

The netiquette

La **netiquette** è un termine che unisce il vocabolo inglese *network* (rete) e quello di lingua francese *étiquette* (buona educazione). È un insieme di regole che disciplinano il comportamento di un utente di Internet nel rapportarsi agli altri utenti attraverso risorse come newsgroup, mailing list, forum, blog, reti sociali o email in genere^[1] Il rispetto della netiquette non è imposto da alcuna legge. Sotto un aspetto giuridico, la netiquette è spesso richiamata nei contratti di fornitura di servizi di accesso da parte dei provider.

Il mancato rispetto della netiquette comporta una generale disapprovazione da parte degli altri utenti della Rete, solitamente seguita da un isolamento del soggetto "maleducato" e talvolta dalla richiesta di sospensione di alcuni servizi utilizzati per compiere atti contrari a essa (di solito l'email e Usenet). In casi di gravi e recidive violazioni l'utente trasgressore è punibile con il ban.

Sono comportamenti contrari alla netiquette, e talvolta sanzionati dagli abuse desk: inviare spam, effettuare mailbombing e l'eccessivo cross-posting e/o multiposting sui newsgroup di Usenet. Anche l'invio di e-mail senza un oggetto è una cosa poco rispettosa nei confronti del destinatario. Molti ricevono per lavoro decine o anche centinaia di e-mail al giorno: se tutte non avessero un oggetto sarebbe quasi impossibile definire una priorità con la quale leggerle, questo ovviamente con notevole disagio per chi riceve i messaggi.

Particolarmente scorretto è anche l'invio o l'inoltro di email a un gran numero di persone (per esempio a tutto il proprio indirizzario) inserendone gli indirizzi nel campo "To:" (in italiano "A:"). In questo modo tutti gli indirizzi, spesso privati, sono mostrati apertamente a tutti i destinatari, con una implicita violazione della privacy. Non solo: se un computer fra quelli dei destinatari è infettato da virus che utilizzano la posta elettronica per diffondersi, tutti gli indirizzi inseriti nel messaggio possono essere catturati dal virus e usati come destinatari di messaggi infettati.

(Il presente documento non è soggetto a limitazioni di alcun genere)

RFC 1855

La *Request for Comment* n. 1855 fa parte dell'insieme dei documenti ufficiali di Internet, redatti per definirne il corretto funzionamento. Questa RFC affronta in particolare la *Netiquette*, cioè l'educazione in Internet. E' un documento che, in quanto risalente al 1995, risulta oggi lacunoso.

Presentiamo qui una versione testo a fronte; nella parte sinistra è riportato il testo originale del documento.

Traduzione di Angelo Del Russo (1997).

RFC 1855

Netiquette Guidelines

Status of This Memo

This memo provides information for the Internet community. This memo does not specify an Internet standard of any kind. Distribution of this memo is unlimited.

Abstract

This document provides a minimum set of guidelines for Network Etiquette (Netiquette) which organizations may take and adapt for their own use. As such, it is deliberately written in a bulleted format to make adaptation easier and to make any particular item easy (or easier) to find. It also functions as a minimum set of guidelines for individuals, both users and administrators. This memo is the product of the Responsible Use of the Network (RUN) Working Group of the IETF.

Table of Contents

- 1.0 Introduction
- 2.0 One-to-One Communication
- 3.0 One-to-Many Communication
- 4.0 Information Services

RFC 1855

Regole di Netiquette

Stato di questo documento

Questo documento fornisce informazioni per la comunità degli utenti Internet. Non stabilisce uno standard di qualsivoglia tipo. La distribuzione di questo documento non è soggetta a limitazioni.

Abstract

Questo documento offre un insieme minimo di regole riguardo la Network Etiquette (Netiquette) che ciascun organismo può adattare secondo le proprie esigenze. In considerazione di ciò, è stato volutamente redatto sotto forma di elenco, allo scopo di rendere agevole l'adattamento e di consentire una facile consultazione. E' inoltre anche un insieme minimo di regole per i singoli utilizzatori, siano essi utenti privati o amministratori. Questo documento è stato realizzato dal *Responsible Use of the Network (RUN) Working Group* della IETF.

Indice

- 1.0 Introduzione
- 2.0 Comunicazione uno a uno
- 3.0 Comunicazione uno a molti
- 4.0 Servizi informativi

- 5.0 Selected Bibliography
- 6.0 Security Considerations
- 7.0 Author's Address

1.0 Introduction

In the past, the population of people using the Internet had "grown up" with the Internet, were technically minded, and understood the nature of the transport and the protocols. Today, the community of Internet users includes people who are new to the environment. These "Newbies" are unfamiliar with the culture and don't need to know about transport and protocols. In order to bring these new users into the Internet culture quickly, this Guide offers a minimum set of behaviors which organizations and individuals may take and adapt for their own use. Individuals should be aware that no matter who supplies their Internet access, be it an Internet Service Provider through a private account, or a student account at a University, or an account through a corporation, that those organizations have regulations about ownership of mail and files, about what is proper to post or send, and how to present yourself. Be sure to check with the local authority for specific guidelines.

We've organized this material into three sections: One-to-one communication, which includes mail and talk; One-to-many communications, which includes mailing lists and NetNews; and Information Services, which includes ftp, WWW, Wais, Gopher, MUDs and MOOs. Finally, we have a Selected Bibliography, which may be used for reference.

2.0 One-to-One Communication (electronic mail, talk)

We define one-to-one communications as those in which a person is communicating with another person as if face-to-face: a dialog. In general, rules of common courtesy for interaction with people should be in force for any situation and on the Internet it's doubly important where, for example, body language and tone

- 5.0 Bibliografia
- 6.0 Considerazioni sulla sicurezza
- 7.0 Indirizzo degli autori

1.0 Introduzione

In passato coloro che utilizzavano Internet erano "cresciuti" con essa, erano preparati tecnicamente e comprendevano cosa fossero la comunicazione a pacchetto e i protocolli. Al giorno d'oggi la comunità degli utenti di Internet include persone che non hanno dimestichezza con il suo funzionamento. Questi "Newbies" (*neofiti*, n.d.t.) non hanno una preparazione specifica e non necessitano di conoscere la comunicazione a pacchetto e i protocolli. Allo scopo di far comprendere a questi nuovi utenti rapidamente lo spirito di Internet, questa guida mette a disposizione un insieme minimo di comportamenti che sia organizzazioni che singoli utenti possono adattare alle proprie necessità. I singoli utenti dovrebbero essere coscienti del fatto che, indipendentemente da chi fornisce l'accesso alla rete, sia esso un ISP (*provider*, n.d.t.) per mezzo di un abbonamento privato o abbonamento per studenti universitari o un accesso dal proprio posto di lavoro, questi hanno proprie regole riguardo la proprietà della posta e dei file, riguardo cosa è permesso inviare o ricevere, e a che titolo presentarsi ai propri interlocutori. Fate in modo di avere informazioni precise in proposito.

Abbiamo organizzato questo materiale in tre sezioni: *comunicazione uno a uno*, che comprende posta e chat; *comunicazione uno a molti*, che comprende mailing list e newsgroups; e gli *Information Service*, che comprendono ftp, www, Wais, Gopher, MUDs and MOOs. In coda al documento abbiamo aggiunto una scelta bibliografica di riferimento.

2.0 Comunicazione uno a uno (posta elettronica e chat)

Definiamo *comunicazione uno a uno* quella in cui una persona comunica con un'altra *in presenza*: un dialogo. Le regole della comune cortesia nell'interazione con il prossimo dovrebbero essere messe in atto in ogni situazione e in Internet è doppiamente importante, in quanto la gestualità e il tono della voce devono essere

of voice must be inferred. For more information on Netiquette for communicating via electronic mail and talk, check references [1,23,25,27] in the Selected Bibliography.

2.1 User Guidelines

2.1.1 For mail:

- Unless you have your own Internet access through an Internet provider, be sure to check with your employer about ownership of electronic mail. Laws about the ownership of electronic mail vary from place to place.
- Unless you are using an encryption device (hardware or software), you should assume that mail on the Internet is not secure. Never put in a mail message anything you would not put on a postcard.
- Respect the copyright on material that you reproduce. Almost every country has copyright laws.
- If you are forwarding or re-posting a message you've received, do not change the wording. If the message was a personal message to you and you are re-posting to a group, you should ask permission first. You may shorten the message and quote only relevant parts, but be sure you give proper attribution.
- Never send chain letters via electronic mail. Chain letters are forbidden on the Internet. Your network privileges will be revoked. Notify your local system administrator if you ever receive one.
- A good rule of thumb: Be conservative in what you send and liberal in what you receive. You should not send heated messages (we call these "flames") even if you are provoked. On the other hand, you shouldn't be surprised if you get flamed and it's prudent not to respond to flames.
- In general, it's a good idea to at least check all your mail subjects before responding to a message. Sometimes a person who asks you for help (or clarification) will send another message which effectively says "Never Mind". Also make sure that

immaginati. Per ulteriori informazioni sulla Netiquette per la comunicazione via posta elettronica e la chat, fate riferimento ai punti 1, 23, 25, 27 della Bibliografia.

