

Extension communication pentru rezolvarea contradicției ontologice dintre comunicare și informație

Florentin Smarandache
University of New Mexico
200 College Road,
Gallup, NM 87301, U.S.A.

Ștefan Vlăduțescu
University of Craiova
Romania

Studiul se înscrie în zona interdisciplinară dintre teoria informației și extensică, în calitatea ei de știință a rezolvării contradicțiilor. În acest spațiu se abordează problema centrală a ontologiei informației relația contradictorie dintre comunicare și informare. Nucleul cercetării îl reprezintă realitatea că investigația științifică a relației comunicare-informare a ajuns într-o fundătură. Relația bivalentă comunicare-informare, informare-comunicare a ajuns să fie contradictorie, iar cele două concepte să se blocheze reciproc. În condițiile în care Extensics este o știință a soluționării problemelor contradictorii, se vor utiliza „extensical procedures” pentru a rezolva contradicția. În acest sens, ținând cont că matter-elements sunt definite, se vor explora proprietățile acestora („The key to solve contradictory problems, arată Wen Cai, întemeietorul Extensics (1999, p. 1540), is the study of properties about matter-elements”). Conform „The basic method of Extensics is called extension methodology” (...), iar „the application of the extension methodology in every field is the extension engineering methods” (Weihua Li, Chunyan Yang, 2008, p. 34).

Cu metode lingvistice, sistemice, și hermeneutice, grefate pe „extension methodology” a) sunt „open up the things”, b) este marcată „divergent nature of matter-element”, c) are loc „extensibility of matter-element”, iar c) „extension communication” face ca să se deschidă perspectiva nouă de incluziune, să se evidențieze o ordonare a lucrurilor la un nivel superior și să se rezolve elementele de contradictorialitate. „Extension” este, după cum postulează Wen Cai (1999, p. 1538) „opening up carried out”.

După examinarea critică a pozițiilor contradictorii exprimate de mai mulți dintre specialiștii în domeniu, se emite ipoteza extensică și integratoare că informarea constituie o formă de comunicare. Obiectul comunicării îl reprezintă transmiterea unui mesaj. Mesajul poate fi constituit din gânduri, idei, opinii, sentimente, credințe, date, informații, intelligence sau alte elemente semnificaționale. Atunci când conținutul mesajului este preponderent informațional, comunicarea devine informare sau intelligence.

Argumentele de susținere a ipotezei sunt de natură lingvistică (cel mai important fiind acela că există „comunicare de informații”, dar nu și „informare de comunicări”), de natură sistemic-procesuală (în sistemul de comunicare se dezvoltă un sistem de informare;

actantul informator este un tip de comunicator; procesul de informare este un proces de comunicare), argumente practice (delimitarea elimină eforturile de înțelegere dispartă și neconcordanță a celor două concepte), argumente epistemologice (se creează posibilitatea gândirii intersubiective a realității), argumente lingvistice (se clarifică și se dă forță referentului supraordonat, acela al comunicării ca proces), argumente logico-realiste (se reține starea de lucruri care permite a gândi coerent într-un sistem de concepte – seriile derivative sau grupările integrative) și argumente ale experienței istorice (conceptul de comunicare are prioritate temporală, el apare de 13 ori la Iulius Caesar). Cele mai importante argumente sunt sintetizate în patru axiome: trei sunt bazate pe observații pertinente ale lui Tom D. Wilson-Solomon Marcus, Magoroh Maruyama și Richard Varey, iar cea de-a patra reprezintă o aplicație relevantă a teoriei neutrosofice a lui Florentin Smarandache pe domeniul comunicării.

Keywords: extention communication, information, extensics, ontology, neutrosophic communication, message

I. Teza informării ca formă a comunicării

Problema relației dintre comunicare și informare ca domenii de existență reprezintă axa de amprentă a ontologiei comunicării și informării. Formatul ontologic permite două formule: existența în act și existența virtuală. Componenta ontologică a conceptelor integrează o prezență sau o potență și un fapt existențial sau la un potențial de existență.

Pe lângă elementul categorial-ontologic, în raportul nuclear al conceptelor de comunicare-informare prezintă specificități comparative și în ce privește atribute și caracteristici, pe trei componente epistemologică, metodologică și hermeneutică.

În cadrul unei științe care și-ar fi asumat ferm un obiect de studiu, o metodologie și un set specific de concepte, această decizie ontologică întemeietoare s-ar fi luat în cadrul unei axiome. Se știe că, în principiu, axiomele soluționează, în limitele aceluia tip de argument numit evidență (situație clară și distinctă), raporturile dintre conceptele sistemice, structurale, bazale. În mod specific, în cadrul Extensics, știință cu viziune avansată, fundamentată de profesorul Wen Cai, axiomele reglementează raportul între două matter-elements cu profiluri divergente. Pentru problematicile comunicării și informației care s-au constituit relativ recent (de circa trei sferturi de secol) în obiecte de studiu sau domenii de preocupare științifică nu s-a găsit o autoritate care să tranșeze problema. Slăbiciunile acestor științe de tip soft sunt vizibile și astăzi când după propuneri neacreditate de științe („comunicologie” - communicology de Joseph de Vito, „comunicatică” – „comunicatique” de G. Metayer; informologie Klaus Otten și Anthony Debon) s-a recurs la rămânerea în ambiguitatea de validare a disciplinei „Științele comunicării și informației” sau „Științele informației și comunicării”, bucurându-se de suportul unor cursuri, cărți, studii și dicționare.

