НОВЫЕ МЕДИА И ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: РОССИЙСКИЙ И МИРОВОЙ ОПЫТ

А.О. Алексеева, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры зарубежной журналистики и литературы, научный сотрудник кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: stasy.alekseeva@gmail.com

МОБИЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО И ОБЩЕСТВО ЗНАНИЯ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

В данной статье рассматривается соотношение двух понятий — "мобильное общество" и "общество знания", которыми можно обозначить следующие за информационным обществом этапы развития социума. В статье делается вывод о том, что мобильное общество является не только результатом активного использования обществом беспроводных технологий сотовой связи, но и, в целом, ускоренных темпов движения капиталов (материальных и нематериальных) и информации благодаря развитию новейших ИКТ. Общество знания во многом опирается на достижения мобильного общества, но носит более "экоцентричный", нежели технологический, характер, а на первое место выдвигает навыки и умения пользователей: совместную работу с базами данных, кооперацию в детерриториализованных научных сообществах и т.д.

Ключевые слова: *информационное общество, мобильные технологии, Интернет, знание, социальные сети.*

The article deals with the correlation of two terms — mobile society and knowledge society which are the next development stage after the information society. The conclusion implies that mobile society is not only a result of active use of wireless technologies of mobile communication but is at large a result of accelerated speed of capital (material and immaterial) and information flows thanks to new ICT. The knowledge society rests on mobile society progress but is more "ecocentric" (people oriented) than technological. Users' skills and expertise such as team work, cooperation within de-territorised research communities, etc. come to the fore.

Key words: *information society, mobile technologies, Internet, knowledge, social networks.*

Сегодня, в 2010 г., информационное общество является уже не образной конструкцией, а реальностью. Однако проявления информационного общества столь разнообразны и неоднозначны, а его качества и характеристики столь существенно разнятся от региона к региону и зависят от особенностей использования ИКТ в конкретном государстве, что правильнее было бы говорить не об одном глобальном информационном обществе, а о разнообразных

обществах, которые достигли определенной степени "информационного" развития благодаря высоким технологиям.

Из-за различного уровня технологического развития регионов освоение интернет-пространства в разных странах также различается. В среднем по миру технологии доступа в Интернет с помощью сотовых телефонов, смартфонов и коммуникаторов стали развиваться существенно позднее, чем доступ через персональный компьютер.

В данной статье будет сделана попытка разобраться в понятийном аппарате и теоретических предпосылках становления и первоначального развития "мобильного общества" и тесно связанного с ним "общества знания". Будет сделана попытка соотнести оба понятия, выявить их сходства и различия.

Необходимость разобраться в понятийном аппарате назрела после того, как во время целого ряда научных дискуссий, в частности на круглом столе "Перспективы развития мобильного общества в России", который прошел на факультете журналистики МГУ в декабре 2009 г., среди экспертов наметились разногласия в том, как понимать «мобильное общество».

Существует два определения понятия "мобильный": 1) подвижный, способный к быстрому передвижению и 2) в переносном значении — способный быстро действовать, принимать решения (Толковый словарь Ожегова)[1].

Мобильным принято называть общество, где быстро передвигаются информация, люди и капитал. Но это не означает главенство и превосходство мобильных технологий над другими ИКТ. В частности, мобильным называют и нынешнюю стадию развития информационного общества. Термин стал применяться с середины первого десятилетия XXI в., когда Интернет бурно развивался и начинал определять многие экономические и информационно-коммуникационные процессы. В этом смысле развитие мобильного общества связано с ИКТ, но не только и исключительно с развитием беспроводной телефонной связи. Поэтому, применяя термин "мобильное общество", следует всегда четко понимать, какое из двух значений мы используем.

Сначала благодаря Интернету, а теперь и мобильным технологиям в обществе начали происходить серьезные изменения. Процессы доставки и получения информации с каждым годом происходят все быстрее, а медиа становятся более персонализированными. Этому наряду с другими новыми медиа способствуют новые средства доставки содержания, интегрированные в мобильный телефон. Они не только конкурируют с традиционными медиаканалами (телевидение, радио, печать) за внимание и время аудитории,

[1] Толковый словарь Ожегова. http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=14647

но и свидетельствуют о появлении нового вида массовых коммуникаций, который носит синергический характер, соединяя в себе достоинства разных типов и видов коммуникации [К мобильному обществу..., 2009, с. 10].

