

L'obiettivo del seminario è di presentare Internet come mezzo di comunicazione globale. L'avvento della Grande Rete ha infatti cambiato radicalmente i paradigmi della comunicazione tradizionale, introducendo nuove frontiere competitive in termini di facilità e velocità nel reperimento/scambio delle informazioni.

Il vantaggio è evidente per tutti, ed oggi nuove insperate possibilità si offrono a chi voglia introdurre nuovi acceleratori nel proprio lavoro, implementando i vantaggi offerti dalla nuova tecnologia.

Protocolli, server, database

Internet è la più grande rete informatica del mondo, costituita da una miriade di computer connessi tra loro.

E' soprattutto una rete in larga parte "aperta" verso i nuovi visitatori: con poca spicciola tecnologia, infatti, chiunque può connettere il proprio computer alla Grande Rete, recuperando informazioni, scambiando opinioni, pareri e dati. Come ogni organizzazione, anche internet possiede le proprie regole: in tal senso saranno forniti gli strumenti con cui affrontare il "caos organizzato" della Grande Rete, descrivendo in modo sintetico i concetti più elementari.

La "Rete" parla un linguaggio universale e grazie a questo standard è possibile la connessione da qualsiasi sistema, ossia anche da computer tecnologicamente differenti.

Tale linguaggio è regolato da norme, definite col nome di protocolli, di cui la maggior parte degli utenti conosce alcune sigle, quali http, TCP/IP, FTP, ecc.

Data la facilità di connessione, determinata dai programmi progettati per la navigazione (browsers), non è indispensabile conoscere il significato di tali sigle, che rappresentano invece il *pane quotidiano* dei sistemisti Web. E' più vantaggioso sapere se e come reperire informazioni in un contenitore così vasto e diversificato.

Con la parola "Server", di cui si sente parlare in questo contesto, ci si riferisce ad un computer più potente di quelli che siamo abituati a vedere sulle nostre scrivanie, che concentra su di sé un numero elevato di richieste di collegamento alla "Rete", smistandole rapidamente e simultaneamente.

Come risultato si ha la connessione contemporanea di centinaia di computer. Se si pensa ad Internet come ad una catena ramificata cui fanno capo migliaia di server, è

facile immaginare come sia possibile *saltare* da un punto all'altro del pianeta, dove col termine "navigazione" si intende proprio la facoltà di connettersi ed interrogare qualsiasi *anello* (server) della catena.

A proposito d'interrogazione, se il nostro scopo è di sondare la Rete alla scoperta d'informazioni solitamente disponibili su enciclopedie, cataloghi di varia natura o videoteche, è interessante sapere che all'interno di molti di questi server sono presenti veri e propri archivi, denominati "database".

Compilando appositi spazi riservati alla formulazione della domanda, il sistema si mette alla ricerca delle informazioni richieste in questi archivi ed estrae solo i dati ritenuti più conformi al quesito sottoposto.

Non dobbiamo assolutamente preoccuparci di come porre la richiesta, poiché al momento opportuno i siti di pertinenza presentano sullo schermo un modulo di facile compilazione, con tanto d'istruzioni in linea.

Una volta ottenute le informazioni, basterà un clic del mouse per scorrere il testo sullo schermo o per stampare integralmente il documento.

Link e navigazione intelligente

Il termine "navigare" è abitualmente utilizzato per descrivere le "gite" su Internet.

Ebbene, nel corso del Seminario saranno presentate le mappe, i percorsi ed anche le scorciatoie per arrivare nel minor tempo possibile a destinazione.

Link e Hyperlink sono termini dei quali un buon navigatore conosce la dinamica, più che il significato. Ma ciò non ostacola in alcun modo la ricerca in Rete.

Chi avesse già una certa esperienza in questo senso, avrà notato che in qualsiasi pagina Web sono presenti dei testi solitamente colorati in blu e sottolineati, oppure altri elementi, dove la freccia del mouse assume la forma di una mano, col dito indice puntato verso l'alto.

Un solo clic in questa posizione lancia il cybernauta verso nuovi *lidi*, dove molto spesso sono visibili informazioni su argomenti diversi dal precedente.

Stiamo parlando proprio dei "Link", ossia di aree attive (cioè sollecitabili col solo clic del mouse), che si agganciano ad altre pagine dello stesso sito, o che consentono di

saltare verso altri siti, contenenti informazioni più o meno legate a quello appena abbandonato.

Proviamo ad immaginare il sito di un aeroporto internazionale. I link solitamente presenti conducono alla visualizzazione degli orari dei voli, delle condizioni promozionali, delle tariffe stagionali, della situazione meteorologica, ecc.

Nella stessa pagina iniziale è frequente la raffigurazione di immagini o disegni che rappresentano il marchio di enti locali (pubblici o privati) che hanno interessi commerciali o culturali, legati concettualmente al visitatore-tipo di questo sito.

Ebbene, un clic su queste aree ci sposta, ad esempio, dagli orari dei voli all'elenco dei musei, alle banche della città o quant'altro possa essere interessante o propositivo per il *navigatore*.

