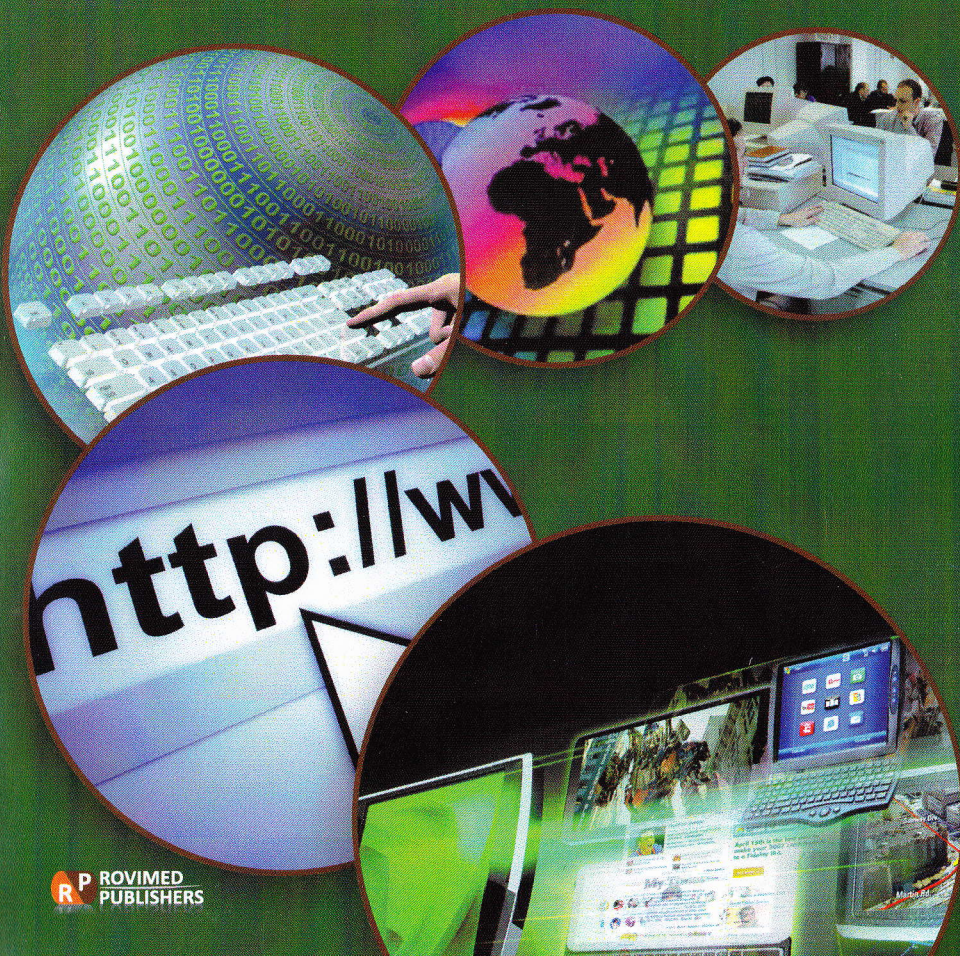


COMUNICARE pe internet

Petru BĂZU



PETRU BĂZU

COMUNICAREA PE INTERNET

CAP. I. Internet – spațiu informațional și de comunicare	..5
a. Considerente generale	5
b. SCURT ISTORIC	6
1.2.1 Internetul în România-privire de ansamblu	7
c. Rețeaua și serviciile sale – introducerea în tehnologia internet	10
1.3.1 Poșta electronică	11
1.3.2 World Wide Web-ul	18
1.3.3. Modalități de comunicare directă	24
1.3.4. Motoarele de căutare	28
1.3.5 Portalurile	35
1.3.6 Telefonie prin internet	38
1.3.7 Web-conferințele	39
1.3.8 Rețelele Peer-to-Peer(P2P)	41
1.3.9 Web-blogurile	42
CAP. 2. Natura juridică a rețelei	46
2.1 Protecția consumatorilor	49
2.2 Securitatea în internet	57
2.3 Aspecte legislative	62
2.4 Legislație și reglementări românești adoptate necesare pentru dezvoltarea afacerilor electronice	67
2.5 Internetul și globalizarea afacerilor	69
CAP. 3. Website-ul ca și model activ de comunicare	70
3.1. Prezență on-line	71
3.2. Crearea unui site(web design)	74
3.3. Funcțiile site-ului	79
3.4. Web-promovarea integrată: hârtia interactivă	85
Bibliografie	90

