

Google, contradictia dintre informatie si cunoastere

Dezvoltarea exponentiala a tehnologiilor de comunicare face lumea din ce in ce mai interdependenta. Ne indreptam oare spre o realitate artificiala, rece, dominata de lipsa de afectivitate, afectivitate caracteristica relatiilor (comunicarii) interumane? Ce se va intampla cu comunicarea la nivel institutional? Informatie sau un management al cunoasterii? Iata intrebari la care Stiintele Comunicarii si Informarii vor trebui sa dea raspunsuri viabile, in contextul unei societati informationale. Informatia, suverana in societatea contemporana, este studiata stiintific, pornindu-se de la urmatoarele considerente¹⁾: dezvoltarea productiei si nevoilor de informare (dezvoltarea activitatilor stiintifice, a unei culturi stiintifice si tehnice de masa, cererea de informare); aparitia unui sector industrial al industriilor de informare (producatori si servere de banci de date, satelit si retele de telecomunicatie, telematica, mari muzee si biblioteci, turism cultural); invazia tehnicilor electronice (analoage sau digitale) si fotonice de informare (microordinatoare, borne interactive, discuri laser, fibre optice, dispozitive multimedia, videodiscuri, informatica de gestiune a colectiilor, etc.)

Din problematica strans legati de informatie au derivat insa si teme fundamentale cuprinse de relatia informatie-individ-societate²⁾:

- psihologice (comportamente de comunicare, procese euristice, reprezentari ale cunoasterii etc.)
- lingvistice (semiotice, reformulare, paratexte, morfosintaxe etc.)
- sociologice (sociologia stiintelor, comunitatile stiintifice, productivitatea stiintifica etc.)
- matematice, logice, statistice (algoritmi, distributii nongausiene, logica booleana, procese markoviene etc.)
- economice, politice si juridice (piata de informatie, dreptul creatiilor imateriale, industria de informatie, societatea informatiei etc.)
- electronica si telecomunicatiile (retele, videotext etc.)
- filozofie, epistemologice, istorie.

Pornind de la aceste necesitati de cercetare, profesorul Yves Le Coadic³⁾ considera ca “dintr-o practica de organizare, Stiinta Informarii a devenit o stiinta sociala riguroasa care se sprijina pe o tehnologie la fel de riguroasa. Ea are ca obiect de studiu proprietatile generale ale informatiei (natura, geneza, efecte), adica mai precis: analiza proceselor de constructie, comunicare si utilizare a informatiei, conceperea produselor si sistemelor care permit constructia, comunicarea, stocarea si utilizarea sa.”

Ca o necesitate obiectiva, Stiintele Informarii si-au regasit aplicabilitatea alaturi de Stiintele Comunicarii, formand un corpus cu o mare raza de cercetare. Conform literaturii de specialitate⁴⁾ domeniile Stiintelor Informarii si Comunicarii sunt urmatoarele:

1. Noile Tehnologii ale Informarii si Comunicarii (NTIC)
2. Comunicarea de masa
3. Comunicarea de tip publicitar (comunicarea sociala si comunicarea politica)
4. Comunicarea organizationala

In opinia lui Alex Mucchieli⁵⁾ NTIC sunt considerate “un domeniu privilegiat de studiu, o preocupare pentru toti actorii vietii sociale”, transformand continuu: “acesul la informatii (presa electronica si multimedia on-line vor detrona mediile traditionale?); insusirea cunostintelor (formarea la distanta si invatarea cu ajutorul calculatorului vor revolutiona scoala si vor face sa dispara universitatile?); participarea la debaterile din societate sau din intreprindere” (schimburile de idei prin forumuri de discutii on-line, luarea de informatii de pe internet, votul electronic al cetatenilor vor schimba oare modalitatile de participare ale indivizilor?); modalitatile de cumparare (cumparaturile on-line), dupa

publicitatea on-line si incercarile virtuale ale produselor vor revolutiona productia, vanzarea?); timpul liber (alegerea posibila a numeroase activitati pe Internet: jocuri, filme, vizite virtuale, etc. va transforma industria timpului liber?); munca (“telemunca” va permite revitalizarea zonelor rurale?, utilizarea calculatoarelor in munca colectiva va anula structurile organizationale?).