Ecco che si presenta il problema della capacità di selezione, cioè il saper identificare con sufficiente chiarezza i link (collegamenti) al sito in questione, evitando inutili perdite di tempo nella perlustrazione di zone al momento non rilevanti.

Siti istituzionali e Portali

E' sempre più difficile ormai distinguere gli uni e gli altri.

In termini molto elementari, per sito istituzionale si intende una serie di pagine Web che illustrano l'attività di un'azienda o istituzione, mentre col termine "portale" si fa riferimento a pagine speciali, solitamente molto ampie, ricchissime di link, animazioni e colori, che mettono a disposizione informazioni delle più svariate specie.

Il sito istituzionale parla delle funzioni primarie, dei prodotti (materiali o concettuali), della politica commerciale, delle iniziative in corso o dei progetti futuri di un'azienda.

Il portale invece non sembra appartenere a nessuno in particolare, giacché dispone di spazi pubblicitari, collegamenti ad informazioni giornalistiche, meteorologiche, finanziarie e per l'intrattenimento. Oroscopi, servizi gratuiti (e-mail), turismo, musica, sport, immagini riprese dal vivo. E questa non è che una parte...

Ora, è in forte espansione il numero di aziende che non si limita più a pubblicare sul proprio sito dati connessi alla propria attività; la nuova tendenza è di arricchire le pagine finora troppo statiche con nuovi collegamenti e servizi, che in comune hanno solo l'orientamento di base.

Ecco che sempre più spesso ci troviamo di fronte pagine Web che sembrano gestite più da una fondazione o da un'associazione, che da un singolo ente. Una ragione di più per affinare la nostra dimestichezza nella navigazione.

Newsgroups, forum, chat lines

E' bene sapere che in mezzo a tanta ricchezza di notizie, esistono anche delle aree puramente apparenti (meglio definirle "virtuali") riservate alla discussione fra gruppi più o meno vasti di persone collegate ad Internet.

L'elemento più semplice ed immediato è la "chat line", ossia un sistema attraverso il quale due o più persone si *parlano* digitando sulla tastiera.

Altra cosa sono i "forum" ed i "newsgroups", cioè veri e propri gruppi di discussione, dove ognuno può porre quesiti, pubblicare casistiche, proporre soluzioni all'interno di un grande ed immaginario gruppo di lavoro.

La risposta a nostri dubbi di vecchia data si trova in queste aree molto più spesso di quanto non si creda. E' come avere a disposizione una serie indeterminata di esperti dello stesso settore, ognuno con la propria esperienza ed il proprio know-how, in costante riunione con noi.

Caratteristiche generali

Comunemente si tende ad identificare Internet come una colossale banca dati, il cui contenuto spazia in tutti i campi della cultura e dell'informazione, corredati da immagini e suoni.

Sono ancora pochi quelli che vedono nella Rete il potere aggregante dato dalla facilità di comunicazione, dove le distanze non esistono più, dove i contatti sono possibili senza alcun mezzo di trasporto, riducendo drasticamente tempi e costi di trasferta.

Ancora oggi molte aziende affittano costose linee per la connessione fra le sedi dislocate in un territorio più o meno vasto; altri utilizzano il fax come unico sistema per la distribuzione di informazioni scritte, affrontando costi elevati per le chiamate interdistrettuali o internazionali.

L'adozione della "Rete" come soluzione globale e come accentratore di tutti i servizi di connessione sta vedendo un costante aumento di proseliti, ma una certa diffidenza tarda a svanire.

Ciò è dovuto talvolta alla scelta non corretta del supporto di rete più idoneo, in altri casi il dubbio riguarda la sicurezza contro intrusioni indesiderate o addirittura il timore di intercettazione di dati più o meno riservati.

Gli strumenti per la connessione protetta esistono e sono in costante fase di miglioramento. Si pensi ai servizi on-line che le banche offrono ai propri correntisti. Ma la reticenza tarda a dissolversi.

A parte queste considerazioni, il fatto che articoli, pubblicazioni, documentazioni di dimensioni talvolta enormi e quant'altro possa essere scritto siano raggiungibili e consultabili via Internet, ha portato a considerare la "Rete" come una sorta di banca dati multifunzionale, dove chiunque ha la possibilità di reperire o depositare informazioni di qualsiasi genere.

Questo è tutto vero, ma se cominciassimo a vedere la Rete come una maglia più o meno fitta di connessioni fra computer (in senso lato), ci renderemmo conto che in un sistema come questo possono transitare agevolmente anche immagini e suoni.

Da qui l'impiego di Internet per la diffusione di filmati, telegiornali, musica per intrattenimento e persino la nostra immagine tramite una microtelecamera, diventa un fatto reale e tangibile, dove le potenzialità sono infinite.

Fra poco anche le nostre comunicazioni telefoniche transiteranno esclusivamente su Internet, momento nel quale la Rete potrà essere finalmente impiegata come unico mezzo per la comunicazione globale.

