

PROVOCĂRILE SOCIETĂȚII INFORMAȚIONALE PENTRU ORGANIZAȚIA ECONOMICĂ A SECOLULUI XXI

Măniguțiu Anca
Major Anita¹

Abstract: Nu suntem, desigur, primele care vorbesc despre societatea informațională; nu este o idee nouă. De fapt, nici nu mai este o idee – este o realitate. Societatea informațională își are începuturile în 1956-1957, doi ani din deceniu care au marcat un boom extraordinar pentru economia S.U.A. Se anunța sfârșitul unei ere: În 1957, pentru prima dată în istoria S.U.A., gulerele albe aflate în posturi tehnice, administrative și funcționari depășeau ca număr gulerele albastre. America industrială făcea loc unei noi societăți care, pentru prima dată în istorie, cei mai mulți dintre americani lucrau cu informația în loc să producă bunuri. Anii 1956-1957 au constituit punctul de cotitură, sfârșitul erei industriale și începutul societății postindustriale cum o numea Daniel Bell fiind rău înțeleasă ca economia postindustrială ce se va baza pe servicii. Creșterea adevărată a avut loc în ocupațiile informaționale. În 1950, numai 17 dintre noi lucrau în profesii informaționale. Acum mai mult de 65% lucrează cu informația ca programatori, profesori, funcționari, secretare, agenți de asigurări, birocrați, juristi, administratori, contabili, agenți de bursă, funcționari de bancă și tehnicieni și tot mai mulți lucrători detin meserii informaționale în cadrul întreprinderilor prelucrătoare. În actuala societate informațională, producem informație în masă la fel cum obișnuim să producem automobile pe bandă. Pentru a folosi o metaforă industrială, acum producem în masă cunoaștere, iar aceasta cunoaștere este forța societății noastre care spre deosebire de alte forțe din univers nu este supusă legilor conservării: ea poate fi creată, poate fi distrusă, poate fi folosită simultan în mai multe locuri și, lucrul cel mai important, este sinergetică – adică întregul este de obicei mai mare decât suma părților.

Cuvinte cheie: informație, cunoaștere, societate informațională, internet, dezvoltare durabilă.

Cuprins:

Cap. I Premisele apariției societății informaționale;

Cap. II. Implicațiile societății informaționale asupra mediului socio-economic contemporan;

Cap. III Internetul – sursă inepuizabilă de oportunități pentru organizația economică a secolului XXI

3.1 Îmbunătățirea competitivității organizației economice

3.2 Revoluționarea conceptului de muncă, loc de muncă, piața muncii

3.3 Cunoașterea – noua resursă de creație a avuției

Cap. IV Organizația virtuală – FOXPRINT

4.1 Caracteristicile generale

4.2 Avantajele și dezavantajele organizației virtuale

¹ Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice

Cap. I Premisele apariției societății informaționale;

Ultimul deceniu al secolului XX a marcat schimbări majore în tehnologiile de informare și comunicare, cu implicații profunde și ireversibile în economie și societate. În continuare sunt prezentate principalele premise care au determinat apariția și dezvoltarea accelerată a societății informaționale:

- Creșterea interdependenței la nivel global, sporind nevoia de comunicare între indivizi și organizații;
- Creșterea complexității mediului socio-economic, sporind exponențial nevoia de cunoaștere;
- Investițiile guvernamentale și private semnificative în sectorul de cercetare;
- Progresele din ingineria lingvistică care au generat de instrumente puternice de facilitare a dialogului om-mașină, permițând căutarea informațiilor precise pe Web (rețea), absorbind hiperabundența de informații;
- Apariția și ulterior generalizarea muncii cu calculatorul. Instrumentul informatic constituie o prelungire puternică a brațului și a gândirii omului, asigură sprijinul logistic al activităților, contribuie la conservarea memoriei, la o deschidere spre lumea întreagă, permite în același timp autonomie și solitaritate;
- Dezvoltarea unor capacități mari de stocare: CD-uri, DVD-uri, tehnologiile RNIS, ASDL, ATM, rețele cu debit mare (20 Mb, 155 Mb...): prețuri de stocare și de transport ale obiectivelor informaționale sau documentare din ce în ce mai ambițioase (muzică, cinema, video on-line...);
- Trecerea la documentul numeric: totul se așează, se manipulează și se exploatează sub forma unor suite de bits 0 sau 1, indiferent de natură, format, origine, standardul documentului. Documentul numeric este omniprezent în orice comunicare, informare, documentare, aducând flexibilitate, maleabilitate, conducând la diminuarea costurilor de stocare, de manipulare, de difuzare a informației.

