

Instruirea continuă în domeniul Web

Teodora GHERMAN,
doctor în pedagogie, conferențiar universitar,
Academia de Administrare Publică
de pe lângă Președintele Republicii Moldova

SUMMARY

The article's purpose is to lead to knowing the most frequently used notions on the Internet, rules applied in Web designing for the site creation, as well as ways of location on the web of a developed site, registering a website on a search engine in order to obtain the best location in the results of a search, organising user feedback.

Generalități

Instruirea continuă în domeniul tehnologiilor informaționale (TI) nu mai prezintă o incertitudine. Schimbările survenite în ultimii ani în societatea noastră au deschis drum unor oportunități extraordinare de lărgire a orizonturilor sociale, culturale, politice și economice. Pentru a putea exploata aceste posibilități, este foarte importantă expunerea media online.

Acesta este motivul pentru care multe persoane particulare, instituții publice și companii aleg varianta prezenței pe Web pentru a se promova și a transmite informații. Pentru a opera cu acest sistem, este imperativă cunoașterea tehnologiilor de utilizare a spațiului virtual. Necesitatea dezvoltării instruirii în domeniul tehnologiilor Web pentru administrația publică este evidentă. Astfel, se dovedește indispensabilă instruirea continuă a oficialilor aleși și a funcționarilor publici atât pentru dobândirea de noi cunoștințe, aptitudini și atitudini, care să conducă la creșterea eficienței și eficacității activităților care se desfășoară în sectorul public, cât și pentru utilizarea eficientă a sistemelor informaționale automatizate în procesul de luare a deciziilor și de prestare a serviciilor publice în format electronic. Internetul este o resursă inepuizabilă de informații, dar și o posibilitate nelimitată de publicitate. Din aceste considerente și din faptul că orice persoană publică, instituție, firmă are nevoie de promovare, comunicare, publicitate etc., apare necesitatea incontestabilă în utilizarea unui site Web propriu – sursă prin care persoană publică, instituția, firma își va expune serviciile detaliat. Prin intermediul site-ului putem avea o nouă deschidere către

publicul vizitator, care se transformă într-un posibil client atunci când conținutul site-ului este bun și de calitate.

Articolul abordează elementele de bază despre site-urile Web, utile pentru cei interesați de crearea și dezvoltarea site-urilor Web, precum și pentru educația continuă a funcționarilor publici.

Articolul conține noțiuni necesare realizării site-urilor Web. Noțiunea de navigator (eng. browser), cum ar fi Internet Explorer, care este integrat în sistemul Windows (cu același succes pot fi utilizate alte navigatoare: Mozilla Firefox, Google Chrome etc., care pot fi descărcate gratuit de pe Internet).

Crearea site-ului Web reprezintă primul pas al prezenței noastre în lumea virtuală. Atât pentru instituții sau persoane publice, cât și pentru întreprinderi mari, firmele mici și mijlocii vizibilitatea online înseamnă avantaje în lupta ofertelor și a informației online, posibilitatea de a-și face cunoscute serviciile și produsele pe o piață nouă, care este într-o continuă dezvoltare.

Site-urile pot conduce la o promovare a serviciilor în mediul online sau virtual astfel încât să reflecte cât mai bine imaginea instituției sau a afacerii noastre. Site-urile sunt potrivite atât pentru cei care sunt abia la începutul unei „afaceri” și au nevoie de o promovare care să le asigure un loc pe piață, cât și pentru instituțiile și firmele care au deja experiență în domeniul propriu de activitate, dar care doresc un plus de imagine, ori extinderea pe Internet a serviciilor și produselor oferite. Actualmente, site-ul Web reprezintă „cartea de vizită” de pe Internet a unei persoane publice, instituții, firme etc.

