Noile tehnologii media şi necesitatea unei gândiri comunicaţionale

Dr. OCTAVIAN MIHAIL SACHELARIE
Biblioteca Judeţeană „Dinicu Golescu" Argeş

Résumé

Les nouvelles technologies média et la nécessité d'une pensée communicationnelle

Les nouvelles technologies média ont des effets significatifs au niveau de la communication, en tant que phénomène psycho-social. A son tour, c'est la communication qui « modèle » les cultures et la civilisation humaine dans son ensemble. Cette étude fait une analyse, dans ce contexte, d'une problématique liée aux technologies de communication - présent et futur ; les implications des nouvelles technologies en ce qui concerne la lecture et les significations de l'apparition des livres électroniques ; l'évolution du livre électronique (en Roumanie) ; « le village global » et la pensée communicationnelle - des pas vers un système intégrateur (Les Sciences de l'Information et de la Communication, vues en tant que point de cohésion d'une théorie intégratrice sur la communication).

Mots clés: *les nouvelles technologies média, le livre électronique, e-Reader, la pensée communicationnelle*

Astăzi, după primul deceniu al mileniului al treilea, comunicarea, ca fenomen tehnologic şi psiho-social, caracterizează întreaga civilizaţie umană, modelând, uneori dictatorial, evoluţia culturilor şi a societăţii în ansamblul său. Tehnologiile comunicării se succed şi se perfecţionează rapid pe fondul scăderii perioadei de asimilare a lor: telefonul - 35 de ani; televiziunea - 26 de ani; radioul - 20 de ani; PC-ul - 16 ani; telefoanele mobile - 13 ani; Internetul - 7 ani.[*] Epoca contemporană este dominată de tehnicile de difuzare în masă, care sunt din ce în ce mai sofisticate. Astfel, Dominique Monet arată faptul că, la ora actuală, în peisajul comunicării de masă, pe lângă tipurile „tradiţionale" de media, au apărut şi s-au impus noi forme de comunicare multimedia. Acestea combină elemente textuale şi grafice (specifice, până de curând, presei scrise) cu sunete şi imagini în mişcare (tipice audiovizualului tradiţional), cu imagini de sinteză şi cu facilităţile tehnologice oferite de calculatoare, generând produse care, prin unităţile componente, sunt similare cu cele din mass-media „clasice,"

[*] Sursa ***TV-mania***, magazin media săptămânal, nr. 9/1998. Cifrele sunt rezultatul unei cercetări pe populaţia americană, criteriul folosit fiind utilizarea respectivei tehnologii de către un sfert din populaţia unei ţări.

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

dar care, prin modul de asamblare şi de utilizare (caracterul interactiv), sunt total diferite. Mihai Coman remarcă faptul că ideea care stă la baza acestor sisteme este aceea a „convergenței," ea fiind teoretizată, încă din 1978, de Nicholas Negroponte, cercetător la Massachussetts Institute of Technology. Acesta a susţinut necesitatea combinării industriilor mass-media cu industriile calculatoarelor şi cu sistemele de telecomunicații. Scopul - realizarea unei noi galaxii de comunicare. Astfel, s-au născut sistemele *on-line* (de la poşta electronică sau e-mail, prin care se transmit mesaje personalizate unor receptori cunoscuți sau necunoscuți, la World Wide Web, prin care mase enorme de oameni au acces la bănci de date strânse în diverse site-uri), teletextul (transmiterea de texte scrise prin canalele de televiziune), jocurile video (care combină imagini, texte, grafice, controlate prin programe de calculator şi accesibile pe monitoare TV sau de calculator), imaginile şi spectacolele holografice, televiziunea digitală, presa scrisă digitală, magistralele informației (concentrarea pe un monitor a mai multor canale-televiziune, radio, calculator, presă scrisă), crearea de realități virtuale. Aceste sisteme au atât caracteristici ale mass-media (au capacitatea de a atinge audienţe uriaşe, eterogene, depărtate geografic; au o mare viteză de transmitere; sunt finanțate prin cumpărare directă, închirierea dreptului de acces, sponsorizare sau vânzare de spațiu / timp pentru publicitate), dar, în acelaşi timp, sunt apropiate şi de formele de comunicare interpersonală, mediate tehnologic (transmit atât mesaje elaborate de specialişti, cât şi mesaje fabricate de persoane particulare, oferă facilități de dialog intim, conținuturile transmise nu pot fi controlate de autoritățile statale).

Tehnologiile de comunicare - prezent şi viitor

În ce priveşte previziunile în legătură cu evoluţia inovațiilor tehnologice direct legate de tehnicile de comunicare, Sergio Lepri subliniază că înşişi experții şi producătorii de hardware nu fac asemenea estimări decât pentru următorii 4-5 ani. Totuşi, se poate presupune că în următorii ani se va dezvolta treptat, alături de actualul sistem al mediilor de informare (atât cât va trăi), un nou sistem, articulat astfel:

- o informație TV în direct (preponderent sincronă, dar şi asincronă). Este o informație care reprezintă modul de informare cel mai angajant și care, prin forța dominantă a imaginii, nu pune probleme de limbă şi inteligibilitate; o informație, care, datorită costurilor de producție şi de distribuție tot mai mici, va putea exista şi la nivelul local sau de cartier. Consumul de informație televizată va creşte şi prin extinderea interactivității, când telespectatorul va

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

putea recupera şi eventual selecţiona tipul de informaţie pe care îl vrea şi în momentul când o vrea, adică un telejurnal la comandă, şi nu cu orar fix.

