

Societatea informațională și accesul tinerilor la tehnologia digitală

Poliana Ștefănescu

Universitatea din București

Tipologia transformărilor societale pe care le implică societatea informațională include: sisteme tehnologice și economice, schimbări instituționale și schimbări ideologice și valorice. Orice evaluare a nivelului societății informaționale într-o anumită regiune sau populație va ține cont de: accesul la noile tehnologii, prețul de conectare la Internet, practicile de utilizare și nivelul de competență, precum și numărul serviciilor publice oferite online.

În cele ce urmează vom analiza indicatorii referitori la penetrarea noilor tehnologii în rândul populației, precum și spațiile de acces la Internet pe care le utilizează tinerii de vârstă școlară, în perspectiva românească și internațională.

Societatea informațională

Acest termen a apărut cu peste trei decenii în urmă. În anul 1973, sociologul american Daniel Bell a introdus noțiunea de societate informațională în cartea sa *The Coming of Post-industrial Society*, în care afirma că aceasta (societatea postindustrială) va fi bazată pe cunoașterea teoretică, iar serviciile bazate pe cunoașterea teoretică vor deveni structura centrală a noii economii și a unei noi societăți care se sprijină pe informație¹.

Expresia „societatea informațională” revine în forță în cursul anilor '90, în contextul dezvoltării Internetului și a TIC (Tehnologia Informației și a Comunicațiilor). Începând cu anul 1995, „societatea informațională” figurează pe agenda reuniunilor G7 (devenită G8). Ea a fost adoptată de UE, OECD, SUA și de organizații internaționale ca ONU sau Banca Mondială. Această adoptare unanimă a avut un mare impact mediatic. În 1998, sintagma „societatea

informațională” a fost aleasă, mai întâi de Uniunea Internațională de Telecomunicații și apoi de ONU, ca titlu pentru Summitul mondial din 2003 și 2005². În acest context, noțiunea de „societate informațională”, ca o construcție politică și ideologică, s-a dezvoltat în cadrul globalizării neolibérale care viza, în principal, să accelereze instaurarea unei economii (piețe) mondiale.

Conform Castells (1999), termenul de societate informațională caracterizează: „o formă particulară de organizare socială în care crearea, prelucrarea și transmiterea informației devin sursele primare ale productivității și ale puterii, datorită noilor condiții tehnologice care apar în această nouă perioadă istorică”.

Un termen vehiculat în paralel este acela de societate a cunoașterii, despre care Castells (2002) precizează că se referă la o societate în care: „condițiile de creare de cunoștințe și de prelucrare a informației au fost în mare parte modificate de o revoluție tehnologică axată pe procesarea

informației, crearea de cunoștințe și tehnologia informației”.

În principiu, diferența dintre cei doi termeni este următoarea: societatea informațională pune accentul pe conținutul muncii, adică culegerea, procesarea și comunicarea informațiilor necesare, în timp ce societatea bazată pe cunoaștere pune accentul pe faptul că agenții economici trebuie să dețină calificări superioare, pentru a-și putea exercita meseriile. Paradigma fondatoare „tehnic-economică”, la care se raportează întreaga literatură despre societatea informațională, pornește de la implicațiile economice generate de schimbările tehnologice corelate cu *antreprenoriatul creativ* și cu alte aspecte ale procesului de inovare.

Chiar dacă nu este menționată în mod expres, numeroși autori utilizează paradigma „sociotehnică” pentru a construi tipologia transformărilor societale pe care le implică societatea informațională:

- sisteme tehnologice și economice (structuri globale; restructurări și rețele economice; noi tehnologii de informare și comunicare; noi practici de comunicare mediatică);

- schimbări instituționale (rețele societale; criza instituțiilor moderne; declinul comunităților și al relațiilor sociale tradiționale; emergența unor noi tipuri de comunități; un nou spațiu public);

- schimbări ideologice și valorice (neindividualism; noi valori și coduri culturale; practici postmoderne în viața cotidiană).

Principiul convergenței tehnologiilor

Principalul motor economic al mutației care are loc pe piețele informației și ale comunicațiilor și pe cele ale dezvoltării de aplicații interactive îl constituie confluența unor tehnologii diferite din domeniul electronicii, transmisiunilor și informaticii.

Cei doi vectori importanți ai schimbării sunt dezvoltarea infrastructurilor și crearea de noi servicii interactive.

Societatea informațională (SI) se bazează pe un set de elemente de infrastructură, grupate pe trei componente:

- *infrastructura de conectivitate*, care asigură interconectarea elementelor din configurația SI;

- *infrastructura de software* care cuprinde programele de calculator ce stau la baza majorității activităților din SI;

- *infrastructura de conținut*, care include atât sistemele-platformă de informații, cât și instituțiile care asigură accesul și protejarea informației.

Aceste infrastructuri au o caracteristică nouă față de infrastructurile din alte activități socioeconomice, și anume aceea că valoarea lor crește pe măsură ce sunt folosite de mai mulți indivizi.