Prin crearea de site-uri Web aceștia își pot prezenta obiectul de activitate, principiile, produsele, serviciile, portofoliul, datele de contact etc., cu ajutorul unui design (aspect grafic) atractiv. Elaborarea site-ului este un mod excelent de promovare a unei persoane publice, instituții, firme, luând în considerație atât faptul că, actualmente, cel mai facil mod de căutare este mediul online, cât și faptul că tot mai mulți oameni au acces la Internet.

Spre deosebire de materialele tipărite, care trebuie refăcute la apariția unor noi tendințe, produse sau servicii noi, cu cheltuieli substanțiale, site-urile de prezentare sunt ușor de reactualizat și operația aceasta presupune cheltuieli minime.

Unele surse românești folosesc termenul de **sit**¹ și nu cel de site, motivând prin etimologia termenului *sit* care provine de la latinescul *situs* - un loc geografic², ceea ce în terminologia WEB ar fi echivalent cu amplasarea într-un spațiu virtual, însă termenul site a fost adoptat și este folosit mai frecvent, de aceea ne vom opri anume la utilizarea acestuia.

Clasificarea site-urilor

Din punct de vedere tehnologic, un site web poate fi alcătuit din orice tipuri de date și informații, texte, tabele, imagini statice și animate, efecte speciale, meniuri, dinamice, camere de discuții, produse și servicii de vânzare, anunțuri, formulare penutru opinii, date complete online, sunete digitalizate, clipuri video etc.³

Clasificările site-urilor sunt elaborate cu scopul de a înțelege principiile activității acestora în rețea, atât pentru folosirea resurselor rețelei în afaceri comerciale, cât și pentru a alege modelul potrivit de site, soluțiile corespunzătoare activității preconizate.

Site-urile sunt clasificate în funcție de destinația lor și logica navigării.

În dependență de funcțiile îndeplinite de Web, distingem site-uri de navigare și site-uri finale.

Această diviziune este determinată de logica de navigare a utilizatorilor în mediul virtual. Mai întâi, utilizatorul găsește resursele dorite cu ajutorul primului tip de site-uri, iar apoi accesează resursele oferite de cel de-al doilea tip.

Primul tip de site-uri se utilizează pentru găsirea resurselor, dar și pentru atragerea vizitatorilor: aici sunt utilizate mijloace de manipulare a vizitatorilor, făcându-i să revină la aceste locații.

Al doilea tip - site-uri finale sunt site-uri de prezentare a firmei sau a unui produs, de promovare a unei companii, a unui post media, a unei persoane publice.

După tematică site-urile sunt clasificate: portal web, blog, catalog web, magazin virtual, bancă, universitate virtuală, bibliotecă, enciclopedie virtuală, revistă web, ziar web etc..

După dinamica informației de pe site există două tipuri de bază de site-uri web:

a) statice - un site web static prezintă un material similar cu o broșură în care modificările sunt efectuate de către administratorul site-ului;

b) dinamice - un site web dinamic este legat de o bază de date de la care se actualizează conținutul acestuia.

Alte clasificări

A. Motoare de căutare (Google, Yahoo!, AltaVista, Microsoft Network etc.);

B. Portaluri:

- www.kappa.ro - primul portal din România: știri, e-mail, download, director web (educație, știință, comerț, servicii, politică, turism, sport, societate și cultură etc.);

- portal.edu.ro - portal SEI, portalul sistemului educațional informatizat: BAC, găzduire web (școli), dicționare online, subiecte examene, admitere, forum etc.;

- www.portal.ro - catalog web, e-mail, forum, știri, revista presei, financiar, divertisment; arta și cultura, comerț și economie, computere și Internet etc.;

- www.adresa.ro - portal românesc, romanian portal: director web, anunțuri, dicționar, jocuri online, linkuri, articole; software, turism, sport, mass-media;

- www.acasa.ro - portal, referate, mașini, imobile, weblog, poze, muzică, sport, știri, mește, financiar, dating, comentarii, bancuri, cinema, anunțuri, poze etc.;