- O informaţie radiofonică, ce va rămâne probabil operantă, în mare măsură aşa cum este, tocmai datorită privilegiului care o caracterizează, acela de a permite urechii să elaboreze fără dificultate informaţiile percepute secvenţial, chiar şi în condiţii de zgomot sau de eventuală neatenţie (spre deosebire de informaţia verbală în televiziune care, însoţită de imaginea în mişcare, este adesea greu de asimilat critic de către receptor).
- O informaţie în presa scrisă, ca aprofundare şi reflecţie, nu concurentă, ci complementară informaţiei televizate.
- O informaţie telematică, al cărei viitor se arată pasionant, dar nesigur şi imprevizibil. Într-o situaţie complicată se află mai ales organele elective ale informaţiei telematice, şi anume agenţiile de informaţii, obsedate pe bună dreptate de riscul de a pierde, din cauza Internetului, copyright-ul şi siguranţa profiturilor; aflate în aşteptare, încearcă un remediu parţial prin introducerea de publicitate în buletinele de ştiri on-line şi recurg la diverse forme de sponsorizări.

Astăzi, unele agenţii au intrat în multimedialitate, dar, dacă vor să nu dispară de pe piaţă, vor trebui să interpreteze cât se poate de bine cele trei tendinţe de bază ale evoluţiei tehnologice şi anume multimedialitate, interactivitate şi personalizare a informaţiei. Cu alte cuvinte, vor trebui să fie în acelaşi timp mari centre de producţie a informaţiilor curente, mari arhive electronice ale informaţiilor trecute, mari bănci de date şi moduri de conexiuni (aşa-numitele „motoare de căutare") cu alte bănci de date, selecţionate în funcţie de autoritate şi credibilitate.

Într-adevăr, posibilităţile tehnice în materie de comunicare (de masă) se dovedesc a fi inepuizabile, iar aplicaţiile lor au ca scop accesul cât mai rapid şi mai direct la o informaţie care creşte în progresie geometrică. Recent, au fost date publicităţii concluziile unui studiu realizat de o echipă de cercetători de la Universitatea din Carolina de Sud, SUA, care dezvăluie faptul că bibliotecile, computerele, colecţiile de DVD-uri şi ziarele stochează o cantitate enormă de informaţii - 295 de cvintilioane de megabiţi (295 urmat de 18 zerouri). Potrivit cotidianului ***The Daily Mail***, dacă toată această informaţie ar fi păstrată pe CD-uri, teancul ar ajunge până la Lună! Conform prof. Martin Hilbert, coordonatorul studiului, această cifră reprezintă mai puţin de 1% din informaţia stocată în ADN-ul unei singure persoane. Studiul a mai dezvăluit şi alte date semnificative: tehnologia de comunicare pe ambele sensuri, cum sunt telefoanele mobile şi Internetul, le-a permis oamenilor să facă schimb de 65 de trilioane de date doar în anul 2007, ceea ce echivalează cu transmiterea de către

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

fiecare persoană, în fiecare zi, a unei cantităţi de informaţie conţinută în şase ziare; asistăm la o schimbare rapidă de la analog la digital: posibilitatea de stocare a informaţiilor a crescut cu 28% în fiecare an din 1986, în timp ce capacitatea de difuzare a datelor a crescut cu 6% pe an - tranziția de la stocarea tradițională la cea digitală a fost rapidă. În anul 2000, 75% din informaţia stocată în lume era în formă analogică, pe hârtie, în cărţi sau pe casete video. Până în anul 2007, 94% a fost stocată în format digital. Studiul estimează şi faptul că totalitatea calculatoarelor de uz general, în care sunt incluse PC-urile şi telefoanele mobile, s-a dublat la fiecare 18 luni.

Noile tehnologii digitale au pătruns în foarte multe domenii de activitate, de la lectură (e-book, site-uri de cărţi digitizate pe Internet, biblioteci digitale, e-reader, I-Pad) până la industria de telefonie (în anul 2010 s-au lansat telefoanele inteligente - smartphone), tabletele iPad, precum şi televiziunile 3D. România s-a racordat rapid la aceste noutăţi şi, mai mult decât atât, a creat primul smartphone românesc, care costă 519 lei. Tot în anul 2010, Televoice a lansat primul cititor de cărți electronice creat în piața locală. De remarcat este şi faptul că ultimul deceniu a fost caracterizat, pentru IT-ul autohton, de crearea de locuri de muncă, de centre de cercetare şi lansări de produse hard şi soft, de gadgeturi. În această industrie sunt angajaţi cca 90 de mii de români, din care vreo 16 mii sunt programatori.

De la presa „fără hârtie" la e-book

În acest adevărat „iureş" al schimbărilor, aventura cărţii electronice (e-book-urile) şi, implicit, a dispozitivelor de lectură (e-readurilor), este în plină desfăşurare. Cum am putea defini însă cartea eletronică? O definiţie cu caracter general înţelege prin carte electronică „*varianta electronică a unei cărţi tipărite, care poate fi citită pe calculator, laptop, pe dispozitive portabile de lectură, pe dispozitive gen Palm/PDA, pe ecranul telefonului mobil sau pe terminalele Internet*." Cartea electronică este un fişier informatic, un software încadrat într-un format specific unei cărţi. Este nevoie şi de un hardware pentru a fi *citită* (PC sau alte dispozitive). Pentru a vizualiza o carte electronică este necesară existenţa unei aplicaţii soft speciale, care să dea posibilitatea afişării pe ecran a acesteia. Companii ca Microsoft sau Adobe au creat aplicaţii speciale (Microsoft Reader şi Adobe Acrobat e-Book Reader) care permit lecturarea cărţilor electronice.