La Summitul privind Societatea informațională de la Tunis, în 2005, s-au definit următoarele principii de acțiune pentru deceniul următor:

- asigurarea accesului la informație și cunoaștere;

- promovarea accesului universal la NTIC la un cost redus;

- promovarea diversității lingvistice și a identității culturale;

- dezvoltarea potențialului uman prin educație și instruire;

- stabilirea unui mediu favorabil din punct de vedere legislativ și normativ;

- realizarea încrederii și securității în folosirea tehnologiei informației;

- abordarea globală a problemelor.

Se observă că aceste principii de acțiune acoperă toate domeniile vieții cotidiene, de la adoptarea noilor tehnologii în familie, până la dezvoltările serviciilor publice și la promovarea accesului universal. Orice evaluare a nivelului societății informaționale într-o anumită regiune sau populație va ține cont de: accesul la noile tehnologii, prețul

de conectare la Internet, practicile de utilizare și nivelul de competență, precum și numărul serviciilor publice oferite online.

În continuare, vom analiza indicatorii referitori la penetrarea noilor tehnologii în rândul populației și spațiile de acces la Internet pe care le utilizează tinerii de vârstă școlară, în perspectiva românească și internațională.

Accesul la tehnologie în societatea informațională

În toate statele s-au elaborat și aplicat politici guvernamentale privind cercetarea, dezvoltarea și adoptarea noilor tehnologii, consolidarea infrastructurilor informaționale naționale, formarea specialiștilor, educația populației, cooperarea cu sectorul privat și încurajarea investițiilor, promovarea proiectelor guvernamentale care au rolul de a demonstra utilitatea serviciilor specifice societății informaționale.

Programe ca eEurope, Imaginea Internetului, Proxima sau Eurostat prezintă periodic analize naționale și transnaționale ale modului în care se dezvoltă *Societatea informațională* în statele lumii.

Este important să cunoaștem progresele care s-au înregistrat, în această direcție, în România, și în special modul în care se concretizează accesul tinerei generații la noile tehnologii.

Studii românești

Până în prezent, adoptarea și răspândirea noilor tehnologii a fost studiată fie ca o componentă a unor studii mai extinse, fie pentru anumite grupuri-țintă. Periodic, Ministerul de resort³ publică diferite statistici, care nu

sunt întotdeauna confirmate de studiile sociologice.

În anul 2005, cele două studii ale Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare⁴ au pus în evidență prezența noilor tehnologii în gospodăriile românești în care trăiesc copiii cu vârstele între 7 și 18 ani, elevi în cele trei cicluri de învățământ preuniversitar (primar, gimnazial și liceal), precum și atitudinea acestor tineri față de noile tehnologii (adoptare, consum, calitatea consumului etc.).

De la început s-a remarcat prezența masivă a telefoanelor mobile în familiile elevilor, cu diferențe semnificative între zonele urbane și cele rurale. Dar, constatăm că în căminele cu copii de vârstă școlară există calculatoare în proporție de peste 50%, în mediul urban, și de peste 30% în mediul rural.

Diversificarea terminalelor domestice în familie și scăderea costurilor de conectare nu permit, în exclusivitate, difuzarea acestor tehnologii către un public mai larg. Totuși, familiile cu copii la școală achiziționează și adoptă mai repede aceste tehnologii. Dacă ne raportăm la rezultatele raportului eEurope 2004, conform căruia 22% dintre români au calculatoare acasă, putem afirma că familiile cu copii școlari depășesc cu mult procentajul național. Conform aceluiași raport, 7% dintre români au conexiune Internet acasă, ceea ce reprezintă o proporție inferioară față de familiile cu copii între 7 și 18 ani.

Cercetările din 2005 prezintă un procentaj de conectare la Internet de 23-30% în familiile urbane și 7-12% în familiile din rural.

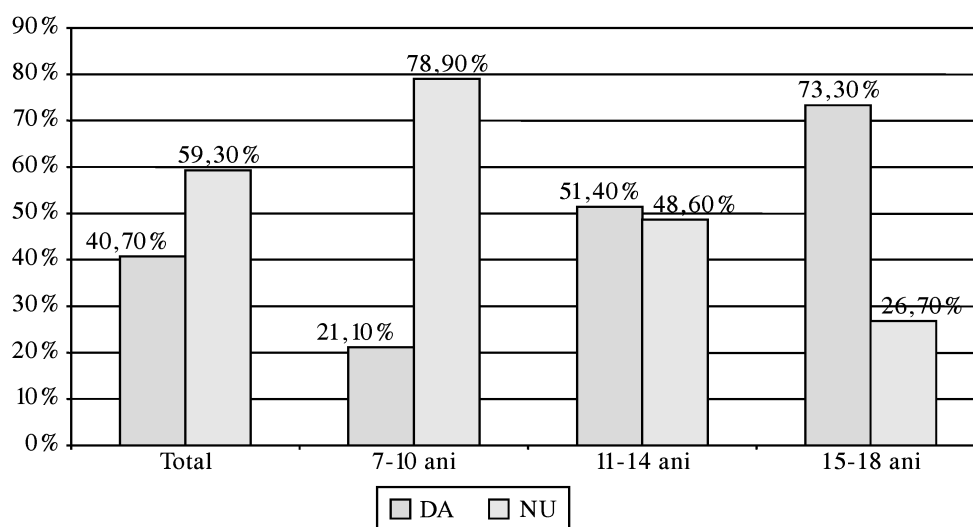
Tabelul 1 prezintă situația adoptării NTIC în gospodăriile românești în care trăiesc copii, pe cele trei grupe de vârstă și medii de rezidență.

