

---

---

## **МИГРАЦИЯ ЗНАНИЙ — ОСНОВНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Д.Н. Воронин, Е.А. Иванова**

Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198*

**А.В. Фирсов**

Координационный совет по взаимодействию с охраняемыми структурами  
при ГУВД по Московской области  
*Никитский переулок, 3, Москва, Россия, 125009*

Рассматривается понятие «миграция знаний» как составляющая часть экономики знания, в основе которой лежит тенденция к экономической, социальной, политической и культурной глобализацией современного мирового сообщества. Определены и описаны тенденции, которые происходят в экономике знаний в современных реалиях, показаны возможности использования новых каналов коммуникации, способных повлиять на эффективность образовательного учреждения и частного бизнеса. Авторы исследования делают вывод о том, что в условиях глобализации мирового сообщества важно не только находить новые подходы в работе со знанием, но и эффективно внедрять их в учебный процесс, а также в бизнес-процессы организации для того, чтобы повысить их экономическую конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** глобализация, экономика знаний, человеческий капитал, медиа, социальные медиа, контент, пользовательский контент, социальная интеграция, миграция знаний, инновации, креативная экономика.

### **Постановка проблемы и актуальность исследования**

Развитие коммуникационных технологий в нашем обществе за последние годы трансформировало социальную действительность. Сегодня Интернет и социальные медиа — одни из наиболее эффективных инструментов дистрибуции информации, опыта и знаний, которые превращаются в движущую силу экономики.

Единая система взаимоотношений, которая лежит в основе экономической глобализации, привела к тому, что в этих условиях ключевая роль отводится процессу создания, обработки, передачи и накопления нового знания, результатом которого становится конкурентное преимущество над другими странами в масштабах мировой экономики.

Глобализация, технологическая модернизация российских предприятий, а также инновационный путь развития экономики России требуют новых подходов к работе со знанием. В связи с этим в данной статье анализируются новые каналы коммуникации для передачи и обработки знания. Так как в российских реалиях новые каналы коммуникации, помогающие создавать и систематизировать новое знание, не так популярны, как в западных странах, можно говорить об их инновационности.

В условиях глобального рынка труда на первый план выдвигается задача обучения и подготовки профессиональных кадров, что приводит к увеличению роли

человеческого капитала как одного из катализаторов развития инновационной экономики.

Термин «человеческий капитал» был впервые использован американским экономистом Теодором Уильямом Шульцем (Theodore William Schultz), а в дальнейшем развит его соотечественником Гари Стэнли Бэккером (Gary Stanley Becker), в работах которого был сформулирован экономический подход к человеческому поведению, а также обоснована необходимость и эффективность инвестиций в человеческий капитал.

Под термином «человеческий капитал» авторы статьи понимают совокупность знаний и умений, передаваемых, получаемых и накапливаемых, которые используются для удовлетворения человеческих потребностей. Основываясь на этом понимании человеческого капитала, можно сделать вывод, что человеческий капитал представляет собой фактор увеличения объема производства продукции в национальной экономике страны. Другими словами, человеческий капитал — это фактор экономического роста и развития, в основе которого в условиях экономической глобализации лежит миграция знаний.

Для понимания важности процесса миграции знаний, влияющих на развитие экономики страны, необходим комплексный подход. При рассмотрении этого явления стоит уделить внимание этапам формирования и развития экономической мысли.

Так, работа Гари Стэнли Бэккера «Человеческий капитал» расширила представление в данной области [1]. Человеческий капитал — это имеющийся у каждого человека запас знаний, навыков, мотиваций. Инвестициями в него могут быть образование, накопление производственного опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. Отправным пунктом для Бэккера служило представление, что при вкладывании своих средств в подготовку и образование учащиеся и их родители ведут себя рационально, взвешивая соответствующие выгоды и издержки [2].