Dezvoltarea societății informaționale este un proces ireversibil, cu implicații profunde la nivelul societății umane.

Cap. II Implicațiile societății informaționale asupra mediului socio-economic contemporan

Ar fi greșit să considerăm societatea informațională numai sub aspectul său tehnologic și să-l asimilăm cu simpla dezvoltare a tehnologiilor de informare și comunicare a documentului numeric din rețea. O viziune holistică asupra societății informaționale presupune evidențierea următoarelor aspecte:

- Noi comportamente ale oamenilor și grupurilor umane, modificându-le modul de a gândi, de a învăța, de a lucra, de a coopera. Această societate a informației, despre care se mai spune că este societatea cunoașterii și a inteligenței, se dezvoltă pe baza unei noi culturi a informației.
- Schimburile de date și comunicarea electronică generalizată între oameni și grupuri, atât la scară planetară cât și la nivel local, constituie un factor de dezvoltare individuală și colectivă.
- Această societate a informației poartă în ea principiul fundamental al progresului bazat pe circulația deschisă și facilă a informațiilor și ideilor, imprimând o evoluție exponențială a cunoașterii;

- Se deschid perspective noi în materie de educație și formare, oferind: un acces facil la informație, la documentare, la cunoaștere (învățământul la distanță, auto-formarea, biblioteci și universități virtuale).
- Se oficializează noi modalități: de organizare a muncii, de cooperare și de dezvoltare, de mobilizarea competențelor (telemuncă, întreprinderi virtuale, colecții virtuale, comunități de muncă).
- Se transformă numeroase domenii de activitate umană: e-medicine, petrecerea timpului liber, comerț electronic, etc. Nu în cele din urmă, apar noi posibilități de dezvoltare a democrației, se contribuie la cooperarea intercetățenească, la viața asociativă, la exprimarea punctelor de vedere diferite și variate asupra unor subiecte, preocupări cruciale ale societății;
- Facilitarea unor comportamente antisocial-economice: pirateria, încălcarea drepturilor de autor, fraudă și insecuritatea. Aceste probleme vor necesita o defensivă puternică și urgentă implicând la nivel global colaborarea tuturor actorilor implicați;
- Accentuarea inegalităților între bogați și săraci, între "conectați" și "neconectați". Aceasta se întâmplă atât între țări, cât și în sânul aceleiași comunități naționale sau locale.

Societatea informațională va fi restrucționată în dezvoltarea sa până nu vor fi reglementate juridic probleme privind dreptul: de autor, de editor, drept de producător și difuzor, dreptul ca mediator de informație și cunoaștere. Punctul central al dezvoltării acestei noi societăți a informației, constă în voința comună de a reda circuitului informațional o mai mare fluiditate, de a spori accesul universal și în același timp de a reduce costul la un nivel cât mai scăzut. Acest nou mediu informațional (care poate să se transforme într-un veritabil coșmar) se bazează pe înlăturarea frontierelor de orice natură, care împiedică difuzarea și partajarea informațiilor, a ideilor și a cunoașterii. Internetul s-a dezvoltat în comunitățile științifice pentru a accelera progresul ideilor printr-o diseminare cât mai largă, universală a cunoștințelor, oricare ar fi platformele informatice, limbile folosite, originile și apartenența actorilor.