Tabelul 1. Prezența noilor tehnologii în gospodăriile în care trăiesc copii de vârstă școlară, 7-18 ani (2005)

Gospodării cu copii școlari	Rezidența	Telefon mobil %	Calculator %	Conexiune dial-up %	Conexiune cablu %
7-10 ani	Urban	75,10	53,30	5,70	18,00
	Rural	54,10	33,40	2,80	4,30
11-14 ani	Urban	78,00	62,70	8,10	17,20
	Rural	59,60	33,20	1,90	2,70
15-18 ani	Urban	80,50	62,40	10,60	21,00
	Rural	68,40	38,40	4,50	9,30

Indiferent de dotarea familiei, o proporție mult mai mare dintre elevi accesează Internetul fie de acasă, de la școală sau de la Internet café și prieteni. Aproape 41% dintre elevi au accesat Internetul;

proporția lor variază în funcție de grupele de vârstă astfel: 21% la vârsta de 7-10 ani, 51% la 11-14 ani, iar elevii de liceu, 73%. Graficul următor prezintă această situație.



Graficul 1. Prezența tinerilor pe Internet

În funcție de vârstă, variază și timpul petrecut pe Internet. Astfel, aproape unul din cinci adolescenți navighează zilnic o oră-două pe Internet, iar unul din zece depășește patru ore de utilizare a Internetului

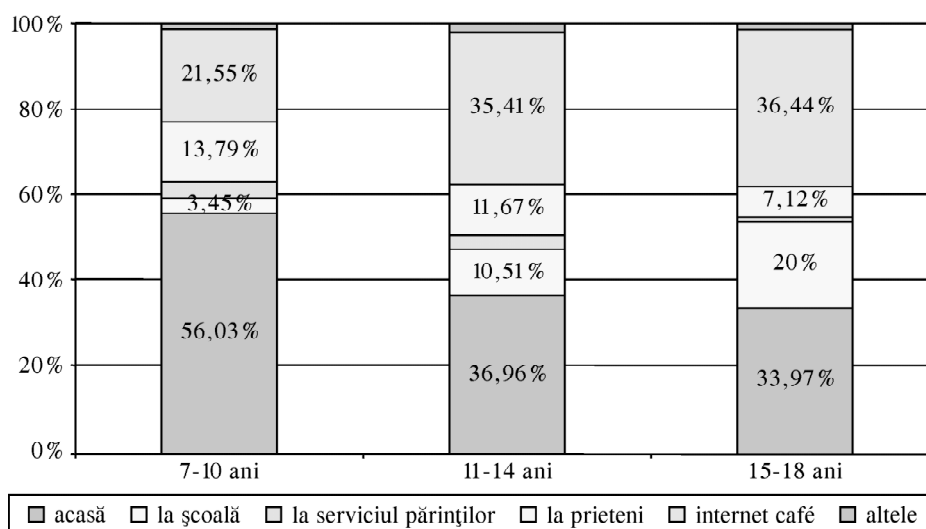
pe zi. Însă o mare proporție a tinerilor nu are posibilitatea să acceseze zilnic Internetul, deoarece punctul de acces este într-un loc public, ca de exemplu Internet café sau școală.

Tabelul 2. Cât de des navighezi pe Internet ?

	Niciodată	Mai rar decât zilnic	Sub o oră pe zi	1-2 ore zilnic	3-4 ore zilnic	Peste 4 ore zilnic	NS/NR
7 ani	85,39%	5,62%	3,37%	2,81%	1,12%	0,00%	1,69%
8 ani	83,66%	5,06%	4,28%	3,89%	1,95%	0,78%	0,39%
9 ani	84,51%	4,71%	2,36%	7,07%	0,67%	0,00%	0,67%
10 ani	71,62%	8,11%	4,86%	9,73%	3,24%	1,35%	1,08%
11 ani	80,67%	7,33%	2,44%	5,56%	1,33%	1,78%	0,89%
12 ani	73,54%	11,65%	3,00%	6,49%	2,83%	1,83%	0,67%
13 ani	63,44%	11,97%	4,75%	11,64%	4,92%	2,79%	0,49%
14 ani	57,50%	13,13%	5,00%	13,59%	5,31%	5,16%	0,31%
15 ani	47,08%	18,67%	5,19%	15,91%	5,84%	6,66%	0,65%
16 ani	37,16%	18,07%	7,43%	18,92%	7,43%	10,64%	0,34%
17 ani	35,85%	20,90%	9,32%	16,08%	7,56%	9,16%	1,13%
18 ani	31,40%	22,58%	7,96%	18,92%	6,88%	11,83%	0,43%

Majoritatea elevilor accesează Internetul de acasă sau de la Internet café; accesul în cadrul școlii devine semnificativ în cazul liceenilor, 20%. Observăm că accesul la noile tehnologii este determinat de familie și apoi de școală. Spațiile publice de acces sunt reprezentate de școală și de Internet café, iar frecventarea lor crește odată cu vârsta și în detrimentul spațiului

privat de acces. Dacă la școala primară peste 56% dintre internații elevi accesau Internetul de acasă, la liceu, proporția lor scade la aproape 34%. În același timp, crește frecventarea saloanelor Internet. Observăm și o creștere a accesului din incinta școlii, ceea ce constituie și o confirmare a eforturilor făcute de școli pentru a se moderniza.



