

## Științele informării și comunicării - domeniu de cercetare -

*Conf. univ. dr. Elena Tîrziman*

**Resumé:** *Les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) sont un domaine d'ordre interdisciplinaire. Le problématique de recherche de SIC contient: NTIC, la Communication de type publicitaire (y compris la communication sociale, la communication politique), les mass-médias et la communication organisationnelle. Dans cet article sont présentés des aspects des sous-domaines qui définissent le problématique de SIC.*

**Mots-cléfs:** *Les Sciences de l'Information et de la Communication; Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication; mass-média; communication politique; communication sociale; communication organisationnelle.*

Secolul XX a adus cu sine o evoluție culturală și economică a lumii fără precedent. Este cunoscut faptul că în secolul XX au existat mai multe invenții și inovații decât în întreaga istorie a omenirii. Această evoluție a societății are la bază informația și cunoașterea. Procesele de producere, comunicare și utilizare a informației au devenit esențiale pentru toate domeniile cunoașterii. A devenit o necesitate studierea proceselor de construcție, comunicare și utilizare a informației întrucât de aceste studii și cercetări depinde dezvoltarea generală a societății.

Științele Informării și Comunicării (SIC) constituie un domeniu interdisciplinar de cercetare; un domeniu transversal asupra celorlalte științe întrucât analizând procesele de construcție, comunicare și utilizare a informației, contribuie la eficiența valorificare a rezultatelor științifice a acestor domenii, în special în cazul științelor sociale și umane, contribuind la evoluția societății în general.

După cel de-al doilea război mondial, odată cu dezvoltarea formidabilă a producției și consumului de informație<sup>1</sup>, precum și dezvoltarea

---

<sup>1</sup> informație generală, informație politică, informație științifică; informație pentru diferite grupuri de public: din domeniul industrial, economic, social; informație pentru turiști, (...) pentru persoane tinere sau persoane în vârstă, informații privind petrecerea timpului liber sau asupra diferitelor activități culturale (...)

mijloacelor tehnologice de stocare, prelucrare și difuzare a acestei mase enorme de resurse informaționale<sup>2</sup>, au apărut studii științifice privind științele informării și comunicării. În lumea științifică americană și europeană a început să se vorbească despre fundamentarea științifică a informării și comunicării; au apărut teorii și modele ale informării precum și numeroase “școli” și grupuri de cercetare în domeniu. Cercetători de prestigiu își leagă numele de teorii din domeniul Științelor Informării și Comunicării (SIC)<sup>3</sup>

Yves F. Le Coadic în lucrarea sa “Știința Informării” aduce argumente pentru această nouă disciplină care are ca obiect de studiu: **informația**. Potrivit acestui profesor, Știința Informării este o știință de care are nevoie Societatea Informației întrucât asistăm la o dezvoltare a producției și nevoilor de informare; apariția unui nou sector industrial al industriilor de informare; invazia tehnicilor electronice<sup>4</sup>:

*Societatea Informării are nevoie de o știință care să studieze proprietățile informației și procesele de construire, de comunicare și utilizare a sa. sub o triplă influență :*

*-a dezvoltării producției și a nevoilor de informare (dezvoltarea activităților științifice, dezvoltarea unei culturi științifice și tehnice de masă, cererea de informare),*

*- a apariției unui nou sector industrial al industriilor de informare (producători și servere de banci de date, satelit și rețele de telecomunicație, telematica, mari muzee și mari biblioteci, turism cultural),*

*- și a invaziei tehnicilor electronice (analoage sau digitale) și fotonice de informare<sup>5</sup> (microordinatoare, borne interactive, discuri laser, fibre optice, dispozitive multimedia, videodiscuri, informatica de gestiune a colecțiilor etc.*

Interdisciplinaritatea Științei Informării se datorează conținutelor temelor de cercetare care se fundamentează în strânsă legătură cu domenii deja consacrate:<sup>6</sup>

<sup>2</sup> diferite tipuri de calculatoare, rețele diverse, sisteme informatice de gestionare a informațiilor, baze de date, etc.

<sup>3</sup> (de ex: McLuhan [*teoria deterministă a tehnologiei* potrivit căreia tehnologia de comunicare utilizată determină modalitatea de reflexie a individului receptor “media este mesajul”], Merton, Wright și Lasswell [*teoria funcționalistă a media*] H. Marcuse, R. Escarpit, P. Breton, S. Pralux, Y. F. Le Coadic, P. Levy, A. Mucchiele, A. Moles, D. Walton, etc.