2.1 Regole per gli utenti

2.1.1 Posta elettronica:

- Nel caso in cui non abbiate un vostro personale accesso a Internet tramite un provider, accertatevi presso il vostro datore di lavoro chi sia il proprietario della posta elettronica da voi ricevuta. Le norme sulla proprietà della posta elettronica variano infatti da luogo a luogo.
- A meno che non utilizziate strumenti di cifratura (hardware o software), sappiate che la posta in Internet non è sicura. Non mettete mai in un messaggio di posta elettronica niente che non mettereste in una cartolina.
- Rispettate il diritto d'autore del materiale che riproducete. Quasi tutte le nazioni hanno leggi specifiche in merito.
- Se state inoltrando o rispedendo un messaggio che avete ricevuto, non cambiatene il senso. Se il messaggio era personale e lo state rispedendo a un gruppo, dovrete prima chiedere il permesso al legittimo proprietario. Potete abbreviarlo e mettere fra virgolette solo le parti salienti, ma assicuratevi che sia sempre chiara la paternità delle affermazioni.
- Non inviate mai "catene di Sant'Antonio" via posta elettronica. Sono vietate su Internet. Il vostro accesso alla rete potrebbe essere sospeso. Nel caso doveste riceverne avvisate l'amministratore del vostro sistema.
- Una buona regola generale: siate riflessivi in ciò che inviate e tolleranti verso i messaggi che ricevete. Non dovrete inviare messaggi infuocati (li chiameremo "flames") anche se siete stati provocati. D'altra parte non vi sorprendete se venite provocati e ricordate che non è prudente rispondere ai *flame*.
- In generale bene controllare tutti i *subject* dei messaggi ricevuti prima di rispondere a un messaggio. Può accadere che qualcuno chieda il vostro

any message you respond to was directed to you. You might be cc:ed rather than the primary recipient.

- Make things easy for the recipient. Many mailers strip header information which includes your return address. In order to ensure that people know who you are, be sure to include a line or two at the end of your message with contact information. You can create this file ahead of time and add it to the end of your messages. (Some mailers do this automatically.) In Internet parlance, this is known as a ".sig" or "signature" file. Your .sig file takes the place of your business card. (And you can have more than one to apply in different circumstances.)
- Be careful when addressing mail. There are addresses which may go to a group but the address looks like it is just one person. Know to whom you are sending.
- Watch cc's when replying. Don't continue to include people if the messages have become a 2-way conversation.
- In general, most people who use the Internet don't have time to answer general questions about the Internet and its workings. Don't send unsolicited mail asking for information to people whose names you might have seen in RFCs or on mailing lists.
- Remember that people with whom you communicate are located across the globe. If you send a message to which you want an immediate response, the person receiving it might be at home asleep when it arrives. Give them a chance to wake up, come to work, and login before assuming the mail didn't arrive or that they don't care.
- Verify all addresses before initiating long or personal discourse. It's also a good practice to include the word "Long" in the subject header so the recipient knows the message will take time to read and respond to. Over 100 lines is considered "long".
- Know whom to contact for help. Usually you will have resources close at hand. Check locally for people who can help you with software and system problems. Also, know whom to go to if you receive anything questionable or illegal. Most sites also have

aiuto (o chiarimenti) e successivamente vi invii un altro messaggio il cui senso "Come non detto". Assicuratevi anche che tutti i messaggi a cui rispondete siano diretti a voi. Potreste essere un destinatario cc (*per conoscenza*, n.d.t.) piuttosto che il destinatario principale.

- Rendete le cose facili al vostro destinatario. Molti programmi di posta rimuovono le informazioni contenute nell'intestazione del messaggio che includono, fra le altre cose, l'indirizzo presso cui mandare la risposta al messaggio. Per far sì che gli altri possano comprendere chi siete assicuratevi di aver accodato al messaggio un paio di linee contenenti le informazioni per chi desidera contattarvi. Nel gergo di Internet si parla di ".sig" o file "signature" (*firma*, n.d.t.). Il vostro file .sig sarà il vostro biglietto da visita (e ne potreste avere più di uno, da utilizzare a seconda delle circostanze).
- Prestate attenzione quando inviate un messaggio. Ci sono messaggi destinati a un gruppo ma che in apparenza sembrano destinati ad un solo utente. Abbiate sempre chiaro a chi state per inviare il messaggio.
- Quando rispondete controllate il campo cc. Evitate di includervi altri destinatari se diventata una conversazione a due.
- In genere la maggior parte degli utenti Internet non ha molto tempo per rispondere a questioni generiche su Internet e il suo funzionamento. Non inviate posta indesiderata per chiedere informazioni a persone di cui avete letto il nome nelle RFC o in mailing list.
- Ricordate che le persone con cui comunicate sono di tutte le parti del mondo. Se mandate messaggi a cui volete che si risponda immediatamente, al loro arrivo i destinatari potrebbero essere a letto. Prima di pensare che i messaggi non siano pervenuti o che non siano stati controllati date la possibilità di svegliarsi, recarsi al lavoro e controllare la posta.
- Verificate tutti gli indirizzi prima di avviare un colloquio personale ed impegnativo. È buona norma includere la parola "Lungo" nell'intestazione del messaggio in modo che il destinatario sappia che occorrerà del tempo prima che il messaggio possa

"Postmaster" aliased to a knowledgeable user, so you can send mail to this address to get help with mail.

- Remember that the recipient is a human being whose culture, language, and humor have different points of reference from your own. Remember that date formats, measurements, and idioms may not travel well. Be especially careful with sarcasm.
- Use mixed case. UPPER CASE LOOKS AS IF YOU'RE SHOUTING.
- Use symbols for emphasis. That **is** what I meant. Use underscores for underlining. *_War and Peace_* is my favorite book.
- Use smileys to indicate tone of voice, but use them sparingly. *:-)* is an example of a smiley (Look sideways). Don't assume that the inclusion of a smiley will make the recipient happy with what you say or wipe out an otherwise insulting comment.
- Wait overnight to send emotional responses to messages. If you have really strong feelings about a subject, indicate it via FLAME ON/OFF enclosures. For example:
FLAME ON:
This type of argument is not worth the bandwidth it takes to send it. It's illogical and poorly reasoned. The rest of the world agrees with me.
FLAME OFF
- Do not include control characters or non-ASCII attachments in messages unless they are MIME attachments or unless your mailer encodes these. If you send encoded messages make sure the recipient can decode them.
- Be brief without being overly terse. When replying to a message, include enough original material to be understood but no more. It is extremely bad form to simply reply to a message by including all the previous message: edit out all the irrelevant material.
- Limit line length to fewer than 65 characters and end a line with a carriage return.
- Mail should have a subject heading which reflects the content of the message.

essere letto tutto e che si possa rispondere. Un messaggio di oltre 100 linee considerato "lungo".

- Riflettete prima di decidere a chi chiedere aiuto. Generalmente non c'è bisogno di andare troppo lontano per trovare chi in grado di aiutarvi nei problemi riguardanti il software o il sistema. Sappiate anche a chi rivolgervi nel caso doveste ricevere materiale discutibile o illegale. La maggior parte dei siti ha un recapito "Postmaster" che rimanda a un utente esperto incaricato di risolvere i problemi riguardanti la posta.
- Ricordate che il destinatario una persona la cui cultura, linguaggio o carattere possono essere differenti dai vostri. Ricordate che i formati delle date, le unit di misura e i modi di dire si possono prestare a malintesi. Ponete particolare attenzione al sarcasmo.
- Utilizzate sia caratteri maiuscoli che minuscoli. IL MAIUSCOLO INDICA CHE STATE URLANDO.
- Per evidenziare utilizzate simboli. Ecco **ciò** che intendevo. Usate gli *underscore* per sottolineare. *_Guerra e pace_* il mio libro preferito.
- Usate gli *smiley* per indicare il tono della voce. Ma utilizzateli con parsimonia. *:-)* un esempio di smiley (va guardato inclinando la testa verso sinistra). Non date per scontato che l'inserimento di uno smiley render il destinatario automaticamente concorde con ci che voi asserite o che possa far dimenticare un commento offensivo.
- Prima di rispondere ad un messaggio in modo impulsivo dormiteci sopra. Se le vostre opinioni su un determinato argomento sono alquanto personali, racchidetele all'interno degli indicatori FLAME ON/OFF. Ad esempio: FLAME ON:
Queste affermazioni non sono degne dello spreco di banda necessaria per inviarle. Sono illogiche e scarsamente motivate. Il resto del mondo concorda con me.
FLAME OFF.
- Non inserite caratteri di controllo o allegati non-ASCII che non siano allegati MIME o che il vostro programma di posta non riesce a codificare correttamente. Se inviate messaggi codificati