La ricerca intelligente

Fra i cacciatori quotidiani di informazioni sono un numero troppo limitato quelli che conoscono i metodi di interrogazione specifica.

Nei **motori di ricerca** ed in altri programmi appositamente strutturati a questo scopo, sono disponibili degli spazi particolari, riservati alla formulazione della domanda. In questi campi è importante il modo nel quale questa viene posta, ossia la sintassi da utilizzare per ottenere un risultato coerente.

Fortunatamente sono sempre presenti le linee-guida, che ci aiutano ad esporre nel modo migliore la nostra richiesta. Infatti, per i meno esperti, la "Ricerca avanzata" aiuta l'utente in maniera molto dettagliata. Ma quali sono questi criteri?

Si tratta di mettere il sistema in condizioni di interpretare correttamente il nostro quesito, ricercando:

- Tutte le parole da noi scritte
- Una qualsiasi fra tutte
- La frase esatta

In base alla nostra scelta, i risultati saranno più o meno in linea con le nostre necessità.

Oltre a questi tre metodi, ne esiste un quarto, chiamato "Ricerca Booleana". Con questo sistema, noi tentiamo di canalizzare l'indagine, limitandola al reperimento di gruppi di termini o anche frasi, dove l'una esclude l'altra o dove sono comprese alcune o tutte le espressioni.

Solitamente si usano il vocabolo "AND" per unire più concetti e far sì che il risultato comprenda tutto quanto da noi richiesto; "OR" per chiedere che il sistema recuperi informazioni su almeno una delle nostre parole o frasi.

Sintassi URL

La sigla per esteso è "Uniform Resource Locator" (vedi Glossario più avanti) e più semplicemente identifica l'indirizzo presso il quale si trova un determinato sito o una pagina Web.

Ormai anche il mondo pubblicitario ci ha abituati a vedere, associato al marchio di un prodotto, una sigla che inizia con le lettere "www".

Anche se in teoria sarebbe necessario farle precedere dal codice http://, in realtà ciò non è necessario all'interno del nostro browser, per cui ci possiamo limitare a scrivere, nel campo "Indirizzo", il codice senza questo prefisso.

Qualche esempio sulla sintassi di base:

- www.nomeazienda.com, identifica la pagina principale di un sito
- www.nomeazienda.com/pagina/sottopagina/ indica una pagina Web ben precisa all'interno di questo sito.

Attenzione alla sintassi! E' importante seguire queste semplici regole:

1. Scrivere possibilmente in minuscolo
2. Non fare mai spazi fra una parola e l'altra
3. Trascrivere esattamente l'indirizzo, così come lo si legge sulla nostra fonte d'informazione, rispettando la punteggiatura (trattini, punti, barre, se presenti).

Quanto al suffisso (.com, .it, .org, .net, ecc.) non dovremmo farci caso più di tanto, poiché rappresenta la tipologia del depositario del dominio.

In pratica i livelli di classificazione sono i seguenti:

- www.nomedominio.com = azienda commerciale
- www.nomedominio.it = azienda in territorio italiano
- www.nomedominio.org = azienda o ente no profit
- www.nomedominio.edu = istituzione scolastica / università
- www.nomedominio.gov = struttura del governo
- www.nomedominio.mil = ente militare
- www.nomedominio.net = ente di gestione della rete o altro

Nuove fonti d'informazione sulle tossicodipendenze

In che modo è possibile finalizzare tutti gli strumenti sopra descritti alla ricerca, allo scambio d'informazioni, alla consultazione di abstracts e normative nell'ambito delle tossicodipendenze?

Esistono in Italia dei siti adeguatamente specializzati, tra cui *e-Velink*, che si occupano in modo approfondito di queste realtà, e l'analisi in questa direzione dovrà essere effettuata mediante la consultazione di pagine delle quali riportiamo alcuni esempi negli allegati.

Dott. Mario Dattoli

Caratteristiche generali

Quando circa vent'anni fa' è stato introdotto il telefax (apparecchio allora molto ingombrante, che come per incanto riproduceva una fotocopia a distanza in tempo reale!) abbiamo vissuto una svolta decisiva nell'*office automation*, cambiando radicalmente il nostro modo di comunicare e di scambiare documenti.

Nonostante il tempo trascorso da allora, ce lo ritroviamo ancora sul tavolo e non siamo in grado di definire la data in cui sarà definitivamente abbandonato, per lasciare spazio alle nuove tecnologie.

Fra queste, la posta elettronica, che anche grazie alla possibilità di accedere ad Internet gratuitamente, sta vivendo un momento di espansione inimmaginabile anche nell'uso privato.

Contrariamente al fax, questo sistema è in grado di trasmettere innumerevoli messaggi simultaneamente ed in tutto il mondo, abbattendo i costi di *spedizione* come mai prima d'ora.

Il fatto che la comunicazione avvenga tramite la rete Internet offre il vantaggio di consentire la navigazione e la gestione della posta elettronica contemporaneamente, senza che l'una ostacoli l'altra. Si parla quindi di una sola chiamata telefonica (per di più urbana) per due servizi. Vi sembra poco?