Această viziune generică de unitate și coeziune nedreptățește și comunicarea și informarea. În practică, aparenta nedreaptă tratare globală, integrativă și la grămadă nu are o totală și acoperitoare confirmare. În mai toate universitățile cu profil umanist ale lumii predomină facultățile și cursurile de comunicare, inclusiv în cele din România și Republica

Populară Chineză. Profesorul Nicolae Drăgulănescu constata, pentru cazul României că în 20 de facultăți se predă comunicarea (sub diferite titulaturi) și în numai două se predă informarea-informația.

Principalele perspective din care a fost abordată relația contradictorie comunicare-informare sunt cea ontologică, cea epistemologică și cea sistemică. În majoritatea cazurilor, opiniile au fost incidentale. Atunci când a fost vorba de studii dedicate, cel mai frecvent demersul comparativ nu s-a făcut în mod programat pe unul sau pe mai multe criterii și nici în mod direct și aplicat. Fundamentele rămân contribuțiile lui Jorge Reina Schement, Brent R. Ruben, Harmut B. Mokros și Magoroh Maruyama.

În studiul său „Communication and Information” (1993, pp. 3-31), J.R. Schement pornește de la constatarea că „în retorica Erei Informației, comunicarea și informarea converg în înțelesuri sinonime”. Pe de altă parte, reține că dimpotrivă există specialiști ce se pronunță pentru a se statua o distincție fermă a semnificațiilor acestora. Pentru a lămuri exact relația dintre cele două fenomene, respectiv concepte, acesta examinează definițiile informării și comunicării care au marcat evoluția „studiilor informării” și „studiilor comunicării”. Pentru informare (informație) rezultă trei teme fundamentale: informarea-ca-lucru (information-as-thing) (M. K. Buckland), informarea-ca-proces (information-as-process) (N. J. Belkin, R. M. Hays, Machlup & Mansfield etc.), informarea-ca-produs-al-manipulării (information-as-product-of-manipulation (C. J. Fox, R. M. Hayes). Se observă, totodată, că toate aceste trei teme implică, în aprecierea emitenților lor, o „conexiune cu fenomenul de comunicare” („connection to the phenomenon of communication”). În paralel, din examinarea definițiilor comunicării se desprinde că specialiștii în mod „implicit sau explicit introduc noțiunea de informare în definirea comunicării”. Tot trei se desprind a fi temele centrale ale definirii comunicării: comunicarea-ca-transmitere (communication-as-transmission) (W. Weaver, E. Emery, C. Cherry, B. Berelson, G. Steiner), comunicarea-ca-proces-de-împărtășire (communication-as-sharing-process) (R. S. Gover, W. Schramm), comunicarea-ca-interacțiune (communication-as-interaction) (G. Gerbner, L. Thayer). Comparând cele 6 noduri tematice, Schement evidențiază că legătura dintre informare și comunicare este „deosebit de complexă” și dinamică: „informarea și comunicarea sunt întotdeauna prezente și conexe” („information and communication are ever present and connected” (Schement J. R., 1993, p. 17). În plus, pentru ca „informarea să existe trebuie să fie prezent un potențial de comunicare” („for information to exist the potential for communication must be present”).

Rezultanta în plan ontologic a acestor constatări ar fi că existența informării este (strict) condiționată de prezența comunicării. Adică pentru a exista informare trebuie neapărat să fie prezentă comunicarea. Comunicarea va preceda și întotdeauna va condiționa existența informării. Și mai detaliat: comunicarea face parte din ontologia informării. Ontologic, informarea se ivește în cadrul comunicării și ca potență a comunicării. J. R. Schement este orientat pe găsirea unei căi de catagrafiere a unei imagini coerente care să conducă spre o Teorie a comunicării și informării („Toward a Theory of Communication and Information” – Schement J. R., 1993, p. 6). De aceea, evită să rețină concludiv prioritatea temporală și lingvistică, precedența ontologică și amploarea comunicării în raport cu informarea. Concluzia studiului este că 1. „Informarea și