<sup>4</sup> Le Coadic, Yves F. *Știința Informării*. București: Editura Sigma, 2004, p. 19

<sup>5</sup> Prin tehnici electronice înțelegem tehnicile care utilizează pentru a funcționa fluxuri de electroni, iar prin tehnici fotonice pe acelea care utilizează fluxuri de fotoni (“particule de lumină”). Aceste fluxuri de electroni sunt constituite din semnale electrice care sunt de două tipuri: semnale analogice și semnale digitale (vezi capitolul V).

<sup>6</sup> Ibidem. p.22

*Știința Informării este una din acele interdiscipline noi, unul din acele noi șantieri ale cunoașterii care colaborează între ele, în principal, disciplinele de psihologie, statistică, electronică, economie, drept, filosofie, politică, telecomunicații.*

*Este posibilă o trecere în revistă a panoramei acestor discipline și teme actuale de cercetare în știința informării, schițând începutul unei descrieri a structurii sale.*

*La început erau cartea (germenele) și bineînțeles biblioteconomia și istoria cărții<sup>7</sup>. Primele realizări de natură științifică vor fi deci legate de biblioteci și primele legi și analize vor fi bibliometrice. Teoriile de clasificare și teoriile de indexare vor apărea în momentul următor. Printre alte teme centrale, pot fi amintite lucrările privind sistemele de cercetare online a documentelor, datelor și studiile descriptive de tehnici corespondente: bănci de informare bibliografice, textuale, facturale, cercetări dedicate sistemelor de gestiune a bibliotecilor și a centrelor de documentare (achiziție, circulație, cataloage de bibliotecă informatizate online (în limba engleză O.P.A.C. Online Public Access Catalog), etc.).*

*Încă foarte legată de disciplinele sale de origine dar în ciuda a toate acestea solid ancorată în câmpul științelor informării, se degajă o serie de teme periferice:*

- psihologice (comportamentele de comunicare, procese euristice, reprezentări ale cunoașterii, etc.)*
- lingvistice (semiotica, reformulare, paratexte, morfosintaxa, etc.)*
- sociologice (sociologia științelor, comunitățile științifice, productivitate științifică, valoare, etc.)*
- informatice (baze de date, reperare, sisteme expert, programe hypertext, etc.)*
- matematice, logice, statistice (algoritmi, distribuții non-gausiene, logica booleană, procese markoviene, etc.)*
- economice, juridice și politice (piața de informație, dreptul creațiilor imateriale, industrie de informație, societatea informației, etc.)*
- electronica și telecomunicații (rețele, videotext, etc.)*
- filosofice, epistemologice, istorice, etc.*

**Yves Le Coadic consideră că<sup>8</sup>:**

*Dintr-o practică de organizare, Știința Informării a devenit o știință socială riguroasă care se sprijină pe o tehnologie la fel de riguroasă. Ea are ca obiect de studiu proprietățile generale ale informației (natura, geneza, efecte) adică mai precis:*

---

<sup>7</sup> Fiind la originea a patru câmpuri, prin analogie putem spune, în sectorul documentării "la început erau documentul și documentarea", în sectorul muzeelor..."la început erau obiectul și muzeologia"; și în sectorul media "...la început erau jurnalul și jurnalismul".

<sup>8</sup> Ibidem p. 25

- analiza proceselor de construcție, comunicare și utilizare a informației
- și conceperea produselor și sistemelor care permit construcția, comunicare, stocarea și utilizarea sa.

Accepțiunea conceptului de Știința Informării precum și conținutul său științific se regăsesc în literatura de specialitate și atunci când vorbim de Științele Informării și Comunicării.

Domeniile Științelor Informării și Comunicării sunt:

- 1) Noile Tehnologii ale Informării și Comunicării (NTIC);
- 2) Comunicarea de masă;
- 3) Comunicarea de tip publicitar (incluzând aici comunicarea socială și comunicarea politică);
- 4) Comunicarea organizațională.

**1) Noile Tehnologii ale Informării și Comunicării (NTIC) –** Sunt considerate în opinia lui Alex Mucchielli:<sup>9</sup> “*un domeniu privilegiat de studiu, o preocupare pentru toți actorii vieții sociale*”. NTIC transformă și vor transforma<sup>10</sup>:

*accesul la informații (presa electronică și multimedia on-line vor detronea mediile tradiționale?); însușirea cunoștințelor (formarea la distanță și învățarea cu ajutorul calculatorului vor revoluționa școala și vor face să dispară universitățile?); participarea la dezbaterile de societate sau ale întreprinderii (schimburile de idei prin forumuri de discuții on line, luarea de informații de pe intranet, votul electronic al cetățenilor, vor schimba oare modalitățile de participare ale indivizilor?); modalitățile de cumpărare (cumpărăturile on line, după publicitatea on line și încercările virtuale ale produselor, vor revoluționa producția, vânzarea?); timpul liber (alegerea posibilă a numeroase activități pe Internet: jocuri, filme, vizite virtuale, etc. va transforma industria timpului liber?); munca (“telemunca” va permite revitalizarea zonelor rurale?, utilizarea calculatoarelor în muncă colectivă va anula structurile organizaționale?).*

Analizând influențele și mutațiile produse de NTIC asupra societății în general precum și asupra sectoarelor sale observăm că sunt utilizate ca metode studiul comparativ și antiteza; se pot lua toate problemele: sociale, economice, politice, educaționale, ecologice, etc. și să fie puse în fața: “NTIC și...” De fapt, în orice sector încercăm să observăm cum s-a

<sup>9</sup> Mucchielli, Alex. *Les Sciences de l'Information et de la Communication*. Paris: Hachette, 2001, p. 13

<sup>10</sup> Ibidem. p. 14

schimbat conținutul activităților sub influența NTIC și ce este absolut nou și va determina schimbări fără precedent.

Problematika NTIC este împărțită între ingineri și cercetători din domeniul tehnic (preocupați de realizarea propriu-zisă a tehnologiei și proiectarea programelor informatice) și cercetătorii din domeniul socio-uman preocupați de utilizarea NTIC precum și de influențele pe care aceste noi tehnologii le exercită asupra domeniului lor de activitate. Astfel spus, cercetătorii din domeniul tehnic se situează în amonte de NTIC în timp ce în aval de NTIC regăsim cercetătorii din domeniul socio-uman. Este evidentă încă o dată interdisciplinaritatea și transversalitatea Științelor Informării și Comunicării (SIC).

Științele Informării și Comunicării (SIC) au la bază toate domeniile noi legate de conceperea și producția de multimedia; studiază fenomenele sociale și culturale legate de difuzarea și utilizarea de multimedia. Rețelele de informare și comunicare reprezintă, de asemenea, o temă fundamentală de cercetare a SIC. Începem practic să trăim într-o lume în care este esențială comunicarea la distanță prin intermediul calculatoarelor și a infrastructurilor de telecomunicații. Tot ce este legat de acest spațiu, de această complexă lume virtuală constituie obiectul de studiu al Noilor Tehnologii ale Informării și Comunicării (NTIC): comunicarea om-calculator sau calculator-calculator; noile limbaje și noile competențe de lucru și comunicare specifice diferitelor sectoare și activități din societatea contemporană; construirea „societății informației” prin informare-documentare și cercetare electronică; învățământul și activitățile formative legate de NTIC; schimbările psihologice și sociale legate de NTIC; etc.

**2) Comunicarea de masă** este un proces social, este un proces care se derulează într-un timp scurt și implică un spațiu public; un spațiu delocalizat sau multiplu; un spațiu care permite fiecăruia să-și expună ideile sau să participe la dezbateri care vizează comunitatea căreia îi aparține.<sup>11</sup>

Studiile privind comunicarea de masă sunt la originea Științelor Informării și Comunicării ca domeniu științific. Conceptualizările și teoretizările ulterioare precum și influența NTIC au dus la lărgirea domeniului.

Când vorbim de comunicare de masă avem în vedere în principal presa (atât presa scrisă cât și cea audio-vizuală). Mass-media (radio, tv, cinema, presa scrisă, etc.) constituie parte integrantă a vieții cotidiene a fiecărui individ și a societății în general. Mass-media s-a dezvoltat într-un context tehnologic și social aceste două dimensiuni influențându-se reciproc.

---

<sup>11</sup> Lazar j. *Sociologie de la communication de masse*. Apud. A. Mucchielli. *Op.cit.*, p. 38

Constituie obiect de studiu al Științelor Informării și Comunicării, din perspectiva comunicării de masă: presa abordată din multiple perspective (istorica, tehnologica, sociologica, culturală, educativă, politica, etc.) și diferențiindu-se în funcție de tipologia concretă (presă scrisă, radio, televiziune și chiar cinematografia dacă ținem seama de mesaj); presa în formă electronică; fenomenele legate de comunicarea mass-media (impactul mass-media, comunicare și manipulare prin mass-media, practici profesionale jurnalistice, etc.).

**3) Comunicarea de tip publicitar** se bazează pe faptul că mesajul transmis are un destinatar, un receptor bine precizat; încearcă să convingă un grup de indivizi de calitățile, meritele a ceva ce poate fi produs, om, obiect sau idee.