Societatea informației înlătură noțiunea de frontieră, este incompatibilă cu practicile de închidere și refuz de comunicare. Nu trebuie ignorat faptul că nu toate informațiile care "circulă" în eterul virtual sunt veridice. Acest risc apare tocmai datorită faptului că nu există un mediu, o autoritate sau o instituție care să joace rol de "filtru". În schimbul universal, nu există frontierele tradiționale care închid, îngrădesc lumi. Nu mai sunt frontiere între țări sau comunități, precum granițele între biserici, între discipline, între organizații. Lumea propusă de cultura informațională, deschide noi perspective ideilor și muncii eliberate de către gânditorii tradiționali din societățile repliate. Această lume deschisă devine element nou și profund inovator al societății. Un aspect determinant de subliniat aici, ca trăsătură de deschidere rapidă a societății informației, este faptul că, în urmă cu optsprezece ani, țările Europei Centrale și de Est trăiau drama lipsei de comunicare, ca modalitate de apărare a unui sistem politic dictatorial. Este interesant de subliniat concomitența liberalizării și transformării societăților din aceste țări și generalizarea utilizării noilor tehnologii de informare. Cu siguranță, această concomitență nu ne conduce la cele mai bune rezultate macro-economice sau structurale în țările implicate, dar se poate recunoaște pretutindeni, transformarea progresivă a practicilor profesionale, educaționale și culturale prin integrarea noilor tehnologii de informare. Putem afirma că elitele științifice sau academice ale țărilor din Europa de Est au aceleași posibilități de dezvoltare ca și parteneri occidentali care aparțin noilor cyber-comunități specializate.

Cap. III Internetul – sursă inepuizabilă de oportunități pentru organizația economică a secolului XXI

Dezvoltarea deprinderilor în folosirea Internetului a început ca o modalitate de comunicare electronică universală, apoi prin Web, a cărei creștere rapidă și exponențială reprezintă un fenomen ireversibil cu implicații majore în managementul organizației economice a secolului XXI, pe care le prezentăm în cele ce urmează:

3.1 Îmbunătățirea competitivității organizației economice datorită:

- reducerii costurilor, în mod special al costurilor privind comunicarea și cele legate de manipularea informației și a datelor. Se știe că se pot reduce substanțial prețurile pentru telefon, fax printr-o utilizare judicioasă a Internetului. Această reducere se poate face simțită la nivel de instituții, cu condiția unor investiții necesare procurării unor echipamente puternice (atât la nivel de stat, cât și la nivel de instituție de învățământ, întreprinderi).;
- valorificarea oportunităților sau evitarea amenințărilor ca urmare a comunicării și prelucrării în timp real a informației;
- creșterea eficienței și a eficacității organizației. Un prim efect important al Internetului constă în simplificarea și ușurarea activităților zilnice privind administrația sau gestiunea. Cercetătorul, utilizatorul lucrează direct pe calculatorul personal transmițând date și texte colegilor, clienților sau factorilor decizionali. Documentele sunt astfel mai ușor arhivate, reutilizate în orice moment și de către oricine. Mesageria electronică permite o comunicare și un mod de lucru de mare eficacitate, scurtând pauzele datorate unor intermediari ineficienți. Lucru direct, imediat, care poate fi memorat, reutilizabil, transferabil; lucrul cu Internetul și rețelele electronice ne modifică în profunzime obiceiurile. Se pune problema necesității de a menține anumite posturi în instituții (dactilografă, secretară) sau anumite poziții ierarhice inutile;
- stimularea muncii în echipă. Crearea rețelelor de calculatoare și deci existența persoanelor care să le folosească, ne conduce către un fenomen nou și anume dezvoltarea unei noi creativități colective. Munca în echipă prin intermediul instrumentelor de tip *groupware* sau *workflow* este ușurată. Trebuie menționat riscul care ar putea apare. De aceea organizațiile trebuie să-și regândească viitorul și structurile în fața evoluției Internetului;
- apariția unor noi modele de bussines: e-commerce (un exemplu în ultima parte a lucrării);
- e-marketingurului și a identității virtuale;
- identificarea de noi parteneri. Nu poate fi trecut sub tăcere efectul de anti-izolare produs de către Internet. Pentru prima oară în istoria omenirii s-a produs și utilizat în mod colectiv o tehnologie globală (nu locală). Brusc, cadrul de comunicare se lărgeste, frontierele întreprinderilor, universităților, orașelor, regiunii, statului, nu mai există. Se comunică cu lumea întregă, la fel de simplu ca și cu vecinul de scară sau colegul de birou. Se descoperă noi orizonturi, noi concepții privind societatea. Se colaborează cu echipe noi. Se extinde acțiunea de marketing și de comunicare la scară planetară.

Pentru a valorifica aceste oportunități, trebuie schimbate modurile de organizare, aplatizarea ierarhiilor, acceptarea spontaneității și stimularea creativității persoanelor și echipelor, ștergerea frontierelor protectoare. Trebuie făcute investiții în instrumente și echipamente, dar în perfecționarea personalului, aspect deloc facil.