comunicarea sunt construcții sociale” (cele „două cuvinte sunt utilizate ca interschimbabile, chiar ca sinonime” – se arată) (Schement J. R., 1993, p. 17); 2. „Studiul informării și comunicării împărtășesc concepte în comun” (în cadrul ambelor se vor regăsi comunicare, informare, „simbol, cogniție, conținut, structură, proces, interacțiune tehnologie și sistem”- Schement J. R., 1993, p. 18); 3. „Informarea și comunicarea formează două aspecte ale aceluiași fenomen” (Schement J. R., 1993, p. 18). Cu alte cuvinte, înțelegem că: a) în plan lingvistic („cuvintele”, „termenii”, „noțiunile”, „conceptele”, „ideea de”) comunicarea și informarea au o sinonimie; b) ca domeniu de studiu cele două recurg la același arsenal conceptual. Situația creată de aceste două elemente ale concluziei permite, în opinia noastră, o ierarhizare între comunicare și informare. Dacă este cert că ontologic și temporal comunicarea precedă informarea, dacă acest fenomen din urmă are o extensie mai mică decât primul, dacă eventuale științe care au obiect comunicarea, respectiv informarea, beneficiază de unul și același vocabular conceptual, atunci informarea poate fi o formă de comunicare. În ciuda acestei direcții pe care se înscriu în mod coerent argumentele lingvistice, categorial-ontologice, conceptual și definițional epistemologice aduse în argumentare, cel de-al treilea element al concluziei postulează existența unui fenomen unic care ar include comunicarea și informarea (3. „Informarea și comunicarea formează două aspecte ale aceluiași fenomen” - Schement J. R., 1993, p. 18). Acestui fenomen nu i se dă un nume. Panta conclusivă pe care se angajează argumentele și elementele conclusive anterioare ne-a permis să articulăm informarea ca una dintre formele comunicării. În mod confirmativ, faptul că J. R. Schement nu numește un fenomen supraordonat comunicării și informării, ne lasă posibilitatea atragem argumentul în a întări teza noastră că informarea este o formă de comunicare. Aceasta și pentru că nu se poate găsi o categorie de fenomene care să înglobeze comunicarea și informarea. J. R. Schement tinde către o perspectivă nivelatoare și de convergență în ontologia comunicării și informării. În schimb, M. Norton înclină către o diferențiere pronunțată a comunicării de informare. El intră în grupul celor care văd comunicarea drept unul dintre procesele și una dintre metodele „for making information available”. Cele două fenomene „are intricately conected and have some aspects that seem similar, but they are not the same” (Norton M., 2000, p. 48 și 39).

Harmut B. Mokros și Brent R. Ruben (1991) fundamentează o viziune sistemică și nivelară a înțelegerii relației comunicare-informare. Luând în calcul contextul de raportare ca element de bază al structurii interne a sistemelor de comunicare și de informare, aceștia evidențiază informația drept criteriu de radiografiere a relaționării. Metoda sistemic-teoretică non-lineară de cercetare fundamentată în 1983 de B. R. Ruben este aplicată obiectului de studiu reprezentat de fenomenele de comunicare și informare. Cercetarea se situează în „Information Age” și creează un tablou de raportare informațional. Meritul principal al investigației vine din relevanța dată insubordonării dintre comunicare și informare sub aspectul unei comunicări unipolare ce se raportează la o informație nivelară. Interesantă este abordarea informației sub trei aspecte constitutive: „informatione” (informația potențială – aceea care există într-un anumit context, dar care n-a primit o semnificație în sistem), „information” (informațiile active în sistem) și „informations” (informațiile create social și cultural în sistem). Informarea nivelară se află în relație cu o

comunicare unificată. Pe fiecare palier al informării există comunicare. Informarea și comunicarea sunt coprezente: comunicarea este inerentă informării. Informarea are inerente proprietăți de comunicare. Cercetarea aduce o clarificare sistemic-contextuală a relației dintre comunicare și informare și doar în subsidiar o situare ontologică fermă. În orice caz: niciodată în informare nu lipsește comunicarea.

În cele mai importante dintre studiile profesorului Stan Petrescu, „Informațiile, a patra armă” (1999) și „Despre intelligence. Spionaj-Contraspijonaj” (2007), informația este înțeleasă ca „un fel de comunicare” (Petrescu S., 1999, p. 143) și situată în contextul mai larg al „cunoașterii despre mediul informațional intern și internațional” (Petrescu S., 2007, p. 32).

II. Obiectul comunicării: mesajul. Obiectul informării: informația. Teza informației ca specie de mesaj

Pentru definitivarea tezei noastre de bază aceea a informării ca formă de comunicare pot fi aduse noi argumente care se coroborează cu cele anterior menționate. Ca fenomene, ca procese, comunicarea și informarea au loc în cadrul unui sistem unic de comunicare. În cadrul comunicării, informarea și-a dobândit un profil specializat. În câmpul informării, intelligence-ul, la rândul lui, și-a consolidat un profil specific detectabil, discriminabil și identificabil. Este în consecință de acceptat sub presiunea argumentului practic că se poate vorbi de un sistem general de comunicare care în raport de mesajul transmis și configurat în procesul de comunicare ar putea fi imaginat ca sistem de informare (information system) sau ca sistem de intelligence (intelligence system). Sub imperiul presupuziției sistemice că un comunicator (unitar) transmite sau configurează tranzacțional împreună cu alt comunicator (destinatar) un mesaj, înțelegem sistemul comunicațional ca unitatea interacțională a factorilor ce exercită și îndeplinesc funcția de comunicare a unui mesaj.