Использование мобильных технологий в процессе доставки и потребления медийного контента ведет к более дробной системе использования информации. Мир массовой коммуникации — это телевидение, радио и пресса. Через мобильный телефон потребитель получает лишь ему предназначенную информацию. Развитие ИКТ привело к значительной демассификации и фрагментации коммуникации.

Сегодня почти половина человечества имеет доступ к мобильной связи, а через нее — ко всем возможным СМИ: от газет до ТВ, радио и Интернета. Количество тех, кто выходит в Интернет с мобильного телефона, в 2008 г. достигло в США 15,6% от общего числа пользователей Всемирной паутины, в Великобритании — 12,9, в Италии — 11,9, в России — 11,29, в Испании — 10,8% [там же, с.13].

Особо стремительный рост мобильной связи наблюдается сегодня на развивающихся рынках, где мобильные устройства обходятся дешевле компьютеров, а доступ в Интернет с помощью мобильного телефона помогает получать информацию в тех районах, где прежде не имелось выхода в глобальную Сеть. Тем временем на рынках с высоким проникновением мобильной связи, таких, как Япония, мобильными устройствами пользуются как кошельком — для совершения онлайновых покупок, обмена информацией в режиме реального времени, а также для работы с электронной почтой и отправки SMS-сообщений. Подобная практика входит в повседневную жизнь и в других частях света[2].

Согласно информации исследовательского агентства iResearch, мировой рынок беспроводного доступа в Интернет с помощью мобильного телефона вырос до 920 млн в 2008 г. В 2003 и 2004 гг. рост превышал 100%, но в последующие годы сократился до двухзначных цифр[3].

Мобильные технологии позволили осуществить не только новый тип коммуникаций. Ввиду того что коммуникация представляет собой фундаментальный социальный процесс, изменяются и социальные связи в обществе, которые в свою очередь оказывают влияние на структуры межличностного и межгруппового взаимодействия. Широкое развитие мобильных телефонов привело к резкому росту межличностной, медиатизированной коммуникации,

[2] Формируя будущее газет. Анализ стратегических тенденций и возможностей газетной отрасли: Доклад о газетных стратегиях // WAN-IFRA. 2009. Апрель. Т. 8. № 4. С. 25.

[3] Там же.

которая потеснила массовую. Сотовая телефония становится важнейшим элементом современной коммуникационной структуры общества.

Развитие мобильных технологий рассчитано на более широкую аудиторию, чем Интернет. Если для того, чтобы пользоваться Интернетом, нужны специальные навыки, то мобильный телефон предлагает более простые и доступные схемы доступа в Сеть. Кроме того, телефоны дешевле и вследствие этого доступнее, чем даже самые недорогие ноутбуки. Поэтому мобильный телефон становится ключевым элементом и инструментом жизни общества. Сочетание высочайшей технологичности с широкой доступностью делает мобильную составляющую уникальным фактором ускоренного развития общества и его перехода на новый этап.

Постепенно высокие мобильные технологии проникают и в российское общество, изменяя его социальный ландшафт. Один из ярких, хотя и неоднозначных примеров, — жизнь заключенных. Хотя физически эти люди изолированы от общества, де-факто они активно живут онлайн — с помощью мобильных телефонов и мобильного Интернета. Заключенные активно общаются в социальных сетях и на специализированных форумах, а также читают литературу и прессу, ищут интересующую информацию, развлекаются, переписываются с родственниками и друзьями, выкладывают свои фотографии. А некоторые, готовые раскошелиться на трафик, снимают видео на прогулках и в камерах и размещают его в Интернете. Наиболее активные и продвинутые пользуются даже электронными деньгами, тратя их на различные интернет-сервисы и интернет-магазины[4].

Впрочем, скорость загрузки сайтов Рунета в мобильном Интернете по-прежнему оставляет желать лучшего, хотя эта ситуация значительно улучшилась со стартом сетей третьего поколения — 3G в 2010 г. и началом продаж мобильных телефонов бренда Apple — iPhone. В пятерке самых популярных мобильных ресурсов сегодня — развлекательные и новостные сайты, в частности Bash.org, букмекерская контора Marathonbet.com, rian.ru и utro.ru — об этом рассказал руководитель отдела исследований компании SpyLog С.И. Кедров на конференции РИФ+КИБ в апреле 2009 г. Кроме того, аудитория менее внимательна, поэтому количество просматриваемых страниц существенно ниже, чем в Интернете традиционном. Не менее существенной особенностью пользования мобильным Интернетом является отсутствие традиционного спада пользовательской активности в выходные. Причина — смартфон всегда под рукой,

[4] *Базарова М.* Зона online // Частный корреспондент. 2010. 24 янв. http://www.chaskor.ru/article/zona_online_14442

а не только в рабочие дни и в рабочее время, как персональный компьютер.