- If you include a signature keep it short. Rule of thumb is no longer than 4 lines. Remember that many people pay for connectivity by the minute, and the longer your message is, the more they pay.
 - Just as mail (today) may not be private, mail (and news) are (today) subject to forgery and spoofing of various degrees of detectability. Apply common sense "reality checks" before assuming a message is valid.
 - If you think the importance of a message justifies it, immediately reply briefly to an e-mail message to let the sender know you got it, even if you will send a longer reply later.
 - "Reasonable" expectations for conduct via e-mail depend on your relationship to a person and the context of the communication. Norms learned in a particular e-mail environment may not apply in general to your e-mail communication with people across the Internet. Be careful with slang or local acronyms.
 - The cost of delivering an e-mail message is, on the average, paid about equally by the sender and the recipient (or their organizations). This is unlike other media such as physical mail, telephone, TV, or radio. Sending someone mail may also cost them in other specific ways like network bandwidth, disk space or CPU usage. This is a fundamental economic reason why unsolicited e-mail advertising is unwelcome (and is forbidden in many contexts).
 - Know how large a message you are sending. Including large files such as Postscript files or programs may make your message so large that it cannot be delivered or at least consumes excessive resources. A good rule of thumb would be not to send a file larger than 50 Kilobytes. Consider file transfer as an alternative, or cutting the file into smaller chunks and sending each as a separate message.
 - Don't send large amounts of unsolicited information to people.
 - If your mail system allows you to forward mail, beware the dreaded forwarding loop. Be sure you haven't set up forwarding on several hosts so that a
- accertatevi che il destinatario sia in grado di decodificarli.
 - Siate asciutti senza essere aridi. Quando rispondete a un messaggio includete i passaggi necessari per essere compresi ma non riportate ci che non serve. E' fortemente sconsigliato rispondere a un messaggio riportandolo integralmente: eliminate tutte le parti non necessarie.
 - Limitate a meno di 65 caratteri la larghezza delle righe e terminate le righe con un a capo (ci valeva agli albori di Internet - n.d.t.).
 - I messaggi di posta dovrebbero avere un *subject* che rispecchi il contenuto del messaggio.
 - Se includete nel messaggio una *signature* (firma), fate in modo che non superi le quattro righe. Ricordate che molti pagano il collegamento a tempo e pi lungo il vostro messaggio, più loro pagano.
 - Proprio per il fatto che la posta (attualmente) non privata, essa (e le news) soggetta a falsificazioni e intercettazioni. Ricorrete al buon senso e verificate sempre la credibilità di un messaggio.
 - Se ritenete che l'importanza di un messaggio lo giustifichi, rispondete con un breve messaggio per far sapere al mittente che lo avete ricevuto e che gli risponderete in modo più dettagliato solo successivamente.
 - Attese e atteggiamenti "ragionevoli" dipendono dal rapporto esistente con il destinatario e dal contesto della comunicazione. Non necessariamente regole apprese in un particolare contesto di comunicazione elettronica risulteranno applicabili con altri utenti di Internet. Utilizzate con parsimonia gerghi e localismi.
 - Il costo di un messaggio di posta elettronica generalmente suddiviso equamente tra mittente e destinatario (o le loro aziende). Ci diverso da altri media come posta tradizionale, telefono, TV o radio. Un messaggio pu costare anche in termini di banda di trasmissione, spazio su disco o utilizzo del processore. Questa una delle ragioni fondamentali per cui i messaggi pubblicitari non richiesti non sono di solito ben accolti (e in molti casi sono anche vietati).

message sent to you gets into an endless loop from one computer to the next to the next.

- Controllate sempre le dimensioni del messaggio che state per inviare. L'inclusione di file di grosse dimensioni come i file Postscript o di programmi può rendere il vostro messaggio talmente grande da impedirne la consegna al destinatario o, quantomeno, da impegnare una grande quantità di risorse. Una buona regola generale sarebbe quella di non inviare file che superano i 50 Kb. Prendete in considerazione l'alternativa dell'FTP o di segmentare il file in piccole parti da inviare come singoli messaggi.
- Non inviate mai grandi quantità di informazioni non richieste.
- Se il vostro sistema di posta consente l'inoltro, fate attenzione al famigerato "inoltro senza fine". Assicuratevi di non aver impostato l'inoltro verso molti computer in quanto un messaggio inviato a voi innescherà un inoltro a catena e senza fine.

2.1.2 For talk:

Talk is a set of protocols which allow two people to have an interactive dialogue via computer.

- Use mixed case and proper punctuation, as though you were typing a letter or sending mail.
- Don't run off the end of a line and simply let the terminal wrap; use a Carriage Return (CR) at the end of the line. Also, don't assume your screen size is the same as everyone else's. A good rule of thumb is to write out no more than 70 characters, and no more than 12 lines (since you're using a split screen).
- Leave some margin; don't write to the edge of the screen.
- Use two CRs to indicate that you are done and the other person may start typing. (blank line).
- Always say goodbye, or some other farewell, and wait to see a farewell from the other person before killing the session. This is especially important when you are communicating with someone a long way away. Remember that your communication relies on both bandwidth (the size of the pipe) and latency (the speed of light).

2.1.2 Chat

La chat un insieme di protocolli che consentono agli utenti di avere un dialogo interattivo via computer.

- Usate sia maiuscole che minuscole e una corretta punteggiatura, come se steste scrivendo una lettera tradizionale o inviando un messaggio di posta elettronica.
- Non andate oltre il margine destro di una riga e lasciate che sia il terminale a mandare il testo a capo; usate un invio (CR) al termine della riga. Inoltre, non pensate che le dimensioni del vostro schermo corrispondano a quelle usate da tutti gli altri. Una buona regola non andare oltre i 70 caratteri per riga, e non utilizzare più di 12 righe (dal momento che il testo viene visualizzato in schermate).
- Lasciate un po' di margine; non arrivate sino al margine destro dello schermo.
- Inserite due a capo per indicare che avete terminato e che l'interlocutore può iniziare a scrivere (linea vuota).
- Salutate sempre e attendete sempre che l'altra persona saluti a sua volta prima di chiudere la sessione. Ci particolarmente importante quando comunicate con qualcuno che si trova molto lontano.

- Remember that talk is an interruption to the other person. Only use as appropriate. And never talk to strangers.
- The reasons for not getting a reply are many. Don't assume that everything is working correctly. Not all versions of talk are compatible.
- If left on its own, talk re-rings the recipient. Let it ring one or two times, then kill it.
- If a person doesn't respond you might try another tty. Use finger to determine which are open. If the person still doesn't respond, do not continue to send.
- Talk shows your typing ability. If you type slowly and make mistakes when typing it is often not worth the time of trying to correct, as the other person can usually see what you meant.
- Be careful if you have more than one talk session going!

2.2 Administrator Issues

- Be sure you have established written guidelines for dealing with situations especially illegal, improper, or forged traffic.
- Handle requests in a timely fashion - by the next business day.
- Respond promptly to people who have concerns about receiving improper or illegal messages. Requests concerning chain letters should be handled immediately.
- Explain any system rules, such as disk quotas, to your users. Make sure they understand implications of requesting files by mail such as: Filling up disks; running up phone bills, delaying mail, etc.

Ricordate che la vostra comunicazione dipende sia dalla larghezza di banda (capacità della connessione) sia dalla latenza (velocità della luce).

- Ricordate che la chat un impegno per l'interlocutore. Usatela solo nel modo appropriato. Inoltre non parlate mai con gli sconosciuti.
- I motivi per cui non si ottiene una risposta sono molti. Non sempre tutto funziona correttamente. Non tutti i software per la chat sono compatibili.
- Se lasciato fare, il software cercherà da solo di ristabilire la comunicazione. Dategli il tempo di fare un paio di tentativi e poi eventualmente fermatelo.
- Se qualcuno non vi risponde provate un altro protocollo. Usate i finger per individuare quelli disponibili. Se la persona continua a non rispondere, non insistete oltre.
- La chat mostra la vostra abilità di digitazione. Se digitate lentamente e fate errori mentre scrivete, di solito non vale la pena cercare di correggere in quanto l'altra persona dovrebbe riuscire a comprendere ciò che intendete dire.
- Attenzione se avete in corso più sessioni contemporaneamente!

2.2 Note per gli amministratori

- Assicuratevi di aver stabilito regole scritte in merito a situazioni illegali o improprie.
- Rispondete con tempestività, entro un giorno lavorativo.
- Rispondete prontamente a chi ha problemi riguardanti messaggi impropri o illegali. Le richieste riguardanti le catene di messaggi dovrebbero essere evase immediatamente.
- Esponete ai vostri utenti tutte le regole del sistema, come ad esempio lo spazio su disco a disposizione. Accertatevi che comprendano cosa implica richiedere un file via posta, come ad esempio: riempire lo spazio su disco, far lievitare le bollette telefoniche, causare ritardi ai sistemi di posta, ecc.
- Fate in modo che l'indirizzo "Postmaster" sia funzionante. Fate in modo che anche

- Make sure you have "Postmaster" aliased. Make sure you have "Root" aliased. Make sure someone reads that mail.
- Investigate complaints about your users with an open mind. Remember that addresses may be forged and spoofed.

3.0 One-to-Many Communication (Mailing Lists, NetNews)

Any time you engage in One-to-Many communications, all the rules for mail should also apply. After all, communicating with many people via one mail message or post is quite analogous to communicating with one person with the exception of possibly offending a great many more people than in one-to-one communication. Therefore, it's quite important to know as much as you can about the audience of your message.