Graficul 2. Locația de acces la Internet (noiembrie 2005)

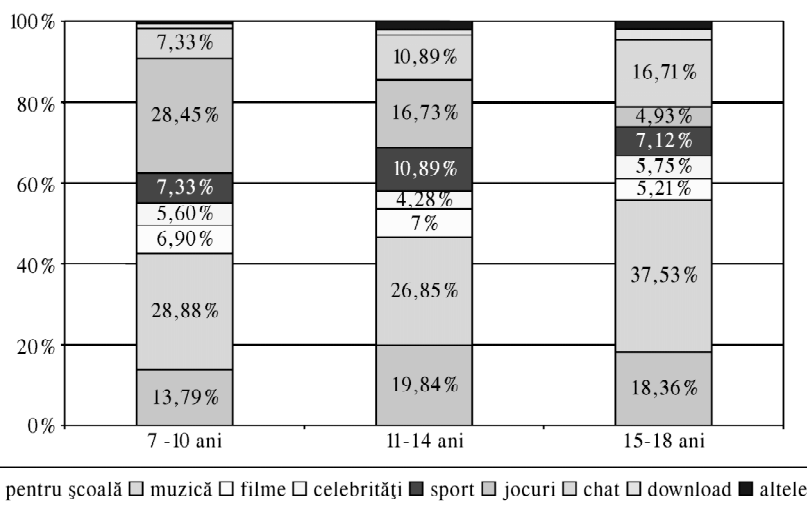
Majoritatea copiilor navighează pe Internet după-amiaza și seara, ceea ce completează activitățile lor extrașcolare. Cel mai aglomerat trafic este între orele 19 și 22, pentru cei de vârste de la 12 la 18 ani. După ora 22 mai rămân în fața calculatorului doar 10-14 % dintre adolescenți.

Tabelul 3. Orelor când se navighează de obicei pe Internet

	Dimineața între 6 și 9	Între orele 9 și 13	După-amiaza între 13 și 17	Între orele 17 și 19	Seara, între 19 și 22	Seara, după orele 22	Nu navighează	NS/NR
7 ani	0,00%	0,00%	2,81%	5,62%	2,25%	0,00%	85,39%	3,93%
8 ani	0,00%	1,17%	2,72%	5,84%	4,28%	0,00%	83,66%	2,33%
9 ani	0,00%	1,68%	3,37%	6,40%	2,36%	0,34%	84,51%	1,35%
10 ani	0,00%	1,62%	7,57%	8,38%	5,41%	1,35%	71,62%	4,05%
11 ani	0,22%	1,78%	4,89%	5,11%	2,67%	1,56%	80,67%	3,11%
12 ani	0,17%	3,49%	4,66%	6,49%	7,49%	1,83%	73,54%	2,33%
13 ani	0,66%	4,26%	9,18%	8,03%	9,02%	2,46%	63,44%	2,95%
14 ani	0,47%	4,22%	10,63%	10,16%	10,94%	3,59%	57,50%	2,50%
15 ani	0,65%	4,38%	7,95%	14,45%	13,96%	8,12%	47,08%	3,41%
16 ani	1,01%	7,94%	10,14%	11,66%	16,22%	10,64%	37,16%	5,24%
17 ani	1,13%	4,18%	8,04%	13,50%	16,56%	12,22%	35,85%	8,52%
18 ani	0,43%	4,52%	8,17%	15,27%	20,65%	14,19%	31,40%	5,38%

Elevii utilizează Internetul ca mijloc de comunicare și divertisment (e-mail, chat, muzică, filme, jocuri) și mai rar ca mijloc de investigare și ca ajutor pentru îmbunătățirea performanțelor școlare. Accesul