În cărțile sale „Messages: building interpersonal communication skills” (ajunsă în 1993 la a patra ediție, iar în 2010 la a douăsprezecea) și „Human communication” (2000), Joseph De Vito (reputatul specialist ce a propus pentru științele comunicării titulatura de „Communicology” - 1978), elaborează un concept de mesaj simplu și productiv. Mesajul este, ca și conținut, ceea ce se comunică. Ca factor sistemic, el se profilează ca ceea ce este comunicat. De amintit în această ordine de idei că germanul Otto Kade a insistat ca ceea ce se comunică să primească titulatura de „comunicat”. În concepția lui Joseph De Vito, prin comunicare se transmit înțelesuri. „Mesajul comunicat” constituie doar o parte a înțelesurilor (De Vito J., 1993, p. 116). Printre înțelesurile împărtășite se regăsesc sentimente, percepții (De Vito J., 1993, p. 298). De asemenea, se pot comunica informații (De Vito J., 1990, p. 42), (De Vito J., 2000, p. 347).

În cadrul unei „teorii a mesajului” numita „Angelitică” (Angelitics), Rafael Capurro exprimă opinia că mesajul și informația sunt concepte ce desemnează fenomene similare, dar nu identice. În limba greacă „angelia” însemna mesaj; de aici, „Angelitica” sau teoria mesajului (Angelitica este altceva decât Angeologia care se ocupă, în câmpul religiei și teologiei, cu studiul îngerilor) (<http://www.capurro.de/angelitics.html>). R. Capurro fixează 4 criterii de evaluare a raportului dintre mesaj și informație. Similitudinea celor două se extinde pe trei dintre ele. Mesajul, ca și informația, se caracterizează astfel: „is supposed to

bring something new and/or relevant to the receiver; can be coded and transmitted through different media or messengers; is an utterance that gives rise to the receiver's selection through a release mechanism of interpretation". Diferența dintre cele două este următoarea: „a message is sender-dependent, i.e. it is based on a heteronomic or asymmetric structure. This is not the case of information: we receive a message but we ask for information” (http://www.capurro.de/angeletics_zkm.html). A solicita informații înseamnă a transmite un mesaj de solicitare de informații. Prin urmare, mesajul este similar cu informația și pe acest criteriu. În opinia noastră, diferența dintre ele este de la gen la specie: informația este o specie de mesaj. Mesajul depinde de transmițător și informația, la fel. Informația este, însă, o specificație a mesajului, este un mesaj informativ. C. Shannon apreciază că mesajul reprezintă obiectul definitiv al comunicării. El este miza comunicării, căci „the fundamental problem of communication is that of reproducing at one point either exactly or approximately a message selected at another point” (1949, p. 31).

Procesul de comunicare constă în fapt în „comunicarea” unui mesaj complex și multistratificat. În mesaj se pot regăsi „gânduri, interese, talente, experiențe” (Duck S., Mc Mahan D.T., 2011, p. 222), „informații, idei, credințe, sentimente” (Wood J. T., 2009, p. 19 și p. 260). G. A. Miller, T. M. Newcomb și Brent R. Ruben consideră că obiectul comunicării îl formează informațiile: „Communication - arată Miller – means that information is passed from one place to another” (Miller G. A., 1951, p. 6). La rândul său, T. M. Newcomb precizează: „very communication act is viewed as a transmission of information” (Newcomb T. M., 1966, p. 66), iar Brent R. Ruben susține: „Human communication is the process through which individuals in relationships, groups, organizations and societies create, transmit and use information to relate to the environment and one another” (Ruben B. R., 1992, p. 18).

Profesorul Nicolae Drăgulănescu, membru al American Society of Information Science and Technology, este cel mai important dintre specialiștii români în Știința informației. În opinia sa, „comunicarea informației” este al treilea dintre cele patru procese ce constituie „ciclul informațional”, alături de generarea informației, prelucrarea/stocarea informației și utilizarea informației. Procesul de comunicare, arată N. Drăgulănescu, este unul dintre procesele al căror obiect îl constituie informația (<http://ndragulanescu.ro/publicatii/CP54.pdf>, p. 8). Pe aceeași linie se situează și Gabriel Zamfir; acesta gândește informația ca reprezentând „ceea ce se comunică într-unul sau altul dintre limbajele disponibile” (Zamfir G., 1998, p. 7), la fel și profesoara Sultana Craia: comunicarea este un „proces de transmitere a unei informații, a unui mesaj” (Craia S., 2008, p. 53). În general, se acceptă că informarea înseamnă transmiterea/primirea de informații. Cu toate acestea, atunci când se vorbește de transmiterea informațiilor, procesul este considerat a fi nu informare, ci comunicare. De aceea, se creează aparența că informațiile sunt produsul, iar comunicarea ar fi doar procesul de transmitere. Teodoru Ștefan, Ion Ivan și Cristian Popa precizează: „Comunicarea este procesul de transmitere a informațiilor, deci raportul dintre cele două categorii este de la produsul de bază la transmiterea lui” (Ștefan T., Ivan I., Popa C., 2008, p. 22). Profesorii Vasile Tran și Irina Stănciugelu văd comunicarea ca un „schimb de informații cu conținut simbolic” (Tran V., Stănciugelu I., 2003, p. 109). În fapt, comunicarea este un concept supraordonat și o