3.1 User Guidelines

3.1.1 General Guidelines for mailing lists and NetNews

- Read both mailing lists and newsgroups for one to two months before you post anything. This helps you to get an understanding of the culture of the group.
- Do not blame the system administrator for the behavior of the system users.
- Consider that a large audience will see your posts. That may include your present or your next boss. Take care in what you write. Remember too, that mailing lists and Newsgroups are frequently archived, and that your words may be stored for a very long time in a place to which many people have access.
- Assume that individuals speak for themselves, and what they say does not represent their organization (unless stated explicitly).
- Remember that both mail and news take system resources. Pay attention to any specific rules covering their uses your organization may have.
- Messages and articles should be brief and to the point. Don't wander off-topic, don't ramble and don't send mail or post messages solely to point out other

l'amministratore sia raggiungibile via posta. Accertatevi che qualcuno ne legga i messaggi.

- Esaminate con attenzione le lamentele dei vostri utenti. Ricordate che gli indirizzi possono essere falsificati.

3.0 Comunicazione uno-a-molti (Mailing lists, news)

Ogni volta che iniziate una comunicazione uno-a-molti, restano valide tutte le regole stabilite per la posta. Dopotutto, comunicare con molte persone per mezzo di un unico messaggio di posta o di un post inviato a un newsgroup abbastanza simile al comunicare con una sola persona, tranne che per il rischio di offendere molte pi persone rispetto alla comunicazione uno-a-uno. Per questo piuttosto importante sapere quanto pi possibile sui destinatari del vostro messaggio.

3.1 Regole per gli utenti

3.1.1 Regole generali per le mailing list e i newsgroup

- Leggete sia le mailing list che i newsgroup per un mese o due prima di inviare messaggi. Ci vi aiuterà a comprendere lo spirito del gruppo.
- Non biasimate l'amministratore del sistema per il comportamento degli utenti del sistema.
- Tenete presente che una audience piuttosto vasta potrà leggere i vostri messaggi. Incluso il vostro attuale o prossimo datore di lavoro. Fate attenzione a ciò che scrivete. Ricordate anche che le mailing list e i newsgroup possono essere archiviati anche per periodi molto lunghi e restare a lungo liberamente accessibili.
- Considerate che ciascuno espone le proprie opinioni personali e ciò che viene detto non rappresenta la posizione della propria organizzazione o azienda (a meno che non venga dichiarato esplicitamente).
- Ricordate che sia la posta che i newsgroup impegnano risorse di sistema. Fate attenzione ad ogni specifica regola prevista dalla vostra azienda.

- people's errors in typing or spelling. These, more than any other behavior, mark you as an immature beginner.
- Subject lines should follow the conventions of the group.
 - Forgeries and spoofing are not approved behavior.
 - Advertising is welcomed on some lists and Newsgroups, and abhorred on others! This is another example of knowing your audience before you post. Unsolicited advertising which is completely off-topic will most certainly guarantee that you get a lot of hate mail.
 - If you are sending a reply to a message or a posting be sure you summarize the original at the top of the message, or include just enough text of the original to give a context. This will make sure readers understand when they start to read your response. Since NetNews, especially, is proliferated by distributing the postings from one host to another, it is possible to see a response to a message before seeing the original. Giving context helps everyone. But do not include the entire original!
 - Again, be sure to have a signature which you attach to your message. This will guarantee that any peculiarities of mailers or newsreaders which strip header information will not delete the only reference in the message of how people may reach you.
 - Be careful when you reply to messages or postings. Frequently replies are sent back to the address which originated the post - which in many cases is the address of a list or group! You may accidentally send a personal response to a great many people, embarrassing all involved. It's best to type in the address instead of relying on "reply."
 - Delivery receipts, non-delivery notices, and vacation programs are neither totally standardized nor totally reliable across the range of systems connected to Internet mail. They are invasive when sent to mailing lists, and some people consider delivery receipts an invasion of privacy. In short, do not use them.
 - Messaggi e articoli dovrebbero essere stringati e pertinenti. Non divagate, non inviate messaggi fuorvianti e al solo scopo di sottolineare gli errori ortografici altrui. Ci, pi di ogni altra cosa, tradisce il fatto che siete un principiante immaturo.
 - Le righe del *subject* dovrebbero rispettare le convenzioni del gruppo.
 - Le falsificazioni non sono ritenute comportamenti accettabili.
 - La pubblicit accettata su alcune liste e newsgroup ma rifiutata su altre! Questo un altro esempio di conoscenza dell'audience prima di inviare messaggi. Pubblicit non richiesta e completamente fuori argomento vi procurer sicuramente una grossa quantit di messaggi di protesta.
 - Se inviate la risposta ad un messaggio accertatevi di riassumerlo nelle prime righe o di includere una parte del messaggio originale sufficiente per contestualizzare correttamente. Ci garantir la corretta comprensione del vostro messaggio. Dal momento che i newsgroup vengono diffusi distribuendo i messaggi da un server all'altro, pu accadere di leggere la risposta ad un messaggio prima dell'originale. Fornire gli strumenti per contestualizzare sar cosa utile a tutti. Ma non riportate l'intero testo originale!
 - Fate in modo che ai vostri messaggi venga aggiunta una *signature*. Questa far si che, nonostante alcuni programmi di posta o lettori di newsgroup rimuovano le informazioni contenute nelle intestazioni dei messaggi, restino dei riferimenti per chi vi vuole contattare.
 - Fate attenzione quando rispondete ai messaggi o ai post. Spesso le risposte vengono inoltrate all'indirizzo che ha originato la discussione, che in molti casi l'indirizzo di una lista o di un gruppo! Potreste inviare inavvertitamente a molte persone un messaggio privato, causando imbarazzo. E' preferibile digitare l'indirizzo piuttosto che affidarsi al "reply".
 - Ricevute di ritorno, avvisi di mancata ricezione e messaggi di risposta automatica non sono n completamente standard n completamente affidabili per via della grande variet di sistemi che trattano la

- If you find a personal message has gone to a list or group, send an apology to the person and to the group.
- If you should find yourself in a disagreement with one person, make your responses to each other via mail rather than continue to send messages to the list or the group. If you are debating a point on which the group might have some interest, you may summarize for them later.
- Don't get involved in flame wars. Neither post nor respond to incendiary material.
- Avoid sending messages or posting articles which are no more than gratuitous replies to replies.
- Be careful with monospacing fonts and diagrams. These will display differently on different systems, and with different mailers on the same system.
- There are Newsgroups and Mailing Lists which discuss topics of wide varieties of interests. These represent a diversity of lifestyles, religions, and cultures. Posting articles or sending messages to a group whose point of view is offensive to you simply to tell them they are offensive is not acceptable. Sexually and racially harassing messages may also have legal implications. There is software available to filter items you might find objectionable.

3.1.2 Mailing List Guidelines

There are several ways to find information about what mailing lists exist on the Internet and how to join them. Make sure you understand your organization's policy about joining these lists and posting to them. In general it is always better to check local resources first before trying to find information via the Internet. Nevertheless, there are a set of files posted periodically to *news.answers* which list the Internet mailing lists and how to subscribe to them. This is an invaluable resource

posta in Internet. Sono invadenti quando inviati a mailing list e qualcuno considera le ricevute di ritorno come una violazione della privacy. In poche parole, non le utilizzate.

- Se vi accorgete che un messaggio personale finito su una lista o su un gruppo, inviate le scuse sia alla lista che al vero destinatario.
- Se vi trovate in disaccordo con qualcuno avviate una corrispondenza via posta elettronica piuttosto che continuare ad inviare messaggi alla lista o al gruppo. Se state discutendo su un argomento che pu interessare il gruppo, potreste considerare di fare solo successivamente una relazione pubblica.
- Non vi fate coinvolgere in *flame*. Non inviate e non rispondete a materiale *incendiario*.
- Astenetevi dall'inviare messaggi o post che non siano altro che gratuite risposte alle risposte.
- Siate cauti con caratteri a spaziatura fissa e grafici. Saranno visualizzati in modo differente su computer diversi e con diversi programmi di posta sul medesimo computer.
- Ci sono newsgroup e mailing list che trattano una ampia gamma di temi e interessi. Rappresentano la varietà insita nello stile di vita, nella religione e nella cultura. E' inaccettabile nviare un messaggio a un gruppo il cui punto di vista per voi offensivo semplicemente per dire loro che ci offendono. Messaggi molesti dal punto di vista sessuale o razziale possono avere anche implicazioni legali. Esistono software in grado di filtrare ci che ritenete sgradito.

3.1.2 Regole per le mailing list

Ci sono molti modi per reperire informazioni su quali mailing list esistono su Internet e su come seguirle. Accertatevi di aver compreso la politica adottata dalla vostra azienda riguardo il seguire queste liste ed inviare ad esse messaggi. E' sempre buona norma verificare le risorse locali prima di andare alla ricerca di informazioni su Internet. Esistono comunque file che vengono inviati periodicamente su *news.answers* che elencano le mailing list e spiegano come iscriversi ad esse. E' una risorsa preziosa per reperire liste su qualsiasi

for finding lists on any topic. See also references [9,13,15] in the Selected Bibliography.