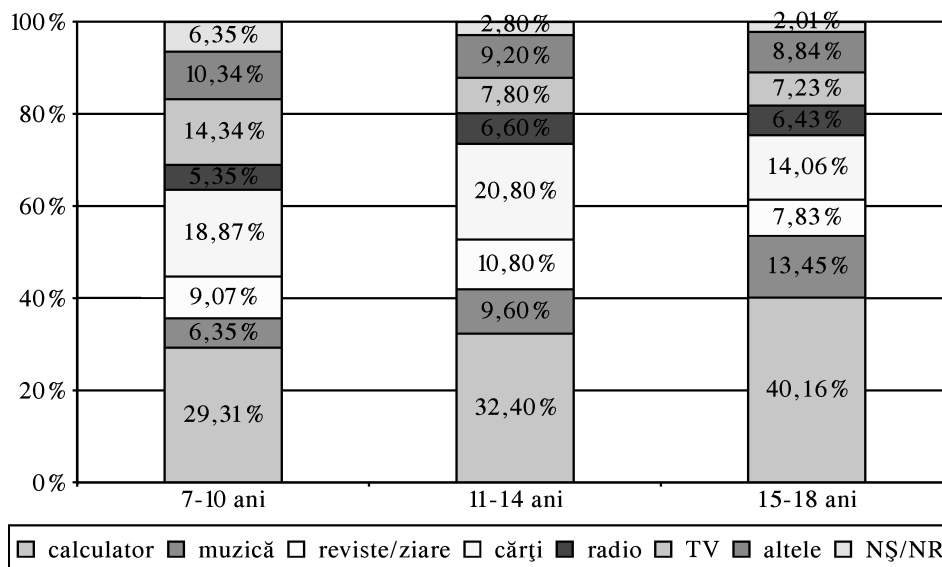
extrașcolar la Internet caracterizează o generație care nu valorifică potențialul informațional al rețelei globale în beneficiul performanței școlare, decât în mică măsură (13-18%).



Graficul 3. Tipologia siturilor web accesate (noiembrie 2005)

Și răspunsul la întrebarea „Dacă te-ai afla pe o insulă pustie ce obiect ai lua cu tine?” confirmă faptul că elevii consideră calculatorul ca fiind mediul de informare și divertisment cel mai agreat. Între 30 și

40% dintre copii situează calculatorul pe primul loc în preferințe, urmat de cărți, muzică, ziare/reviste etc. Pe măsură ce cresc, scad preferințele pentru cărți și TV, în favoarea calculatorului și a muzicii.



Graficul 4. Dacă te-ai afla pe o insula pustie ce obiect ai lua cu tine ? (noiembrie 2005)

Dezvoltarea societății informaționale constituie o prioritate pentru guvernele europene. În fața evoluției tehnologice, alfabetizarea digitală și formarea internaților devin necesare pentru a administra noul spațiu public reprezentat de rețelele de calculatoare. Este vorba nu numai de însușirea unei singure dimensiuni tehnice, dar și de înțelegerea mecanismelor de creare și difuzare a informației în rețea. În acest context, utilizarea Internetului în cadrul familiei rămâne unul dintre indicatorii majori ai dezvoltării societății informaționale. Familiile au un rol important în însușirea Internetului, mai ales în beneficiul exercițiului școlar pe care îl face copilul.

Studiul „The Face of the Internet”⁵

Studiul „The Face of the Internet” se bazează pe interviuri desfășurate în primele 12 piețe economice importante ale lumii, asupra unui număr de peste 6 500 de persoane, incluzând 3 462 de utilizatori activi de Internet. Această anchetă mondială studiază, încă din anul 1999, răspândirea și adoptarea Internetului, reflectând faptul că posibilitățile de adoptare a Internetului depășesc fenomenele similare din domeniul altor tehnologii.

Scopul studiului nu este să stabilească cu exactitate dacă populația folosește Internetul, ci mai degrabă *cum îl folosește și în ce scop*. În principal, studiul Ipsos ne ajută să înțelegem *cine* este prezent pe Internet în economia globală, *care* sunt activitățile noi sau tradiționale pe care utilizatorii le practică

online, *cum* se face accesul la Internet, în termeni de conexiuni și echipamente folosite, și *cine* își planifică să fie prezent online în următorul an⁶.

În 2005, cel mai important utilizator de Internet a fost Japonia, care număra aproximativ 75 de milioane de utilizatori. Japonia este liderul economiei bazate pe Internet, deoarece nouă persoane din zece (89%) declară că au folosit Internetul în ultimele 30 de zile, iar media accesului online a fost de 14 ore pe săptămână.

Franța este lider din punctul de vedere al ratei anuale de adoptare a Internetului: mai mult de 60% dintre adulții peste 18 ani utilizează Internetul în mod regulat, ceea ce reprezintă o creștere de peste 12 puncte față de 2004 (48%).

Deși în SUA și Canada, creșterea (71% și 72%) aproape a stagnat, în comparație cu 2004, aceste două piețe conduc în ceea ce privește accesul wireless la computer, ca și conectivitatea Internet de tip Wi-Fi. Cercetătorii cred că are loc o mutație a interesului față de Internet prin redirecționarea consumatorilor către aspecte privind calitatea vieții: folosirea fluxului RSS, comunicarea prin blog-uri, alegerea unui podcast, folosirea unor noi periferice (de exemplu, MP3 player sau telefon mobil) etc.