Cap. I. INTERNET – SPAȚIU INFORMAȚIONAL ȘI DE COMUNICARE

a. CONSIDERENTE GENERALE

Comunicarea nu este doar apanajul oamenilor. Totul în univers interacționează. La ființe, procesul comunicării este evident, în special când se face conștient-datorită inteligenței. De-a lungul existenței sale omenirea a progresat în îmbogățirea comunicării. Biologii argumentează că atât corpul cât și creierul oamenilor nu s-a schimbat aproape de loc în ultimii 100000 de ani. Iar pentru viitorul previzibil nu există nici un indiciu că s-ar putea aștepta schimbări evolutive majore.

Deci, mijloacele prin care comunică omenirea au cunoscut o evoluție rapidă dintre care cea mai spectaculoasă este cea a Internetului¹.

În aprilie 1998, Departamentul pentru Comerț al Statelor Unite a prezentat un raport despre economia digitală. Probabil că fraza cea mai memorabilă din acel raport este următoarea: „Ritmul de adoptare al Internetului eclipsează toate celelalte tehnologii care l-au precedat. Radioul a existat cu 38 de ani înainte ca acesta să fie acceptat de cincizeci de milioane de oameni; televizorului i-au fost necesar 13 ani să ajungă pe bancul de lucru. După 16 ani de la apariția primului calculator personal, cincizeci de milioane de oameni deja îl utilizau. Odată ce a fost disponibil marelui public, Internetul a trecut această barieră în doar patru ani”.

¹ Vezi și J.J. Van Cuilenburg; O.Scholten, G.W. Noomen , Știința comunicării, ediția a II-a, Editura Humanitas, București, 2000, pag. 66.

b. SCURT ISTORIC

Istoria Internetului este o lectură fascinantă, plină de paradoxuri, originile sale putând explica pe deplin configurația sa actuală. Internetul a apărut din dorința armatei Statelor Unite de a comunica în cazul unui război, iar impulsul a fost nevoia SUA de a răspunde provocării Uniunii Sovietice care a lansat primul satelit artificial al Pământului în 1957. Armata americană avea nevoie de o rețea flexibilă pentru cazul în care legătura ar fi fost întreruptă într-un punct, informația să poată fi redirecționată către destinația inițială. În primii 10 ani precursorul Internetului a fost folosit doar în mediile academice și militare. Din 1980 Internetul depășește granițele locului de naștere moment în care companiile au început să se implice în dezvoltarea și utilizarea unui nou mod de comunicare și acces la informații. Astfel, unii oameni de afaceri din SUA, căutând noi mijloace de a ajunge cât mai aproape de consumatori, și-au întors privirile către Internet și au decis că merită să investească bani în dezvoltarea și promovarea acestuia. În 1990 un consorțiu de companii private a preluat administrarea rețelei Internet în urma unui acord cu guvernul SUA, acord care prevedea deschiderea Internetului către activități comerciale (Gillies & Cailliau, 2000). Această inițiativă a părut multora dacă nu riscantă, cel puțin neprofitabilă. Nu numai economiștii, ci chiar unii dintre actorii „vechi” pe șina informaticii erau sceptici în privința viitorului Internetului, care trebuiau să-și găsească un loc în mediu foarte concurențial al telecomunicațiilor și transmiterii de informații, mediu dominat de telefon și televiziune, ambele ușor de folosit și având o largă audiență. Practic, anul 1990 a determinat expansiunea exponențială a Internetului, rata sa de creștere urmând curba S, caracteristică marilor inovații din istoria omenirii. Un deceniu mai târziu, oamenii obișnuiți au început să folosească Internetul

pentru orice se baza pe un suport de comunicare – de la mesaje personale la tranzacții comerciale, de la scopuri informaționale până la cumpărături.