3.2 Revoluționarea conceptului de muncă, loc de muncă, piața muncii

În general Noile Tehnologii de Informare și Internetul schimbă structura și repartitia locurilor de muncă într-o țară, într-o anumită zonă geografică. Este limpede că multe locuri de muncă tradiționale, amintind de anumite forme vechi de organizare a muncii vor dispărea, în mod special tot ceea ce amintește de operații intermediare, înlocuite azi de către informatică și comunicații electronice (munca de secretariat, dactilografierea, etc.). În același timp vor apărea noi meserii legate de dezvoltarea IT și specializarea în instituții a unor echipe/persoane, care se vor ocupa de folosirea Internetului. Este greu să stabilești azi un bilanț complet al acestor transformări, dar se văd deja semnele noilor mentalități. Trebuie menționată crearea unor locuri legate indirect de cucerirea unor noi piețe datorate unei competitivități crescute.

Noțiunea de „loc de muncă” își schimbă radical semnificația în noile condiții. Este evidentă o răspândire a „lucrului la domiciliu”, aceasta fiind posibil datorită tehnologiilor informaționale. Pe piața muncii se înregistrează o creștere semnificativă a liber profesioniștilor, aceștia având relații contractuale cu companiile. Această nouă tendință reprezintă un avantaj pentru companiile care practică „lucrul la domiciliu” datorită economiilor de costuri semnificative. Este un avantaj și pentru deținătorul forței de muncă care își poate gândi un program flexibil, nefiind legat de un anumit spațiu și orar pentru prestarea muncii.

3.3 Cunoașterea – noua resursă de creare a avuției

Accesul la impresionante surse de informare. Trebuie precizat imensul dispozitiv informațional constituit de către rețea și milioane de site-uri Web, multiple forumuri și liste de difuzare electronică, numeroase site-uri de fișiere informatizate, noi biblioteci virtuale, noi muzee on-line. Niciodată nu am beneficiat de o bogăție de informații, chiar cu o supraabundență de date și de documente. Cel mai important este să faci trierea informației, alegând-o pe cea optimă. Important este să nu te rătăcești pe rețea.

Cercetarea și dezvoltarea cunoașterii. Este domeniul de activitate care beneficiază cel mai mult de Internet. Cercetarea progresează direct proporțional cu intensitatea contactelor care se stabilesc între echipele de cercetători. Se hrănește din schimburi permanente și trăiește din cooperare (pe toate nivelele). Multiplicarea siturilor Web și a forumurilor electronice dedicate activității științifice va conduce într-un viitor apropiat la o sporire considerabilă a cunoașterii noastre. Este o nouă viziune privind comunicarea științifică și tehnică, a unor noi practici de publicații și schimb, care vor pune problema modului tradițional de editare științifică.

Educația și Internetul: noi modalități de predare. În domeniul educației, Internetul va produce multe modificări. Mai întâi este vorba de a acorda un acces mai larg, universal la sursele cunoașterii. Factorii decizionali din America au decis echiparea tuturor școlilor la accesul eficient la rețea, au înțeles că acest mod de acțiune la nivel educațional, înseamnă să oferi un anumit credit, pe termen lung economiei americane. În afara de noile posibilități de acces la educație și cunoaștere, Internetul permite regândirea educației, a învățământului, pedagogiei: învățământul la distanță, formare în situri (în instituții sau la domiciliu), formarea de-a lungul vieții, tutorat electronic, colective de învățare, etc. Pe acest teren ne așteptăm în viitorul apropiat la inovații majore, schimbând dispozitivele de educație și învățământul moștenit din secolul XIX, chiar dacă este bun și productiv. Este nevoie ca mijloacele de învățământ să utilizeze cât mai mult Internetul.

Stabilirea unor reguli pentru apărarea valorilor Noile tehnologii (Internet, rețele electronice, multimedia) permit mult viitorului, dar în același timp, pot apărea noi și grave probleme ale căror importanță începem să le percepem. Impactul Internetului asupra societății va depinde de capacitatea acestuia de a gestiona cât mai bine efectele benefice și malefice ale noului instrument.