Comunicarea de tip publicitar are la bază studii de psihologie aplicată, semiotică aplicată, etc. și a dezvoltat ca subdomenii comunicarea socială și comunicarea politică.

Comunicarea socială este utilizată de către guvern, administrațiile centrale și locale, agenții publice, asociații, organizații profit sau non-profit, etc., pentru a se adresa publicului larg și a-i aduce la cunoștință o problemă, pentru a explica o măsură luată sau pentru a induce o atitudine sau un comportament cetățenilor.

Relațiile publice își află locul în cadrul comunicării sociale deoarece rolul lor este de a crea o imagine favorabilă unei organizații, structuri, instituții sau personalitate, în fața unui public potențial care ar putea utiliza sau cumpăra un serviciu sau produs.

Comunicarea politică este ansamblul de tehnici și procedee utilizate de actorii politici pentru a seduce, administra și influența opinia<sup>12</sup>.

Oamenii și partidele politice utilizează comunicarea politică pentru a-i face pe cetățeni să adere la ideile sau programele lor politice. În cazul în care comunicarea politică vizează manipularea publică prin prezentarea de argumente tendențioase sau ambigui devine **comunicare de propagandă**.

Publicitatea, practicile sale, comunicarea socială și politică oferă multiple teme de cercetare Științelor Informării și Comunicării și se bazează pe studii interdisciplinare cu domeniul sociologic în primul rând (observarea socială, sondajele de opinie, studiul comunităților, al liderilor de opinie și a grupurilor țintă, comportamente și tipologii sociale, etc.); domeniul semiologiei; domeniul mass-media; domeniul NTIC; creație publicitară propriu-zisă, etc.

---

<sup>12</sup> Gerstle J. *La Communication politique*, PUF, 1992 apud. A. Muccielli. *Op. cit.*, p. 61

**4) Comunicarea organizațională** sau de firmă este un ansamblu de tehnici și tehnologii de gestionare a socialului; a relațiilor unei structuri instituționale cu mediul său extern și intern.

*Obiective* comunicării organizaționale sunt: afirmarea identității firmei; favorizarea și afirmarea unui nou management de lucru; participarea la modernizarea activităților (în principal sub influența NTIC)

*Domenii* comunicării organizaționale sunt:

*Comunicarea internă* incluzând ansamblu de acțiuni de informare și comunicare realizate de conducere, de responsabilii de comunicare sau alți specialiști care au menirea de a aplica o politică de comunicare la nivelul firmei;

*Comunicarea externă* incluzând toate formele de comunicare menite să valorifice firma: imaginea sa și produsele pe care le realizează;

*Relațiile publice* incluzând ansamblul de acțiuni de comunicare prin care o firmă caută să se prezinte publicului și în special clienților potențiali într-o lumină favorabilă promovându-și imaginea și impunând-o conștiinței sociale;

*Mecenat* – o acțiune menită a valorifica în plan social firma prin susținerea unor activități culturale sau sociale;

*Sponsorizările* – acțiuni asemănătoare mecenatului dar distingându-se de acesta prin caracterul lor accentuat comercial;

*Lobby* însemnând ansamblul de acțiuni de comunicare destinate a exercita o presiune asupra factorilor de decizie cu scopul de a susține sau împiedica adoptarea unor decizii legislative sau reglementări care ar dauna firmei;

*Comunicarea de criză* – este vorba de o echipă managerială, constituită ad-hoc într-o situație de criză sau catastrofă care are rolul de a gestiona această situație excepțională și de a asigura comunicarea cu societatea prin intermediul presei.

Comunicarea managerială ține mai mult de comunicarea internă și este strâns legată de activitățile economice și financiare ale instituției. Acesta este și motivul pentru care studiile de comunicare managerială rămân în spațiul interdisciplinar sau sunt chiar subordonate domeniului economic.

NTIC rămân strâns legate de comunicarea organizațională întrucât determină o redefinire a muncii sub toate aspectele sale: conținut, spațiu de lucru, organizare a timpului, relații de muncă, evaluare și valorificare a muncii.

Comunitatea științifică a SIC consideră că noua societate, *Societatea Informației*, are nevoie de o știință interdisciplinară care, pornind de la vasta problematică prezentată sintetic mai sus, să găsească soluții concrete problemelor *informaționale* și *comunicaționale* ale societății noastre și să contribuie la dezvoltarea celorlalte științe și a societății în general. Această știință considerată necesară este reprezentată de **Științele Informării și Comunicării**.