- Send subscribe and unsubscribe messages to the appropriate address. Although some mailing list software is smart enough to catch these, not all can ferret these out. It is your responsibility to learn how the lists work, and to send the correct mail to the correct place. Although many many mailing lists adhere to the convention of having a "-request" alias for sending subscribe and unsubscribe messages, not all do. Be sure you know the conventions used by the lists to which you subscribe.
- Save the subscription messages for any lists you join. These usually tell you how to unsubscribe as well.
- In general, it's not possible to retrieve messages once you have sent them. Even your system administrator will not be able to get a message back once you have sent it. This means you must make sure you really want the message to go as you have written it.
- The auto-reply feature of many mailers is useful for in-house communication, but quite annoying when sent to entire mailing lists. Examine "Reply-To" addresses when replying to messages from lists. Most auto-replies will go to all members of the list.
- Don't send large files to mailing lists when Uniform Resource Locators (URLs) or pointers to ftp-able versions will do. If you want to send it as multiple files, be sure to follow the culture of the group. If you don't know what that is, ask.
- Consider unsubscribing or setting a "nomail" option (when it's available) when you cannot check your mail for an extended period.
- When sending a message to more than one mailing list, especially if the lists are closely related, apologize for cross-posting.
- If you ask a question, be sure to post a summary. When doing so, truly summarize rather than send a cumulation of the messages you receive.
- Some mailing lists are private. Do not send mail to these lists uninvited. Do not report mail from these lists to a wider audience.

argomento. Vedi anche i riferimenti [9, 13, 15] della Bibliografia.

- Inviare i messaggi di iscrizione e di cancellazione all'indirizzo giusto. Sebbene alcuni software di gestione di liste siano abbastanza intelligenti da intercettarli, non tutti riescono a gestirli nel modo corretto. Sta a noi comprendere il funzionamento delle liste e inviare la posta giusta nel luogo giusto. Sebbene molte mailing list accettino la convenzione di avere un comando "-request" per l'invio di richieste di iscrizione e cancellazione, non tutte lo fanno. Accertatevi di conoscere le convenzioni utilizzate dalle liste a cui vi iscrivete.
- Conservate i messaggi di iscrizione di tutte le vostre liste. Essi di solito vi spiegano anche come cancellarvi.
- Generalmente non possibile ritirare messaggi una volta che sono stati inviati. Nemmeno l'amministratore del vostro sistema sarà in grado di ritirare un messaggio una volta inviato. Ci significa che dovete davvero essere certi di voler inviare il messaggio cos come lo avete scritto.
- La funzione *auto-reply* di molti gestori di posta utile per comunicazioni interne ma piuttosto fastidiosa quando invia messaggi ad una mailing list. Quando rispondete ai messaggi di una mailing list ontrollate gli indirizzi del campo *Reply-to*. La maggior parte delle risposte andranno a tutti i membri della lista.
- Non inviate file di grandi dimensioni a mailing list quando esistono siti da cui questi file possono essere scaricati. Se volete inviarli come file multiparte, rispettate le consuetudini del gruppo. Se non le conoscete, chiedetele.
- Se per un lungo periodo prevedete di non controllare la posta, prendete in considerazione di cancellarvi dalle liste o di impostare, ove possibile, l'opzione *nomail*.
- Quando inviate uno stesso messaggio a più di una mailing list, soprattutto se trattano argomenti affini, chiedete scusa per il *cross-posting*.
- Se ponete una domanda, assicuratevi di averla sintetizzata. Così facendo, eviterete di inviare una replica di tutti i messaggi che avete ricevuto.

- If you are caught in an argument, keep the discussion focused on issues rather than the personalities involved.

3.1.3 NetNews Guidelines

NetNews is a globally distributed system which allows people to communicate on topics of specific interest. It is divided into hierarchies, with the major divisions being: sci - science related discussions; comp - computer related discussions; news - for discussions which center around NetNews itself; rec - recreational activities; soc - social issues; talk - long-winded never-ending discussions; biz - business related postings; and alt - the alternate hierarchy. Alt is so named because creating an alt group does not go through the same process as creating a group in the other parts of the hierarchy. There are also regional hierarchies, hierarchies which are widely distributed such as Bionet, and your place of business may have its own groups as well. Recently, a "humanities" hierarchy was added, and as time goes on its likely more will be added. For longer discussions on News see references [2,8,22,23] in the Selected Bibliography.

- In NetNews parlance, "Posting" refers to posting a new article to a group, or responding to a post someone else has posted. "Cross-Posting" refers to posting a message to more than one group. If you introduce Cross-Posting to a group, or if you direct "Followup-To:" in the header of your posting, warn readers! Readers will usually assume that the message was posted to a specific group and that followups will go to that group. Headers change this behavior.
- Read all of a discussion in progress (we call this a thread) before posting replies. Avoid posting "Me Too" messages, where content is limited to agreement with previous posts. Content of a follow-up post should exceed quoted content.

- Alcune mailing list sono private. Non inviate loro messaggi se non siete stati invitati a farlo. Non diffondete pubblicamente la corrispondenza di queste mailing list.
- Se partecipate a una discussione su un determinato argomento, puntate l'attenzione sul contenuto della discussione piuttosto che sulle persone coinvolte nel dibattito.

3.1.3 Regole per i newsgroup

I newsgroup sono un sistema globale che permette alle persone di dialogare su specifici argomenti. Esso è suddiviso in gerarchie, fra cui le principali discutono di:

sci - scienza
comp - computer
news - i newsgroup stessi
rec - attività ricreative
soc - tematiche sociali
talk - discussioni libere
biz - affari
alt - gerarchia alternativa

La gerarchia *alt* è così chiamata in quanto la creazione di un nuovo gruppo *alt* non segue lo stesso iter delle altre gerarchie. Esistono anche gerarchie di tipo regionale alcune delle quali ampiamente diffuse, come ad esempio *Bionet*, e anche il settore di vostro interesse potrebbe avere i suoi gruppi. Recentemente è stata aggiunta la nuova gerarchia *humanities* ed è probabile che in futuro ne nascano di nuove. Per un approfondimento sui newsgroup consultare i punti [2, 8, 22, 23] della Bibliografia ragionata.

- Nel gergo dei newsgroup, il termine *posting* significa inviare un nuovo articolo ad un gruppo o rispondere a un *post* che qualcun altro ha inviato. *Cross-Posting* significa inviare un messaggio a più di un gruppo. Se in un gruppo ricorrete al cross-posting o nell'intestazione di un messaggio utilizzate la funzione *followup-to* avvisate i lettori! Questi ultimi daranno generalmente per scontato che il messaggio è stato inviato ad un determinato gruppo e che i followup continueranno ad essere inviati ad esso. La modifica delle intestazioni dei messaggi ne modifica il comportamento.

- Send mail when an answer to a question is for one person only. Remember that News has global distribution and the whole world probably is NOT interested in a personal response. However, don't hesitate to post when something will be of general interest to the Newsgroup participants.
- Check the "Distribution" section of the header, but don't depend on it. Due to the complex method by which News is delivered, Distribution headers are unreliable. But, if you are posting something which will be of interest to a limited number of readers, use a distribution line that attempts to limit the distribution of your article to those people. For example, set the Distribution to be "nj" if you are posting an article that will be of interest only to New Jersey readers.
- If you feel an article will be of interest to more than one Newsgroup, be sure to CROSSPOST the article rather than individually post it to those groups. In general, probably only five-to-six groups will have similar enough interests to warrant this.
- Consider using Reference sources (Computer Manuals, Newspapers, help files) before posting a question. Asking a Newsgroup where answers are readily available elsewhere generates grumpy "RTFM" (read the fine manual - although a more vulgar meaning of the word beginning with "f" is usually implied) messages.
- Although there are Newsgroups which welcome advertising, in general it is considered nothing less than criminal to advertise off-topic products. Sending an advertisement to each and every group will pretty much guarantee your loss of connectivity.
- If you discover an error in your post, cancel it as soon as possible.
- DO NOT attempt to cancel any articles but your own. Contact your administrator if you don't know how to cancel your post, or if some other post, such as a chain letter, needs canceling.
- If you've posted something and don't see it immediately, don't assume it's failed and re-post it.
- Seguite l'andamento del dibattito prima di inviare risposte. Evitate di inviare messaggi del tipo "Anch'io", il cui contenuto è un semplice cenno di accordo. Il contenuto di un messaggio di followup dovrebbe andare oltre la semplice citazione.
- Se la risposta ad un messaggio è diretta ad una sola persona utilizzate la posta. Ricordate che le News fanno il giro del mondo ed è probabile che pochi siano interessati ad una risposta personale. Non esitate tuttavia ad inviare messaggi quando possono interessare i partecipanti di un gruppo.
- Controllate la sezione *distribuzione* dell'intestazione del messaggio, ma tenete presente che a causa della complessità del sistema di distribuzione delle news le intestazioni dei messaggi non sono affidabili. Se però inviate un messaggio che può interessare una cerchia ristretta di lettori, ricorrete ad una linea *distribuzione* che cercherà di limitare la diffusione del messaggio solo a quei destinatari. Impostate ad esempio la distribuzione a "it" per inviare un messaggio che interessa solo i lettori italiani.
- Se ritenete che un articolo possa interessare più gruppi, assicuratevi di inviarlo in *cross-post* piuttosto che inviarlo individualmente ad ogni gruppo. Di solito i gruppi con interessi affini non vanno oltre i 5-6.
- Leggete sempre testi di riferimento (manuali, riviste, help in linea) prima di inviare una richiesta. Chiedere ad un gruppo dove si possono reperire risposte pronte provoca reazioni infastidite di tipo "RTFM" (*Read the fine manual* - leggi il bel manuale, in cui la "F" si presta ad interpretazioni più volgari).
- Sebbene ci siano gruppi in cui la pubblicità è accettata, in genere pubblicizzare prodotti non attinenti è considerato poco meno che un crimine. L'invio indiscriminato di messaggi pubblicitari a molti gruppi vi farà rischiare la revoca dell'account di accesso a Internet.
- Se individuate un errore nel vostro messaggio, correggetelo al più presto.
- NON tentate di eliminare articoli che non sono vostri. Contattate il vostro amministratore se non sapete come rimuovere un vostro messaggio o se un