- www.rol.ro - catalog web, free e-mail & hosting, bursă, anunțuri gratuite, forum, foto, tehnologie, știri IT, jocuri, download, sms, antivirus, bilete avion etc.;

- www.romanian-portal.com - portal pentru diaspora românească, director român online pentru comunitatea românească din Canada și Statele Unite;

C. Site-uri pentru guvernare electronică

D. Site-uri educaționale (edu.ro, didactic.ro, scribd.com, escola.ro, referate.ro, regielive.ro, olimpiade.ro, stiintaazi.ro, clopotel.ro etc.);

E. Mesagerie electronica (Mail. md, Gmail. com, Yahoo!mail, Hotmail, No-log, etc.);

F. Televiziune Internet (TV Moldova 1, Pro TV Chișinău, Jurnal TV, Publica TV, TV 2 plus, eTV Moldova, Prime TV, Noroc TV, alte posturi de televiziune online le putem găsi pe <http://www.televiziune-online.com/>);

G. Radio Internet (Europa Plus, Hit FM, Radio d'Or, Radio Moldova, BBC, Profm, precum și alte posturi - <http://www.romaniaradio.ro/>);

H. Forum Internet (pcforum.ro, mathforum.org, forums.digitalpoint.com, etc);

I. Wiki (http://ro.wikipedia.org/wiki/Pagina_principala).

Motoarele de căutare (eng. Search Engines) sunt, probabil, cele mai utile instrumente pe Internet. Fără ele ar fi aproape imposibil de a găsi ceva. Se deosebesc câteva tipuri de motoare de căutare: sisteme de căutare, cataloage, indexuri.

Portalurile (eng. Portals) acționează ca niște canale de intrare/ieșire (eng. gateway) de informații din diverse surse. Scopul unui portal este să furnizeze informații relevante. Livrarea acestora către auditoriul dat, lucrul de grup și servicii colective, accesul la serviciile și anexele propuse pentru auditoriul ales, care are loc în baza unei personalizări riguroase.

Broșura de site-uri (eng. Brochure Site's) are scopul de a acționa ca o extensie la eforturile de marketing și vânzări ale unei companii.

Site-uri pentru comerțul electronic (eng. E-Commerce- Electronic Commerce or Electronic Business) este demersul de cumpărare sau vânzare prin intermediul transmiterii de date la distanță, demers specific politicii expansive a marketingului companiilor comerciale⁴. Termenul echivalent cu e-Commerce este un termen înrudit **E-Trade**, care se referă la tranzacțiile bursiere electronice.

Magazinul Virtual (eng. Online magazine) reprezintă o alternativă a magazinelor clasice. Acesta prezintă o serie de avantaje importante, printre care costurile mult reduse, întreținerea cu puține eforturi etc.

Site-uri de socializare ale comunităților Web (eng. Communities) – acestea pot reuni oameni care împărtășesc un interes comun.

În funcție de design site-urile pot fi clasificate:

site-uri flash - acest tip de Web design se folosește, în special, pentru site-uri cu profil artistic în vederea realizării unor efecte vizuale

spectaculoase și a unei interacțiuni deosebite cu vizitatorii;

site-uri mixte ce conțin diverse forme, inclusiv animații flash. Animațiile flash se folosesc pentru crearea de galerii foto, hărți interactive, călătorii virtuale, animații în anumite părți ale site-ului (în principal, pe header);

site-uri ce conțin bannere flash. Bannerele flash se folosesc pentru a crea o reclamă deosebită pe site-uri și în sisteme de banner exchange.

Logo⁵-ul site-ului

Logo-ul este un element indispensabil al site-ului unei instituții. El este identitatea media și exprimă domeniul de activitate al instituției, unicitatea acesteia. Logo-ul este alcătuit dintr-un slogan și o siglă, care trebuie să fie ușor de memorat și să poată fi folosit în mediile publicitare.