Cap. IV Organizația virtuală – FOXPRINT

4.1 Caracteristicile generale

Site-ul www.foxprint.ro vinde pe langa tricouri personalizate si cani, ceasuri, autocolante, sepci, sau calendare. Andrei Breaz, persoana care se ocupa de vanzari, spune ca ideea de a deschide un stfel de sie s-a nascut in uma cu aproximativ doi ani, cand a observat potentialul extraordinar al acestei piete si totdata oferta destu de slab dezvoltata pe piata din Romania : ‘Atunci ne-am dat seama ca putem face mult mai multe pe acest segment de piata’ spune el.

Investitia initiala s-a ridicat la 6000 de euro (20.400 de lei), anii fiind investiti in mare parte in realizarea si intretinerea site-ului si in achizitionarea echipamentelor necesare.

El estimeaza pentru anul acesta o cira de afaceri de peste 17.500 de euro (60.000 de lei), ceea ce ar reprezenta o crestere semnificativa fata de 2006. Estimarea se bazeaza pe introducerea unor noi produse pe langa cele existente, rucsac, portmoneu, minitricouri, sort de bucatarie, babica, globuri, mousepad-uri, cani termosensibile, si multe altele, acestea urmand a satisface nevoile si gusturile unui segmet mai mare de clienti.

Clientii sunt atat persoane fizice cat si juridice. ‘clientii din romania sunt mai receptivi decat ne-am fi asteptat, intelegeand foarte usor conceptul foxprint.ro si avand totodata incredere si produsele si serviciile noastre. Bineînțeleș ca aceasta incredere trebuie intretinuta in continuare.

Site-ul nostru a ajuns in scurt timp o unealta importanta pentru numeroase persoane, organizatii sau oameni de afaceri care sunt dornici sa isi promoveze ideile si afacerile. Oricine isi poate deschide un magazin pe foxprint.ro, absolut gratuit. In acest magazin utilizatorul isi poate expune produsele personalizate cu propriile fotografii, luate chiar de pe calculatorul acestuia. Magazinul poate promova ideile unice ale fiecaruia, poate promova imaginea unei compani sau a unei organizatii. Castigul in bani ii utilizatorului revinde din adaosul ce il stabilește acesta intre 1-100% peste pretul de baza stabilit de catre foxprint.

Modalitatea de cumparare, logarea, date de facturare, instructiuni, finalizare a comenzii se gasesc toate pe site-ul foxprint.ro deci utilizatorului i se simplfca munca efectiv. Exista si un suport telefonic de care se poate beneficia contactand Departamentul Vanzari la numarul de telefon :

0740-217.462. Consultantii va vor oferii informatii necesare procesarii comenzii si va vor acorda tot sprijinul pentru a selecta produsul care sa satisfaca cerintele dvs in cazul in care nu stiti ce ar trebui sa alegeti.

Plata se poate face in sistem Ramburs, transfer bancar, depunere numerar sau Online cu card bancar:

- 1) In cazul sistemului Ramburs, adresa de livrare trebuie sa fie aceeasi cu adresa de facturare (nu puteti trimite un cadou direct altei persoane). Coletele se achita la inmanare de catre agentul serviciului de curierat rapid. Plata in numerar, pentru produsele livrabile din stoc se face la livrare, in lei, la valoarea din momentul confirmarii telefonice a comenzii.
- 2) Poti achita prin transfer bancar din contul tau in contul firmei noastre de asemenea, poti achita in lei din Romania, de la orice sucursala BCR, prin depunere numerar direct in contul nostru.

Date necesare :