Putem vorbim de o piaţă a cărţilor pe CD-ROM începând cu anii '90, cu toate că succesul lor a fost mai mic decât aşteptările celor care au investit în acest domeniu. În special piața lecturilor de agrement a avut o evoluţie mult mai slabă, o explicaţie dată fiind aceea că literatura în format electronic (roman,

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

nuvelă, poezie) nu este în concordanţă cu relaţia (personală, intimă) pe care cititorii (utilizatorii) trebuie să o aibă cu textul (scris, tradiţional). Aşa se face că interesul faţă de cartea în format electronic a rămas ridicat în rândul specialiştilor, a universitarilor. În anul 1998, mai multe companii mici au lansat substitute pentru publicaţiile tradiţionale (de hârtie). *Rocket Book* şi *Soft Book*, două dintre aceste substitute au fost prezentate la „Electronic Book '98." În anul 1999 se lansa net Library care spera să valorifice interesul Publicului pentru Internet. Iată care erau caracteristicile principale ale celor două dispozitive:

- *Rocket Book* are mărimea unui roman broşat mediu, cântărind cca 500 g şi având un ecran de 10 x 7,5 cm. Poate conţine până la 4.000 de pagini de text (aprox. 10 cărţi) şi funcţionează cu o baterie de 20 de ore. Preţul, la nivelul anului 1998, era de 500 dolari. Conţinutul este în format HTML, se încarcă printr-un modem de computer şi poate fi vizionat pe Rocket Book-ul împreună cu care a fost cumpărat.

- *Soft Book* -ul cu coperte de piele are aproape 1500 g, cu un ecran de 17,5 x 15 cm. Posedă o baterie de 5 ore şi încarcă 100.000 de pagini (250 de cărţi). Costul iniţial a fost de 300 dolari, dar este însoţit de un contract cu obligativitatea de a cumpăra un conţinut de carte de 20 dolari, timp de 24 de luni. Conţinutul este în format HTML, dar este transferat direct unui dispozitiv de citire printr-un modem intern.

În ultimul deceniu, lucrurile au evoluat, dispozitivele de citire fiind din ce în ce mai performante şi mai uşor de manipulat.

Un articol din ***Săptămâna financiară*** aduce date foarte interesante privind piaţa e-reader-ului în România, pe fondul lansării unor noi produse. Astfel, compania EVOLIO a lansat (în 2010) e-book-reader-ul EVOBOOK, primul său produs din această gamă şi primul model românesc cu tehnologie E-Ink. Dispozitivul dispune de un ecran de 6 inch, cu rezoluţie de 600 x 800 pixeli şi 16 nuanţe de gri, având dimensiuni totale de 18 cm înălţime, 13 cm lăţime, o grosime de numai 9 mm şi o greutate de 228 g. Memoria internă este de 2 GB, suficientă pentru circa 4.000 de cărţi digitale, putând fi mărită la 10 GB prin carduri SD. Modelul nu dispune de conexiune Wi-Fi şi 3 G, conectându-se la PC printr-un cablu mini USB, prin care se încarcă şi acumulatorii. *Avantaje:* tehnologia e-ink elimină un aspect supărător al unui ecran LCD - în lumina puternică efectul de „glow" dispare, iar suprafaţa *EVOBOOK* devine clară din orice unghi, favorizând astfel lectura în plin soare; existenţa funcţiei *SEARCH* dă posibilitatea de a alege dimensiunea fontului dorit (zoom), iar funcţia *BOOKMARK* - semn de carte, oferă posibilitatea ca lectura să fie reluată de unde a fost întreruptă; gadget-ul poate reda fişiere în

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

format mp3, oferindu-se utilizatorilor posibilitatea de a asculta muzică în timp ce citesc. Preţul a fost estimat la 150 de euro, pachetul incluzând un număr mare de titluri din literatura română şi internaţională.

Acelaşi articol semnala şi iniţiativa companiei ASBIS, care a anunţat că va aduce în România cititoarele de cărţi electronice de la PRESTIGIO, producător de echipamente electronice din Cipru. De asemenea, celebrul cititor de cărţi în format electronic KINDLE, dezvoltat de amazon.com, poate fi cumpărat şi în România la preţul de aproximativ 279 de dolari. Utilizatorii vor putea comanda pentru a citi cărţi dintr-o „bibliotecă" digitală de 200.000 de volume în limba engleză, fiind disponibile şi reviste şi ziare cunoscute pe plan mondial. KINDLE are un ecran de şase inch, cântăreşte 280 g, se încarcă în patru ore şi poate stoca 1500 de cărţi. Avantaje: posibilitatea de a mări dimensiunea scrisului şi de a putea căuta rapid cuvinte în volume de sute de pagini; datorită display-ului neiluminat pe fundal se poate citi în condiţii bune şi la lumina soarelui.

Industria e-reader-elor este pe val, iar cifrele de afaceri ale companiilor care realizează astfel de produse cresc semnificativ. Iată ce declară, în acest sens, Liviu Nistoran, preşedintele companiei EVOLIO, declaraţie preluată de ziarul mai sus amintit: „*Piaţa e-readere-lor este, după cea a tablet PC-urilor, cea mai dinamică piaţă de produse electronice la nivelul mondial. La orizontul anului 2014, numărul de e-readere livrate va depăşi 30 de milioane de unităţi. În România, anul 2010 a reprezentat începutul timid al acestui produs, însă pentru 2011 estimăm o piaţă de aproximativ 3 milioane de euro, urmând ca în 2013 aceasta să depăşească 10 milioane de euro.*"