Come se non bastasse, il gioco non si limita al semplice recapito di messaggi scritti; tali messaggi possono ospitare al loro interno anche documenti di qualsiasi origine ed immagini grafiche (disegni, fotografie, ecc.), persino filmati.

Ciò significa che una relazione di varie decine di pagine può essere "imbustata" assieme alla "lettera" e recapitata nel suo formato originale, senza modifiche o perdite di dati. Al destinatario non resta che usare il proprio programma di videoscrittura per leggere, stampare, correggere e magari rispedire al mittente la relazione aggiornata.

Tutto questo senza busta, senza francobollo ma soprattutto senza muoverci dalla nostra postazione di lavoro. Un inestimabile risparmio di tempo e di denaro!

Netiquette

Come in tutte le innovazioni ad ampia diffusione di massa, si è resa necessaria la creazione di qualche norma, che rappresenti una sorta di galateo per i *video-scrittori*. Trattandosi di qualcosa che ha comunque a che fare con la Rete, è stata battezzata "Netiquette" (Net + Etiquette). Il termine si commenta da solo...

Ecco alcune fra le regole più significative:

1. I messaggi devono essere brevi; vanno evitate tutte le forme di cortesia ridondanti che siamo abituati a adottare nelle comuni forme epistolari;
2. Sono abolite le formule di chiusura (quelle espressioni commerciali di sapore barocco con le quali solitamente chiudiamo una lettera). Bastano semplici saluti.
3. E' importante firmare in calce, possibilmente specificando il proprio recapito di e-mail personale. Sarà un gesto molto gradito, che dimostra la propria disponibilità e stabilisce meglio di ogni altro un filo diretto fra i due scriventi.
4. La scrittura interamente in maiuscolo si usa solo nei casi in cui si stia comunicando qualcosa di eccezionale o per attirare l'attenzione del destinatario in un particolare molto importante. In tutti gli altri casi si scrive in minuscolo, rispettando ovviamente le regole della punteggiatura (lettera maiuscola ad inizio di frase, ecc.). Si consideri che nella posta elettronica le frasi in maiuscolo corrispondono all'urlare nel parlato.
5. In caso di risposta, usare l'opzione "Rispondi" o "Rispondi a tutti" invece di un nuovo messaggio. In questo modo metteremo il mittente in condizione di sapere a che cosa ci riferiamo, poiché verrà riprodotto integralmente anche il messaggio di origine.

Il testo integrale della Netiquette è facilmente reperibile in buona parte dei motori di ricerca, fra le opzioni dei portali commerciali più conosciuti o nelle pagine dei principali fornitori di servizi Internet (Provider).

I messaggi

Indipendentemente dal programma di posta elettronica utilizzato, le caratteristiche intrinseche sono le medesime.

Ci troviamo di fronte alcuni campi di compilazione, fra i quali:

- **A** spazio riservato ai nomi dei destinatari (campo obbligatorio)
- **CC** spazio riservato ai destinatari che riceveranno il messaggio in copia per conoscenza
- **Oggetto** area in cui scrivere un titolo che identifichi il contenuto del messaggio

E' disponibile poi una zona riservata al testo vero e proprio, in cui si scrive la comunicazione, possibilmente nel rispetto della Netiquette.

In genere nelle aziende è disponibile un elenco più o meno esteso di destinatari che rappresentano i nostri interlocutori consueti. Si tratta della Rubrica, strutturata in modo da essere accessibile ad un intero reparto o a tutta l'azienda.

Questa lista mostra i nomi dei destinatari, ma il programma utilizza il rispettivo indirizzo di e-mail per l'inoltro del messaggio. In nostro compito è quindi facilitato, potendo selezionare nomi conosciuti e non sequenze di codici.

Queste ultime sono invece indispensabili nel momento in cui si invia un messaggio ad un destinatario che non compare nella Rubrica.

Dovremo pertanto recuperare il suo indirizzo di posta elettronica e scriverlo nell'apposito spazio **"A"**, seguendo questa sintassi:

nomedestinatario@dominio.it (o **.com**, o **.org**, ecc., sempre senza spazi)

riproducendo eventuali punti, trattini o altri simboli eventualmente presenti.

E' importante ricordare un dettaglio tutt'altro che trascurabile: quando nel campo **"A"** o **"CC"** compaiono numerosi destinatari (ossia quando lo stesso messaggio viene inviato a più persone), chi lo riceverà vedrà chiaramente non solo i nomi di tutti gli altri destinatari, ma ne potrà individuare anche l'esatto recapito elettronico.

Ciò potrebbe rappresentare un inconveniente se costoro fossero, ad esempio, concorrenti fra loro; oppure alcuni potrebbero voler evitare di diffondere il proprio indirizzo di e-mail, il quale in questo caso compare automaticamente.

L'unica soluzione è data dall'invio separato di un messaggio per ciascuno.

Gli allegati

A qualsiasi messaggio possiamo associare uno o più documenti (file), di qualsiasi origine, per evitare di dover spedire con i mezzi tradizionali uno o più dischetti a destinazione.