Procesul de creare a interfeței grafice a site-ului ar trebui să înceapă de la crearea logo-ului site-ului, adică o imagine simplă, sugestivă și de dimensiuni cât mai mici. E de dorit ca imaginea să fie originală, adică făcută de noi înșine, dar această condiție e greu de îndeplinit pentru început. Pe Internet, putem întâlni graficieni specializați în logo-uri. Pentru a ne inspira în privința unui logo sau pentru a realiza un logo profesional, ne putem adresa site-urilor de mai jos, unde putem găsi textură, culori pentru fundal, butoane etc.:

- www.flamingtext.com

- www.cooltext.com

- www.3dtextmaker.com

Prezența unui logo nu îngreunează accesarea site-ului, deoarece acesta se încarcă în memoria cache a browserului la accesarea primei pagini. E de dorit să folosim un singur logo în toate paginile.

Favicon⁶-ul site-ului

Adesea, aspectul site-ului sau logo-ul organizației poate fi reflectat prin Favicon⁶. Un Favicon este o imagine multirezoluție inclusă aproape pe toate site-urile profesionale, care oferă webmaster-ului posibilitatea de a promova site-ul, prin crearea unui aspect personalizat în cadrul browser-ului vizitatorului. Cu ajutorul site-ului www.favicon.com ne putem realiza gratuit un favicon pentru site-ul nostru.

Numărul de niveluri al site-ului

Să presupunem că site-ul nostru e alcătuit din fișierul index.html și directorul texte, în care se află toate celelalte fișiere. Aceasta înseamnă

că site-ul are două niveluri: cel al fișierului index.html și cel al celorlalte fișiere. Numărul nivelurilor unui site nu trebuie să fie prea mare, pentru a nu plictisi vizitatorul. Informația utilă să nu fie la o distanță mai mare de două click-uri.

Navigarea în pagina web

Informația plasată într-o pagină Web trebuie să fie lizibilă. Pagina să fie vizibilă în întregime, fără ca navigatorul de site-uri (eng. Surfer) să utilizeze bara de scroll. Textul nu trebuie să fie dispus ca un bloc unitar de informație, ci să fie divizat prin linii orizontale sau imagini. Fundalul să nu fie agresiv. Frazele rezumat pot fi prezentate pe un fundal colorat, eventual încădate într-un chenar.

Statisticile arată că:

- navigatorul de site-uri (eng. Surfer) nu agreează *scroll*-ul, adică detestă să coboare în josul paginii;

- navigatorul de site-uri (eng. Surfer) nu-i place să aștepte mult încărcarea unei pagini, iar așteptarea îl face adesea să părăsească site-ul;

- navigatorul de site-uri (eng. Surfer) citește de pe monitor cu o viteză care e cu 25% mai mică decât cea cu care citește de pe hârtie.

Testarea și finalizarea site-ului

Testarea și finalizarea site-ului se efectuează, după cum urmează:

- testăm link-urile și funcționalitatea site-ului;

- testăm site-ul pe diverse browser-e și diferite versiuni, astfel încât acesta să fie vizibil și să aibă funcționalitatea corectă.

Optimizarea site-ului

Optimizarea site-ului reprezintă un aspect foarte important pentru motoarele de căutare. Site-ul trebuie să fie găsit de către motoarele de căutare după principalele cuvinte-cheie. Pentru optimizare site-ului este foarte importantă frecvența corectă a cuvintelor-cheie în diversele tag-uri html.

Promovarea site-ului

Pentru a primi vizitatori pe site, trebuie să ne ocupăm de publicitatea acestuia. În primul rând, pentru promovarea site-ului pe WWW este foarte important să obținem cât mai multe link-uri de pe alte site-uri către site-ul nostru. Publicitatea unui site pe Internet se face în mai multe moduri:

- prin schimbul de referințe;
- cu ajutorul **banner**⁷-elor;

- prin schimbul de bannere;
- prin intermediul **Inelelor Web**;
- prin **Cartea electronică** etc.