Precara la inceput, colaborarea dintre cercetatorii din domeniul tehnologiei si cei din domeniul socio-uman a inceput sa dea rezultate – o conditie, consideram noi, a unei dezvoltari echilibrate a binomului “tehnologie-social”. In rezumat, putem afirma ca “Stiintele Informatiei si Comunicarii (SIC) au la baza toate domeniile noi legate de conceperea si productia de multimedia; studiaza fenomenele sociale si culturale de difuzare si utilizarea de multimedia. Retelele de informatizare si comunicare reprezinta de asemenea, o tema fundamentala de cercetare a SIC. Incepem practic sa traim intr-o lume in care este esentiala comunicarea la distanta prin intermediul calculatoarelor si a infrastructurilor de telecomunicatii. Tot ce este legat de acest spatiu, de aceasta complexa lume virtuala constituie obiectul de studiu al Noilor Tehnologii ale Informatiei si Comunicarii (NTIC): comunicarea om-calculator sau calculator-calculator, noile limbaje si noile competente de lucru si comunicare, specifice diferitelor sectoare si activitati din societatea contemporana, construirea “societatii informatiei” prin informare-documentare si cercetare electronica, invatamantul si activitatile formative legate de NTIC, schimbarile psihologice si sociale legate de NTIC.”⁶⁾

In societatea contemporana asistam la o schimbare rapida a unor paradigme: societate industrială- societate informatională- societate a cunoasterii. Exista o contradictie intre informatie si cunoastere? Desigur ca nu, insa cunoasterea reprezinta un concept mult mai larg, care include si informatia. Trebuie spus ca o “societate a cunoasterii” a existat dintotdeauna: “ceea ce este nou acum este viteza cu care cunoasterea creste si se innoieste. Volumul cunoasterii pe care o avem la dispozitie se dubleaza in prezent la fiecare cinci ani.”⁷⁾ In prezent, cantitatea de informatie, care creste exceptional, poate fi controlata numai printr-un proces de cunoastere, printr-un management al cunoasterii: “cunoasterea nu mai este doar o componenta a economiei moderne, ci devine un principiu organizational de baza al existentei noastre. Traim intr-o societate a cunoasterii pentru ca ne organizam realitatea sociala pe baza cunoasterii de care dispunem.”⁸⁾

Cercetatorii si observatorii domeniului analizeaza atent efectele trecerii de la o societate industrială la o societate a cunoasterii, subliniind faptul ca educatia, creativitatea si competenta, privite ca elemente esentiale ale societatii cunoasterii, nu mai sunt suficiente pentru intreaga cariera profesionala, individul trebuind sa invete permanent pentru a putea sa se adapteze rapid la noile provocari. Deci informatia, informarea nu mai sunt suficiente, cunoasterea fiind apanajul unui management de profil - managementul cunoasterii. Astfel de probleme legate de necesitatea gestionarii informatiei, in sens social, au suscitat si lansarea, la 14 decembrie 2004, de catre Google (cel mai important motor de cautare a informatiilor pe Internet; in prezent 75% dintre cautari se realizeaza prin intermediul acestui instrument), a proiectului Google Print, prin care urmareste sa digiteze, intr-o prima faza, circa 15 milioane de lucrari (aproximativ 4,5 miliarde de pagini), in scopul de a le pune la dispozitie on-line, in acces liber. Pentru realizarea acestui proiect, Google a incheiat contracte de colaborare cu cinci biblioteci reprezentative din spatiul anglofon: o biblioteca publica (New York Public Library) si patru biblioteci universitare (Stanford, Michigan, Harvard si Oxford). B.U. Stanford si Universitatea din Michigan vor pune la dispozitie integritatea colectiilor lor (opt milioane, respectiv sapte milioane de lucrari), Biblioteca Publica din New York va oferi acces la documente fragile si care nu se afla sub incidenta copyright-ului, B.U. Oxford – la o selectie dintre lucrarile publicate in secolul al XIX-lea , iar B.U. Harvard se va limita,