Questo enorme vantaggio presenta però dei vincoli che devono essere tenuti presenti al momento dell'invio:

1. Ci sono dei limiti relativi alle dimensioni complessive dei messaggi con allegati. In genere i *provider* nazionali fissano questa soglia a 5 Mb, ma nelle reti aziendali è più probabile che questa misura sia significativamente più bassa (2,5 o 3 Mb). Ciò significa che se dovessimo spedire comunicazioni che oltrepassano questi valori massimi, riceveremmo un messaggio di errore dal sistema, che ci avvisa del mancato recapito.
2. E' buona norma verificare la versione del software in dotazione al nostro destinatario. In caso contrario, potrebbero presentarsi problemi di conversione o addirittura l'impossibilità di accesso ai dati.
3. Se gli allegati sono più di uno o se troppo vicini al limite per le proprie dimensioni, si consiglia (ma sarebbe una buona abitudine farlo sempre) di *comprimere* tali dati mediante appositi applicativi, facilmente reperibili in Rete o acquistabili a costi estremamente contenuti.
Anche in questo caso ci si deve assicurare della dotazione di tali programmi nel computer di destinazione, pena l'impossibilità di leggere gli allegati.

Attenzione alle immagini. Queste generano solitamente file di grandi dimensioni e talvolta la compressione del file non è sufficiente a ridurre il volume totale.

In questi casi, con l'impiego di programmi di grafica, si può tentare di convertire l'immagine in un formato che per propria natura dà origine a file piccoli o molto piccoli (es. JPEG). L'ulteriore compressione non farà che agevolare la trasmissione del dato.

Se un solo file da allegare dovesse essere talmente voluminoso da superare i limiti consentiti, non resta che spezzarlo in più parti con programmi creati a questo scopo ed inviarne i frammenti ottenuti distribuendoli in più messaggi.

Anche in questo caso, il destinatario dovrà possedere lo stesso software per il riassettaggio del file di origine.

Virus

Il *mostro* è presente e attivo più che mai... Con la differenza che alcuni anni fa' la fonte era solitamente il dischetto di un amico o allegato come supplemento ad una rivista; oggi il contagio avviene soprattutto dalla connessione Internet, in maniera del tutto imprevedibile, con una particolare predilezione per la posta elettronica.

I guasti derivanti dall'infezione sono talvolta disastrosi ed in molti casi la migliore terapia consiste nella cancellazione integrale di tutti i dati, con i danni materiali ed immateriali che ne conseguono.

Come difendersi, nel contesto della posta elettronica?

Due semplici regole, da osservare scrupolosamente:

1. Installare e mantenere regolarmente aggiornato un programma anti-virus;
2. All'arrivo di qualsiasi messaggio, osservare con attenzione il nome del mittente; se questi dovesse risultare sconosciuto o se ci fosse anche il minimo dubbio sulla sua origine, eliminare immediatamente l'intero messaggio senza visualizzarlo e svuotare il cestino della *Posta eliminata*.

Altre funzioni

I programmi per la gestione della posta elettronica consentono anche di rispondere al mittente o a tutte le persone alle quali un determinato messaggio sia stato inviato. Niente di più comodo nel momento in cui si volesse mettere al corrente di una propria opinione o decisione il resto del gruppo.

Nel caso in cui fossimo depositari di più di un indirizzo di posta elettronica, nelle versioni software più recenti possiamo impostare il programma per ricevere messaggi indirizzati a uno qualsiasi di questi indirizzi. Tale espediente è utilizzato da chi possiede un recapito elettronico "pubblico", noto alla maggior parte dei propri contatti, ed uno "privato", riservato ad un numero ristretto di persone.

Queste pagine rappresentano una guida alla comprensione di alcuni fra i termini che siamo ormai abituati a sentire o a leggere quando si parla di Web in senso lato, ma dei quali non necessariamente conosciamo il significato.

Account

Letteralmente "accredito", è una sorta di permesso di ingresso presso un provider o una impresa commerciale, per accedere a determinati servizi. Ad esempio ogni utente ha un proprio account di posta elettronica attraverso cui invia e riceve i messaggi.

Banner

Inserzione pubblicitaria su Internet. Solitamente appaiono sotto forma di rettangolini colorati, spesso animati, nelle parti iniziali e finali delle pagine web di alcuni siti. Facendoci clic sopra, conducono l'utente direttamente al sito dell'azienda pubblicizzata. Sono un importante strumento di promozione online per attirare visitatori su un sito.

Browser

Programma che consente la navigazione sul World Wide Web. I browser più diffusi sono Internet Explorer della Microsoft e Navigator della Netscape Communications. Entrambi i programmi sono gratuiti per uso personale e possono essere scaricati da Internet o trovati sui Cd-Rom che sono di solito distribuiti insieme alle riviste di informatica.