- Some groups permit (and some welcome) posts which in other circumstances would be considered to be in questionable taste. Still, there is no guarantee that all people reading the group will appreciate the material as much as you do. Use the Rotate utility (which rotates all the characters in your post by 13 positions in the alphabet) to avoid giving offense. The Rot13 utility for Unix is an example.
 - In groups which discuss movies or books it is considered essential to mark posts which disclose significant content as "Spoilers". Put this word in your Subject: line. You may add blank lines to the beginning of your post to keep content out of sight, or you may Rotate it.
 - Forging of news articles is generally censured. You can protect yourself from forgeries by using software which generates a manipulation detection "fingerprint", such as PGP (in the US).
 - Postings via anonymous servers are accepted in some Newsgroups and disliked in others. Material which is inappropriate when posted under one's own name is still inappropriate when posted anonymously.
 - Expect a slight delay in seeing your post when posting to a moderated group. The moderator may change your subject line to have your post conform to a particular thread.
 - Don't get involved in flame wars. Neither post nor respond to incendiary material.
- messaggio altrui, come ad esempio una catena, deve essere cancellato.
- Se inviate un messaggio ma non lo vedete immediatamente, attendete prima di inviarlo nuovamente.
 - Alcuni gruppi permettono (e taluni li gradiscono particolarmente) messaggi che in altre circostanze sarebbero considerati di dubbio gusto. Non c'è tuttavia garanzia che tutti apprezzino il materiale come fate voi. Per non offendere la sensibilità altrì utilizzate l'utility *Rotate* (che fa ruotare l'ordine alfabetico dei caratteri del messaggio di 13 posizioni). L'utility Rot13 per Unix ne è un esempio.
 - Nei gruppi in cui si discute di film o di libri si considera essenziale indicare come *Spoilers* i messaggi che rivelano passaggi essenziali del contenuto. Inserite questa parola nel *subject*. Potete aggiungere anche righe vuote all'inizio del vostro messaggio per non renderne immediatamente visibile il contenuto, oppure potete ruotarlo.
 - La manomissione di articoli è generalmente deplorata. Vi potete proteggere dalle manomissioni usando software come PGP (negli USA), che generano "impronte digitali".
 - I messaggi inviati via server anonimi sono tollerati in alcuni gruppi, meno in altri. Materiali giudicati non idonei se inviati a proprio nome, restano tali anche se inviati in forma anonima.
 - Aspettatevi un piccolo ritardo nel vedere i vostri messaggi inviati ad un gruppo moderato. Il moderatore potrebbe modificare la riga del *subject* per agganciare il messaggio ad una determinata discussione.
 - Non vi fate coinvolgere da *flame* (discussioni accese - n.d.t.). Non inviate e non rispondete a "materiale esplosivo" .

3.2 Administrator Guidelines

3.2.1 General Issues

3.2 Regole per gli amministratori

3.2.1 Aspetti generali

- Clarify any policies your site has regarding its subscription to NetNews groups and about subscribing to mailing lists.
- Clarify any policies your site has about posting to NetNews groups or to mailing lists, including use of disclaimers in .sigs.
- Clarify and publicize archive policy. (How long are articles kept?)
- Investigate accusations about your users promptly and with an open mind.
- Be sure to monitor the health of your system.
- Consider how long to archive system logs, and publicize your policy on logging.

3.2.2 Mailing Lists

- Keep mailing lists up to date to avoid the "bouncing mail" problem.
- Help list owners when problems arise.
- Inform list owners of any maintenance windows or planned downtime.
- Be sure to have "-request" aliases for list subscription and administration.
- Make sure all mail gateways operate smoothly.

3.2.3. NetNews

- Publicize the nature of the feed you receive. If you do not get a full feed, people may want to know why not.
- Be aware that the multiplicity of News Reader clients may cause the News Server being blamed for problems in the clients.

- Dichiarate esplicitamente la politica del vostro sito riguardo ai newsgroup e all'iscrizione alle mailing list.
- Dichiarate esplicitamente la politica del vostro sito riguardo all'invio di messaggi ai newsgroup o alle mailing list, incluso l'uso di avvisi di non assunzione di responsabilità inseriti nelle *signature*.
- Rendete nota la politica riguardante la conservazione degli archivi. (Per quanto tempo vengono conservati gli articoli?)
- Verificate con sollecitudine e imparzialità le accuse rivolte ai vostri utenti.
- Monitorate scrupolosamente lo stato di salute del vostro sistema.
- Valutate quanto a lungo conservare i registri di accesso (*logs*) al vostro sistema e rendete nota la vostra politica in proposito.

3.2.2 Mailing List

- Tenete aggiornate le mailing list, per evitare problemi di *bouncing mail* (posta restituita al mittente - n.d.t.)
- Aiutate i gestori delle liste quando sorgono problemi.
- Informate i gestori delle liste sugli interventi di manutenzione o sui blocchi del sistema.
- Fate in modo da avere indirizzi "-request" per le iscrizioni alle liste e le richieste da rivolgere all'amministratore.
- Accertatevi che i gateway di posta funzionino correttamente.

3.2.3. NetNews

- Rendete nota l'entità del *feed* (flusso) che ricevete. Se non ricevete un feed completo, qualcuno si potrebbe chiedere come mai ciò non avviene.
- Tenete sempre presente il fatto che la grande varietà di client per leggere le news può causare inconvenienti che verranno attribuiti ai server delle news.

- Honor requests from users immediately if they request cancellation of their own posts or invalid posts, such as chain letters.
- Have "Usenet", "Netnews" and "News" aliased and make sure someone reads the mail.

3.3 Moderator Guidelines

3.3.1 General Guidelines

- Make sure your Frequently Asked Questions (FAQ) is posted at regular intervals. Include your guidelines for articles/messages. If you are not the FAQ maintainer, make sure they do so.
- Make sure you maintain a good welcome message, which contains subscribe and unsubscribe information.
- Newsgroups should have their charter/guidelines posted regularly.
- Keep mailing lists and Newsgroups up to date. Post messages in a timely fashion. Designate a substitute when you go on vacation or out of town.

4.0 Information Services (Gopher, Wais, WWW, ftp, telnet)

In recent Internet history, the 'Net has exploded with new and varied Information services. Gopher, Wais, World Wide Web (WWW), Multi-User Dimensions (MUDs) Multi-User Dimensions which are Object Oriented (MOOs) are a few of these new areas. Although the ability to find information is exploding, "Caveat Emptor" remains constant. For more information on these services, check references [14,28] in the Selected Bibliography.

4.1 User Guidelines

- Evadete immediatamente le richieste degli utenti quando vi chiedono la cancellazione di loro messaggi o di messaggi non validi, come ad esempio le catene di lettere.
- Predisponete dei recapiti di posta riguardanti *Usenet*, *NetNews*, e *News* e fate in modo che la posta venga letta.

3.3 Regole per il moderatore

3.3.1 Regole generali

- Fate in modo che le vostre *Frequently Asked Questions* (domande frequenti, FAQ - n.d.t.) vengano spedite ad intervalli regolari. Includetevi le vostre regole riguardo articoli/messaggi. Se non siete colui che cura l'aggiornamento delle FAQ, accertatevi che chi ne è incaricato lo faccia.
- Predisponete un buon messaggio di benvenuto, che contenga anche le istruzioni per l'iscrizione/cancellazione.
- I newsgroup dovrebbero avere un loro manifesto inviato regolarmente.
- Tenete aggiornate le mailing list e i newsgroup. Inviare i messaggi con puntualità. Quando siete in vacanza o in trasferta designate un vostro sostituto.