Однако не следует думать, что мобильный телефон используется только для серфинга в Интернете, просмотра электронной почты, чата в сервисах обмена мгновенными сообщениями и прочих онлайн-активностей. Не менее популярны современные смартфоны и в качестве устройств для просмотра телевизионных передач и кинофильмов. Одно из интересных исследований[5] в области мобильного ТВ было проведено в Финляндии. Начиная с 2005 г. бизнес-сообщество Forum Virium Helsinki экспериментировало с мультимедийными технологиями и их целевой аудиторией. Оказалось, что основным стимулом к использованию мобильного ТВ является развлечение, которому большинство респондентов предаются в транспорте, на работе или в то время, когда домашний телевизор "оккупирован" родственниками. "В то же время новости в широком смысле этого слова были предметом большого интереса пользователей", — говорится в отчете. Помимо новостей и информационных сервисов респонденты предпочитали музыку или развлекательные сериалы, в то время как спортивные трансляции или полнометражные фильмы с экрана мобильного телефона смотрели только при отсутствии альтернативы.

Еще одно любопытное исследование было проведено в 2004 г. британскими учеными из Лондонского университетского колледжа (University College London) Х. Кнохе и Дж. Маккарти[6]. Эксперты решили выяснить, какие виды мобильного контента будут наиболее популярны в Британии, Франции и Греции в случае появления мобильного ТВ. Как ни странно, наибольшее количество голосов было отдано в пользу новостного контента и прогноза погоды. Второе место занимали музыкальные сервисы, затем шел футбол и прочие спортивные мероприятия, мультсериалы, фильмы, "мыльные оперы" и ситкомы.

Однако с тех пор как мобильное телевидение появилось в Европе, "призеры" народного голосования поменялись местами, причем каждая из этих категорий может выйти на первое место в зависимости от территории распространения. Так, по мнению представителя Vodafone Group Я. Храбовски[7], наибольшей популярностью среди абонентов мобильной сети в Германии и Великобрита-

---

[5] *Kaasinen E., Kivinen T., Kulju M.* et al. FinPilot2 Final Report — User Acceptance of Mobile TV Services // Forum Virium Helsinki. http://www.finnishmobiletv.com/press/FinPilot2_Final_Report_20080529.pdf

[6] *Knoche H., McCarthy J.D.* Mobile Users' Needs and Expectations of Future Multimedia Servises. Proceedings of WWRF12, 10—12 Nov. 2004, Toronto, Canada. http://hornbeam.cs.ucl.ac.uk/hcs/people/hendrikknoche.html

[7] См.: *Ямницкая Н.* Развлечения, игры, девочки // Частный корреспондент. 2009. 4 марта. http://www.chaskor.ru/article/razvlecheniya_igry_devochki_4017

нии пользуется спорт, в частности итоги футбольных соревнований и выпуски новостей. В США, по данным, которые приводит исполнительный директор медиасети GoTV Networks Т. Эллсворт, спросом пользуются развлекательные сервисы, ведущую роль среди которых играет музыка.

Однако руководитель отдела мобильного ТВ телекоммуникационной компании 3 Italia Р. Форте приводит несколько иные данные по потреблению медиаконтента в сетях мобильной связи: "В данный момент 45% рынка мобильного контента приходится на так называемый контент gambling, games, girls, — считает он. — Музыкальные и персонализированные сервисы составляют еще 35%. И только 20% рынка составляют новости. Это то, чего хочет рынок в любой стране мира"[8].

Принято считать, что мобильные устройства для доступа в Сеть чаще используют люди, которые в целом активно пользуются Интернетом. Однако исследование, проведенное аналитической компанией comScore в марте 2009 г. представило весьма противоречивые данные[9]. Оказалось, что наименее активные интернет-пользователи используют мобильные телефоны для доступа в Сеть на 30% чаще активных пользователей. В ходе опроса, который проводился на основе онлайновой панели comScore, было выяснено, что активные пользователи просматривали 6701 интернет-страницу в месяц, а неактивные — лишь 1104 страницы в месяц. Среди неактивных пользователей мобильным Интернетом, по крайней мере раз в неделю, пользовались 15,2% опрошенных, а среди активных 11,7%. Среди пользователей мобильного Интернета преобладают мужчины (58%) и люди в возрасте от 18 до 44 лет. Поэтому неудивительно, что в первую очередь их интересуют новостные сайты и сайты, посвященные активному отдыху. Такой срез интересов отличается от контента, традиционно пользующегося спросом у тех людей, которые выходят в Интернет с помощью персонального компьютера: образование, медиа, путешествия, бизнес и финансы, розничная торговля. В целом, исследование comScore показало, что мобильный Интернет "дополняет" ту активность в Сети, которую люди ведут с основного компьютера, а не дублирует ее.