По мнению французского социолога и философа Пьера Бурдьё (Pierre Bourdieu), существует несколько социальных пространств, в которых одновременно живет человек: культурное, научное, экономическое, политическое. Объем и структура накопления капитала человеком, в том числе в форме социального капитала, определяет власть и его положение в обществе. В рамках нашего исследования стоит отметить работу «Социология политики» [3]. Пьер Бурдьё использовал термин «социальный капитал», который определял как «ресурсы, основанные на родственных отношениях и отношениях в группе членства» [4]. Другими словами, социальный капитал — это термин, обозначающий социальные связи, которые могут выступать ресурсом получения выгод и основаны на доверии.

Наибольшую известность понятие «социальный капитал» получило в расширительной трактовке Джеймса Коулмена (James Samuel Coleman). Под этим термином он подразумевал межличностные отношения, основанные на обязательствах и ожиданиях [5].

Описанные выше этапы формирования экономической мысли свидетельствуют о том, что социальные факторы, которые влияют на развитие общества и эко-

номики, играют крайне важную роль. В связи с этим можно сделать вывод, что проблематику миграции знаний как составного фактора экономики в условиях современной глобализации стоит рассматривать через призму других дисциплин, в частности массовых коммуникаций и социологии. Соответственно, необходимо говорить о междисциплинарном подходе к исследованию данной проблемы. Именно это является новизной представленной работы.

Цель статьи — определить и описать специфику тенденций, которые происходят в экономике знаний в условиях экономической глобализации, а также показать возможности новых каналов коммуникации как в условиях глобального Интернета, так и на уровне отдельно взятой организации.

В связи с этим может быть выдвинута гипотеза о том, что создание условий для распространения и развития нового знания в рамках высшего профессионального образования с использованием цифровых каналов коммуникации является одним из важнейших двигателей экономического прогресса в условиях глобализации.

В подтверждение гипотезы авторы работы выдвинули задачи: доказать важность человеческого капитала, который лежит в экономике знаний, определить важность фактора глобализации в условиях экономики знаний, дать обзор возможных каналов миграции знания в условиях интернета для развития образовательной сферы и частного бизнеса.

Авторы статьи считают, что отношения между преподавателем и студентом в высшем учебном заведении, между службой HR (human resources) и работником в организации, а также между любым источником и реципиентом нового знания могут и должны рассматриваться с точки зрения таких экономических понятий, как «редкость», «цена», «альтернативные издержки», «спрос», «фактор производства» и пр.

### **Экономика знаний и человеческий капитал**

Очевидно, что экономическая глобализация, технологическая модернизация российских предприятий, а также инновационный путь развития экономики страны требуют новых подходов к работе со знанием. В связи с этим становится очевидно изменение типа экономики и общества, важным фактором которого является человеческий капитал. Это приводит к тому, что современную экономику можно с полным правом назвать экономикой знаний.

Под термином «экономика знаний» авторы работы понимают высший этап инновационной экономики, основным фактором развития которой является человеческий капитал.

Под *инновациями* мы понимаем поиск новых возможностей для развития, а также использование новых или качественно отличных технологий и внесение изменений в саму суть того или иного процесса.

Очевидно, что человеческий капитал, на котором базируется экономика знаний, становится одним из ключевых производительных факторов в создании новейших технологий, развитии и повышении эффективности производств, развитии науки и культуры. Из Докладов ООН о развитии человека следует, что удельный

вес человеческого капитала в таких высокоразвитых странах, как США, Финляндия, Германия, Япония, Швейцария и др., составляют до 80% их национального богатства [6].

Миграционный приток в высокоразвитые страны работников, в том числе благодаря фактору миграции знаний, ведет к повышению в этих странах национальной безопасности посредством ускорения экономического роста, потому что увеличение инвестиций в человеческий капитал, благодаря которому возможно создание новых технологий способных обеспечить ведущим странам мира их экономическое лидерство в мировых масштабах

### **Фактор глобализации в условиях экономики знаний**

Понятие «глобализация» означает процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции, в основе которой лежит единая система взаимоотношений.

Развивающиеся страны, а также страны с переходной экономикой находятся под влиянием глобальных тенденций, изменений и перемен. Наиболее существенными характеристиками этих перемен в экономиках стран являются интегрирующие процессы глобализации, а также повышение роли знаний как одного из драйверов роста, создающего инвестиционную привлекательность государства.