Se poate spune că, odată cu trecerea în sec. XXI, Internetul a trecut și el într-o nouă perioadă a existenței sale. Deși vârsta de 30 de ani² semnifică pentru oameni atingerea deplină a maturității fizice, pentru o entitate greu de definit precum Internetul ea indică mai degrabă începutul perioadei de maturizare, creșterea sa din ultimii cinci ani fiind perfect asimilabilă cu creșterea explozivă care are loc în adolescența umană. Oricum, este de așteptat ca mai devreme sau mai târziu rata adoptării Internetului să intre într-un declin ușor, ca urmare a stabilizării numărului de utilizatori.

1.2.1 INTERNETUL ÎN ROMÂNIA-PRIVIRE DE ANSAMBLU

În România, față de alte țări din Europa, Internetul a pătruns relativ încet. Chiar și acum, pentru utilizarea personală este destul de puțin întrebuințat. Dacă din punct de vedere al infrastructurii lucrurile au avansat destul de mult, din punct de vedere a resurselor informatice disponibile evoluția este încă greoaie. Cu toate că majoritatea companiilor și chiar unele structuri administrative au înțeles că prezența în Internet este foarte importantă, încă nu există resurse și depozite informaționale românești semnificative. Din acest motiv traficul observat în rețea este mai mult de aducere de informație din exterior decât de export de informație sau de schimb de informație în cadrul țării. Având în vedere intervalul

² La 20 octombrie 2004 rețeaua care fascinează milioane de utilizatori a împlinit 35 de ani de existență.

mare de timp pentru care accesul din România la informațiile externe a fost oprit, fenomenul este destul de natural.

Din datele prezentate de ICI (Institutul de Cercetare în Informatică www.ici.ro), relațiile României cu rețeaua mondială au decurs în felul următor³:

- 1971: demarează la ICI primele studii privind rețelele de calculatoare, iar patru ani mai târziu sunt fabricate primele modemuri și sunt testate liniile de comunicații pentru transmisia de date;
- 1991: la inițiativa Academiei Române a Ministerului Învățământului și a Comisiei Naționale de Informatică, primul ministru al Guvernului României aproba finanțarea din bugetul de stat pentru cercetare a unui proiect de conectare sub rețeaua EARN (European Academic Research Network);
- 1992: primul nod românesc care realizează legătura internațională cu EARN prin Universitatea din Viena devine operațional la ICI;
- 1993: la 26 februarie România primește acceptul de a înregistra domenii naționale „...ro”. Primul nume de domeniu a fost rnc.ro. Apare SC EuNet SRL, primul operator comercial Internet din România;
- 1995: se stabilesc prioritățile importante pentru societatea informațională în România în cadru de aderare la Uniunea Europeană;
- 1998: sunt înregistrate 20.000 de site-uri în domeniul „...ro”;
- 2000: există deja 3817 servere web;

³ ANISP România – Asociația Națională a Furnizorilor de Servicii Internet din România, „10 ani de Internet în România”, 2003, <http://www.anisp.ro>.

- 2004: aproape 70.000 de domenii înregistrate (din care peste 40.000 sunt direct sub.ro, de forma www.aaa.ro, iar restul sunt de nivel trei ,adică aaa.go.ro sau aaa.org.ro)

În ultimii ani s-a înregistrat o ameliorare importantă în sectorul telecomunicațiilor , atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ (înlocuirea centralelor telefonice analogice cu cele digitale, introducerea și extinderea telefoniei mobile, introducerea televiziunii prin cablu).

Accesul la Internet se realizează prin intermediul a mai mult de 600 de furnizori de servicii, dintre care cei mai importanți actori sunt Astral Telecom, Euroweb, FX Internet, PC Net, Xnet, Kappa, sau RDS. Conexiunile se realizează mai ales prin sistem dial-up, dar tehnologii mai eficiente cum ar fi accesul prin wireless și cablu TV au început deja să penetreze piața.

Fără exagerare, se poate spune că România a făcut progrese impresionante în telecomunicații în ultima perioadă, progrese recunoscute, și la nivel internațional. România a fost, de altfel, primul stat din grupul celor care sunt implicate în procesul aderării la Uniunea Europeană care a realizat armonizarea cu noile prevederi comunitare în domeniu. Astfel, în data 8 noiembrie 2002, la Bruxelles, România a închis Capitolul 19 de negociere care se referă la telecomunicații și tehnologia informației în vederea aderării la UE, o reușită deplină dacă se ține cont că în 2000 se considera prematur deschis acest capitol și fără șanse previzibile de finalizare.