Tendențele principale constatate pentru anul 2005 în piețele globale au fost:

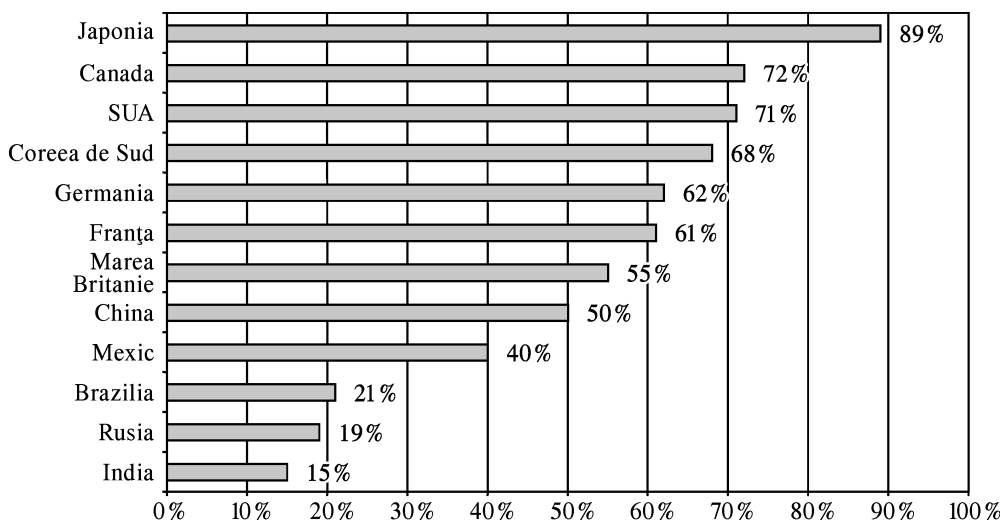
- pe continentul nord-american a crescut accesul wireless la Internet, via PC. Cel puțin o treime din nord-americani (SUA și Canada) a accesat Internetul în ultimele 30 de zile, ceea ce constituie o rată de acces mult mai mare decât în 2004. Două persoane din cinci au auzit de tehnologia

Wi-fi și au folosit-o pentru a accesa Internetul.

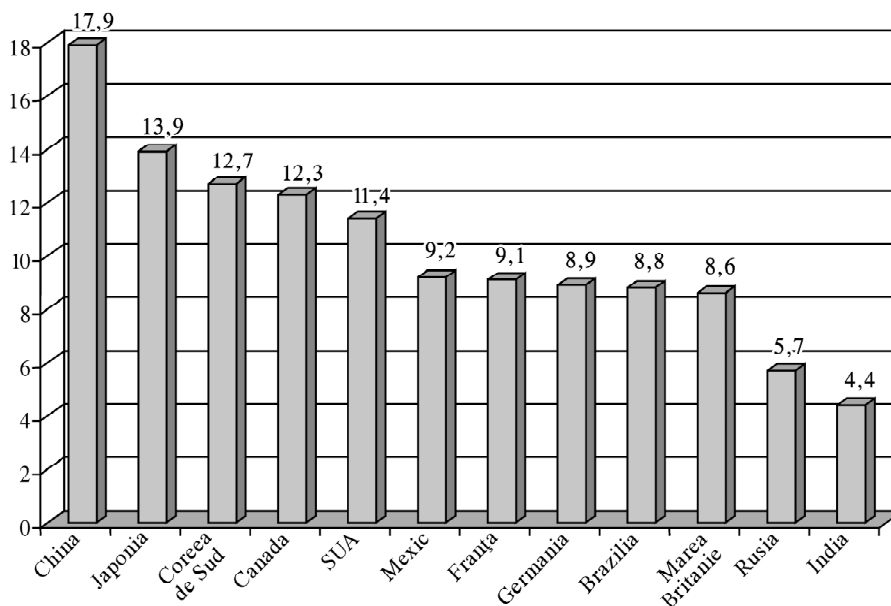
- în Europa, Franța și Germania, par să controleze răspândirea Internetului în 2006, așa cum o face și Rusia urbană, unde Internetul rămâne o activitate incipientă, dar în continuă creștere. Mai mult, o activitate promițătoare în Europa, în special în Franța și Marea Britanie, o constituie accesul wireless la Internet prin telefonul mobil, în timp ce utilizarea tehnologiei VoIP (*Voice over Internet Protocol*) se dezvoltă în mod constant în Franța, Germania și Marea Britanie.

- în estul Asiei, piața chineză urbană se dezvoltă rapid în cea mai dinamică economie a lumii, bazată pe Internet, deoarece deține nu numai cea mai mare utilizare a Internetului (17,9 ore pe săptămână online), dar are și perspective de creștere. Doar 50% dintre indivizi au accesat Internetul în ultimele 30 de zile, cu mult sub nivelul altor țări din estul Asiei, ca de exemplu Japonia (89%) și Coreea de Sud (68%). Un alt factor important ce trebuie urmărit ar fi dacă PC-ul va continua să reprezinte platforma dominantă de acces la Internet, având în vedere că peste 90% din gospodăriile din piețele importante est-asiatice dețin cel puțin un telefon mobil.

Trendul constatat de studiul Ipsos se referă la utilizarea wireless a calculatoarelor, achiziționarea de periferice, cum ar fi MP3 playere și telefoane mobile, și adoptarea stilului de viață „digital”, în special în privința consumului de Internet conform paradigmei de comunicare anytime/anywhere, culegerea și distribuirea de informație și accesarea conținutului digital și de divertisment.



