

SOMMARIO

1.	Netiquette (Il Galateo della rete).....	2
1.1.	Comunicazioni interpersonali (posta elettronica, talk)	4
1.2.	Comunicazioni verso più persone (Mailing List	8
1.3.	Linee-guida per le Mailing List.....	11

1. Netiquette (Il Galateo della rete)

Esiste un insieme di regole denominato Netiquette che si potrebbe tradurre in "Galateo (Etiquette) della Rete (Net)" che consiste nel rispettare e conservare le risorse di rete e nel rispettare e collaborare con gli altri utenti.

Entrando in Internet si accede ad una massa enorme di dati messi a disposizione il più spesso gratuitamente da altri utenti. Pertanto bisogna portare rispetto verso quanti, spesso in maniera volontaria, hanno prestato e prestano opera per consentire a tutti di accedere a dati ed informazioni che altrimenti sarebbero patrimonio di pochi o addirittura di singoli.

In Internet regna un'anarchia ordinata, intendendo con questo il fatto che non esiste una autorità centrale che regolamenti cosa si può fare e cosa no, né esistono organi di vigilanza. È infatti demandato alla responsabilità individuale il buon funzionamento delle cose.

Si può pertanto decidere di entrare in Internet come persone civili, o al contrario, si può utilizzare la rete comportandosi da predatori o vandali saccheggiando le risorse presenti in essa. Sta a ciascuno decidere come comportarsi.

Risulta comunque chiaro che le cose potranno continuare a funzionare solo in presenza di una autodisciplina dei singoli.

Questo documento fornisce informazioni alla comunità di Internet, ma non fa riferimento ad alcun tipo di standard Internet e può essere redistribuito senza alcuna limitazione.

La nota è stata curata dal Gruppo di Lavoro dell'IETF "Responsible Use of the Network (RUN)".

Nel passato la popolazione degli utenti telematici "cresciuta" con Internet aveva profonde conoscenze tecniche e comprendeva la natura del mezzo di comunicazione e dei vari protocolli. Oggi la comunità di Internet è costituita da persone del tutto nuove all'ambiente. Questi neofiti non hanno familiarità con la cultura di Internet e non hanno bisogno di sapere cosa siano i protocolli e le reti. Per introdurre rapidamente questi nuovi utenti alla cultura di Internet, questa Guida presenta una serie di comportamenti di base che organizzazioni ed individui possono seguire

ed adattare ai propri usi. I singoli dovrebbero essere a conoscenza del fatto che, qualunque sia il fornitore di servizi Internet usato, (acconto privato oppure tramite il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), ognuna di queste organizzazioni ha delle regole sulla proprietà dei messaggi di posta e dei file, sulle modalità d'inserimento o invio dei testi, e sulle presentazioni personali. Ogni comportamento specifico va verificato con il contenuto del documento "Condizioni di Servizio" ricevuto all'atto della registrazione.

Il seguente materiale è stato organizzato in due sezioni: Comunicazioni interpersonali (One-to-One), comprendente posta e talk; Comunicazioni verso più persone (One-to-Many), comprendente mailing list.

1.1. Comunicazioni interpersonali (posta elettronica, talk)

Con queste termini vengono definite quelle comunicazioni in cui una persona comunica con un'altra persona come se fosse un dialogo faccia a faccia. In genere, conviene seguire le comuni regole di cortesia in ogni situazione, e ciò è doppiamente importante su Internet, dove, ad esempio, linguaggio gestuale e tono di voce vengono a mancare.