Chat

Un servizio offerto da Internet per comunicare con gli altri utenti della rete attraverso la tastiera. A differenza della posta elettronica e dei newsgroup, in una chat line le persone devono essere collegate nello stesso momento. Si può fare chat per comunicare con una o più persone simultaneamente.

Cookie

File usato per memorizzare sul disco fisso di un utente delle informazioni sulle navigazioni che ha effettuato o sulle sue preferenze. Per esempio, quando a un utente viene data la possibilità di personalizzare una pagina Web, le informazioni su come l'utente vuole che appaia la pagina non possono essere salvate sul server del sito, perché il collegamento è anonimo, e così vengono scritte in un "cookie".

Crittografia

Tecnica per rendere le informazioni incomprensibili tranne che per il mittente ed il destinatario. Il processo di codifica è detto "cifratura". La più famosa tecnica crittografica è basata sull'utilizzo di due chiavi, una pubblica ed una privata. Le più importanti applicazioni della

crittografia su Internet sono quelle per la riservatezza della posta elettronica, per la sicurezza delle transazioni commerciali in rete e per la firma digitale.

Cyberspazio

È lo "spazio cibernetico", vale a dire l'universo virtuale, fatto di informazioni, di audio e di video trasmessi al computer, via cavo o via etere. Creatore del termine è lo scrittore William Gibson, che lo utilizza per la prima volta, nel 1984, nel romanzo "Neuromante", in cui parla di una "allucinazione consensuale" condivisa in rete.

Download

Trasferimento (in gergo "scaricamento") di un file da un server al proprio computer. Ogni giorno su Internet vengono scaricati milioni di file di ogni genere: documenti, programmi, immagini, brani musicali e filmati, ecc. La velocità di un download dipende da quante persone stanno richiedendo quel file e dalla qualità del collegamento.

Extranet

Parte di una rete aziendale Intranet alla quale possono avere accesso i clienti principali, i fornitori ed i partner commerciali dell'azienda. È protetta da ingressi non desiderati da un software "di sicurezza" chiamato **firewall**.

FAQ

Acronimo di Frequently asked question, vale a dire "domande più frequenti". Un file che mette a disposizione dell'utente le risposte alle domande più frequenti da parte degli utenti su un determinato argomento. L'origine delle FAQ è legata ai gruppi di discussione in rete.

Firewall

Software che impedisce l'accesso non autorizzato a una rete aziendale. Letteralmente, significa "muro di fuoco".

Firma digitale

Tecnica crittografica utilizzata per garantire che un determinato documento elettronico provenga dall'origine dichiarata. L'autenticità di una firma digitale viene assicurata da appositi enti di certificazione, come Verisign. Le ultime versioni dei browser consentono di aggiungere la firma digitale ai propri messaggi di posta elettronica.

Form

Modulo elettronico su pagine web per la raccolta di informazioni, suggerimenti, osservazioni o critiche dai visitatori del sito. È un importantissimo strumento del commercio elettronico.

GIF

Acronimo di Graphics Interchange Format, formato di file di grafica molto diffuso su Internet, è generalmente usato per immagini a colori pieni e con un massimo di 256 colori. Vedi JPEG.

Hacker

Pirata informatico, ovvero chi fa irruzione nei sistemi informatici senza autorizzazione. I primi hacker non erano dei criminali, ma semplicemente appassionati di informatica, molto intelligenti, che volevano mettere alla prova, come in un gioco, le loro capacità. È capitato diverse volte che degli hacker che avevano violato il sistema informativo di un'azienda siano stati successivamente assunti dall'azienda stessa come esperti di sicurezza. Oggi, hacker più privi di scrupoli possono svolgere un ruolo nello spionaggio industriale o nella "guerra elettronica".

Host

Computer che controlla una rete e che gestisce dati e programmi a cui accedono i computer collegati alla stessa rete.

Hosting

Soluzione tecnologica che consiste nell'affittare, sul disco fisso di un server, uno spazio che ospiti le pagine di un sito. Il server, in questo caso, non è dedicato esclusivamente al sito ma è condiviso con altri. È la soluzione più diffusa per ospitare siti web. Ormai, infatti, ogni abbonamento ad Internet dà diritto ad un certo spazio, in megabyte, per creare un proprio sito.

Housing

Affitto di un server, presso un provider, per ospitare le pagine di un sito ed eventualmente anche il database dei visitatori e i programmi di gestione del commercio elettronico. Lo spazio non è condiviso con altri, come accade invece per l'Hosting. Il provider si occupa della manutenzione del server e della connessione ad Internet.

HTML

Abbreviazione di "HyperText Markup Language". Linguaggio usato per creare le pagine ipertestuali del World Wide Web. I documenti in formato HTML possono contenere testo, grafica, collegamenti ipertestuali, form interattivi, audio e video. Per visualizzare questi documenti è necessario un browser come Netscape Navigator o Internet Explorer.

D-HTML (HTML dinamico)

L'HTML dinamico è un'evoluzione del linguaggio HTML che rende possibile una gestione più efficiente delle informazioni visualizzate come pagine HTML, oltre ad animazioni, selezione di bottoni ed altri effetti multimediali (senza bisogno di installare plug-in).