Признанный лидер в сфере мобильного Интернета — Япония, хотя равняться на нее очень сложно: японские технологии ушли далеко вперед. Особенность мобильных сервисов в Японии — использование i-mode (фактически это полноценный браузер), который позволяет выполнять с помощью смартфона многочисленные операции, делая его устройством "все в одном". К сожалению, в силу разницы в стандартах между Страной восходящего солнца

[8] Там же.

[9] http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/2/PC_and_Mobile_Internet_Users

и европейскими государствами, а следовательно, в силу соответствующих недоработок сервиса все попытки внедрить i-mode за пределами Японии провалились.

Мобильный Интернет в Японии популярнее Интернета традиционного. Больше половины пользователей предпочитают использовать мобильные телефоны для выхода в Сеть. Знакомство с Интернетом тоже часто начинается именно с его мобильной версии.

Телефон для японца — это выход в Интернет, это игры, радио, плеер, телевизор, фотоаппарат, видеокамера, кредитная карта (сервисы электронных денег Edy, Osaifu-Keitai от NTT DoCoMo) и даже билет на самолет. Покупка билета регистрируется в телефоне, в аэропорту он прикладывается к табло на турникете — и все.

Технология "дополненной реальности" работает в Японии также в полной мере. «Гуляешь в незнакомом городе, видишь кафе, навел на вывеску камеру телефона и — сразу прочитал, что о нем пишут другие посетители... Заметил на холме какие-то развалины. Какого века? Телефон услужливо разыскивает статью в Википедии. Кажется фантастикой? Подобные сервисы — уже "дополненная реальность", которая станет такой же обыденностью, как интернет или телефонная связь»[10].

Нечто похожее делают в Европе. Не так давно в Нидерландах был анонсирован сервис Layar компании SPRXmobile. С помощью Layar можно получить разнообразную информацию об окружающем вас мире, имея в кармане всего лишь коммуникатор под управлением операционной системы Google Android. Проходите мимо незнакомого кафе и собираетесь зайти? Наведите камеру коммуникатора на заведение: на экране устройства тут же появятся "слои" с информацией: фото внутри, описание цен, отзывы о заведении посетителей и т.д. Видите незнакомый товар в магазине? Наводите камеру гуглофона — и видите среднюю стоимость в разных магазинах, отзывы покупателей, состав, производителя, объемы продаж товара и т.д. "Слои" (читай: гиперссылки) появляются на экране тачфона и выбрать категорию интересующей вас информации можно будет, просто ткнув в нее пальцем. Навели на номер такси — узнали примерные тарифы. Навели камеру на логотип банкомата — узнали размер комиссии для карточек других банков. Навели на незнакомый жилой дом — узнали, сдаются ли в нем квартиры и по какой цене.

Описанное в предыдущем абзаце — апогей развития мобильного общества в его современном понимании. Характерными чертами этого этапа развития стала демассифицированная коммуникация, развитие Интернета — особенно мобильного — и мобильной телефонии, а также усиление личного фактора в получении новых знаний.

---

[10] *Мальцев В.* Дополненная мобильность // Частный корреспондент. 2009. 19 июля. http://www.chaskor.ru/article/dopolnennaya_mobilnost_8499

Именно знание (совокупность понятий, теоретических построений и представлений, а также форма систематизации результатов познавательной деятельности человека), формы и способы его распространения являются ключевым моментом развития любого общества. Особенности развития информационного общества в век мобильной телефонии связаны с возрастающей ролью знаний. Новая фаза информационного общества — это общество знания, к которому мы постепенно приближаемся.

Понятие "общество знания" впервые использованное в 1969 г. одним из самых влиятельных теоретиков менеджмента П. Друкером, получило детальное развитие в 1990-е гг., в частности в работах по этой теме, опубликованных такими исследователями, как Р. Манселл или Н. Стер[11]. Начиная с 60-х гг. XX в. и до публикации в конце 1990 г. трилогии М. Кастелса, посвященной "эре информации", понятие "информационное общество", так сказать, обобщает изменения и тенденции, описанные или предсказанные в посвященных этой теме трудах первопроходцев, говоривших о проникновении технологий во власть, о новой экономике научных знаний, о глубоких переменах в сфере труда и т.д.