SC BREAZ SRL

CIF: RO16622042

Adresa: Oradea, str. Leonardo Da Vinci, nr.23

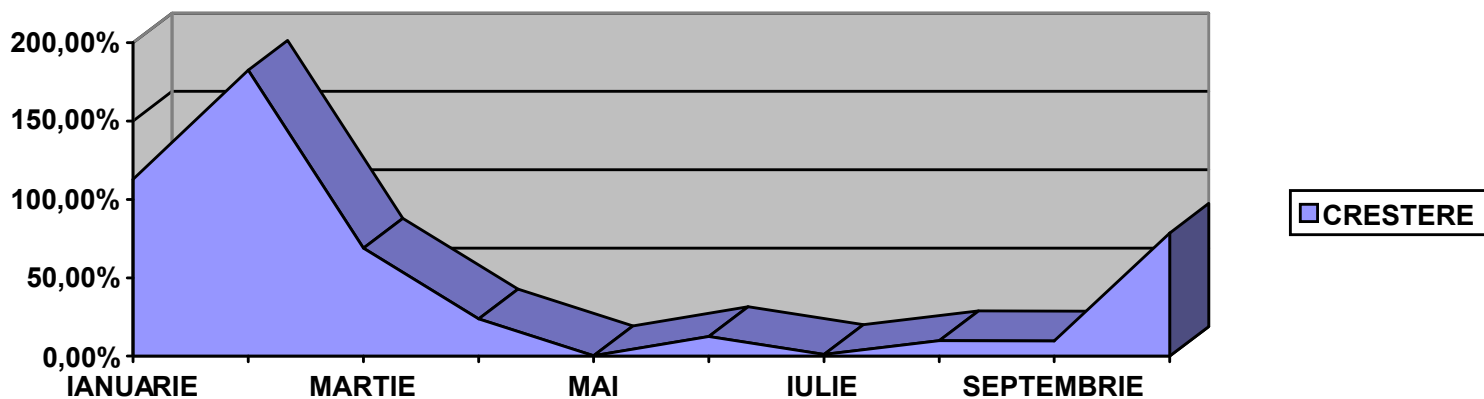
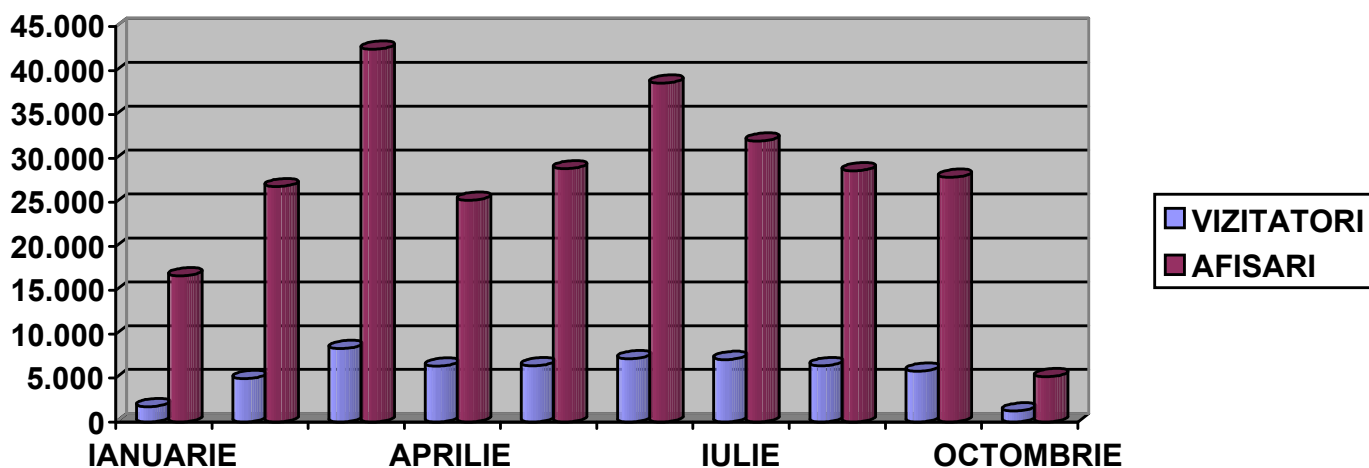
Banca: BCR Oradea

Cont Lei: RO30RNCB0318084582160001

Platile efectuate prin virament bancar sau depunere numerar pot fi confirmate la adresa de e-mail comenzi@foxprint.ro sau telefonic la numarul 0740-217.462 comunicandu-ne numarul documentului, data, banca, localitatea si numele persoanei care a efectuat plata.

- 3) In cazul in care ati selectat plata online va rugam asteptati pe e-mail proforma Paypal ce contine un link al formularul de plata online. Pretul afisat in proforma Paypal este in USD si este calculat la cursul BNR din ziua comenzii.

Site-ul foxprint.ro a ajuns n scurt timp o unealta importanta pentru numeroase persoane, organizatii sau oameni de afaceri care sunt dornici sa isi promoveze ideile si afacerile.



