

Mai dire m@il

7 regole per andare spediti

A cura degli studenti del Laboratorio
di Scrittura per il web 2009-2010
Corso di studi in Scienze della Comunicazione
Pubblica, d'Impresa e Pubblicità



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DEL MOLISE

Indice

Scritto, parlato, digitato: l'italiano elettronico di *Tonia Niro*

1. Mail: struttura e forma *di Francesco D'Angelo*
2. Il quoting: come rispondere *di Fabrizio Michele Occhionero*
3. 'Bufale' e spam *di Antonella Leonardi*
4. Em☺ticons: occhio all'uso *di Antonio Giarnieri*
5. Privacy: il forward e il cross-posting *di Elisabetta Sanzò*
6. Netiquette: questioni di stile *di Giusy Marzucco*
7. Flaming: fiamme in rete *di Ciro Andrea Pupillo*

Glossario *di Federica Rosa e Gerardo Dello Iacovo*

Editing *a cura di Vincenzo Carrese e Fabrizio D'Ippolito*

Immagini *di Linda Fioralba*

Scritto, parlato, digitato: l'italiano elettronico

di Tonia Niro

Tra **lingua parlata** e **scritta** esistono evidentemente delle diversità. Si differenziano principalmente per il canale di trasmissione attraverso il quale si produce e si diffonde il messaggio, che è fonico-uditivo (nel caso della lingua parlata) e visivo (nel caso dello scritto). Inoltre ciò che viene detto non può essere cancellato, ma modificato, o meglio, rettificato successivamente; il parlato si caratterizza per la scarsa progettualità. Al contrario il testo scritto è flessibile e può essere modificato più volte fino a quando l'autore non ne sia soddisfatto. La lingua parlata prevede la condivisione dello spazio e del tempo tra gli interlocutori o, come nel caso di una telefonata, solo del tempo. Un testo orale è esclusivo e valido per un'unica situazione, mentre lo scritto è adattabile a ogni persona e a più contesti.

Nel caso di un testo digitato come una mail avete solo le vostre parole per farvi leggere e ottenere una risposta. Se volete che la vostra e-mail venga almeno aperta dovete dedicare la massima attenzione all'oggetto, che deve essere breve ed esplicito.

Tutto quello che avete da dire deve assolutamente stare nelle prime righe, normalmente 5 o 6. Il testo del messaggio non deve superare le due schermate. La regola d'oro per scrivere un messaggio di posta elettronica è di scriverlo come se potesse diventare pubblico.

A seconda del soggetto col quale si vuole interloquire bisogna cambiare il tono. Nel caso che ci si rivolga a un amico un "ciao, tutto ok" va bene. Mentre se si scrive a un docente si possono usare diversi appellativi a seconda delle cariche: la soluzione corretta è 'Gentile' oppure 'Egregio'. Per la chiusura si può usare un "cordiali saluti" accompagnato da nome, cognome e eventualmente tra parentesi il nome del corso.

Una volta finito di scrivere il testo, non cliccate automaticamente sul pulsante invio poiché anche la e-mail ha bisogno di editing e di revisione.

È considerata una grave scortesia non rispondere a un messaggio privato. In questo caso un paio di giorni è un tempo adeguato per rispondere. In caso di mail inviate per motivi di lavoro, qualche giorno in più per la risposta è ammesso. Altra cosa da non fare assolutamente è settare l'opzione di notifica che potrebbe essere considerata una richiesta invadente.

1. Mail: struttura e forma

di Francesco D'Angelo

L'**e-mail** o **electronic mail** è un lettera elettronica che si invia tramite web. Eccoti alcuni suggerimenti per scrivere una mail corretta ed efficace.

✓ **Destinatario**

Va indicato nel campo "A" (**To**: se il, tuo programma è in inglese). Se i destinatari sono più di uno inseriscili nella casella **CC**:, e se non vuoi che la lista degli indirizzi sia visibile a tutti, inseriscili nella casella: **CCN**.

✓ **Oggetto**

Scrivi in questo campo il contenuto della mail senza superare i trenta caratteri. Il destinatario deve capire il contenuto della mail senza aprirla. L'oggetto deve sintetizzare in maniera efficace il contenuto del messaggio ed essere interamente leggibile. Se stai rispondendo ad una mail trattando dello stesso argomento, lascia pure nell'oggetto la scritta "**RE**:". Riscrivi invece interamente l'oggetto se l'argomento è diverso.