Систематическое накопление интеллектуального капитала в условиях глобализации становится одним из основных факторов экономического развития страны, а также конкурентным преимуществом над другими государствами в масштабах мировой экономики.

Процесс глобализации ускоряет описанные тенденции, доказывая, что процесс создания и накопления знаний в современных реалиях является процессом экономического роста.

В условиях глобализации политической, экономической и культурной жизни анализ смещается в глобальную плоскость и практически любое экономическое исследование ведется с точки зрения мировых взаимозависимостей и систем, поскольку большинство взаимоотношений становятся более тесными, что трансформировало организацию экономических и социальных взаимоотношений между государствами.

Это приводит к тому, что выпускникам высших учебных заведений приходится работать в новых условиях мировой экономики, где экономические и культурные границы стираются, а ценностью в новых экономических условиях становятся не материальные блага (автомобиль, телевизор, стиральная машина и пр.), а знание, получаемое, накапливаемое и передаваемое.

Интенсивность и обширность международных политических, экономических и культурных связей стала причиной появления термина «миграция знаний». Этому способствовал активный обмен студентами и преподавателями между высшими учебными заведениями, а также возникновение новых форм и каналов дистрибуции знания, например, классов виртуального обучения, а также ряда площадок социальных медиа, на которых знание может создаваться и тиражироваться. Ярким примером одной из таких площадок является Википедия (Wikipedia).

### **Миграция знаний в условиях Интернета**

В реалиях экономической, социальной и культурной глобализации, в рамках подхода к организации экономической и образовательной деятельности каждая страна вынуждена действовать локально, пытаясь найти баланс между интеграцией, сохранением культурной специфики и опыта прошлых лет.

Поэтому в рамках российской экономики существует задача устранения проблем в отношении охвата, равенства, качества и управления в системе высшего образования, используя существующие инновационные каналы коммуникации.

Интеграция пользователей по всему миру в Интернет и установление связи между ними позволяет им получать доступ к огромному количеству разрозненной информации. Среди общедоступной информации находятся электронные энциклопедии, самая известная из которых Википедия, профессиональным или узко тематическим форумам, сети микроблогов Твиттер (Twitter), где, создав новостную ленту твитов (англ. tweet — термин означающий публикуемую информацию в данной сети микроблогов) можно следить за новостями экономики, науки, политики, видеозаписям хостинга YouTube, где собраны музыкальные видеоклипы, записи информационных, образовательных и развлекательных программ и пр.

Именно интеграция в информационное пространство Интернета влияет на современную экономику, создавая условия, при которых каждый пользователь может прочитать отзывы о компании, ресторанах, кинотеатрах, магазинах и т.д.

Интернет превращается в большой виртуальный класс, модерлируемый самими пользователями, где каждый контекстуально важный комментарий является новым знанием. Поэтому мы говорим о миграции знаний. Миграция знаний — это акт или процесс миграции информации из традиционного учебного класса в новый виртуальный сегмент [7. С. 54].

Коммуникация и получение новых знаний в этой системе строятся на доверии. Доверительные отношения и формы общения, формирующиеся в социальных медиа, быстро превращаются в две неосязаемые, но стремительно набирающие мощь движущие силы экономики [8. С. 19].

### **Миграция знаний в условиях организационной структуры частного предприятия**

В условиях экономики знаний стоит сказать об инновационных подходах, помогающих это знание создать внутри организации, вуза или общности людей, и путях, которые помогут этому знанию мигрировать максимально быстро, а самое главное эффективно от одного человека другому, из одного отдела организации в другой, из столицы в регионы.

Если говорить о миграции знаний внутри организации, мы неизбежно сталкиваемся с их потерей и (или) неверной интерпретацией. Это может быть связано как с увольнением или переводом сотрудника в другой филиал, так и с отсутствующими бизнес-процессами, на базе которых знание внутри компании реализуется. Под бизнес-процессом мы понимаем сумму взаимосвязанных мероприятий и (или) задач, которые направлены на создание определенного продукта или услуги для потребителей.