Graficul 5. Utilizatori de Internet în ultimele 30 de zile



Graficul 6. Utilizarea Internetului/ore pe săptămână (Sursa : www.ipsos.com)

Eurostat⁷

Conform ultimului studiu Eurostat pe 2006, peste jumătate (52%) dintre familiile europene au acces la Internet acasă, în creștere, comparativ cu aceeași perioadă a anului 2005 (48%). Dintre familiile care au avut acces la Internet, un număr de 32% au deținut o conexiune de tip broadband, care permite accesul la Internet în parametri performanți, comparativ cu nivelul a 23% dintre familiile europene care aveau o astfel de conexiune, în aceeași perioadă a anului 2005. Statistica diferă, însă, de la o țară europeană la alta. Cele mai ridicate cuantumul de conectare la Internet la domiciliu se întâlnesc în Olanda (80%), Danemarca (79%), Suedia (77%) și Luxemburg (70%), în timp ce ratele cele mai scăzute se înregistrează în Grecia (23%), în Slovacia (27%), în Ungaria (32%) și în Lituania și Portugalia (35%, în ambele țări). Conform datelor Eurostat, în perioada primului trimestru 2006, un număr de 47% dintre europeni au folosit Internetul cel puțin o dată pe săptămână.

În conformitate cu criteriile de vârstă, tinerii între 16 și 24 de ani sunt cei care folosesc Internetul cel mai mult: 73% dintre aceștia se conectează la Internet cel puțin o dată pe săptămână. Datele Eurostat indică faptul că bărbații folosesc Internetul mai mult decât femeile, rata utilizatorilor masculini de Internet fiind de 51%, spre deosebire de cea de 43% corespunzătoare femeilor.

Cele mai ridicate niveluri de folosire regulată a Internetului au fost înregistrate în Suedia (80%), Danemarca (78%), Olanda (76%) și Finlanda (71%), iar cele mai scăzute, în Grecia (23%), Cipru (29%), Italia și Portugalia (31%, ambele țări).

Concluzii

Diversificarea terminalelor domestice în familii și scăderea costurilor de conectare nu permit, în exclusivitate, difuzarea noilor

tehnologii către un public mai larg. Pentru viitor, reprezintă o necesitate dezvoltarea accesului public. Această deschidere de noi spații publice de acces va permite lărgirea cercului de utilizatori în rândul unor populații care nu pot, pentru moment, să utilizeze în mod regulat tehnologiile informaționale.

Astfel, dotarea unor săli de calculatoare în școli constituie una dintre modalitățile de sensibilizare a familiilor cu aceste noi tehnologii. Dacă se vor dezvolta inițiative comune, în care parteneri sunt școala, biblioteca, actorii asociațivi și familiile, va trebui sprijinită dezvoltarea unor noi spații de întâlnire și dialog asupra acestor tehnologii.

Fractura digitală se manifestă atât la nivel teritorial, cât și social și familial. Există o diferență semnificativă a accesului la noile tehnologii, determinată de mediul de rezidență. În România, în mediul urban conexiunea la Internet este de 4-6 ori mai frecventă decât în mediul rural, deși raportul de dotare cu calculatoare este de aproximativ 2:1.

Conform Barometrului de Opinie Publică, mai 2006, aproximativ 27% dintre români declară că știu să lucreze cu calculatorul. În ceea ce privește competența în utilizarea calculatorului, 46% dintre aceștia se auto-evaluează cu nota 7-8.

Conform aceluiași studiu, în 27,4% dintre gospodăriile românești se găsește un calculator, iar accesul domestic la Internet este posibil pentru 16,3% dintre gospodării.

Aceste cifre destul de recente se situează sub nivelul de utilitate al gospodăriilor în care se află copii de vârstă școlară, observat exact cu un an înainte.

Asistăm la un fenomen, observat, de altfel, și în Franța⁸ în ultimii ani, și anume că generația tânără acționează ca un factor de accelerare a adoptării noilor tehnologii, în primul rând în familie. Recent, în Franța, autoritățile au recomandat ca în toate gospodăriile în care sunt copii să fie achiziționat un calculator. În același timp, se acționează pentru dezvoltarea

spațiilor numerice publice, reprezentate în primul rând de școală. Aceleași tendințe se constată și în România, prin programele de dotare a școlilor și ajutoarele individuale acordate pentru achiziționarea unui calculator⁹.