Alcune regole e principi:

- A meno che non si abbia accesso a Internet attraverso un fornitore di servizi, conviene verificare con il datore di lavoro la questione della proprietà dei messaggi di posta elettronica. Le leggi al riguardo variano da luogo a luogo.
- A meno che non si usi uno strumento di crittografia (hardware o software), conviene assumere che la posta su Internet non sia sicura. Non inserire mai in un messaggio elettronico quel che non si scriverebbe su una comune cartolina postale.
- Rispettare il copyright sui materiali riprodotti. Quasi ogni paese ha una propria legislazione sul copyright.
- Nel caso di inoltro o re-invio di un messaggio ricevuto, non modificarne il testo. Se si tratta di un messaggio personale e lo si vuole re-inviare ad un gruppo, è il caso di chiedere preventiva autorizzazione. È possibile abbreviare il testo e riportare solo le parti più rilevanti, ma ci si assicuri di fornire le appropriate credenziali.
- Non inviare *mai* lettere a catena via posta elettronica. Su Internet le lettere a catena sono vietate, pena la revoca dell'acconto. Nel caso ne riceviate una, fatelo immediatamente presente all'amministratore locale.
- Una buona regola generale: conviene esser risparmiatori in quel che si spedisce e liberali in quel che si riceve. Non è il caso di inviare messaggi d'ira ("flames") anche se si dovesse esser provocati. D'altra parte, non c'è da sorprendersi se si diventa vittime di qualche "flame", e in tal caso è prudente non rispondere.
- In generale, è una buona idea controllare tutti i Subject (oggetto) dei messaggi ricevuti prima di rispondere. Altrimenti potrebbe succedere che, ad esempio, una persona che chiede indicazioni d'aiuto o chiarimenti invii un nuovo messaggio per dire "Non importa". Ci si assicuri inoltre che il messaggio a cui si sta per

rispondere sia diretto proprio a voi: potreste riceverlo per cc (per conoscenza): anziché come destinatario principale.

- È bene rendere le cose facili per chi riceve. Molti programmi di posta (mailer) eliminano i dati inclusi nell'intestazione (header), compreso l'indirizzo del mittente. Per far in modo che la gente sappia chi sia a scrivere, assicurarsi di includere una riga con tali dati a fine messaggio. Conviene creare tale file a parte ed aggiungerlo alla fine di ogni testo inviato (alcuni mailer lo fanno automaticamente). Nell'idioma di Internet, quest'ultimo è noto come il "file di firma" (".sig" o "signature" file). In pratica si tratta dell'equivalente del biglietto da visita (e a seconda della circostanze, è possibile averne più d'uno).
- Fare attenzione quando s'inserisce l'indirizzo del ricevente. Ci sono indirizzi che fanno parte di un gruppo ma sembra appartengano ad una persona soltanto. Ci si assicuri di conoscere la persona a cui s'invia il messaggio.
- Verificare gli indirizzi di cc: quando si risponde. È inutile continuare ad includere questi ultimi se il messaggio è diventato una conversazione tra due persone soltanto.
- In generale, la maggior parte della gente che usa Internet non ha il tempo per rispondere a domande generali su Internet e il suo funzionamento. Non inviare messaggi non voluti per richieste d'informazioni a persone il cui nome è stato visto su elenchi o mailing list.
- Ricordarsi che la gente con cui si comunica è sparsa in tutto il mondo. Se si invia un messaggio che richiede immediata risposta, può darsi che arrivi quando il destinatario stia dormendo. Aspettate che si svegli, vada al lavoro e si colleghi prima di ritenere che la posta non sia arrivata o che non si curi di rispondere.
- Verificare tutti gli indirizzi prima di iniziare discussioni lunghe o personali. È altresì buona norma includere la parola "lungo" alla voce "Subject" in modo che il ricevente possa sapere in precedenza che ci vorrà tempo per leggere e rispondere a quel messaggio. Oltre le 100 righe è considerato "lungo".
- Tenere in mente che il destinatario è un essere umano la cui cultura, lingua ed umore hanno riferimenti diversi dal vostro. Ricordarsi anche che i formati riguardanti date, misure, idiomi possono essere trasmessi in modo incorretto. Va prestata particolare attenzione alle forme di sarcasmo e ironia.