Сделаем предположение: понятие "общество знания" описывает идеальный тип общества, где доступ к знанию определяет ключевые экономические, политические, социальные и информационные процессы. А также, по мнению экспертов ЮНЕСКО, позволяет гражданам жить долго и счастливо, без борьбы за исчерпаемые энергоресурсы и без вооруженных конфликтов, типичных для реалий сегодняшнего дня. Мобильное же общество уже фактически является реальностью, по крайней мере, в отдельных регионах мира.

Многие современные социальные тренды, в частности исследованные группой ученых во главе с М. Кастелсом [Castells et al., 2007, p. 246], сигнализируют о том, что сети мобильной коммуникации становятся ключевым элементом новых глобальных социальных структур — сетевого общества. Тем не менее некорректно говорить о том, что технологии могут напрямую влиять на социум. Изменения в первую очередь происходят внутри самих социальных структур. Это означает, по мнению М. Кастелса, что люди используют сети беспроводной коммуникации в своих интересах и сообразно своим потребностям и этим оказывают ключевое влияние на развитие общества в целом. При этом особенности мобильных технологий определенным образом удовлетворяют потребности членов этого общества, а значит, и строго определенным образом сказываются на развитии социума. А раз коммуникация является фундаментальным процессом человеческой деятельности, то и освоение новых коммуникационных технологий оказывает глубокое воздействие на социальные трансформации.

[11] К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО. 2005. С. 19.

Отличие мобильного общества от общества знания состоит в том, что мобильные сети — на данный момент развития общества потребления — служат, в основном, для удовлетворения потребности человека в развлечении, обмене сообщениями, телепросмотре в ситуации недоступности больших экранов, но — в массовом порядке — не для генерации нового знания.

Вот как описывает общество знания П. Леви в своей культовой книге "Collective Intelligence": "...в пространстве знания — там, где растворяются барьеры и границы, — обитают коллективные разумы, коллективное воображение в состоянии перманентной динамической реконфигурации. Коллективные разумы создают новые языки-мутанты, конструируют виртуальные вселенные, киберпространство, в котором они ищут небывалые формы коммуникации" [Levy, 1997, p. 84].

Пространство знания — это и есть коллективный разум. Переработанные в Интернете данные будут обеспечивать технической инфраструктурой коллективный разум сообществ. Роль информационных технологий будет сводиться к продвижению конструирования интеллектуальных сообществ. Главным архитектурным проектом XXI в. должно стать построение интерактивного киберпространства [ibid., p. 10]. Леви понимает компьютеризацию общества как часть процесса эволюции, ведущего "к созданию новой среды коммуникации, мысли и работы для человеческого общества". Новые коммуникационные системы, базирующиеся на цифровых информационных технологиях, должны обеспечивать членов сообщества средствами для координации взаимосвязи внутри универсума знания. В этом смысле киберпространство станет пространством взаимодействия между знанием и знающими в детерриториализованных интеллектуальных сообществах.

Несмотря на довольно сложную лексику, которую Леви использует для описания общества знания, можно привести простые примеры, иллюстрирующие его идеи. Так, социальные сети вполне реально приближают нас к коллективной работе со знанием: "Если я чего-то не знаю, спрошу у сообщества. А потом поделюсь своим уникальным знанием, когда в этом возникнет потребность". Социальные сети доказывают, что общество знания должно обеспечивать совместное использование знаний

В эпоху "до Интернета" существование таких взаимоотношений в обществе было хоть и возможно, но затруднено целым рядом обстоятельств. Была нужна единая площадка для научных и им подобных дискуссий, эксперты должны были собраться в одно время и в одном месте, возможность вести "отложенные" обсуждения была невелика. Пожалуй, наиболее полно, хоть и весьма локально, мини-общества знания воплощались в научных институтах. В наши дни технологическое развитие позволяет с некоторой долей преувеличения предполагать, что пользователи, имеющие выход в Интер-

нет, уже стали частью общества знания. Ключевое препятствие — в неготовности человека и общества в целом к новым, сложным, но конструктивным взаимоотношениям.

Тут стоит напомнить, что понятия "знание" и "информация" следует различать между собой. Знание не может быть оторвано от процесса мышления. В отличие от информации знание существует лишь в процессах их порождения и употребления, т.е. в проблемных ситуациях, где собственно и активизируются мыслительные процессы. Ценность знания определяется его прикладным значением. Как пишет П. Леви, эрудиция сменяется "омнипотентностью" (omnipotence — термин Леви) — умением быстро схватывать суть и включаться в разные сферы деятельности.