categorie ontologică mai extinsă decât informarea sau informația. Pe de altă parte, informațiile se generează chiar în procesul global de comunicare. Din această perspectivă, informarea (al cărei obiect-mesaj îl alcătuiesc informațiile) constituie o comunicare regională, sectorială. Informarea este acea comunicare al cărei mesaj este constituit din semnificații noi, relevante, oportune și utile, adică din informații. Această poziție o împărtășește și Doru Enache (2010, p. 26).

Poziția fixată de Norbert Wiener, consolidată de L. Brillouin și însușită de mulți alții face din informație singurul conținut al mesajului. N. Wiener arată că mesajul „conține informație” (Wiener N., 1965, p. 16), L. Brillouin vorbește despre „informația conținută de mesaj” (Brillouin L., 2004, p. 94 și p. 28).

Prin comunicare se „vehiculează informații, noțiuni, emoții, convingeri” și comunicarea „presupune (și subsumează) informarea” (Rotaru N., 2007, p.10). Reputații profesori Marius Petrescu și Neculae Năbârjoiu consideră că departajarea între comunicare și informare trebuie să se realizeze în funcție de mesaj. O comunicare ce are un mesaj informativ devine informare. Ca formă a comunicării, informarea se caracterizează printr-un mesaj informativ, iar un „mesaj rămâne informativ atât cât conține ceva necunoscut încă” (Petrescu M., Năbârjoiu N., 2006, p. 25). Unul dintre posibilele elemente semnificaționale ce ar putea alcătui conținutul mesajului este deci și informația. Alte componente ar putea fi gândurile, ideile, credințele, cunoștințele, sentimentele, trăirile, experiențele, noutățile faptele etc. Comunicarea este „comunicare” a unui mesaj indiferent de fondul semnificațional al acestuia.

III. Patru axiome de ontologie a comunicării-informării

3.1. Axioma mesajului. Numim axiomă ontologică de segregare privind obiectul sau axioma Tom D. Wilson-Solomon Marcus teza că nu orice comunicare este informare, dar orice informare este comunicare. Ori de câte ori mesajul conține informații, procesul comunicațional capătă profil informațional. Totodată, sistemul comunicațional devine sistem informațional. În mod derivat comunicatorul devine „informator”, iar relația comunicațională se transformă în relație informațională. Baza interacțională a societății, chiar în Era informațională, o constituie interacțiunea comunicațională. Majoritatea interacțiunilor sociale sunt non-informaționale. În acest sens, T. D. Wilson observa: „We frequently receive communications of facts, data, news, or whatever which leave us more confused than ever. Under formal definition these communications contain no information” (Wilson T. D., 1987, p. 410). Academicianul Solomon Marcus ia în calcul existența incontestabilă a unei comunicări „în absența unui transfer de informație” (Marcus S., 2011, vol. 1. p. 220). Pentru comunicările ce nu conțin informații nu deținem un termen separat și specific. Comunicările ce conțin informații sau doar informații se numesc informări.

Comunicarea implică un fel de informație, dar, așa cum precizează Jean Baudrillard (Apud Dâncu V.S., 1999, p. 39), „ea nu se întemeiază obligatoriu pe informație”. Mai exact, orice comunicare conține o cunoaștere care poate fi cunoștințe, date sau informații. Prin urmare, în comunicare, informația poate lipsi, poate avea caracter adiacent, incident ori colateral. Comunicarea poate fi informațională prin natura sau prin destinația ei. Acea

comunicare ce prin natura și organizarea ei este comunicare de informație poartă numele de informare.

Principalul proces derulat în Information System îl reprezintă informarea. Funcția unui astfel de sistem este de a informa. Actanții pot fi informatori, producători-consumatori de informații, transmițători de informații etc. Acțiunea de informare capătă identitate prin acoperirea ce i-o aduce onto-categorial verbul „a informa”. La rândul lui, Petros A. Gelepithis consideră cele două concepte, comunicare și informare, că sunt capitale pentru „the study of information system” (Gelepithis P. A., 1999, p. 69).

Confirmând axioma informației ca mesaj reduționist, ca obiect redus de comunicare, Soren Brier arată: „communication system actually does not exchange information” (Brier S., 1999, p. 96). Uneori, în cadrul sistemului de comunicare nu se mai schimbă informații. Cu toate acestea, comunicarea subzistă; sistemul de comunicare își păstrează validitatea, ceea ce indică și, subsecvent, probează că poate exista comunicare care să nu incumbe informație.