Cititorul electronic (e-reader), cu o piaţă de un miliard de dolari în 2009 şi cu speranţe de dublare a acestei sume în 2010 a determinat multe economii să fie mai atente la acest fenomen. De exemplu Taiwanul, care urmăreşte să producă 80% din componentele pentru cititoare electronice până în 2013. Interesul pentru această industrie este demonstrat de prezenţa celor 200 de companii taiwaneze la o lansare a industriei de e-reading din decembrie 2009. Cu această ocazie, Woody Duh, directorul unui departament de dezvoltare industrială din cadrul Ministerului Economiei, declara: „*Toţi sunt de acord că cititorul de cărţi electronice va fi următoarea ramură a industriei în care Taiwanul va excela şi va deveni lider mondial, tot aşa cum naţiunea taiwaneză este pe primul loc în furnizarea de PC-uri şi aparate portabile*." Concurenţa pe piaţa taiwaneză este acerbă, guvernul încercând să susţină toate companiile implicate. Pentru a putea ajunge la o valoare totală a industriei de e-reading de 3,1 miliarde de dolari americani în 2013, este planificată deschiderea de sucursale care să aducă un profit de 67

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

de milioane de dolari în următorii cinci ani de la furnizorii de hardware şi software ai insulei, inclusiv de la edituri. În acest context, viitorul se anunţă bun, lucru confirmat şi de Amazon, care anunţă de Crăciun (2009), pentru prima dată vânzarea mai multor cărţi electronice decât a celor pe hârtie. Liang Chin-Lin, analist la JP Morgan Securities (Taiwan) arăta că cititorul de cărţi electronice a devenit un substitut al cărţilor reale, fiind deja adoptat de *şoarecii de bibliotecă,* nefiind vorba de „*o jucărie care va dispărea în doi ani*." În consens, Scott Liu, preşedinte al unei companii taiwaneze de mare succes în domeniu, PRIME VIEW, sublinia că acesta este viitorul, prevăzând o penetrare puternică a note-book-urilor în următorii 10 până la 15 ani.

Febra lecturilor digitale a cuprins şi România. Un exemplu edificator îl reprezintă Editura LiterNet, care este primul portal de e-book-uri gratuite din România, activând pe piaţa online de 9 ani. În prezent, e-book-urile editurii au atins cifra de 1.300.000. de accesări. O comparaţie cu editurile tipărite şi, implicit, cu succesul cărţilor tradiţionale arată că e-book-urile reuşesc să depăşească *tirajul* cărţilor în format clasic. În acest sens, Răzvan Penescu, iniţiatorul şi coordonatorul Editurii LiterNet declara: „*Deja surclasăm prin 'tiraj' cam 97% din volumele publicate pe hârtie*."

Pe piaţa românească, preocuparea pentru lansarea unor e-book-uri, pentru online în general, se regăseşte cu precădere la nivelul unor mari edituri tradiţionale, dar şi la nivelul editurilor unor ziare consacrate. Astfel, Editura Adevărul se gândeşte foarte serios la un proiect de librărie online (de tip *Fnac* sau *Barnes et Noble)* care va avea cea mai mare ofertă de carte şi film din România. De asemenea, Editura Polirom ia în calcul editarea de e-book-uri în această primăvară, proiect în colaborare cu cei de la librăriadigitală.ro. Cu preocupări deosebite în acest domeniu se regăsesc şi editurile Humanitas şi Art. Părerea celor de la Humanitas este că lectura digitală poate merge braţ la braţ cu lectura clasică: „*Plăcerea lecturii unei cărţi fizice în fotoliu, seara, poate coexista cu cea a citirii unui ebook pe iPad*," declara Paul Balogh, manager online la Librăriile Humanitas.

După cum bine observa Adrian Cioroianu, într-un articol dedicat viitorului cărţii, civilizaţia ei a intrat într-o accelerată schimbare de paradigmă. Cartea tradiţională şi-a găsit înlocuitori, iar editurile vând titluri în format digital care nu mai sunt tipărite pe hârtie. Pentru o carte, tiparul nu mai este obligatoriu, dezvoltându-se, în ultimii ani, sistemul „*tipăririi la comandă*" (POD - print on demand). Acesta permite ca o carte să fie produsă doar atunci când are cumpărători, fără a mai avea nevoie de o tipografie. Circa 6% din cărţile ce apar în SUA erau astfel produse în 2009, cu ajutorul unor imprimante performante,

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

iar unele edituri universitare, precum Cambridge University Press, vinde până la 10% dintre titlurile sale în acest sistem.

Dincolo de revoluţia din domeniul cărţii, noile tehnologii de comunicare, în special digitizarea pune foarte multe întrebări privind destinul unei instituţii milenare, cea a bibliotecii, în forma ei tradiţională. Este foarte cunoscut proiectul Google de digitizare a câtorva milioane de titluri din lumea întreagă, practic biblioteca se va muta în spaţiul virtual. Părerile pro şi contra bibliotecilor virtuale ţin de argumentele şi contraargumentele invocate. Este, de fapt, un (aparent) conflict între Internet şi bibliotecă, între informaţie şi cunoaştere. Vom reveni la acest subiect.