Aceste date sunt culese de pe sistemului de monitorizare online www.traffic.ro conform caruia www.foxprint.ro ocupa locul 235 in categoria Afaceri si Comert.

‘Este o afacere profitabila, dar, la fel ca aproape orice afacere pe Internet, numai in timp se pot vedea rezultate srioase. Investitia intr-un asemenea buisnes este una care va da rezultate din ce in ce mai bune, odata cu dezvoltarea cumparaturilor online in Romania’ este de parere Breaz.

Foxprint.ro vrea sa devina cel mai important site de profit din Romania, dar deocamdata isi propune sa atraga tot mai muti proprietari de magazine. ‘Pe termen lung se doreste a fi unelata

principala pentru cat mai multe persoane fizice si juridice, in ceea ce priveste crearea, vinderea si cumpararea de produse personalizate', spune Breaz.

4.2 Avantajele și dezavantajele organizației virtuale

Organizația virtuală este construită pe baza sistemelor ICT2, sisteme ce facilitează transferuri de date rapide, costuri reduse și coordonare în cadrul său fără limite geografice și temporale. Avantajele organizației virtuale sunt:

- Costurile reduse de operare datorită condițiilor specifice;
- Obținerea relativ facilă a informațiilor despre clienți;
- Creșterea interesului pentru mediul virtual;
- Flexibilitatea întreprinderilor virtuale se referă la posibilitatea de redefinire a scopurilor și de reconfigurare rapidă a resurselor pentru a răspunde prompt la oportunitățile pieței. Redefinirea cu ușurință a strategiei de marketing;

Organizații virtuale au de asemenea limitări și un număr de probleme ce trebuie rezolvate:

- Nivelul actual al capacității tehnologice și accesibilității frânează integrarea completă a organizațiilor virtuale, dependente în totalitate de calitatea informației electronice schimbată între "jucători", a cărei transparență este îndoielnică;
- Proprietățile intelectuale și de securitate sunt probleme ce apar în cadrul organizației virtuale;
- De asemenea, se pun tot mai multe întrebări cu privire la implicațiile sociale, la efectele psihologice asupra angajaților întreprinderilor virtuale, dacă lipsa interacțiunilor directe ridică probleme conflictuale, de loialitate și performanță. Chesboroug și Teece avertizează asupra relațiilor din cadrul organizațiilor virtuale.
- O altă problemă este legislația coalițiilor și a taxelor.
- Organizațiile globale nu se încadrează în clasificările prevăzute de lege, iar producția poate fi plasată acolo unde legislația este mai favorabilă.

Concluzii

Societatea informațională și noua economie pot juca un rol decisiv în configurarea viitorului planetei. Fiecare națiune, fiecare organizație și fiecare individ trebuie să-și pună problema valorificării oportunităților oferite de societatea informațională. Noua arhitectură a lumii va depinde de capacitatea valorificării acestor oportunități.

Subliniem că, noua economie în general, comerțul electronic în special, implică mai mult decât tehnologie, strategie și instrumente legale adecvate. Mai mult ca oricare, se impune stringent ca societatea informațională să fie privită și promovată drept o nouă cultură a progresului, eficienței și echității la scară planetară.

Bibliografie:

1. Michel, Jean <http://www.paris.enpc.fr/~michel-j/INDEX.html>
2. Arabesque <http://www.abes.fr>
3. Archimag <http://www.archimag.presse.fr>
4. Bulletin des Bibliothèques de France <http://www.enssib.fr/Enssib/bbf/bbf.htm>
5. Documentaliste <http://www.adbs.fr>
6. Arhivele listelor de discuții Biblio-fr, ADBS-Info
7. Thorhauge, J.; Larsen, G.; Thun, P; Albrechtsen, H. Bibliotecile publice și societatea informației. ABBPR, București, 1998
8. www.foxprint.ro
9. Ziarul Financiar din 9 februarie 2007 – autor Delia Oniga
10. Emil Scarlat, Agenți și modelarea bazată pe agenți economici, Ed. ASE, București, 2006
11. Ștefan Iancu, Managementul cunoștințelor, Univers ingineresc, XII, 2001, Nr. 3, 4, 6,8,10
12. Mihai Drăgănescu, Societatea cunoașterii și cartea electronică, comunicare, Simpozionul Cartea Electronică, Academia Română, 21 iunie 2001.