Această dezvoltare a pieței Internet din România a determinat ca tot mai multe companii din cele mai diverse domenii (profil de producție, edituri, distribuitori de servicii de turism, instituții administrative, firme specializate pe servicii de consultanță) să-și creeze prezența în spațiul virtual, pentru a fi cunoscute și integrate în sistemul Internet .

c. REȚEAUA ȘI SERVICIILE SALE – INTRODUCEREA ÎN TEHNOLGIA INTERNET

Din punct de vedere fizic, Internet este un termen folosit pentru a descrie interconectarea mai multor rețele de calculatoare într-un mod ce permite calculatoarelor să comunice și să transfere fișiere direct și transparent dintr-o parte a lumii în cealaltă. Accesul la resursele existente în Internet se poate face prin modem, cablu, satelit sau dispozitive mobile.

Din punct de vedere tehnic, comunicarea prin Internet este ușurată de folosirea protocolului cunoscut ca TCP/IP. Toate computerele conectate la Internet folosesc acest protocol pentru a comunica unele cu celelalte și pentru a transmite mesaje (informațiile). Avantajul TCP/IP este că acesta este într-adevăr *platformă* independentă care permite computerelor și altor rețele de diferite forme, mărimi și structuri să schimbe informațiile între ele (sau cu altele). Astfel, nu mai contează tipul calculatorului sau al conexiunii la Internet; protocolul TCP/IP permite folosirea facilităților Internetului într-un mod transparent.

Internet poate fi asemănat cu o autostradă pe care circulă date și conceptual, funcțiile sale pot fi asemănată cu funcțiile unei autostrăzi. Cu toate că termenul popular de *autostradă informațională*⁴, sub care mai este cunoscut Internetul, este exagerat totuși, această metaforă este foarte folositoare atunci când încercăm să explicăm cum funcționează rețeaua rețelelor (Rețeaua, pe scurt).

Chiar dacă veteranii Internetului au încă rețineri în a enunța o definiție a acestui concept, ei au căzut totuși de acord că poate fi definit prin ceea ce nu este: nu este o organizație; nu

⁴ Conceptul de Information Superhighway a fost introdus de către vicepreședintele american Al Gore în mandatul Clinton.

este o instituție; nu are proprietar; nu este controlat și guvernat de o autoritate anume.

Dacă ar fi să enumerăm câteva dintre cele mai populare facilități oferite de Internet astăzi, am putea vorbi despre poșta electronică, paginile web, ziarele electronice, transferul de fișiere, transmiterea în timp real a programelor radio și tv, transferul de bani, cumpărături în timp real. Astăzi îl regăsim în cele mai multe din domeniile vieții economico-sociale și stă la baza unor străpungeri tehnologice nevisate cu doar câțiva ani în urmă.

În continuare sunt prezentate cele mai importante instrumente și servicii de comunicare Internet cu aplicabilitate directă în domeniul marketingului.

1.3.1 POȘTA ELECTRONICĂ

Unul dintre cele mai complexe servicii care țin Internetul în viață este **poșta electronică**. Punctul forte al Rețelei-email-ul, cum este cunoscută poșta electronică în mod curent, reprezintă cel mai popular serviciu Internet. Conform International Data Corporation(IDC), în anul 2001 existau 505 milioane de cutii poștale electronice, care au vehiculat în jur de 31 miliarde de mesaje. Pentru anul 2005 IDC a estimat un număr de 1,2 miliarde cutii poștale care vor trimite zilnic peste 36 de miliarde de mesaje directe⁵. În prezent, conform studiilor Radicati Group, numărul utilizatorilor de căsuțe poștale electronice se apropie de 700 milioane de abonați iar al mesajelor email generate într-o zi, ajunge la 130 miliarde, din care jumătate sunt nesolicitate.

⁵ NUA Internet Surveys: 36 billions emails per day by 2005.
www.nua.com/surveys/index.cgi?f=VS&art_id=905357206&rel=true.