Revoluţia digitală a determinat adaptări şi proiecte îndrăzneţe în domeniul mass-media tradiţionale, precum şi la nivelul structurilor infodocumentare (în special la nivelul bibliotecilor). De exemplu, ***The Daily***, primul ziar pe iPad, apărut de curând, a avut o investiţie de 40 de milioane de dolari şi costuri de aproximativ 500.000 de dolari pe săptămână. Fiind o premieră în industria on-line, publicaţia este disponibilă doar în SUA şi este accesibilă contracost (abonamentul pentru o săptămână este de 99 cenţi şi 40 de dolari pe an). Analiştii media români, precum Iulian Comănescu şi Dragoş Stanca, arată că presa „de hârtie" nu mai e un model de bussiness sustenabil pe termen lung, în parametrii în care a fost până acum şi că trebuie luat în considerare faptul că nu conţinutul *citibil* moare, încet, ci suportul de distribuţie, adică hârtia. Ca urmare, sunt de aşteptat proiecte din ce în ce mai interesante, în această zonă. Lucrurile au început să se mişte şi la noi, cotidianul „Adevărul" fiind primul şi singurul ziar din România care şi-a lansat o versiune pentru iPad la începutul anului 2011 (din aceeaşi categorie face parte şi revista pentru femei, ***The One***). Mai mult decât atât, publicaţia ***Money Express*** (martie 2010) anunţa apariţia cotidianului belgian ***La Dernière Heure***, într-o variantă experimentală, în format integral 3D. Cotidianul a fost vândut împreună cu o pereche de ochelari stereoscopici, fără de care nu puteau fi vizualizate corect fotografiile şi reclamele în relief. A fost nevoie de trei luni pentru a se ajunge la această versiune 3D, iar odată cu lansarea ziarului în format tridimensional a fost mărit şi tirajul, de la 85.000 la 115.000 de exemplare. Cu toate acestea, redactorul-şef al publicaţiei, Hubert Leclerq, a ţinut să precizeze că este doar o încercare şi că nu va fi vorba de o continuare, deoarece pregătirea unui astfel de ziar creează probleme. De exemplu, pregătirea unei singure fotografii se face în aproximativ 20 de minute, şi nu într-un minut, ca în cazul unei fotografii obişnuite.

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

Dorim să terminăm acest periplu (incomplet de altfel) în domeniul noilor tehnologii media făcând scurte referiri la două fenomene comunicaţionale de mare succes: Wikipedia şi Facebook. La începutul anului 2011, cea mai mare enciclopedie online din lume, care este constituită prin efortul a milioane de colaboratori care scriu articole în 175 de limbi, a împlinit 10 ani de existenţă. Wikipedia este un fenomen global care se dezvoltă într-un ritm incredibil: a ajuns la aproximativ 17 milioane de articole, dintre care peste 150.000 în limba română, în condiţiile în care are doar 50 de angajaţi plătiţi, funcţionând pe baza donaţiilor. Istoria enciclopediei este rezumată de ***The Guardian***: „*Cu zece ani în urmă, fondatorii Jimmy Wales şi Larry Sanger încercau să creeze o enciclopedie online cu un proces de publicare a informaţiilor în şapte paşi. Pentru că proiectul se blocase în detaliile tehnice, cei doi au vrut să «ardă etape» şi să folosească un program de tip wiki - care permite oricui să editeze o pagină web, să adauge sau să şteargă informaţii fără să aibă nevoie de permisiune pentru a publica modificările*." S-a dovedit a fi o decizie esenţială, responsabilitatea acurateţii informaţiilor fiind mutată din mâinile experţilor sau autorităţilor în cele ale oamenilor interesaţi. Ideea a prins imediat şi aşa s-a născut Wikipedia. Într-un interviu acordat Reuters, Jimmy Wales a declarat că are planuri de extindere pentru site-ul cu aproximativ 400 de milioane de utilizatori în ţările în curs de dezvoltare, iar prima va fi India.

Este o realitate faptul că în era Internetului spaţiul virtual a acaparat teritoriul conversaţiilor noastre, facilitând apariţia unor reţele de socializare. Una dintre cele mai importante este Facebook, cu mare impact şi în România, unde numărul utilizatorilor s-a triplat de la începutul anului 2010, depăşind 1,5 milioane. Tot mai multe persoane folosesc acest canal social media, iar activismul online câştigă teren. Iată câteva exemple: pagina de pe Facebook a companiei Intel a fost atacată de activişti care se opun comerţului cu „minerale de conflict" provenite din exploatările miniere din Congo. Greenpeace a coordonat un asalt pe diferitele reţele sociale împotriva Nestlé, pentru utilizarea uleiului de palmier furnizat de companii care defrişează pădurile din Indonezia la fabricarea Kit Kat. Impactul foarte serios pe care fenomenul social media îl poate avea asupra companiilor sau a oamenilor politici face ca rolul social media să fie unul benefic.

„Satul global" şi gândirea comunicaţională: paşi spre un sistem integrator

Noile tehnologii ale comunicării au determinat şi vor determina şi în viitor schimbări majore la nivelul comunicării văzută ca „*mijlocul prin care omul îşi organizează, stabilizează şi modifică viaţa socială şi trece în formele şi sensurile sale de la o generaţie la alta*." Credem că este pertinentă distincţia pe care unii specialişti o fac

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

între comunicații, termen care se referă la tehnologii, ca sisteme ce mijlocesc comunicarea între oameni, și comunicare, în sensul de „*existență umană ca o caracteristică esențială*." Societatea se organizează și există prin comunicare, dar își schimbă în permanență modalitățile tehnice de realizare a acesteia.

