальных композиций [11]; а «Clearbits.net» - таких знаниесодержащих продуктов как произведения литературы, анимации и т. д. [12]

Функциями рассмотренных некоммерческих организаций в сфере управления знаниями являются:

- регламентация и организация использования продуктов, основанных на знании, посредством Интернет-среды;
- продвижение и реализация творческих проектов в интернет-среде;
- снижение транзакционных издержек по поводу использования знаниесодержащих товаров.

Формирование открытого доступа к знаниюсодержащим продуктам и получение добровольных взносов вместо стандартной системы оплаты используется не только некоммерческими, но и коммерческими организациями [13, с. 123-124]. Например, кинокомпания Paramount Pictures использует модель постфактумных платежей как пилотную для реализации своей продукции [14].

Современную тенденцию трансформации системы реализации и создания знаний можно наблюдать не только на примере различных интернет-платформ, но в современных научных исследованиях. Так, например, в работе А. Бузгалина, А. Колганова «Пределы капитала: методология и онтология» описываются предпосылки трансформации частной формы собственности на знаниесодержащие продукты в общественную форму. Авторы считают, что чем больше развивается общество знаний, тем быстрее устаревает частная собственность как форма эффективного использования и присвоения нематериальных благ [15].

Свободный доступ к знаниюсодержащим продуктам предлагают новостные агентства, например, The New York Times [16], Time, The Wall Street Journal [17]. Практику отказа от платежа применяют и индивидуальные творцы, например, Стив Либер, автор комикса «The Underground», Паоло Козльо, автор знаменитой серии книг и популярного романа «Алхимик» [18] и др. А. Долгин утверждает, что Интернет и средства коммуникаций радикально изменяют экономические отношения. По его мнению, в новой экономике ключевым понятием станет «клуб» как сообщество людей, объединившихся ради общей пользы. Они будут тратить меньше времени на поиск оптимальных товаров и услуг и даже, возможно, будут платить за них постфактум [19].

Описанные тенденции позволяют нам утверждать, что на современном этапе происходит трансформация системы управления знаниями. Традиционная модель, в которой потребитель сначала оплачивал знаниесодержащие продукты, а потом получал полезный эффект, устарела. Новая модель заключается в том, что потребитель сначала получает полезный эффект от знаниесодержащего продукта, а потом оплачивает его приобретение. В данном случае раскрывается и мотивационный потенциал подобной модели управления знаниями, изначально ориентированной на создание качественного знаниесодержащего продукта, иначе его приобретение постфактум никто не оплатит.

В современной экономике есть интересные примеры применения новой модели управления знаниями. Д. Тапскотт и Э. Уильямсон описали тенденцию «просьюмеринга» на примере принадлежащего корпорации BMW предприятия, занимающегося производством программного обеспечения. Руководство предприятия, решив изменить концепцию телематических свойств новых моделей, разместило на своем

---

<sup>1</sup> В 2007 году участники рок-группы опубликовали на сайте в Интернете свой новый альбом «In Rainbows» для бесплатного скачивания. В действительности музыканты и не планировали отказываться от услуг музыкальных лейблов. Через несколько месяцев группа выпустила альбом на носителе, и все права на музыку автоматически отошли компании, которая занималась тиражированием. Все пользователи, скачавшие «бесплатный» альбом теперь потенциально являются объектом преследования правоохранительных органов.

сайте в открытом доступе комплект для виртуальной разработки новой программной системы, чтобы привлечь к процессу разработки своих потребителей. Спустя некоторое время было получено несколько тысяч вариантов идей, предложенных пользователями. Сейчас BMW поддерживает на своем сайте виртуальное инновационное агентство, в рамках которого малые и средние предприятия могут реализовать свои идеи, надеясь установить долгосрочные деловые связи. К подобным моделям развития своих инновационных систем прибегают и другие компании, например, Electronic Arts, IBM, P&G [21, с. 166].

Подчеркиваем, что инновационная активность пользователей вряд ли была бы возможна при традиционной модели управления знаниями, предполагающей агрессивную политику защиты интеллектуальной собственности и ограничения доступа к знаниям содержащим продуктам.

Приводя массу примеров подобного типа сотрудничества, авторы книги утверждают: «Так же, как просьюмеризм является большим, чем то, что маркетинг считал защитой потребителей, он заходит намного дальше настройки продукта под пользователя. Последняя происходит, когда клиент получает готовый продукт, подогнанный под его спецификацию. С этим явлением в массовом масштабе нет проблем: потребитель получает под него товар для специального использования, компании поддерживают массовое производство» [21, с. 166].

В данном контексте актуальность обретают исследования в области информационного общества. Так, еще в 1990 г., исследуя информатизацию и информационное общество, А.И. Ракитов утверждал: «Не нужно путать электронизацию, компьютеризацию и информатизацию. Информационное общество – это общество, где все средства информационной техники, т.е. компьютеры, интегрированные системы, кабельная и всякая другая связь, видеоустройства, программное обеспечение, научные исследования нацелены на то, чтобы сделать информацию общедоступной и активно внедряемой в производство и жизнь. В движении к этому обществу и заключается сущность информатизации» [22, с. 11].

Активно используемая в деятельности организаций интернет-среда создает благоприятные условия для альтернативных (новых) способов извлечения прибыли от знаниям содержащих продуктов и порождает потребность в новой модели управления знаниями, формализующей отношения общественной интеллектуальной собственности. Данная модель должна обеспечить существование разнобразной системы прав, способствующей снижению неопределенности и формирующей более детерминированную среду поведения производителей и потребителей знаниям содержащих продуктов.