Ища пути для безболезненной миграции знаний внутри организации (например, из одного отдела в другой), мы говорим об инновационных и совершенно новых путях работы с информацией. «Инновация — это поиск совершенно новых возможностей для бизнеса, использование новых или качественно отличных технологий и внесение изменений в саму суть того или иного бизнеса» [9. С. 58].

Одним из решений этой проблемы может стать внутрикорпоративная электронная энциклопедия (аналог википедии), где каждый из сотрудников может и (или) должен фиксировать свои знания о работе организации (тех или иных процедурах или процессах), а также дополнять уже существующие.

Этот процесс призван обеспечить бесперебойную миграцию знаний из одного отдела (офиса, филиала) организации в другой, что поможет сохранить специфическое знание работы тех или иных процессов, а также сократить время на обучение нового персонала, которому будет достаточно зайти на сайт внутрикорпоративной энциклопедии и прочесть информацию, написанную их коллегами.

Однако организовать эффективную миграцию знаний можно не только в бизнесе, но и в образовании, например, создав виртуальные классы при современных вузах.

Преимуществом этих виртуальных классов является то, что знания можно получать при помощи Интернета, очно или заочно общаясь с преподавателями, выполняя задания, коммуницируя с коллегами из других городов. Таким образом, новое знание дистрибутируется из центра в регионы (или наоборот) и с большой вероятностью будет применено именно там. Другими словами, повысить свою квалификацию по большому количеству специальностей можно в самом регионе, физически не перемещаясь. Перемещается (мигрирует) только знание благодаря новым каналам коммуникации. Это стало возможным из-за упрощения дистрибуции информации. «Экономика дистрибуции радикально меняется, так как Интернет поглощает каждую индустрию, которой касается, и становится магазином, кинотеатром и радио за малую долю традиционной стоимости» [10. С. 22—23]. Точно так же центром экономики дистрибуции может стать вуз с программой дистанционного обучения.

Помимо этого, можно говорить о миграции знаний в рамках самообразования. Благодаря Интернету можно виртуально слушать лекции или участвовать в семинарах, организуемых известными преподавателями и бизнес-лидерами. Например, Академическая планета (англ. Academic Earth) — один из ресурсов, предлагающих такие услуги [11. С. 47].

Помимо прочего, миграция знаний (опыта, профессиональных навыков) может работать на пользу организации практически постоянно. Это наиболее ярко видно в так называемых креативных специальностях (копирайтеры, дизайнеры, иллюстраторы, программисты и пр.) Все работники этих сфер, отработав восемь часов в компании, придя домой, как правило, «фрилансят» (от англ. Freelancer человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определенного перечня работ (внештатный работник)) на другие компании или частных лиц, получая дополнитель-

ные деньги за свою работу [12]. Однако подобную практику можно организовать внутри своей организации. Например, в дизайн-студии заболел (уволился) штатный дизайнер и необходимо выполнить заказ. Работодатель, стремящийся к освоению новых технологий, может размещать в Интернете или интранете (внутренний интернет-ресурс) задание для дизайнеров, работающих в филиалах организации, расположенных в других городах (или странах), чтобы они инвестировали свое время, силы, знания и опыт не в компании конкурентов, а в организацию, где работают, получая при этом дополнительные деньги, конкурируя с другими сотрудниками.

Интернет, предоставляя возможность практически моментальной дистрибуции информации (знаний) от коммуникатора к реципиенту, становится местом, где можно не только получить эти знания, но и сделать карьеру.

### Выводы

В условиях экономической глобализации мирового сообщества требуется новый подход в работе со знанием.

В экономике знаний все большую роль играет человеческий капитал, который становится одним из ключевых факторов в создании новых технологий, повышении эффективности производств, а также развития науки и культуры.

Интенсивность и обширность международных, политических, экономических и культурных связей стала причиной появления термина миграции знаний.

В рамках развития российской экономики, в системе высшего образования существует задача применять инновационные каналы коммуникации.