Realitatea noului mileniu instaurează o dictatură a imediatului, a instantaneului, în care Internetul facilitează participarea „în direct" la viața întregii planete: „*Era instantaneității înseamnă sincronizarea lumii la pulsul evenimențial al Planetei, posibilitatea desfășurării istoriei 'în direct', pătrunderea informației în 'timpul real' (inaugurată de CNN la mijlocul anilor '80). Altfel spus, asistăm la accelerarea timpului mediatic*." Mai nou, revoluția digitală pare să confirme profeția sociologului canadian Marshall McLuhan care anunța, în anii '60, apariția „satului planetar," concept-realitate care consfințea globalizarea mediatică și reîntoarcerea la „tribalism" (la imediat, la spațiul vizual). Celebra sa formulă „*the medium is the message*" (mediul - mijlocul de comunicare - este mesajul) susține faptul că societățile au fost întotdeauna modelate mai degrabă de natura mijloacelor de comunicare între oameni decât de conținutul comunicării. Astfel, se acordă mijloacelor de comunicare un rol fundamental în existența și evoluția societăților. Esența teoriei lui McLuhan este aceea că mijloacele de comunicare predominante în cadrul unei societăți determină o structurare specifică a universului cultural, a modurilor de gândire și a formelor de viață. În acest context, teoria a dorit să abordeze problema specificității fiecărui mijloc de comunicare și să arate influența mijloacelor de comunicare, în ansamblul lor, asupra individului, a culturii și a societății: mijlocul de comunicare utilizat de oameni produce efecte secundare (de lungă durată), care se adaugă la efectele imediate pe care le produce conținutul explicit al mesajului. Primele (efectele secundare), care se produc inconștient, sunt mai importante decât conținutul mesajelor în ceea ce privește tipul de cultură al unei societăți. McLuhan, care a împărțit istoria umanității, din punctul de vedere al dominantei unui mijloc de comunicare, în trei ere culturale distincte (prima eră caracterizează societățile tribale, fiind dominată de comunicarea orală care produce o cultură sincretică; a doua eră - „Galaxia Gutenberg," caracterizată de apariția scrisului, a alfabetului fonetic și a tiparului - cultura scrisă; a treia eră, caracterizată prin apariția mijloacelor electronice de comunicare care produc o civilizație a imaginii și în care predomină televiziunea), nu a fost contemporan cu apariția Internetului, dar a anticipat efectele comunicării online în sensul retribalizării omenirii, a apariției unui „sat global" în care „cultura media" este predominantă.

Și totuși, noul tribalism instaurat nu pare a fi de bun augur. Într-un excelent volum, Adrian Dinu Rachieru avertiza că „satul planetar" al lui

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

McLuhan, noul tribalism nu este unul anomic, presupunând generalizarea unor stiluri de viaţă şi modele culturale având ca vehicul tocmai stigmatizata cultură media, efectul fiind uniformizarea, dezinteresul, dependența: „*O astfel de cultură încurajează consumismul şi conformismul, nu civismul. Accelerarea istoriei, bombardamentul informaţional, tirania fantasmelor publicitare, ritmul epuizant şi comportamentul inerţial atenteaz㠄 asupra sistemului 'imunitar' al individului*."

Desigur, problematica legată de caracterul efectelor acţiunii noilor tehnologii ale comunicării asupra comunicării văzută în specificitatea sa umană este vastă, antrenând teorii, argumente pro şi contra care au făcut deja subiectul multor cărţi. În esență, putem defini societatea ca fiind sistemul format din toate trăirile şi acţiunile comunicate. În consens cu Edward Sapir, aderăm la ideea conform căreia „*sistemele sociale se pot forma şi menţine doar dacă persoanele participante sunt legate unele de altele prin comunicare, deoarece orice acţiune comună a indivizilor se bazează pe participare la semnificaţie, transmisă prin comunicaţie. Comunicaţia nu înseamnă doar comunicare, ci şi comunitate, participare. Noţiunea de ‚comunicare' se transferă deci în era de organizare, deoarece fără comunicare este imposibilă acţiunea organizată*." Binomul comunicaţie-comunicare trebuie studiat sistemic, organic, iar a nu pune serios în evidență procesul de comunicare, ca proces psihosocial, înseamnă a interpreta comunicarea strict mecanic, tehnologic. Noile tehnologii de comunicare transformă dramatic (în bine şi/sau în rău) formele de comunicare, deci ele trebuie abordate ca un întreg. Iată de ce, Ştiinţele Informării şi comunicării vor trebui să răspundă, în cadrul Societăţii Informaţionale şi a Cunoaşterii, la o multitudine de întrebări de genul: odată cu dezvoltarea exponențială a tehnologiilor de comunicare, ne îndreptăm spre o realitate artificială, rece, dominată de lipsă de afectivitate, înstrăinare, singurătate? Ce se va întâmpla cu comunicarea la nivel instituţional? Informaţie sau un management al cunoaşterii?

Informaţia, suverană în societatea contemporană, este studiată ştiinţific, pornindu-se de la următoarele considerente:

- dezvoltarea producţiei şi a nevoilor de informare (dezvoltarea activităţilor ştiinţifice, a unei culturi ştiinţifice şi tehnice de masă, cererea de informare);
- apariţia unui sector al industriilor de informare (producători şi servere de bănci de date, satelit şi reţele de telecomunicaţie, telematică, mari muzee şi biblioteci, turism cultural);
- invazia tehnicilor electronice (analogice sau digitale) şi fotonice de informare (microordinatoare, borne interactive, discuri laser, fibre optice, dispozitive multimedia, videodiscuri, informaţia de gestiune a colecţiilor);

Din problematica strâns legată de informaţie au derivat însă şi teme fundamentale, cuprinse de relaţia informaţie-individ-societate:

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

- psihologice (comportamente de comunicare, procese euristice, reprezentări ale cunoașterii etc.);
- lingvistice (semiotice, reformulare, paratexte, morfosintaxe etc.);
- sociologice (sociologia științelor, comunitățile științifice, productivitate științifică, valoare etc.),
- matematice, logice, statistice (algoritmi, distribuții norgausiene, logica booleană, procese markoviene etc.);
- economice, politice și juridice (piața de informație, dreptul creațiilor imateriale, industriei de informație, societatea informației etc.);
- electronica și telecomunicațiile (rețele, videotext etc.)
- filosofice, epistemologice, istorice.

Pornind de la aceste oportunități de cercetare, profesorul Yves F. Le Coadic consideră că „*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 (natură, geneză, efecte), adică, mai precis: analiza proceselor de construcție, comunicare și utilizare a informației, conceperea produselor și sistemelor care permit construcția, comunicarea, stocarea și utilizarea sa*."