Общепризнано, что знание превратилось в предмет колоссальных экономических, политических и культурных интересов настолько, что может служить для определения качественного состояния общества, контуры которого лишь начинают вырисовываться перед нами. Но если важность этого понятия уже ни у кого не вызывает сомнений, то относительно его содержательной стороны дело обстоит далеко не так блестяще. О каком знании (или знаниях) идет в действительности речь? Следует ли согласиться с гегемонией научно-технической модели в определении законного и производительного знания? Этими вопросами задаются авторы Всемирного доклада ЮНЕСКО "К обществам знания", проведенного в 2005 г. под руководством председателя совета Всемирного доклада Франсуазы Ривьер[12].

Совпадение бурного развития Интернета, мобильной телефонной связи и цифровых технологий с третьей промышленной революцией — сначала в развитых странах, где значительная часть трудоспособного населения перешла на работу в сферу услуг, — коренным образом изменило место знания в наших обществах. Построение любого общества всегда включает различные формы знания и культуры, в том числе и те, на которые оказывает сильное влияние современный научно-технический прогресс. Однако становление мирового информационного общества, являющегося плодом новых революционных технологий, не должно привести к утрате понимания того, что последние являются лишь средством создания настоящих обществ знания[13]. Бурный рост сетей сам по себе был бы недостаточен, чтобы заложить основы общества знания. И хотя сегодня мы присутствуем при формировании мирового информационного общества, в котором технологии позволили значительно увеличить объемы доступной информации и скорость ее передачи, нам еще предстоит пройти долгий путь, ведущий к настоящим обществам знания.

---

[12] К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО. 2005.

[13] Там же. С. 6.

Развитие новых информационных и коммуникационных технологий создало новые условия для возникновения общества знания. Более того, формирующееся глобальное информационное общество обретет свой смысл только в том случае, если станет инструментом для достижения более возвышенной и желанной цели — создания в глобальном масштабе общества знания, которое стало бы источником развития для всех стран.

Однако революционный прорыв состоит не столько в стремительном развитии новых технологий в сфере информации и коммуникации, в том числе Интернета и мобильной телефонии, сколько в растущем использовании этих средств провайдерами информативного, образовательного и культурного контента, среди которых СМИ занимают все более важное место, — т.е. в человеческом факторе.

В то же время если мы говорим о том, что общество знания сегодня, скорее, представляет собой теоретическую концепцию, то рано или поздно мы можем предположить, что оно станет реальностью. Как мы можем определить его наступление?

Масштаб технологических преобразований, которым за последнее десятилетие подверглись средства создания, передачи и обработки знаний, заставляет некоторых экспертов сделать вывод о том, что мы, по всей видимости, находимся в преддверии нового века знаний. Придя на смену системам знаний, основанных на устном, письменном и печатном слове, развитие цифровых технологий способствовало беспрецедентному распространению сетей по двум направлениям: горизонтальному — ускорение скорости передачи и вертикальному — уплотнение подключений. С развитием Интернета коммуникационные возможности и способности к познанию развиваются совместно и подчеркивают тот факт, что люди не являются пассивными потребителями и могут совершенно самостоятельно объединяться в виртуальные сообщества, наиболее наглядным примером которых являются, как уже было сказано, социальные сети, дискуссионные форумы.

Новые технологии оказывают значительное влияние на создание знаний. Они, действительно, обеспечили значительный прогресс в области доступности и управления знаниями.

Для статистически достоверного описания общества знания ЮНЕСКО предлагает использовать сводный индекс. Попытки создать индекс развития знаний (Knowledge Development Index) предпринимались и на национальном уровне (в частности, Малайзией), и на международном (индекс обществ знания Департамента экономических и социальных проблем ООН).

Индекс обществ знания обобщил широкий спектр факторов, распределенных по трем основным осям, или субиндексов, скомбинированных таким образом, чтобы они давали единый показа-

тель. Однако теоретическая сила подобного инструмента является одновременно и его слабостью, так как, чтобы быть точным, индекс должен объединять очень большое количество параметров. Поскольку окончательная цифра выводится из сочетания трех субиндексов, не всегда легко понять, какие именно факторы позволяют выделить показатели сравниваемых стран. Более того, поскольку данное исследование требует большого объема данных, оно может опираться только на те страны, которые в состоянии их предоставить, иными словами — на 45 стран, в том числе только одну страну Африки.

Индекс развития знания, созданный на национальном уровне по инициативе правительства Малайзии, основан на 25 показателях, распределенных по четырем субиндексам (компьютерные инфраструктуры, образование и обучение, НИОКР и технологии).