4.0 Servizi informativi (Gopher, Wais, WWW, ftp, telnet)

Negli anni più recenti della storia di Internet, la rete ha visto il proliferare di nuovi servizi informativi. *Gopher*, *Wais*, *World Wide Web*, *Multi-User Dimensions* (MUDs), *Multi-User Dimensions* di tipo *Object Oriented* sono solo alcune di queste nuove aree. Sebbene la possibilità di trovare informazioni sia in continua crescita, il "*Caveat Emptor*" (dubbio sulla correttezza delle informazioni fornite) resta sempre valido. Per approfondimenti riguardo questi servizi consultare i punti [14, 28] della Bibliografia ragionata.

4.1 Regole per gli utenti

4.1.1. General guidelines

- Remember that all these services belong to someone else. The people who pay the bills get to make the rules governing usage. Information may be free - or it may not be! Be sure you check.
- If you have problems with any form of information service, start problem solving by checking locally: Check file configurations, software setup, network connections, etc. Do this before assuming the problem is at the provider's end and/or is the provider's fault.
- Although there are naming conventions for file-types used, don't depend on these file naming conventions to be enforced. For example, a ".doc" file is not always a Word file.
- Information services also use conventions, such as www.xyz.com. While it is useful to know these conventions, again, don't necessarily rely on them.
- Know how file names work on your own system.
- Be aware of conventions used for providing information during sessions. FTP sites usually have files named README in a top level directory which have information about the files available. But, don't assume that these files are necessarily up-to-date and/or accurate.
- Do NOT assume that ANY information you find is up-to-date and/or accurate. Remember that new technologies allow just about anyone to be a publisher, but not all people have discovered the responsibilities which accompany publishing.
- Remember that unless you are sure that security and authentication technology is in use, that any information you submit to a system is being transmitted over the Internet "in the clear", with no protection from "sniffers" or forgers.
- Since the Internet spans the globe, remember that Information Services might reflect culture and life-style markedly different from your own community. Materials you find offensive may originate in a geography which finds them acceptable. Keep an open mind.

4.1.1. Regole generali

- Ricorda che questi servizi appartengono a qualcun altro. Chi se ne accolla le spese stabilisce le regole. Le informazioni possono essere gratuite, ma non necessariamente! Appuratelo prima.
- Se avete problemi con un servizio informativo, iniziate a verificare il problema a livello locale: controllate le configurazioni, le impostazioni dei software, le connessioni di rete, ecc. Fatelo prima di supporre che il problema sia dovuto al provider e/o che o che sia una mancanza.
- Sebbene esistano delle convenzioni riguardo i tipi di file, non fate troppo affidamento su di esse. Ad esempio, un file .doc non è sempre un documento *Word*.
- I servizi informativi ricorrono a convenzioni. Sebbene sia utile conoscerle, anche in questo caso non vi affidate troppo ad esse.
- Documentatevi sul funzionamento dei file sul vostro sistema.
- Informatevi sulle convenzioni utilizzate per fornire informazioni nel corso delle sessioni di collegamento. I siti FTP di solito ospitano nella directory principale un file dal nome *readme* che contiene informazioni sui file disponibili. Tenete presente però che non sempre questi file sono aggiornati e/o contengono informazioni corrette.
- Non date per scontato che ogni informazione che trovate sia aggiornata e/o corretta. Ricordate che le nuove tecnologie permettono a chiunque di "pubblicare", ma non tutti comprendono le responsabilità che ciò implica.
- Ricordate che, a meno che non vengano utilizzate tecnologie di autenticazione e cifratura, ogni informazione che inviate viene trasmessa via Internet "in chiaro", senza nessuna protezione da spie e truffatori.
- Dato che Internet copre tutta la superficie terrestre, tenete presente che i servizi informativi possono riflettere culture e stili di vita molto differenti da quelli della vostra comunità. Materiali per voi

- When wanting information from a popular server, be sure to use a mirror server that's close if a list is provided.
- Do not use someone else's FTP site to deposit materials you wish other people to pick up. This is called "dumping" and is not generally acceptable behavior.
- When you have trouble with a site and ask for help, be sure to provide as much information as possible in order to help debug the problem.
- When bringing up your own information service, such as a homepage, be sure to check with your local system administrator to find what the local guidelines are in affect.
- Consider spreading out the system load on popular sites by avoiding "rush hour" and logging in during off-peak times.

4.1.2 Real Time Interactive Services Guidelines (MUDs MOOs IRC)

- As in other environments, it is wise to "listen" first to get to know the culture of the group.
- It's not necessary to greet everyone on a channel or room personally. Usually one "Hello" or the equivalent is enough. Using the automation features of your client to greet people is not acceptable behavior.
- Warn the participants if you intend to ship large quantities of information. If all consent to receiving it, you may send, but sending unwanted information without a warning is considered bad form just as it is in mail.
- Don't assume that people who you don't know will want to talk to you. If you feel compelled to send private messages to people you don't know, then be willing to accept gracefully the fact that they might be busy or simply not want to chat with you.

offensivi potrebbero provenire da luoghi della terra in cui sono ritenuti accettabili. Siate tolleranti.

- Quando richiedete informazioni da un server molto frequentato, se esiste una lista di server sceglietene uno geograficamente vicino a voi.
- Non usate siti FTP altrui per depositarvi vostro materiale. Questa operazione è chiamata *dumping* e non è di solito ritenuta un comportamento corretto.
- Quando avete problemi con un sito e chiedete aiuto, fornite quanti più dettagli possibile. Ciò renderà più semplice la soluzione del vostro problema.
- Quando attivate un vostro servizio informativo, come ad esempio un sito web, contattate l'amministratore del sistema locale per conoscere le regole di quest'ultimo.
- Prendete in considerazione la possibilità di alleggerire il carico di sistemi molto frequentati evitandoli nelle ore di punta e frequentandoli nelle ore di minor traffico.

4.1.2 Regole per i servizi interattivi in tempo reale (MUDs MOOs IRC)

- Come avviene in altri ambienti, è saggio "ascoltare" prima per poter comprendere la cultura di un gruppo.
- In un canale o in una stanza, non è necessario salutare tutti personalmente. Di solito un "Ciao" o qualcosa di equivalente è più che sufficiente. Non è considerato corretto utilizzare funzioni automatiche dei vostri software per salutare.
- Avvisate i partecipanti se intendete inviare grandi quantità di materiali. Inviare se tutti acconsentono, ma mandare informazioni non desiderate senza un avvertimento è considerato non corretto, proprio come avviene per la posta.
- Non date per scontato che chi non vi conosce voglia parlare con voi. Se vi sentite costretti a inviare materiale privato a persone che non conoscete, accettate di buon grado il fatto che potrebbero essere impegnate o semplicemente non disposte a parlare con voi.

- Respect the guidelines of the group. Look for introductory materials for the group. These may be on a related ftp site.
- Don't badger other users for personal information such as sex, age, or location. After you have built an acquaintance with another user, these questions may be more appropriate, but many people hesitate to give this information to people with whom they are not familiar.
- If a user is using a nickname alias or pseudonym, respect that user's desire for anonymity. Even if you and that person are close friends, it is more courteous to use his nickname. Do not use that person's real name online without permission.

4.2 Administrator Guidelines

4.2.1 General Guidelines

- Make clear what's available for copying and what is not.
- Describe what's available on your site, and your organization. Be sure any general policies are clear.
- Keep information, especially READMEs, up-to-date. Provide READMEs in plain ascii text.
- Present a list of mirrors of your site if you know them. Make sure you include a statement of copyright applicable to your mirrors. List their update schedule if possible.
- Make sure that popular (and massive) information has the bandwidth to support it.
- Use conventions for file extensions - .txt for ascii text; .html or .htm for HTML; .ps for Postscript; .pdf for Portable Document Format; .sgml or .sgm for SGML; .exe for non-Unix executables, etc.
- For files being transferred, try to make filenames unique in the first eight characters.
- When providing information, make sure your site has something unique to offer. Avoid bringing up an information service which simply points to other services on the Internet.

- Rispettate le regole del gruppo. Cercate materiale inerente al gruppo. Potrebbe essere su un sito FTP ad esso collegato.
- Non chiedete agli altri utenti informazioni personali, quali sesso, età o provenienza. Queste domande potrebbero essere più adatte solo dopo aver stabilito una relazione di conoscenza con gli altri utenti, ma molte persone esitano a dare tali informazioni a chi non conoscono.
- Se un utente utilizza un *nickname* (uno pseudonimo - n.d.t.), rispettate il suo desiderio di anonimato. Anche se tra voi c'è confidenza, è più corretto usare il suo *nickname*. Non lo chiamate con il suo vero nome senza il suo permesso.