- Usare maiuscole e minuscole. **SOLTANTO CON LE MAIUSCOLE È COME SE SI STESSE URLANDO.**
- Usare i simboli per dare enfasi. Ecco *cosa* intendo dire. Usare i trattini in basso per le sottolineature. _Guerra e Pace_ è il mio libro preferito.
- Usare le faccine sorridenti (smileys) in sostituzione del tono di voce, ma fatelo con parsimonia.:-) è un esempio di faccina sorridente (guardare lateralmente). Non si ritenga che la semplice inclusione di una tale simbolo renda contento il destinatario su quel che si sta scrivendo o che faccia dimenticare eventuali contenuti offensivi.
- Prima d'invviare risposte d'impulso conviene dormirci su. Se si vogliono esprimere opinioni forti su un certo testo, è il caso di segnalarlo inserendo un FLAME ON/OFF. Ad esempio: FLAME ON: Quest'argomento occupa inutilmente banda di trasmissione. È illogico e senza costrutto. E il resto del mondo è d'accordo con me. FLAME OFF.
- Non si includano caratteri per istruzioni particolari o allegati non-ASCII, a meno che questi non siano in MIME o a meno che il vostro mailer non sia in grado di decodificarli. Assicuratevi comunque che il destinatario sia in grado di decodificare tali messaggi.
- Ci si preoccupi di essere brevi senza essere eccessivamente concisi. Includere nella risposta sufficiente materiale originale per esser compresi ma non oltre. È piuttosto brutto rispondere ad un messaggio allegando tutto il testo precedente: tagliar via il materiale irrilevante.
- Limitare la lunghezza delle righe a meno di 65 caratteri e inserire un ritorno del carrello (premendo Invio) alla fine di ogni riga
- Il "Subject" del messaggio dovrebbe riflettere il contenuto del testo.
- Se s'include la firma, la si tenga corta. In genere si sta entro le 4 righe. Tenere in mente che molta gente paga per collegarsi, e più il messaggio è lungo più costa.
- Così come oggi la posta tradizionale può non rimanere privata, allo stesso modo (oggi) posta (e notizie) elettroniche possono essere soggette a vari livelli di intercettazione e falsificazione. Il senso comune aiuta a verificare l'autenticità dei messaggi.

- Se l'importanza di un messaggio sembra giustificarlo, conviene inviare immediatamente al mittente una breve replica di ricevimento, rimandando a più tardi una risposta più esauriente.
- I comportamenti "ragionevoli" via e-mail dipendono dalle relazioni tra le due persone e dal contesto della comunicazione. Consuetudini imparate in un particolare ambiente telematico potrebbero risultare inapplicabili nelle comunicazioni via e-mail con persone su Internet. Si faccia attenzione ad espressioni gergali o acronimi.
- Generalmente i costi relativi alla trasmissione di un messaggio di posta elettronica sono equamente divisi tra mittente e destinatario (o tra i rispettivi sistemi/organizzazioni), al contrario di quanto avviene in altri media quali posta tradizionale, telefono, radio e televisione. Inviare posta elettronica può anche comportare costi aggiuntivi per uso di banda di trasmissione del network, spazio su disco o uso di memoria del sistema. Questa è la ragione economica fondamentale del perché le e-mail pubblicitarie non richieste non sono benvenute (e proibite in molti contesti).
- Ci si assicuri della grandezza del testo inviato. Allegare ampi file come un Postscript o un programma potrebbe impedire l'arrivo del messaggio stesso o un eccessivo utilizzo di risorse. Buona regola è non inviare mai file superiori a 50 Kilobyte. In tal caso, considerare come alternativa il trasferimento di file o la riduzione a diversi file più piccoli da inviare come messaggi separati.
- Non inviare eccessive informazioni quando non richieste.

1.2. Comunicazioni verso più persone (Mailing List)

Ogni volta che avviene una comunicazione rivolta a più persone (One-to-Many) dovrebbero applicarsi le norme già viste per la posta. In fondo comunicare con molte persone attraverso un messaggio postale o un testo equivale a comunicare con una sola persona, con in più la possibilità di offendere molta più gente che nella comunicazione uno-a-uno. È quindi molto importante conoscere quanto meglio possibile il pubblico a cui vengono diretti i messaggi.