Interattività

La parola interattività è un termine che si riferisce a molti concetti simili ma distinti. Nel web marketing, il significato più importante è quello di dialogo a distanza tra il visitatore di un sito e l'azienda, un dialogo che può avvenire tramite gli strumenti di comunicazione di Internet (e-mail, form, newsgroup, ecc.). Meglio diffidare, invece, di tutti quei giochetti in Java o Shockwave che all'inizio sono molto divertenti ma poi non fanno altro che rallentare la navigazione.

Internet

È una grande rete di comunicazione che si estende in tutto il mondo e che collega tra loro computer, e reti di computer, di università, aziende e privati. Internet è basata su un insieme di protocolli indipendenti sia dall'hardware (computer e linee di trasmissione) che dal software (sistema operativo) impiegati. Al di là, tuttavia, di qualsiasi definizione tecnica, si può pensare ad Internet come ad un gigantesco organismo vivente, le cui cellule sono i computer, che si autoorganizza ed evolve verso una forma di intelligenza planetaria.

Intranet

Rete aziendale, locale o geografica, basata sui protocolli e gli strumenti di Internet. Gli utenti di una Intranet possono usufruire dello stesso tipo di servizi presenti su Internet: dalla posta elettronica ai gruppi di discussione.

Iper testo

Documento, o insieme di documenti, che può essere letto sequenzialmente oppure seguendo i richiami (link) tra le diverse parti (nodi) che lo costituiscono. Se i nodi collegati da link non si trovano sullo stesso computer ma su computer collegati in rete locale o geografica prende il nome di ipertesto distribuito in rete. Il World Wide Web è l'esempio più conosciuto di ipertesto distribuito in rete.

Java

Linguaggio di programmazione uscito dai laboratori di ricerca della compagnia americana Sun Microsystems. Con questo linguaggio si possono scrivere applicazioni che aggiungono funzionalità interattive alle pagine Web o che "girano" indipendentemente dal browser. Un programma scritto in linguaggio Java può essere eseguito su qualunque computer di ultima generazione, quale che sia l'hardware e il sistema operativo.

Javascript

È un'evoluzione del linguaggio HTML nato per la realizzazione di pagine Web interattive. A differenza del linguaggio Java, un'applicazione scritta con Javascript può funzionare solamente all'interno di un browser.

JPEG

Formato grafico molto diffuso su Internet. Poiché può visualizzare un numero di colori molto elevato è il formato più utilizzato per le fotografie. Un file in formato JPEG può essere più o meno "compresso", una compressione elevata può però causare una sensibile perdita di informazioni. Vedi GIF.

Keyword

Le keyword (o "parole chiave") sono i termini che si trovano all'interno dei tag <META> delle pagine web ed hanno la funzione di facilitare l'indicizzazione del sito da parte dei motori di ricerca. Alcuni motori di ricerca, tuttavia, non tengono conto delle keyword perché indicizzano ogni singola parola di tutti i documenti. Questo secondo tipo di indicizzazione prende il nome di "full-text".

Link

Collegamenti che definiscono una relazione concettuale tra i nodi di un ipertesto e consentono all'utente di "navigare". Seguendo i link, l'utente può decidere il suo percorso di accesso alle informazioni. Creando i propri link, inoltre, l'utente diventa anche autore dell'ipertesto e stabilisce nuove associazioni fra i contenuti. Secondo le filosofie orientali, tutto nell'universo è intimamente interconnesso, quindi... pieno di link.

Mailing list

Uno dei servizi per la comunicazione uno-a-molti su Internet. Abbonandosi, in genere gratuitamente, ad una mailing list, si ricevono tutti i messaggi di posta elettronica inviati alla lista dagli altri abbonati e si possono ugualmente inviare i propri. Per abbonarsi è sufficiente spedire una richiesta all'amministratore della mailinglist. Vi sono centinaia di mailing list differenti riguardanti gli argomenti più disparati: dalla ricerca scientifica alla musica.

Modem

Abbreviazione di modulatore/demodulatore. È il dispositivo fondamentale per viaggiare in Rete, infatti converte le informazioni binarie del calcolatore in segnali analogici che viaggiano lungo la linea telefonica e poi le riconverte nuovamente in forma digitale, una volta arrivati sul computer di destinazione.

Motore di ricerca

Strumento di ricerca d'informazioni su Internet. Tutti i motori di ricerca hanno un funzionamento simile: in una casella vanno digitate delle parole o frasi. Come risultato, il motore di ricerca fornirà una lista di siti contenenti informazioni relative ai termini utilizzati ed ordinata in base ad un criterio di rilevanza dei siti. I più noti motori di ricerca sono: Lycos, Excite, Altavista, HotBot, Infoseek e, in italiano, Virgilio e Arianna.

Multimedia

La combinazione in un singolo messaggio comunicativo di informazioni rappresentate con media diversi: testo, audio, grafica, video. Attenzione però! più che di media in senso strettamente tecnologico, sarebbe più corretto parlare di diversi "codici comunicativi": il linguaggio scritto, l'illustrazione, la musica, il cinema, la televisione, ecc.