Bannere pentru promovarea site-ului

Exemple de banner-e statice sau animate putem găsi pe site-urile de mai jos:

- www.bannergrams.com;
- www.coolarchive.com;
- www.coder.com;
- www.banner.de;
- www.voytech.com;
- www.animationonline.com;
- www.angelfire.com/biz/WLAW.

Inel Web

Pe Internet există grupuri de site-uri care au același profil. Aceste grupuri se mai numesc Inele Web (eng. webring). Webring-urile se ajută reciproc și ne ajută să ne facem cunoștințe în rândul celor cu aceleași preocupări ca și ale noastre. Deci atunci când finalizăm lucrul cu site-ul, ne putem înscrie într-un webring deja existent sau ne putem crea un webring propriu. Site-ul www.RingSurf.com asigură gratuit suportul tehnic câtorva zeci de mii de webring-uri.

Cartea electronică

Un instrument web mai nou este cartea electronică (eng. e-book). Aceasta are o capacitate deosebită de a genera trafic și de a reține vizitatorii. Se presupune că în curând, realizarea/difuzarea e-cărtii va fi o metodă sigură de promovare a site-ului.

Cartea electronică (e-carte) poate reprezenta:

- colecție de documente HTML;
- colecție de documente PDF;
- un executabil, obținut prin compilarea unui document HTML.

Pentru obținerea executabilului HTML, putem alege unul dintre multele compilatoare de pe Internet, disponibile în regim freeware sau shareware.

Compilatoarele HTML pot fi clasificate în funcție de mai multe criterii:

1. După capacitatea de a citi corect codul HTML al tabelor.
2. După capacitatea de a citi corect codul HTML al diacriticelelor.
3. După capacitatea de a citi corect codul HTML al culorilor.
4. După proprietățile executabilului obținut: Unele dintre executabilele obținute necesită prezența:

- browser-elor în sistem pentru a fi vizualizate, altele - nu;
- unele executabile permit citirea sursei și chiar modificarea acesteia, altele - nu;
- unele executabile oferă posibilitatea printrării, altele nu au această posibilitate.

Pe lângă avantajele pe care ni le oferă compilatoarele, ne putem confrunta și cu o serie de dezavantaje:

1. Cel mai mare dezavantaj este generarea executabilelor de dimensiuni mari.
2. Un alt dezavantaj important este faptul că cele mai multe compilatoare nu suportă CSS, JavaScript, sau Flash.
3. Nu mai puțin important este și faptul că unele compilatoare nu citesc corect *tabelele, diacriticele*, precum și *codul HTML al culorilor*.

Pentru comparație putem nota că dintr-un fișier HTML de doar 7 KB poate fi obținut un executabil de 105 KB. Aceasta face ca compilatoarele de pagini HTML să fie un impediment în realizarea librăriilor online de e-cărți în format EXE, pentru că spațiul web ar costa enorm. Dar, deoarece toate produsele electronice se perfecționează foarte rapid, sperăm că în curând vor apărea compilatoare mai performante, iar realizarea librăriilor de e-cărți va deveni o afacere profitabilă. Putem utiliza compilatoarele gratuite SBookBuilder (suportă frames și CSS) sau EbookBuilder, care pot fi descărcate de pe site-ul www.jansfreeware.com, unde găsim și multe alte resurse, programe interesante.

E-carta poate fi realizată și în format PDF. Volumul său în KB va fi mai mic, iar transmiterea virușilor prin intermediul acesteia va fi imposibilă. Dar asemenea e-cărți se creează și cu ajutorul Adobe Acrobat, care nu este gratuit.