Primit la redacție : decembrie 2006

Note

1. În viziunea lui Bell, societatea postindustrială (societatea informațională) are următoarele caracteristici: a) trecerea de la o activitate economică axată pe producerea de bunuri materiale la o economie orientată pe servicii; b) preponderența, în structura populației active, a clasei profesionale și tehnice; c) importanța decisivă a cunoștințelor teoretice ca sursă de inovație și management; d) apariția unei noi „tehnologii intelectuale”.
2. SIS s-a desfășurat în două faze: I. Geneva, 10-12 decembrie, 2003 și II. Tunis, 16-18 noiembrie, 2005
3. Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informațiilor.
4. Cercetare privind analiza comportamentului de consum de programe audiovizuale ale elevilor (11-14 ani, 15-18 ani), raport de cercetare al Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare și CURS; studiu finanțat de CNA (iulie 2005), www.cna.ro. Cercetare privind analiza comportamentului de consum de programe audio vizuale ale elevilor (7-10 ani), raport de cercetare al Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare și CURS, studiu finanțat de CNA (noiembrie-2005) www.cna.ro
5. www.ipsos.com
6. Studiul „The face of the Web 2005” s-a desfășurat în noiembrie și decembrie 2005, asupra unui eșantion aleator de 6 544 de adulți în următoarele state: Brazilia (urban), Canada, China (urban), Franța, Germania, India (urban), Mexic (urban), Rusia (urban), Coreea de Sud, Marea Britanie și SUA.
Studiul a examinat :
 - utilizarea globală a Internetului: utilizarea wired și wireless, frecvența utilizării și un „spectru de difuziune” pentru a prognoza tendințe viitoare.
 - accesul și conectivitatea la Internet: deținerea de calculatoare la domiciliu (desktop și laptop), locațiile de acces, tehnologia de acces (dial-ul vs DSL vs cablu vs Wi-Fi).
 - activitățile desfășurate pe Internet via cablu: activitățile online cum ar fi video chat, telefonie online, banking online, descărcare de filme, muzică etc.
 - activități Internet wireless: deținerea de telefoane mobile, utilizare Internet și diferite activități wireless cum ar fi e-mail, SMS, imagini digitale, jocuri video, sonerii etc.
 - inventarierea tehnologiilor prezente în gospodărie: tehnologii și servicii care au pătruns la nivelul căminelor individuale, ca, de exemplu, MP3 player, camere digitale, PDA, console pentru jocuri, navigare GPS etc.
 - creșterea și răspândirea Internetului, prin proiecții care utilizează date referitoare la intențiile de consum în ceea ce privește Internetul pe cablu sau fără cablu.
7. www.europa.eu.int/eurostat/
8. Conform Proiectului Proxima, www.educnet.education.fr/plan/proxima.htm.
9. www.edu.ro.

Bibliografie

- Babbie, Earl. (1992). *The Practice of Social Research*. Wadsworth.
- Behamou, Bernard. (2004). *Le projet Proxima ; pour une appropriation de l'Internet a l'ecole et dans les familles*. Paris: IEP.
- Bell, Daniel. (1973). *The coming of postindustrial society : a venture in social forecasting*, New York: Basic Books.
- Burch, Sally. (2005). *Societe de l'information. Enjeux des mots*, C&F éditions, Caen, France, 49-71.

- Castells, Manuel. (1999). *La era de la Informacion : Economia*. Sociedad y cultura, La sociedad red. Mexico.
- Castells, Manuel. (2002). *La dimension cultural de Internet*. Universidad Oberta de Catalonia. <http://www.uoc.eu/culturaxxi/>.
- Marcus, Solomon. (2000). Spațiul nostru comunicațional, *Secolul 20*, 4-9.
- Ștefănescu, Poliana. (2001). Information and Communication technology as a development factor in social sciences. În vol. *Science in Southeastern Europe, Sofia*: Union of Scientists.
- Ștefănescu, Poliana, (2003). *Le document numerique – entre la liberte du discours et les limites de la standardisation*. Actes de CIFSIC. București: Editura Neva.
- Ștefănescu, Poliana. (2005). Societatea informațională – o provocare tehnologică sau politică?. *Manager*, 2, București.
- Wade, Philip, Falcand, Didier. (1998). *Cyberplanete ; notre vie en temps virtuel*. Paris: Autrement.
- Cercetare privind analiza comportamentului de consum de programe audiovizuale ale elevilor (11-14 ani, 15-18 ani), raport de cercetare al Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare și CURS, studiu finanțat de CNA (iulie-2005), www.cna.ro (coordonatori CSMNTC: Ioan Drăgan și Poliana Ștefănescu).
- Cercetare privind analiza comportamentului de consum de programe audiovizuale ale elevilor (7-10 ani), raport de cercetare al Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare și CURS, studiu finanțat de CNA (noiembrie-2005), www.cna.ro (coordonatori CSMNTC: Ioan Drăgan și Poliana Ștefănescu).
- www.digital-eu.org
- www.europa.eu.int/eurostat/
- www.europa.eu.int/information_society/
- www.europa.eu.int/information_society/eeurope/
- www.ipsos.com
- www.mcti.ro
- www.news.bbc.co.uk
- www.wsis.org

Abstract

The typology of societal transformations outlined by the information society includes : technological and economic systems, institutional changes and values and ideology changes. Every evaluation of information society for a region or a population will analyse : the acces to new technologies, Internet connexion price, computer use and competence and online public services.

In this article we analysed indicators for penetration of new technologies in a population and Internet rooms of acces for youngsters, from international and Romanian perspective.

Primit la redacție : decembrie 2006