Atunci

- a) când în cadrul Information System se introduc principii funcționale precum „need to know”/”need to share”,
- b) când se derulează procese de culegere, analiză și diseminare de informații,
- c) când beneficiarii sunt decidenți, „decisionmaker”, „minister”, „gouvernement”, „polcymakers” și
- d) când intervine elementul de secretivitate,

acest Information System devine Intelligence System (vezi Gill P., Marrin S., Phytian M., 2009, p. 16, p. 17, p. 112, p. 217), (Sims J.E., Gerber B., 2005, p. 46, p. 234; Gill P., Phytian S., 2006, p. 9, p. 236, p. 88; Johnson L.K. (ed.) 2010, p. 5, p. 6, p. 61, p. 392, p. 279, Maior G.-C. (ed.), 2010). „Secrecy, arată Peter Gill, is a key to understanding the essence of intelligence” (Gill P., Marrin S., Phytian M., 2009, p. 18), iar profesorul George Cristian Maior accentuează: „în intelligence, esențiale rămân colectarea și procesarea informațiilor din surse secrete” Maior G.-C., 2010, p. 11).

Sherman Kent, W. Laqueur, M. M. Lowenthal, G.-C. Maior ș.a. pornesc de la un concept de intelligence complex și multistratificat, înțeles ca semnificând cunoaștere, activitate, organizație, produs, proces și informație. Subsecvent, se pune problema ontologiei, epistemologiei, hermeneuticii și metodologiei intelligence-ului. Alături de Peter Gill, G.-C. Maior face operă de pionierat în a separa abordarea ontologică a intelligence-ului de cea epistemologică și a analiza „fundamentul epistemologic al activității de informații” (Maior G.-C., 2010, p. 33 și p. 43). Intelligence-ul trebuie gândit și din perspectiva axiomei ontologice a obiectului. Sub acest aspect, este de observat că una dintre semnificațiile sale, poate cea critică, îl situează într-un fel sau altul în perimetrul informațiilor. În opinia noastră, acele informații care au importanță majoră pentru operatori acreditați ai puterii statale, economice, financiare, politice etc. și dețin ori dobândesc un caracter confidențial-secret sunt sau devin intelligence. Informațiile din sistemele de intelligence pot constitui în sine intelligence sau ajung să fie intelligence în urma unor procesări specializate. „Intelligence-ul nu este doar informație care există pur și simplu” (Marinică M., Ivan I., 2010, p. 108), rețin Mariana Marinică și Ion Ivan, el se obține în

urma unui „act conștient de creație, colectare, analiză, interpretare și modelare a informațiilor” (Marinică M., Ivan I., 2010, p. 105).

3.2. Axioma teleologică. Pe lângă axioma de segregare a comunicării de informare în raport cu obiectul (mesajul), se poate reține ca axioma o contribuție a lui Magoroh Maruyama la demitizarea informării. În articolul „Information and Communication in Poly Epistemological System” din „The Myths of Information”, acesta arată: „The transmission of information is not the purpose of communication. In Danish culture, for exemple, the purpose of communication is frequently to perpetuate the familiar, rather than to introduce new information” (1980, p. 29).

Axioma ontologică de segregare în raport cu scopul determină informarea drept acel tip de comunicare cu urgență redusă în care scopul interacțiunii îl reprezintă transmiterea de informații.

3.3. Axioma lingvistică. O a treia axioma de segregare ontologică comunicare-informare se poate desprinde în raport cu argumentul lingvistic al contextului gramatical acceptabil. Richard Varey gândește că a înțelege „the difference between communication and information is the central factor” și găsește în contextul lingvistic criteriul de a valida diferența: „we speak of giving information **to** while communicate **with** other” (1997, p. 220). Transmiterea de informații are loc „cătred” sau cuiva, iar comunicarea are loc „cu”. Alături de această variantă de context gramatical se mai poate înregistra și situația de acceptabilitate a unor enunțuri în raport cu obiectul procesului de comunicare, respectiv obiectul procesului de informare.

Enunțul „a comunica un mesaj, informații” este acceptabil. În schimb, enunțul „a informa comunicări” nu este. Sintagma „comunicarea de mesaje-informații” este validă, dar sintagma „informarea de comunicări”, nu. Prin urmare, limba poartă cunoaștere și ne „ne îndrumă” (cum spune Martin Heidegger) să observăm că, lingvistic, comunicarea are o ontologie mai extinsă și că ontologia informării i se subsumează.

Caracterul ontic și ontologic al limbii îi permite acesteia să exprima existența și să realizeze o specificare funcțional-gramaticală. Limba nu permite decât existențe gramaticale. Ca mesaj, informația poate fi „comunicată” sau „comunicabilă”. Subzistă și cazul că o informație să nu fie „comunicată” ori „comunicabilă”. În mod conex, comunicarea nu poate fi „informată”. Câmpul semantic al comunicării este deci mai extins, mai bogat și mai versatil. Comunicarea permite „incomunicabilul”.