Plasarea site-urilor pe Internet

Procesul de plasare a site-urilor pe Internet constă din:

a) cumpararea domeniului:

- putem procura gratuit un nume de domeniu de forma www.ume.tk de la www.dot.tk și

alți registratori;

- sau cumpărăm (www.host.md, ici.ro, rnc.ro, domreg.ro, cheap-domainregistration.com, godaddy.com, cleverdot.com etc.).

b) Realizare web site;

c) Găzduire site (hosting);

d) Adăugarea site-ului în motoare de căutare cum ar fi Google, Yahoo!, MSN, Alta Vista. Majoritatea clienților folosesc Google ca motor de căutare și de aceea este foarte important ca site-ul nostru să se afle în Google;

e) Înscrierea în directoare cum ar fi trafic.ro și alte mii de directoare similare;

f) Promovarea site-ului pe alte site-uri de specialitate oferind vizitatorilor link-uri către site-ul nostru.

Din momentul în care ne-am hotărât să creăm site-ul, pregătim toate datele necesare pentru a începe proiectul de creare a paginilor web/creare site web și anume: structura dorită, textul necesar, imaginile. Actualmente, este important nu numai conținutul paginilor unui site web, dar și partea estetică a interfeței grafice, dinamica paginilor și atractivitatea lor.

Note

1. Cu toate că browser-ul Internet Explorer este gratuit pentru funcționare, el necesită existența sistemului de operare Windows pentru care trebuie să cumpărăm licență. În continuare, putem beneficia și de alte gratuități. Chiar dacă acestea nu ating întotdeauna performanțele programelor licențiate, adeseori ele satisfac cerințele.

2. Browser-ele Mozilla Firefox, Google Chrome etc., pot fi descărcate de pe Internet în mod gratuit. Adresele site-urilor respective pentru descărcare (download) a browser-elor în limba română sunt:

<http://www.mozilla.com/ro/firefox> – pentru Mozilla Firefox;

<http://www.google.com/chrome?hl=ro> – pentru Google Chrome.

BIBLIOGRAFIE

1. Berners-Lee's original proposal to CERN, World Wide Web Consortium, w3.org/History/1989/proposal.html.
2. Edouard Bonnefous, Omul sau natura? Editura Politica, București, 1976, traducător Adrian Costa, 462 p.
3. Massachusetts institute of Technology, „Draper Prize” web.mit.edu/newsoffice/2007/draper-prize.html.
4. MIT Center for Collective Intelligence (homepage), [Cci.mit.edu](http://cci.mit.edu). <http://cci.mit.edu>.

5. MIT Center for Collective Intelligence (people), Cci.mit.edu. <http://cci.mit.edu/people/index.html>.

6. Teodora Gherman, Aplicarea tehnologiilor informaționale în elaborarea cursurilor multimedia „Grafică asistată de calculator”, ed. UST, Chișinău, 2004, 124 p.

7. Timothy Berners-Lee Elected to National Academy of Sciences. Dr. Dobb's Journal. http://eng.wikipedia.org/wiki/Sit_web

8. <http://www.echoecho.com/html.htm>

9. <http://www.w3schools.com/html/default.asp>

10. <http://www.tutoriahtml.com/>

NOTE

¹ http://ro.wikipedia.org/wiki/Sit_web

² Edouard Bonnefous, Omul sau natura? Editura Politica, Bucuresti, 1976, traducător Adrian Cos-ta, 462 p.

³ http://ro.wikipedia.org/wiki/Sit_web

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Online_magazine

⁵ Element prim de compunere savantă, cu semnificația „cuvânt”, „vorbire”, „discurs”. <http://dexonline.ro/>

⁶ Favicon (pronunțat fav-eye-con)) este prescurtarea de la „Favorites Icon”

⁷ Zonă grafică destinată afișajului publicitar, Teodora Gherman, Aplicarea tehnologiilor informaționale în elaborarea cursului multimedia „Grafică asistată de calculator”, ed. UST, Chișinău, 2004, 124 p.

Prezentat: 13 decembrie 2011.

E-mail: gherman.teodora@gmail.com