4.2 Regole per gli amministratori

4.2.1 Regole generali

- Spiegate chiaramente cosa è possibile copiare e cosa non lo è.
- Indicate cosa è disponibile sul vostro sito e nella vostra azienda. Assicuratevi che le regole generali siano chiare.
- Tenete aggiornate le informazioni, soprattutto i file *readme*. Sciveteli in formato ascii solo testo.
- Se possibile, indicate una lista di *mirror* del vostro sito. Assicuratevi di rendere disponibile una dichiarazione di copyright valevole per i vostri *mirror*. Elencate, se possibile, il calendario degli aggiornamenti.
- Fate in modo che le informazioni più richieste siano disponibili attraverso un'adeguata ampiezza di banda.
- Usate le convenzioni previste per le estensioni dei file: .txt per testo ascii, .html o htm per HTML, .ps per Postscript, .pdf per Portable Document Format, .sgml o .sgm per SGML, .exe per gli eseguibili non-Unix, ecc.
- Quando fornite informazioni, fate in modo che il vostro sito offra qualcosa di originale. Evitate di dare

- Don't point to other sites without asking first.
- Remember that setting up an information service is more than just design and implementation. It's also maintenance.
- Make sure your posted materials are appropriate for the supporting organization.
- Test applications with a variety of tools. Don't assume everything works if you've tested with only one client. Also, assume the low end of technology for clients and don't create applications which can only be used by Graphical User Interfaces.
- Have a consistent view of your information. Make sure the look and feel stays the same throughout your applications.
- Be sensitive to the longevity of your information. Be sure to date time-sensitive materials, and be vigilant about keeping this information well maintained.
- Export restrictions vary from country to country. Be sure you understand the implications of export restrictions when you post.
- Tell users what you plan to do with any information you collect, such as WWW feedback. You need to warn people if you plan to publish any of their statements, even passively by just making it available to other users.
- Make sure your policy on user information services, such as homepages, is well known.

un servizio informativo che punti semplicemente ad altri servizi presenti su Internet.

- Non puntate verso altri siti senza averne chiesto preventiva autorizzazione.
- Ricordate che mettere in piedi un servizio informativo va oltre le semplici questioni di design e di implementazione. E' anche questione di manutenzione.
- Accertatevi che i materiali pubblicati siano in linea con la politica del sito.
- Testate le applicazioni con più software. Non pensate che tutto funzioni correttamente se avete eseguito le prove con un solo client. Ricordate inoltre che ci sono in circolazione client a bassa tecnologia, non realizzate applicazioni che funzionano solo in ambienti grafici.
- Fate in modo che le informazioni si presentino in modo coerente. Il *look and feel* dovrebbe essere uniforme per tutte le applicazioni.
- Preoccupatevi della longevità delle informazioni. Datate il materiale soggetto ad invecchiamento e dedicategli una buona manutenzione.
- Le restrizioni all'esportazione variano da nazione a nazione. Quando trasmettete materiali, fate in modo da conoscere gli aspetti inerenti.
- Informate gli utenti cosa intendete fare delle informazioni che raccogliete, come ad esempio la corrispondenza via WWW. Dovete avvisare gli interessati nel caso in cui intendiate pubblicare loro dichiarazioni, anche se solo rendendolo disponibile agli altri utenti.
- Fate in modo che la vostra politica riguardo i sistemi informativi per gli utenti, come ad esempio le homepage, sia ben chiara.

5.0 Selected Bibliography

- [1] Angell, D., and B. Heslop, "The Elements of E-mail Style", New York: Addison-Wesley, 1994.

5.0 Bibliografia ragionata

IDEM

- [2] "Answers to Frequently Asked Questions about Usenet"
Original author: jerry@eagle.UUCP (Jerry Schwarz)
Maintained by: netannounce@deshaw.com (Mark Moraes)
Archive-name: usenet-faq/part1
- [3] Cerf, V., "Guidelines for Conduct on and Use of Internet", at: URL://http://www.isoc.org/proceedings/conduct/cerf-Aug-draft.html
- [4] Dern, D., "The Internet Guide for New Users", New York: McGraw-Hill, 1994.
- [5] "Emily Postnews Answers Your Questions on Netiquette"
Original author: brad@looking.on.ca (Brad Templeton)
Maintained by: netannounce@deshaw.com (Mark Moraes)
Archive-name: emily-postnews/part1
- [6] Gaffin, A., "Everybody's Guide to the Internet", Cambridge, Mass., MIT Press, 1994.
- [7] "Guidelines for Responsible Use of the Internet" from the US house of Representatives gopher, at: <URL:gopher://gopher.house.gov:70/OF-1%3a208%3aInternet%20Etiquette>
- [8] How to find the right place to post (FAQ) by buglady@bronze.lcs.mit.edu (Aliza R. Panitz)
Archive-name: finding-groups/general
- [9] Hambridge, S., and J. Sedayao, "Horses and Barn Doors: Evolution of Corporate Guidelines for Internet Usage", LISA VII, Usenix, November 1-5, 1993, pp. 9-16.
ftp://ftp.intel.com/pub/papers/horses.ps or horses.ascii
- [10] Heslop, B., and D. Angell, "The Instant Internet guide : Hands-on Global Networking", Reading, Mass., Addison-Wesley, 1994.

- [11]Horwitz, S., "Internet Etiquette Tips",
<ftp://ftp.temple.edu/pub/info/help-net/netiquette.infohn>
- [12]Internet Activities Board, "Ethics and the Internet",
RFC 1087, IAB, January 1989.
URL: <ftp://ds.internic.net/rfc/rfc1087.txt>
- [13]Kehoe, B., "Zen and the Art of the Internet: A
Beginner's Guide", Netiquette information is spread
through the chapters of this work. 3rd ed.
Englewood Cliffs, NJ., Prentice-Hall, 1994.
- [14]Kochmer, J., "Internet Passport: NorthWestNet's
Guide to our World Online", 4th ed. Bellevue, Wash.,
NorthWestNet, Northwest Academic Computing
Consortium, 1993.
- [15]Krol, Ed, "The Whole Internet: User's Guide and
Catalog", Sebastopol, CA, O'Reilly & Associates,
1992.
- [16]Lane, E. and C. Summerhill, "Internet Primer for
Information Professionals: a basic guide to Internet
networking technology", Westport, CT, Meckler,
1993.
- [17]LaQuey, T., and J. Ryer, "The Internet Companion",
Chapter 3 "Communicating with People", pp 41-74.
Reading, MA, Addison-Wesley, 1993.
- [18]Mandel, T., "Surfing the Wild Internet", SRI
International Business Intelligence Program, Scan
No. 2109. March, 1993.
URL: [gopher://gopher.well.sf.ca.us:70/00/
Communications/surf-wild](gopher://gopher.well.sf.ca.us:70/00/Communications/surf-wild)
- [19]Martin, J., "There's Gold in them thar Networks! or
Searching for Treasure in all the Wrong Places", FYI
10, RFC 1402, January 1993.
URL: <ftp://ds.internic.net/rfc/rfc1402.txt>
- [20]Pioch, N., "A Short IRC Primer", Text conversion by
Owe Rasmussen. Edition 1.1b, February 28, 1993.
URL: <http://www.kei.com/irc/IRCprimer1.1.txt>
- [21]Polly, J., "Surfing the Internet: an Introduction",
Version 2.0.3. Revised May 15, 1993.
URL: [gopher://nysernet.org:70/00/
ftp%20archives/pub/resources/
guides/surfing.2.0.3.txt](gopher://nysernet.org:70/00/ftp%20archives/pub/resources/guides/surfing.2.0.3.txt)

URL: ftp://ftp.nysernet.org/pub/
resources/guides/surfing.2.0.3.txt

- [22]"A Primer on How to Work With the Usenet Community"
Original author: chuq@apple.com (Chuq Von Rospach)
Maintained by: netannounce@deshaw.com (Mark Moraes)
Archive-name: usenet-primer/part1
- [23]Rinaldi, A., "The Net: User Guidelines and Netiquette", September 3, 1992.
<http://www.fau.edu/rinaldi/net/index.htm>
- [24]"Rules for posting to Usenet"
Original author: spaf@cs.purdue.edu (Gene Spafford)
Maintained by: netannounce@deshaw.com (Mark Moraes)
Archive-name: posting-rules/part1
- [25]Shea, V., "Netiquette", San Francisco: Albion Books, 1994?.
- [26]Strangelove, M., with A. Bosley, "How to Advertise on the Internet", ISSN 1201-0758.
- [27]Tenant, R., "Internet Basics", ERIC Clearinghouse of Information Resources, EDO-IR-92-7. September, 1992.
<gopher://nic.merit.edu:7043/00/introducing.the.internet/internet.basics.eric-digest>
<gopher://vega.lib.ncsu.edu:70/00/library/reference/guides/tennet>
- [28]Wiggins, R., "The Internet for everyone: a guide for users and providers", New York, McGraw-Hill, 1995.

6.0 Security Considerations

Security issues are not discussed in this memo.

7.0 Author's Address

Sally Hambridge
Intel Corporation
2880 Northwestern Parkway

6.0 Considerazioni sulla sicurezza

In questo documento non vengono affrontate le questioni inerenti la sicurezza.

7.0 Indirizzo dell'autrice

Sally Hambridge
Intel Corporation
2880 Northwestern Parkway

SC3-15
Santa Clara, CA 95052

Phone: 408-765-2931
Fax: 408-765-3679
EMail: sallyh@ludwig.sc.intel.com

SC3-15
Santa Clara, CA 95052

Phone: 408-765-2931
Fax: 408-765-3679
EMail: sallyh@ludwig.sc.intel.com