deocamdata, la o selectie de 40.000 de documente dintre cele 15 milioane pe care le detine. Investitia Google in acest proiect a fost estimata la 150 – 200 milioane de dolari.⁹⁾ Dincolo de aspectele politice si culturale (proiectul este acuzat ca va duce la un monopol american in ceea ce priveste informatia, practic fiind un atac la cultura europeana), proiectul lansat de Google este incriminat pe latura selectiei si organizarii informatiei digitale . Astfel Presedintele Asociatiei Bibliotecilor Americane (ALA), Michael Gorman, fiind circumspect in ceea ce priveste calitatea serviciilor pe care le-ar furniza un asemenea proiect, declara: “ca si in cazul fast-food-urilor, gunoaiele sunt tot gunoaie, indiferent cat de rapid sunt livrate.”¹⁰⁾ Ceea ce este foarte important in aceasta luare de pozitie este faptul ca subliniaza confuzia care se face intre informatie (date, imagini, citate si texte scurte, care pot fi folosite in afara contextului) si cunostinte inregistrate: “Cand e vorba de informatii, un extras de la pagina 14 ar putea fi util. Cand e vorba de cunostinte inregistrate, un extras de la pagina 142 trebuie sa fie inteles in lumina paginilor de la 1 la 141; in caz contrar, textul n-a meritat de la bun inceput sa fie scris si publicat.”¹¹⁾ Este evident ca la nivel global, proiectul lansat de Google este de salutat, dar el nu poate, nici pe de parte, satisface interesele si necesitatile tuturor utilizatorilor. Aparenta contradictie dintre informatie si cunoastere (ca nou tip de comunicare), poate fi eliminata printr-o atentie din ce in ce mai mare acordata culturii informatiei, care ar permite fiecarui utilizator sa-si construiasca propriul sistem productiv de evaluare si selectie.

Octavian Mihai Sachelarie

Material publicat in “Arges: Revista de cultura”,
Pitesti, anul V(XLI), nr. 8(290), august 2006

Bibliografie

1. Le Coadic, Yves F., *Stiinta Informarii*, Bucuresti, Editura Sigma, 2000, p.19.
2. TIRZIMAN, Elena, *Stiintele informarii si comunicarii – domeniu de cercetare*, in: “Biblioteca”, revista de bibliologie si stiinta informarii, Bucuresti, nr. 9/2005, p.272.
3. Le Coadic, Yves F., *op.cit.*, p.25
4. TIRZIMAN, Elena, *op.cit.*, p.272
5. MUCCHIELLI, Alex, *Les Sciences de l’information et de la Communication*, Paris, Ed. Hachette, 2001, pp.13-14, cf. cu Tirziman Elena, *op.cit.*, pp. 272-273
6. TIRZIMAN, Elena, *op.cit.*, p.273
7. PORUMBEANU, Octavia-Luciana, *Managementul cunoasterii: o disciplina pentru bibliotecari si specialisti in informare (I)*, in: “Biblioteca”, revista de bibliologie si stiinta informarii, Bucuresti, nr. 8/2005, p.237
8. SABAU, Gabriela L., *Societatea cunoasterii. O perspective romaneasca*, Bucuresti, Editura Economica, 2001, p.143.
9. CORAVU, Robert, *To Google or not to Google?*, in: “Biblioteca”, revista de bibliologie si stiinta informarii, Bucuresti, nr. 8/2005, p.239.
10. GORMAN, Michael, *Revenge of the Blog People!*, in: Library Journal, vol. 130, nr. 3, February 15, 2005, p .44, cf. cu CORAVU, Robert, *op.cit.*, pp. 239-240.
11. GORMAN, Michael, *Google and God’s_Mind: the problem is, information isn’t knowledge*, in: Los Angeles Times, December 17, 2004, cf. cu CORAVU, Robert, *op.cit.*, p. 240.