Ca o necesitate obiectivă, Științele Informării și-au regăsit aplicabilitatea alături de Științele Comunicării, formând un corpus cu o mare rază de cercetare. Conform specialiștilor, domeniile Științelor Informării și Comunicării sunt următoarele:

- Noile tehnologii ale Informării și Comunicării (NTIC);
- Comunicarea de masă;
- Comunicarea de tip publicitar (comunicarea socială și comunicarea politică);
- Comunicarea organizațională.

În opinia lui Alex Mucchielli, NTIC sunt considerate a forma „*un domeniu privilegiat de studiu, o preocupare pentru toți actorii vieții sociale*" transformând continuu: accesul la informații (presa electronică și multimedia on-line vor detrona mediile tradiționale?); însușirea cunoștințelor (formarea la distanță și învățarea cu ajutorul calculatoarelor vor revoluționa școala și vor face să dispară universitățile?); participarea la dezbaterile din societate sau din întreprindere (schimburile de idei prin forumuri de discuții on-line, luarea de informații de pe Internet, votul electronic al cetățenilor vor schimba oare modalitățile de participare a 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

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

transforma industria timpului liber?); munca („telemunca" va permite revitalizarea zonelor rurale, iar utilizarea calculatoarelor în munca colectivă va anula structurile organizaţionale?).

Precară la început, colaborarea dintre cercetătorii din domeniul tehnologiilor şi cei din domeniul socio-uman a început să dea rezultate, o condiţie considerăm noi, a unei dezvoltări echilibrate a binomului „tehnologie-social". Ca un corolar al celor discutate putem afirma că: „*Ştiinţele Informării şi Comunicării (SIC) au la bază toate domeniile noi legate de conceperea şi producţia de multimedia. Ele studiază fenomenele sociale şi culturale legate de difuzarea şi utilizarea de multimedia. Reţelele de informatizare şi comunicare reprezintă, de asemenea, o temă fundamentală de cercetare a SIC. Începem practic să trăim într-o lume în care este esenţială comunicarea la distanţă prin intermediul calculatoarelor şi a infrastructurilor de telecomunicaţii. Tot ce este legat de acest spaţiu, de această complexă lume virtuală constituie obiectul de studiu al Noilor Tehnologii ale Informării şi Comunicării (NTIC): comunicarea om-calculator sau calculator-calculator; noile limbaje şi noile competenţe de lucru şi comunicare specifice diferitelor sectoare şi activităţi din societatea contemporană; construirea 'societăţii informaţiei' prin informare-documentare şi cercetare electronică; învăţământul şi activităţile formative legate de NTIC; schimbările psihologice şi sociale legate de NTIC.*"

Să fie oare Ştiinţele Informării şi Comunicării punctul de coeziune al unei teorii integratoare asupra Comunicării? În orice caz, în contextul unei comunicări globale, în care, de multe ori, omul se regăseşte sub „tirania" informaţiei, se pune cu acuitate problema unei viziuni sistematice, globale asupra comunicării. În acest sens, profesorul Bernard Miège aduce în discuţie conceptul de „*gândire comunicaţională*." După cum arăta Mihai Coman în prefaţa la volumul lui Bernard Miège, „*gândirea comunicaţională*" se vrea a fi „*o viziune sistematică acolo unde efervescenţa schimbărilor din sfera comunicării (apariţia şi imediata banalizare a unor tehnologii revoluţionare precum telematica, sistemele digitale, Internetul ş.a., rapida penetraţie socială a unor noi moduri de consum a produselor mediatice ca sistemele video, pay-per-view, teletextul, walkman-ul; instituţionalizarea şi generalizarea relaţiilor publice; descentralizarea şi deregularizarea audio-vizualului etc.) a condus la modificări radicale ale poziţiei sociale a mass-mediei, a rolului social şi politic al profesioniştilor şi, în final, a paradigmelor teoretice pe care se baza reflecţia asupra comunicării.*"

Rădăcinile „gândirii comunicaţionale" se regăsesc în modelele cibernetice de analiză a fluxurilor informaţiei, în studiile de sociologie şi psihologie a comunicării, în economia politică, în cercetările lingvistice şi în antropologia culturală. Concepţia care face din comunicare (sau din informaţie) un element depăşind decupajele şi graniţele între disciplinele ştiinţifice, ţinând, de asemenea, de ştiinţele materiale ale vieţii sau ale societăţii, se regăseşte în

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

diferite curente de gândire: în cibernetică, în structuralism şi, mai recent, în abordările complexităţii sau ale „conexionismului" şi chiar în unele filosofii contemporane, de inspiraţie postmodernistă sau postheideggeriană. Această tendinţă vizează nu numai să lege câmpuri de ştiinţă distincte, ci şi să le propună o paradigmă care să le dea sens. Obiectivul nu era numai lupta împotriva unei specializări excesive a cunoştinţelor considerate sterilizante, ci şi propunerea unei perspective globalizante care ar permite o reinterpretare a aporturilor parţiale şi sectoriale în funcţie de imperativele care se impun tuturor. O asemenea perspectivă, curios (?!), este împărtăşită de un autor de literatură SF, scriitorul canadian A.E. Van Vogt, în romanul său ***The Space Beagle***, apărut în anul 1959 şi tradus la noi în 1978. În acest roman apare conceptul de nexialism, interpretat ca o „*ştiinţă a întregului*," apărută ca urmare a specializării excesive, fiind singura în măsură să integreze rezultatele obţinute în diferite domenii ale cercetării ştiinţifice şi să găsească soluţiile practice necesare. Termenul de nexialism, inventat de scriitor, vine de la „nexus," participiul trecut al verbului latinesc „nectere" - „a lega."