Хороший пример оценки общества знания можно найти в методике оценки знания (Knowledge Assessment Methodology) Всемирного банка, дающей пользователю возможность строить собственные диаграммы в режиме онлайн, выбрав нужные ему данные из 80 показателей, разбитых на семь групп (эффективность, экономический режим, управление, инновации, образование, информационные и коммуникационные технологии, гендерные данные).

Согласно предложению Фр. Сагасти [Sagasti, Francisco, 2004], облик данного общества знания можно представить в виде диаграммы, отражающей степень его развития относительно некоторых составляющих знания[14] (см. рис. 1):

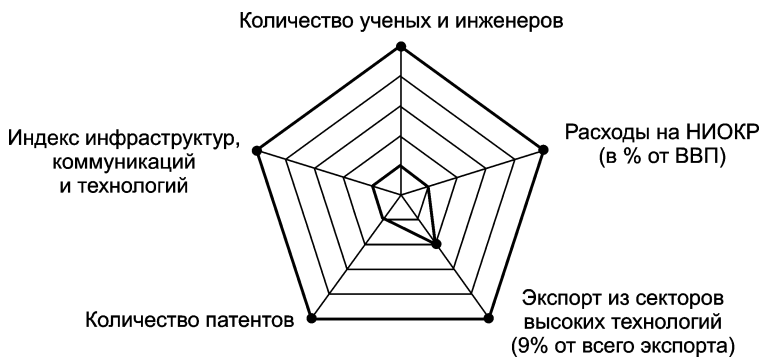


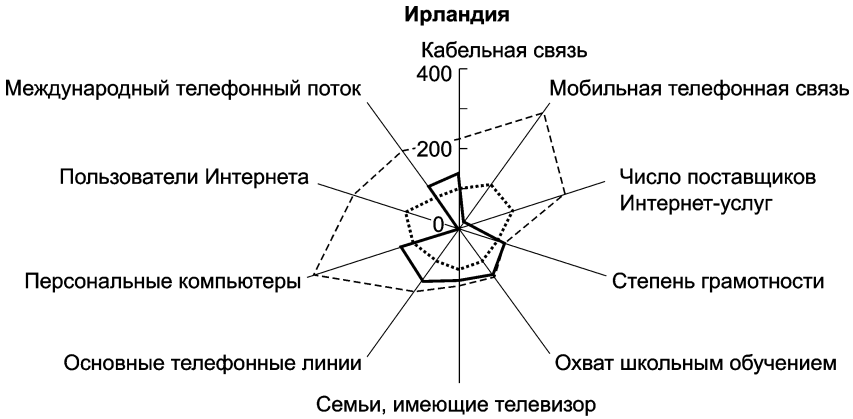
Рис. 1

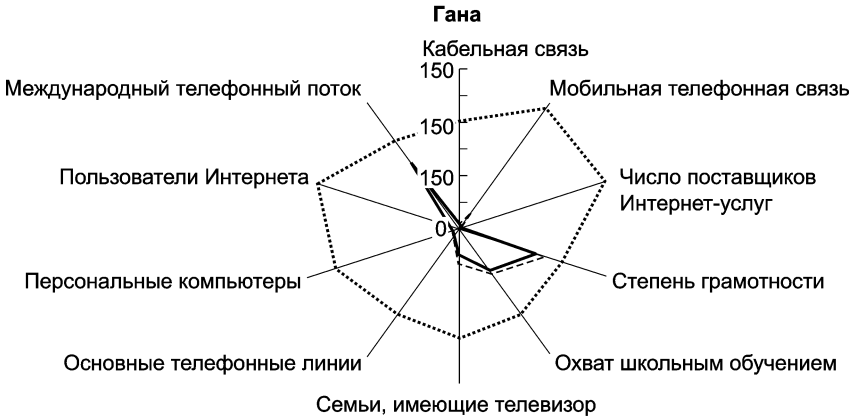
Как показывает “Третий перспективный план развития” Малайзии, данная диаграмма может также быть построена в более сложной форме[15] (см. рис. 2).