### Литература

1. Белл Д. Грядущее Постиндустриальное Общество. Приводится по: Сайт Профессор в сфере финансов: <http://financepro.ru/>. Пер. с английского под редакцией В.Л.Иноземцева. М., 2001. Системные требования: WinRAR, MicrosoftOfficeWord. URL: <http://financepro.ru/economy/7849-d.-bell-grjadushhee-postindustrialnoe-obshhestvo.html> (дата обращения: 08.02.2014).
2. Попов М.В. Влияние интернет-среды на производственные отношения. // Научный институт глобальной и региональной экономики (НИГРЭ). Ежемесячный научный журнал. Новосибирск, 2014. № 2 (3). С. 87–90.
3. Мягкова Н.А. Интеллектуальная собственность в воспроизводстве научно-технического потенциала: дис. ... канд. экон. наук. Томск, 1998.
4. Совцова Ю.А. Институт интеллектуальной собственности в условиях рынка: дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2003.
5. Сайт некоммерческой организации Creative Commons //creativecommons.org: Раздел «О нас»: URL: <http://creativecommons.org/about> (дата обращения 12.08.2015), URL: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015); URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015); URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015); URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015); URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015); URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.ru> (дата обращения 12.08.2015)
6. Сайт организации Open Source Initiative //opensource.org: URL:<http://www.opensource.org/about> (дата обращения 11.08.2015)

7. *Ворожбит С.* Правовые аспекты применения лицензий Creative Commons. // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2012. № 1. С. 44–55.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации: Части первая, вторая, третья и четвертая. М.: Омега-Л, 2012. Статья 1271. Знак охраны авторского права.
9. Сайт телеканала РОССИЯ 24 //vesti.ru: URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=385754&cid=160> (дата обращения 14.02.2015)
10. Сайт инициативы Vodo.net //vodo.net: URL: <http://vodo.net/> (дата обращения 04.02.2015)
11. Сайт инициативы Jamendo.com // Jamendo.com: URL:<http://www.jamendo.com/en> (дата обращения 04.05.2015)
12. Сайт инициативы Clearbits.net //clearbits.net: URL: <http://www.clearbits.net/about> (дата обращения 04.06.2015)
13. *Долгин А.* Экономика символического обмена. М.: «Прагматика культуры», Институт экономики культуры, 2007.
14. Интервью Энцо Тедески. Приводится по: Сайт телеканала РОССИЯ 24 //vesti.ru: URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=438228> (дата обращения 02.07.2015)
15. *Бузгалин А.В., Колганов А.И.* Пределы капитала: методология и онтология. Реактуализация классической философии и политической экономии (избранные тексты). М.: Культурная революция, 2009. 680 с.
16. Carr D. Let's Invent an iTunes for News. Сайт газеты The New York Times // nytimes.com:URL: [http://www.nytimes.com/2009/01/12/business/media/12carr.html?scp=3&sq=David+Carr&st=nyt&\\_r=1&](http://www.nytimes.com/2009/01/12/business/media/12carr.html?scp=3&sq=David+Carr&st=nyt&_r=1&) (дата обращения 25.12.2014)
17. *Isaacson W.* How to Save Your Newspaper. Сайт журнала TIME //time.com: URL: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1877402-1,00.html> (дата обращения 25.04.2015)
18. Сайт телеканала РОССИЯ 24 //vesti.ru: URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=402802> (дата обращения 01.09.2015)
19. *Долгин А.* Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. М.: АСТ, 2010.
20. *Тарасевич Г.* Экономика будущего: клубы, счастье и хорошие коммуникации // Русский репортер. 2010. № 48. URL: <http://www.rusrep.ru/article/2010/12/08/kultura> (дата обращения 01.09.2015)
21. *Танскотт Д., Энтони Д. Уильямс.* Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Пер. с англ. Миронов П. М.: BestBusinessBooks, 2009.
22. Компьютерная революция и информатизация общества. Сборник статей. / Под ред. А. И. Ракитова. М.: Философское общество СССР. Секция методологические и социальные проблемы информатизации общества, 1990.
23. Сайт Интернет-портала TechCrunch //techcrunch.com: URL: <http://techcrunch.com/2011/12/22/over-40-internet-companies-have-come-out-publicly-against-sopa/> (дата обращения 23.01.2015)
24. Сайт Российский информационный канал "Россия 24" // vesti.ru: URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=690796> (дата обращения: 23.01.2015)
25. Сайт новостей //mashable.com: URL: <http://mashable.com/2015/06/25/sopa-pipa-australia/#jAurdL5GZ5q7> (дата обращения 29.09.2015)

---

**Popov Mihail Viatcheslavovich**, Senior lecturer of Cathedra of Economic theory and Entrepreneurship; Rostov State Economic University (RINH) (69, Bolshaya Sadovaya str., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation).  
E-mail: glonas@list.ru

#### **TRANSFORMATION OF A TRADITIONAL SYSTEM OF KNOWLEDGE MANAGEMENT UNDER CONDITIONS OF INTERNET ENVIRONMENT**

##### **Abstract**

*In article the main tendencies of transformation of a modern control system of knowledge in the conditions of an Internet environment are generalized. The modern network resources in the field of promotion of projects or initiatives in the sphere of culture and creativity providing open access to znaniyesoderzhashchy products such as "Vodo.net", by "Clearbits.net", "Jamendo.com" are considered.*

**Keywords:** *Internet, intellectual property, Electronic Frontier Foundation, Creative Commons, Free Software Foundation, Open Source Initiative, netocracy.*