3.4. Axioma comunicării neutrosifice. Înțelegând cadrul fixat de cele trei axiome, constatăm că unele elemente comunicaționale sunt heterogene și neutre în raport cu criteriul informativității. Dintr-un discurs pot fi suprimate anumite elemente, fără ca mesajul să sufere modificări informaționale. Aceasta înseamnă că unele semnificații mesajual-discursive sunt redundante, altele sunt neesențiale în raport de orexisul-direcția practică sau de nuanță practică în ordinea gândirii. Redundanțele și elementele semnificaționale non-nucleare pot fi elidate, iar mesajul rămâne informațional neschimbat. Aceasta probează existența unor nuclee de semnificații neutre, neutrosifice. (În ce privește fundamentele epistemologice ale conceptului de neutrosofie trimitem la lucrarea lui Florentin Smarandache, *A Unifying Field in Logics, Neutrosophic Logic, Neutrosophy, Neutrosophic Set, Neutrosophic Probability and Statistics*, 1998).

Pe funcționarea acestui fenomen se bazează procedurile de contragere textuală, de grupare, de înscriere, de asociere, de rezumare, de sintetizare, de integrare.

Propunem să se înțeleagă prin comunicare neutrosifică acel tip de comunicare în care mesajul este constituit din și se fundamentează pe elemente semnificaționale neutrosifice: non-informaționale, redundante, elidabile, contradictorii, incomplete, vagi, imprecise, contemplative, non-practice, de cultivare relațională. Comunicarea informațională este acel tip de comunicare al cărei obiect îl alcătuiește împărtășirea unui mesaj informațional. Demersul fundamental al emitentului este, în comunicarea informațională, acela de a informa. A informa este a transmite informații sau, exact, cu cuvintele profesorului Ilie Rad: „să informeze, adică să transmită doar informații” (Moldovan L., 2011, p. 70). În linii generale, orice comunicare conține unele ori anumite elemente neutrosifice, elemente suprimabile, redundante, elidabile, non-nucleare. Când însă elementele neutrosifice au preponderență comunicarea nu mai este informațională, ci neutrosifică. Ca atare, axioma neutrosifică ne permite să delimităm două tipuri de comunicare: comunicarea neutrosifică și comunicarea informațională. În majoritatea timpului comunicarea noastră este neutrosifică. Comunicarea neutrosifică este regula. Comunicarea informațională constituie excepția. În oceanul comunicării neutrosifice se

Dobreanu C., *Preventing surprise at the strategic lever*, Buletinul Universității Naționale de Apărare „Carol I”, anul XX, nr. 1/2010, pp. 225-233, 2010.

Enache Doru, *Informația, de la primul cal troian la cel de-al doilea cal troian*, Parașutiștii, anul XIV, nr. 27(36), pp. 25-28, 210.

Păvăloiu C., *Elemente de deontologie a evaluării în contextul creșterii calității actului educațional*, Forțele terestre, nr. 1/2010.

diferențiază insule diamantine de comunicare informațională.

BIBLIOGRAFIE

1. Brier S., *What is a Possible Ontological and Epistemological Framework for a true Universal Information Science*, în Hofkirshner W. (ed.), *The Quest for a unified Theory of Information*, Amsterdam, Gordon and Breach Publishers, 1999.
2. Brillouin L., *Science and Information Theory*, 2nd edition, New York, Dover Publications Inc., 2004.
3. Cai Wen, *Extension Theory and its Application*, Chinese Science Bulletin, vol. 44, nr. 17, pp. 1538-1548, 1999.
4. Craia Sultana, *Dicționar de comunicare, mass-media și știința comunicării*, București, Editura Meronia, 2008.
5. Dâncu V. S., *Comunicarea simbolică*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 1999.
6. DeVito, J. A., *Communicology*, New-York, Harper and Row, 1982.
7. DeVito J., *Messages*, Harper Collins College Publishers, 1993.
8. DeVito J., *Human Communication*, Addison Wesley Longman Inc., 2000.
9. Dobreanu Cristinel, *Preventing surprise at the strategic lever*, Buletinul Universității Naționale de Apărare „Carol I”, anul XX, nr. 1, pp. 225-233, 2010.