Использование или создание инновационных каналов коммуникации внутри организации позволяет избегать материальных потерь, а также дает некоторым сотрудникам возможность построить успешную карьеру.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Becker G.* Human Capital. — N.Y., 1964.
- [2] *Капелюшников Р.И.* США: экономика, политика, идеология. — 1993. — № 11, ноябрь.
- [3] *Бурдье П.* Социология политики / Пер. с франц. Н.А. Шматко. — М.: Socio-Logos, 1993.
- [4] *Bourdieu P.* The forms of capital // Handbook of theory and research for sociology of Education / Ed. by J. Richardson. — New York: Greenwood Press, 1986.
- [5] *Coleman J.S.* Social capital in the creation of human capital // American Journal of Sociology. — 1988. — № 94. — P. 95—120; *Coleman J.* Foundations of Social Theory. — Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
- [6] *Корчагин Ю.А.* Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации?: Монография. — Воронеж: ЦИРЭ, 2005.
- [7] *Мердок М.* Взрыв обучения: Девять правил эффективного виртуального класса / Мэттью Мердок, Трейон Мюллер / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012.
- [8] *Вайнерчук Г.* Лайкни меня!: Экономика благодарности / Гари Вайнерчук / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012.
- [9] *Инновации в бизнесе* / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
- [10] *Андерсон К.* Длинный хвост. Эффективная модель бизнеса в Интернете / Крис Андерсон / Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

- [11] Мердок М. Взрыв обучения: Девять правил эффективного виртуального класса / Мэттью Мердок, Трейон Мюллер / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблшер, 2012.
- [12] URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фрилансер>

### LITERATURA

- [1] *Becker G.* Human Capital. — N.Y., 1964.
- [2] *Kapelyushnikov R.I.* // SSHA: ekonomika, politika, ideologiya. — 1993. — № 11, noyabr.
- [3] *Bourdieu P.* Sotsiologiya polotiki / Per. s franc. N.A. Shmatko. — M.: Socio-Logos, 1993.
- [4] *Bourdieu P.* The forms of capital // Handbook of theory and research for sociology of Education / Ed. by J. Richardson. — New York: Greenwood Press, 1986.
- [5] *Coleman J.S.* Social capital in the creation of human capital // American Journal of Sociology. — 1988. — № 94. — P. 95—120; *Coleman J.* Foundations of Social Theory. — Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
- [6] *Korchgin Y.A.* Rossiiskiy chelovecheskiy kapital: faktor razvitiya ili degradatsiya?: Monografiya. — Voronezh, 2005.
- [7] *Murdoch M.* Vzryv obucheniya: Devyat' pravil effektivnogo virtualnogo klassa / Matthew Murdoch, Treion Muller / Per. s angl. — M.: Alpina Publisher, 2012.
- [8] *Vaynerchuk G.* Laykni menia!: Ekonomika blagodarnosti / Gary Vaynerchuk / Per. s angl. — M.: Alpina Publisher, 2012.
- [9] Innovatsii v biznese / Per. s angl. — M.: Alpina Business Books, 2007.
- [10] *Anderson C.* Dlinnyy hvost. Effektivnaya model biznesa v Internetе / Chris Anderson / Per. s angl. — M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2012.
- [11] *Murdoch M.* Vzryv obucheniya: Devyat' pravil effektivnogo virtualnogo klassa / Matthew Murdoch, Treion Muller / Per. s angl. — M.: Alpina Publisher, 2012.
- [12] URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фрилансер>

## MIGRATION OF KNOWLEDGE AS A MAJOR TREND IN WORLD ECONOMY AND GLOBAL ECONOMY

**D.N. Voronin, E.A. Ivanova**

Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

**A.V. Firsov**

The Coordinating Council for Cooperation  
with security structures at police in the Moscow region  
*Nikitsky lane, 3, Moscow, Russia, 125009*

In this article, the authors examine the concept of knowledge as part of the migration, changing social reality, which helps to distribute (transfer) knowledge all over the world in the shortest time. Social media and their credibility among users quickly turn into two powerful drivers of the knowledge economy, where the value is not material things (goods and products). The authors present their vision for the migration of knowledge in business and education, which could create additional value of such knowledge.

**Key words:** globalization, knowledge economy, human capital, media, social media, content, user generated content, social integration, migration of knowledge, innovation, creative economics.