Alcune regole e principi

- Seguire regolarmente mailing list e newsgroup per uno-due mesi prima d'inserire testi. Ciò permette di comprendere la cultura del gruppo.
- Non considerare responsabile l'amministratore del sistema per i comportamenti degli utenti.
- Tenere in mente che ogni testo verrà letto da un'ampio pubblico. Compreso forse il vostro attuale o futuro datore di lavoro. Fare attenzione a ciò che si scrive. Ricordarsi che le mailing lists vengono archiviate con una certa frequenza, e che le vostre parole possono essere conservate per molto tempo in un'area accessibile da molte persone.
- Occorre ritenere che ogni singolo individuo esprima le proprie opinioni, e non rappresenta la propria organizzazione (a meno che ciò non venga esplicitamente detto).
- Ricordarsi che sia la posta che le news riguardano in qualche modo le risorse del sistema. Prestare attenzione a qualunque regola specifica relativa all'uso di tali risorse esista nell'ambito del vostro sistema/organizzazione.
- Messaggi ed articoli dovrebbero essere brevi e centrati sull'argomento. Non scrivere su temi off-topic, non ripetersi e non inviare posta né inserire testi giusto per sottolineare gli errori di battitura o i refusi degli altri. Sono questi i comportamenti che, ben più di altri, testimoniano dell'immaturità dei principianti.

- La riga del "Subject" dovrebbe seguire le consuetudini del gruppo.
- Falsificazioni e imbrogli non rientrano tra i comportamenti approvati.
- Su alcune liste e newsgroup la pubblicità è benvenuta, mentre su altri è aborrita! Questo è un'altro esempio di come sia importante avere piena conoscenza del gruppo dove s'inseriscono i testi. Fare pubblicità non richiesta quando è chiaramente off-topic garantisce il ricevimento assicurato di messaggi particolarmente duri ed arrabbiati.
- Quando si replica ad un messaggio o ad un testo, ci si assicuri di riassumere il messaggio originale ad inizio testo, o di includere appena il testo sufficiente per spiegare il contesto. Ciò consentirà a chi legge di capire perfettamente la vostra replica. Fornire quindi il contesto giusto aiuta la comprensione generale, ma senza inserire l'intero testo originale!
- Come già detto per la posta, ci si assicuri d'inserire la firma a fine testo. Ciò garantisce che, anche in presenza di programmi di posta (mailer) o per la lettura delle news (newsreader) che tagliano via i dati dell'intestazione, resteranno visibili le informazioni necessarie per chi volesse contattarvi.
- Si faccia attenzione nel replicare ad testo. Spesso le risposte tornano al mittente che ha originato il testo, e in molti casi si tratta dell'indirizzo della lista o del gruppo! Potrebbe accadere d'inviare una risposta personale ad una gran numero di persone, nell'imbarazzo generale. È meglio digitare l'indirizzo esatto anziché usare l'opzione "replica" (reply).
- Avvisi di ricevimento, di non-ricevimento e/o di temporanea assenza non sono né pienamente standardizzati né del tutto affidabili, stante la notevole diversità dei sistemi di gestione posta su Internet. Risultano invasivi se inviati alle mailing list, ed alcuni considerano gli avvisi di ricevimento un'invasione della privacy. In breve, non usare mai tali avvisi.
- Se si scopre che un vostro messaggio personale è stato erroneamente recapitato ad una lista o gruppo, inviate un messaggio di scuse.