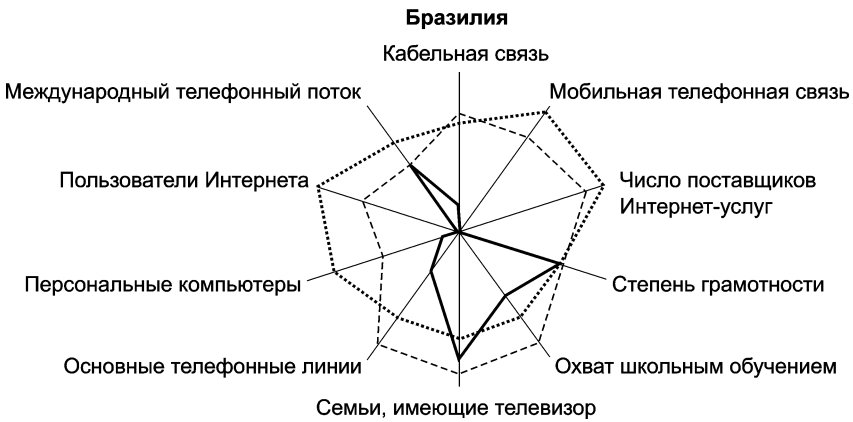
[14] Там же. С. 166.
[15] Там же.


Процентное отношение
от общего количества компьютеров,
используемых в мире
Количество компьютеров на 1000 человек
Доля MIPS от общего количества в мировом масштабе
Мощность компьютеров на одного человека
Подключение к Интернету
Инвестиции в телекоммуникации
Телефонные линии
Мобильные телефоны
Телевизоры
Радиоприемники
Факсы
Стоимость международных телефонных звонков
Циркуляция газет
Общие
расходы
на образование
Степень грамотности
Соотношение учащихся и преподавателей
в начальном образовании
Соотношение учащихся и преподавателей
в среднем образовании
Переход учащихся с начальной степени
образования на среднюю
Переход учащихся со средней
степени образования на высшую
Экспорт выосокотехнологических продуктов
Ученые и инженеры, занятые в НИОКР
Общее количество человек, занятых в НИОКР
Общие расходы на НИОКР
Количество патентов, выданных жителям страны
Коммерческие расходы на НИОКР
600
400
200
Малайзия
США

Рис. 2


Ирландия
Кабельная связь
400
200
0
Мобильная телефонная связь
Число поставщиков Интернет-услуг
Степень грамотности
Охват школьным обучением
Семьи, имеющие телевизор
Основные телефонные линии
Персональные компьютеры
Пользователи Интернета
Международный телефонный поток


Гана
Кабельная связь
150
150
150
0
Мобильная телефонная связь
Число поставщиков Интернет-услуг
Степень грамотности
Охват школьным обучением
Семьи, имеющие телевизор
Основные телефонные линии
Персональные компьютеры
Пользователи Интернета
Международный телефонный поток


Бразилия
Кабельная связь
Мобильная телефонная связь
Число поставщиков Интернет-услуг
Степень грамотности
Охват школьным обучением
Семьи, имеющие телевизор
Основные телефонные линии
Персональные компьютеры
Пользователи Интернета
Международный телефонный поток

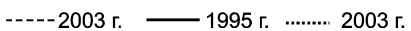

2003 г.
1995 г.
2003 г.

Рис. 3

Диаграммы отображают более или менее сбалансированный характер различных составляющих знания. Кроме того, диаграммы нужны для отображения различных моделей развития знания, как, например, в случае промышленно развитой страны (Ирландия), одной из наименее развитых стран (Гана) или новой промышленной страны, находящейся в процессе наверстывания (Бразилия)[16] (рис. 3).

Итак, чтобы сделать некоторые выводы о становлении общества знания, необходимо проанализировать не только данные о технологическом развитии данного общества (государства), но и всесторонне рассмотреть данные об экономическом, социальном, этическом, политическом развитии региона. По сравнению с понятием "общество знания", "мобильное общество" в большей степени определяется уровнем развития ИКТ: широкополосной и мобильной связью, позволяющей иметь доступ в Интернет в любое время в любом месте, а также умением и желанием людей пользоваться новыми технологиями. С определенной долей уверенности можно предположить, что мобильное общество в большей степени определяется развитием технологий, т.е. оно "техноцентрично", а общество знания, напротив, ставит во главу угла не технологии, а человека, т.е. оно "экоцентрично".

Список литературы

К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.

Castells M., Fernandez-Ardevol M., Linchuan Q.J., Sey A. Mobile Communication and Society. A Global Perspective. The MIT Press, 2007.

Levy P. Collective Intelligence. Cambridge: Perseus Books, 1997.

Sagasti F. Knowledge and Innovation for Development: The Sisyphus Challenge of the 21st Century. Cheltenham Glos, Edward Elgar Pub., 2004.

Поступила в редакцию
22.03.2010

[16] Там же. С. 168.