Ce ne va rezerva viitorul în materie de tehnologii de comunicare, cum vor influenţa acestea organizarea şi funcţionarea societăţii, a individului? Greu şi riscant de presupus, în condiţiile în care schimbările în domeniu capătă caracterul unei tranzienţe fără de sfârşit. Alvin Toffler avea dreptate, există pericolul ca şi omul să găsească din ce în ce mai pierdut şi mai singur în faţa acestor „maşinării" al căror „rege" credem că va fi Internetul. Comunicarea este omniprezentă, dar folosirea ei pentru binele general va presupune în acest secol, trecerea de la „tirania informaţiei" la „tirania cunoaşterii," reîntoarcerea, dacă vreţi, la înţelepciune.

Bibliografie selectivă

❖ Anghelescu, Hermina G. B., ***Cărţi în format electronic: o ameninţare pentru cărţile în format tradiţional?***, (trad. Teodor Atanasiu), în ***Revista Bibliotecii Naţionale a României***, 2001, nr. 1.

❖ Bunea, Iulia, ***Ziarul pe iPad, pariul lui Murdoch***, în ***Adevărul***, 16 februarie 2011.

❖ Cioroianu, Adrian, ***Cartea - un paradis în schimbare***, în ***Scrisul românesc***, nr. 10 (86), 2010.

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

❖ Coadic, Yves F. Le, ***Ştiinţa informării***, (trad. Elena Tîrziman), Bucureşti, Editura Sigma, 2004.

❖ Coman, Mihai, ***Introducere în sistemul mass-media***, Iaşi, Editura Polirom, 1998.

❖ Cuillenburg, J. J. Van; Scholten, O.; Noomen, G. W., ***Ştiinţa comunicării***, (Versiune românească şi studiu introductiv de Tudor Olteanu), Bucureşti, Editura Humanitas, 2000.

❖ David, Simona, ***Afaceri pe social media sau cum se bagă firmele în conversaţie***, în ***Dosar Dilema veche, Moare viaţa privată pe Internet?*** (coordonator Cristian Ghinea), 29 iulie-4 august 2010.

❖ Dima, Mihaela, ***Suntem bombardaţi zilnic de foarte multe informaţii***, în ***Adevărul***, 16 februarie 2011.

❖ Georgiu, Grigore, ***Filosofia culturii. Cultură şi comunicare***, ediția a II-a, revăzută şi adăugită, Bucureşti, Editura Comunicare.ro, 2004.

❖ Huang De Joyce, ***Business «ca la carte»***, în ***Forbes România***, nr. 26, 8-21 martie 2010.

❖ Lepri, Sergio, ***Viitorul sistem mass-media***, în ***Dilema***, nr. 22/1999 (selecţie şi traducere de Mircea Vasilescu).

❖ McLuhan, Marshall, ***Mass-media sau mediul invizibil*** (trad. Mihai Moroiu), Bucureşti, Editura Nemira, 1997.

❖ Miège, Bernard, ***Gândirea comunicaţională***, (trad. Maria Ivănescu), Bucureşti, Editura Cartea Românească, 1998.

❖ Monet, Dominique, ***Le Multimedia***, Paris, Flammarion, 1998.

❖ Mucchielli, Alex, ***Les sciences de l'information et de la comunication***, Paris, Ed. Hachette, 2001.

❖ Onisei, Ana-Maria, ***Toamna se numără lecturile la iPod***, în ***Adevărul***, 29 iulie 2010.

❖ Paul, Andreea (Vass), ***Un bilanţ economic al primului deceniu***, în ***Dosar Dilema Veche (coordonator Cristian Ghinea) - 2001-2010 primii zece dintr-o mie***, 30 decembrie 2010.

❖ Preda, Gabriel, ***E-reader-ul intră în forţă în România***, în ***Săptămâna financiară***, 22 noiembrie 2010.

❖ Rachieru, Adrian Dinu, ***McLumea şi cultura publicitară: zece eseuri despre psihosociologia publicitară***, Timişoara, Editura Augusta; Artpress, 2008.

❖ Rachieru, Adrian Dinu, ***Douglas Kellner şi «materialismul cultural»***, prefaţă la ediţia în limba română a volumului ***Cultura media*** de Douglas

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)

Kellner (trad. Teodora Ghivirică şi Liliana Scărlătescu), Iaşi, Institutul European, 2001.

❖ Sachelarie, Octavian Mihail, ***Universul cunoaşterii. Concepte sociologice***, Piteşti, Editura Universității din Piteşti, 2005.

❖ Sachelarie, Octavian Mihail, Petrescu, Victor, ***Sociologia comunicării***, Piteşti, Editura Paralela 45, 2006.

❖ Sapir, Edward, ***Communication***, în ***Enciclopedia of the Social Sciences***, 1930.

❖ Scarlat, Sandra, ***Enciclopedia Wikipedia a împlinit 10 ani***, în ***Adevărul***, 17 ianuarie 2011.

❖ Stoica, Dina, ***Cadrul editorial clasic şi noile tehnologii ale documentelor digitale***, în ***Revista Bibliotecii Naţionale a României***, 2001, nr. 1.

❖ Stoiciu, Gina, ***Orientări operaţionale în cercetarea comunicării de masă: Exerciţii de teorie şi metodă***, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1981.

❖ Tîrziman, Elena, ***Ştiinţele informării şi comunicării - domeniu de cercetare***, în ***Biblioteca. Revistă de bibliologie şi ştiinţa informării***, nr. 9/2005.

BDD-A19455 © 2011 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:57:06 UTC)