- Nel caso ci si trovi in disaccordo con una persona, meglio proseguire la discussione attraverso e-mail personali piuttosto che nella lista o gruppo. Se la discussione verte su un punto d'interesse generale, è sempre possibile riassumerla in seguito per gli altri.
- Non ci si faccia coinvolgere in nessuna "flame war". Non rispondere a materiali incendiari.
- Si eviti di inviare messaggi o inserire testi che non sono altro che gratuite repliche ad altre repliche.
- Si faccia attenzione ai caratteri mono-spazio e ai diagrammi, che possono apparire in modi diversi sia su sistemi differenti che con differenti mailer dello stesso sistema.
- Esistono newsgroup e Mailing List che discutono di argomenti ed interessi anche molto diversi tra loro. I vari gruppi rappresentano l'ampia diversità di stili di vita, religioni e culture. Inserire testi o inviare messaggi ad un gruppo il cui punto di vista risulta offensivo per voi soltanto per dire quanto siano offensivi è un comportamento inaccettabile. Messaggi che procurano molestie sessuali o razziali possono anche avere conseguenze legali. Oggi esistono diversi programmi in grado di filtrare quei testi che risultano equivoci.

1.3. Linee-guida per le Mailing List

Ci sono vari modi per trovare informazioni su quali mailing list esistono su Internet e su come iscriversi. Ci si assicuri di aver chiara la politica del vostro sistema/organizzazione riguardo iscrizione e inserimento di testi in tali liste. In generale è sempre meglio dare un'occhiata alle risorse locali prima di cercare informazioni su Internet. Esistono comunque una serie di file inseriti periodicamente in news.answers che forniscono l'elenco delle mailing list disponibili su Internet e relative modalità d'iscrizione. Si tratta di un'incalcolabile fonte d'informazioni per trovare liste su qualsiasi argomento.

- Inviare i messaggi d'iscrizione e/o di cancellazione (subscribe, unsubscribe) all'indirizzo appropriato. Anche se il software di alcune mailing list è abbastanza intelligente da isolarli e smistarli, non con tutte è possibile farlo. Fa parte della responsabilità di ciascuno comprendere come funziona ogni lista, compreso l'invio dei vari messaggi agli indirizzi giusti. Nonostante molte liste abbiano per convenzione un indirizzo "request" per l'invio dei messaggi iscrizione e/o cancellazione (subscribe, unsubscribe), non tutte lo prevedono. Ci si assicuri di essere a conoscenza delle convenzioni in vigore nella lista a cui ci si vuole iscrivere.
- Salvare e conservare i messaggi d'iscrizione di ogni lista a cui si partecipa. In genere vi si trovano anche le istruzioni per cancellare l'iscrizione.
- In genere non è possibile recuperare un messaggio una volta inviato. Neppure l'amministratore del sistema sarà in grado di farlo. Ciò significa che occorre essere davvero sicuri che si vuole inviare il messaggio così com'è.
- L'opzione di replica automatica (auto-reply) di molti programmi di gestione posta (mailer) è utile per comunicazioni interne, ma piuttosto disturbante quando arriva all'intera lista. Date un'occhiata agli indirizzi nel campo "Reply-To" quando si replica ai messaggi della lista: molti di questi andranno a tutti i membri della lista stessa.
- Non inviare alla mailing list ampi file raggiungibili via Uniform Resource Locator (URL) o ftp. È possibile inviarlo diviso in vari file,

purché ciò rientri nella cultura del gruppo. Se non si è certi su cosa fare, chiedere prima.

- Considerare la cancellazione dell'iscrizione o l'opzione "nomail" (se disponibile) quando si sa che non sarà possibile controllare la posta per un certo periodo.
- Quando s'invia un messaggio più d'una mailing list, specialmente se queste sono strettamente collegate, scusarsi per il cross-posting.
- Quando si chiede qualcosa, ci si assicuri di inserire un breve riassunto. E lo si faccia seriamente, anziché inviare una serie di stralci dai messaggi ricevuti.
- Alcune mailing list sono private. Non inviare messaggi a tali liste se non invitati. Non riportare in pubblico i testi di tali liste.
- Se si interviene in un'accesa discussione, ci si concentri sugli argomenti piuttosto che sulle personalità coinvolte.