Netiquette

Sono le regole di un codice di comportamento, non scritto, presenti in tutte le forme di comunicazione elettronica e che contribuiscono ad un utilizzo corretto ed efficiente di Internet. La Netiquette non è una semplice formalità ma l'espressione di esigenze molto sentite dal popolo della Rete.

Newsgroup

Gruppi di discussione in rete, cioè spazi a disposizione degli utenti di Internet nei quali esprimere la propria opinione e conoscere quella degli altri inviando messaggi di posta elettronica. Per partecipare ai gruppi di discussione è necessario installare sul proprio computer un software denominato newsreader (lettore delle news), che oggi è ormai parte integrante del browser. Un newsgroup è uno strumento di comunicazione uno-a-molti che può essere utilizzato efficacemente anche all'interno di un'azienda.

Newsletter

Le newsletter sono degli aggiornamenti periodici, in forma di e-mail, che l'utente richiede abbonandosi gratuitamente. Per questo motivo è un canale di promozione online diretto ed efficace: si rivolge a un target "autoselezionato" sicuramente interessato a ciò che gli si vuole offrire. Quando una newsletter raggiunge un pubblico di migliaia di abbonati, diventa anche un importante canale per la vendita di spazi pubblicitari, così come avviene per una rivista che ha migliaia di lettori.

Password

Parola di accesso che un utente autorizzato deve digitare per ottenere l'accesso ad una rete. L'inserimento dei propri dati identificativi e di una password è in genere la condizione necessaria per farsi riconoscere da un programma o per accedere ad una Intranet aziendale.

Portale

Sito che aggrega un grande numero di utenti abituali di Internet offrendo degli specifici tipi di servizi. I portali possono essere "orizzontali", quando comprendono molte categorie diverse di funzioni, o "verticali", quando sono focalizzati su un'area specifica. Yahoo è un esempio di portale orizzontale, in quanto offre servizi di ricerca di informazioni, di comunicazione, di e-shopping e di comunità virtuale. The Mountain Zone è un esempio di portale verticale, interamente dedicato alla montagna e ai suoi sport.

Posta elettronica (E-mail)

Servizio di Internet con il quale si possono inviare rapidamente messaggi e file ad un qualunque utente di Internet ovunque esso si trovi. La posta elettronica è la principale forma di comunicazione su Internet ed è utilizzata ogni giorno da milioni di persone, sia a casa che in azienda.

Provider

Un'azienda che fornisce l'accesso ad Internet, mediante il pagamento di un abbonamento. I provider sono di due tipi: gli Internet Service Provider (ISP) che offrono i loro servizi agli utenti finali (altre aziende o privati cittadini) e i National Service Provider (NSP) che hanno come clienti gli ISP.

Privacy

Quando si richiedono dati personali ai visitatori di un sito si sta violando la loro privacy o riservatezza. Per questo motivo è sempre meglio chiedere in anticipo ad ogni visitatore se è disposto a fornire informazioni ed in ogni caso chiarire l'utilizzo che ne verrà fatto e ricompensare la richiesta di dati sotto forma di informazioni o servizi aggiuntivi. Inoltre ci deve essere trasparenza sull'utilizzo dei dati ottenuti, secondo quanto affermato dalla legge 675 per la tutela della privacy.

Shareware

Software che può essere scaricato e utilizzato gratuitamente per un periodo di prova, al termine del quale - per continuare ad usarlo - bisogna pagare. Gli esempi più famosi sono Winzip e Paintshop.

URL

Acronimo di Uniform Resource Locator (Localizzatore universale di risorse). È l'indirizzo elettronico che permette di collegarsi ad un sito Web o ad un specifico documento in rete.

WAP (Wireless Application Protocol)

Protocollo di comunicazione che consente agli utenti di accedere a delle informazioni in modo istantaneo e sicuro attraverso dispositivi senza filo come telefoni cellulari, computer palmari e PDA (Personal Digital Assistant). È un'iniziativa di Unwired Planet, Motorola, Nokia, e Ericsson, che al momento non è ancora diventata uno standard formale. WAP è supportato da tutti i sistemi operativi, fra cui, in particolare, PalmOS, EPOC, Windows CE, FLEXOS, OS/9, e JavaOS. I dispositivi che fanno uso di piccoli display per navigare in rete sono anche chiamati "microbrowsers". Il linguaggio interpretato da questi browser è il WML, un tipo di HTML specificatamente concepito per i piccoli display e per navigare anche senza mouse e tastiera.

World Wide Web

Abbreviato con WWW, o più semplicemente Web, è una vasta collezione di documenti ipertestuali accessibili su Internet. Per la fruizione di questi documenti è necessario installare un programma detto browser. Il World Wide Web è per molti sinonimo di Internet, ma in realtà sono due cose diverse, dato che Internet è nata parecchi anni prima del Web.

Glossario riprodotto per gentile concessione di Logo 2000.