10. Duke S., Mc Mahan D.T., *The Basics of Communication*, London, Sage Publications Inc., 2011.
11. Enache Doru, *Informația, de la primul cal troian la cel de-al doilea cal troian*, Parașutiștii, anul XIV, nr. 27(36), pp. 25-28, 2010.
12. Gelepithis P.A., *A rudimentary theory of information* în Hofkirshner W. (ed.), *The Quest for a unified Theory of Information*, Amsterdam, Gordon and Breach Publishers, 1999.
13. Gill P., Phytian S., *Intelligence in an insecure world*, Cambridge, Polity Press, 2006.
14. Gill P., Marrin S., Phytian S., *Intelligence Theory: Key questions and debates*, Routledge, New York, 2009.
15. Li Weihua, Yang Chunyan, *Extension Information-Knowledge-Strategy System for Semantic Interoperability*, Journal of Computers, vol. 3, no. 8, pp. 32-39, 2008.
16. Marinică M., Ivan I., *Intelligence – de la teorie către știință*, Revista Română de Studii de Intelligence, nr. 3, pp. 103-114, 2010.
17. Johnson L.K. (ed.), *The Oxford of Nnational Security Intelligence*, Oxford University Press, 2010.
18. Maior George Cristian, *Un război al minții. Intelligence, servicii de informații și cunoaștere strategică în secolul XXI*, București, Editura RAO, 2010.
19. Marinescu Valentina, *Introducere în teoria comunicării*, București, Editura C. H. Beck, 2011.
20. Marcus Solomon, *Întâlniri cu /meetings with Solomon Marcus*, București, Editura Spandugino, 2011, 2 volume.
21. Maruyama M., *Information and Communication in Poly-Epistemological Systems*, în Woodward K. (ed.), *The Myths of Information*, Routledge and Kegan Paul Ltd., 1980.
22. Métayer, G., *La Communicatique*, Paris, Les éditions d'organisation, 1972.
23. Miller G.A., *Language and communication*, New York, Mc-Graw-Hill, 1951.
24. Mokros H.B. și Ruben B.D., *Understanding the Communication-Information Relationship: Levels of Information and Contexts of Availabilities*, Science Communication, June 1991, vol. 12, no. 4, pp. 373-388.
25. Moldovan L., *Indicii jurnalistice. Interviu cu prof. univ. dr. Ilie Rad* în Vatra veche, Serie nouă, Anul III, nr. 1(25), ianuarie 2011 (ISSN 2066-0962), pp. 67-71.
26. Newcomb TM, *An Approach to the study of communicative acts*, în Smith A.G. (ed), *Communication and culture*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1966.
27. Norton M., *Introductory concepts of Information Science*, Information Today, Inc., 2000.
28. Păvăloiu Catherine, *Elemente de deontologie a evaluării în contextul creșterii calității actului educațional*, Forțele terestre, nr. 1/2010.
29. Petrescu Marius, *Năbârjoiu Neculae Managementul informațiilor*, vol. I, Târgoviște, Editura Bibliotheca, 2006.
30. Petrescu Stan, *Despre intelligence. Spionaj-Contraspionaj*, București, Editura Militară, 2007.

31. Petrescu Stan, *Informațiile, a patra armă*, București, Editura Militară, 1999.
32. Popa C., Ștefan Teodoru, Ivan Ion, *Măsurile organizatorice și structuri funcționale privind accesul la informații*, București, Editura ANI, 2008.
33. Popescu C. F., *Manual de jurnalism*, București, Editura Tritonic, 2004, 2 volume.
34. Rotaru Nicolae, *PSI-Comunicare*, București, Editura A.N.I., 2007.
35. Ruben B.D., *The Communication-information relationship in System-theoretic perspective*, Journal of the American Society for Information Science, volume 43, issue 1, pp. 15-27, January 1992.
36. Ruben B.D., *Communication and human behavior*, New York, Prentice Hall, 1992.
37. Schement J.R., *Communication and information* în Schement J.R., Ruben B.D., *Information and Behavior*, volume 4, Between Communication and Information, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, 1993.
38. Shannon C., Weaver W., *The mathematical theory of communication*, Urbana, University of Illinois Press, 1949.
39. Sims J.E., Gerber B., *Transforming US Intelligence*, Washington D.C., Georgetown University Press, 2005.
40. Smarandache F., *A Unifying Field in Logics, Neutrosophic Logic, Neutrosophy, Neutrosophic Set, Neutrosophic Probability and Statistics*, American Research Press, Rehoboth, 1998.
41. Smarandache F., *Toward Dialectic Matter Element of Extensics Model*, sursă Internet, 2005.
42. Tran V., Stănciugelu I., *Teoria comunicării*, București, comunicare.ro, 2003.
43. Vlăduțescu Șt., *Informația de la teorie către știință*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 2002.
44. Vlăduțescu Șt., *Comunicare jurnalistică negativă*, București, Editura Academiei Române, 2006.
45. Wiener N., *Cybernetics*, 3th ed., Mit Press, 1965.
46. Wilson T.D., *Trends and issues in information science*, în Boyd-Barrett O., Braham P., *Media, Knowledge and Power*, London, Croom Helm, 1987.
47. Wood J.T., *Communication in Our Lives*, Wadsworth/Cengage learning, 2009.
48. Zamfir G., *Comunicarea și informația în sistemele de instruire asistată de calculator din domeniul economic*, Informatica Economică, nr. 7/1998, p. 7.