✓ **Body o testo**

Scrivilo in codice **Ascii** in modo da renderlo effettivamente leggibile per qualsiasi sistema e cerca di evitare caratteri speciali e lettere accentate. Se conosci, invece, il sistema utilizzato dal destinatario puoi usare caratteri speciali, lettere accentate e apportare modifiche al testo come evidenziare in grassetto, colorare scritte ed altro ancora. Per quanto riguarda, invece, le forme di apertura e chiusura del testo, tieni presente "a chi" stai scrivendo in modo da adattare le forme nel modo più opportuno. Ad esempio in un contesto formale usa Egregio Sig., Gentile Professor, ecc. e 'Distinti saluti', mentre in uno informale puoi dare spazio alla fantasia "Ciao Mario", "Mille baci".

✓ **Firme**

In fondo al testo puoi aggiungere una firma e qualche dato come l'indirizzo e i recapiti. Non superare le dieci righe. Puoi anche, in alternativa, inserire un **link** di rimando ad una tua pagina web personale.

✓ **Allegati**

Evita di inserire file molto grandi che possono appesantire la casella di posta del destinatario o di inviare formati che non possono essere aperti: il destinatario non ha sempre lo stesso sistema che usi tu. Allega, per esempio ".gif" o ".jpg" per le foto e ".rtf" per documenti.

✓ **Ricevuta**

Evita di chiedere una conferma di ricezione ed apertura del file, potrebbe essere percepita come un atto di scortesia.

✓ **Rileggi attentamente** la mail prima di premere il tasto "Invia".

Per saperne di più:

- http://www.espertoweb.it/articolo.php?id_articolo=santucci_scrivere_mail
Una pagina in cui è spiegato chiaramente ed in poche righe il perché usare una e-mail, come scrivere una mail e a cosa stare attenti quando si aprono determinate mail da destinatari poco attendibili o con oggetti e allegati accattivanti.
- www.sdamy.com/come-scrivere-una-email-10-regole-per-migliorare-la-comunicazione-215.html
Dieci consigli pratici e sintetici per redigere correttamente una e-mail.
- www.mestierediscrivere.com, capitolo “Scrivere per il web”
Un sito aggiornato e ricco di consigli pratici per la scrittura per il web. Sezioni dedicate, glossari, link e appunti in modo da orientarsi in un mondo sempre più vasto e in crescita come internet.

2. Il quoting: come rispondere di Fabrizio Michele Occhionero

Nel web tutto ciò che ha a che fare col riferirsi a parole altrui viene definito **quoting**. Il **quoting** dall'inglese *to quote* "**citare**", anche se sono ormai diffusi i neologismi "quotare", "quotato", è scrivere permettendo al lettore una facile e semplice comprensione di ciò a cui ti stai riferendo. Ogni testo elettronico anche quello contenuto in una e-mail ha una sua storia fatta di risposte, recapiti ad altri destinatari, e non si esaurisce quindi nel primo messaggio. Una storia che spesso diventa più lunga nei **blog**, nei **social network** e nei gruppi di discussione, dove dal primo "lancio" su un argomento – il **post** – può avere luogo un'interminabile catena di commenti.

Il quoting, cui è spesso associato il **simbolo '>'** è dunque quella parte di messaggio altrui che si riporta nella risposta. I programmi di posta e **news** lo pongono in automatico ad una risposta quando il messaggio è scritto in "testo". Il simbolo spiega che le parole scritte non sono le tue, ma quelle del mittente precedente.

Eccoti le tre regole fondamentali per citare correttamente:

- Evidenzia le righe *quoted*, affinché si possa distinguerle da quelle della risposta (ad esempio ricorrendo al simbolo ">")
- Colloca la tua risposta sempre dopo la parte citata e, se si deve rispondere a più punti, può essere utile intervallare la tua risposta alla parte citata;
- **non è utile citare l'intero messaggio** a cui rispondi, se è un messaggio lungo ma **solo le frasi che ne esprimono il concetto chiave** o le parti significative.

Ecco un esempio di *quoting* corretto in una mail.

Supponiamo di aver letto il seguente messaggio di posta elettronica:

OGGETTO: richiesta informazioni
DA: Mario Rossi
DATA: 24 NOVEMBRE 2009

Gent.ma prof.ssa,
sono uno studente iscritto al secondo anno di Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità dell'Università del Molise. Nel piano di studi ho due esami a scelta e ho pensato di seguire il suo, in comunicazione pubblica.
Vorrei chiederle quali sono i libri da portare all'esame e vorrei sapere quali sono le modalità d'esame.
Inoltre, dal momento che lavoro, e non riesco a seguire tutte le lezioni vorrei sapere quante ore bisogna seguire per essere 'frequentanti'.
La ringrazio per la disponibilità e in attesa di una risposta, le porgo cordiali saluti
Mario Rossi

➤ *Questa è una risposta con esempio di quoting corretto:*

OGGETTO: Re: richiesta informazioni
DA: Prof. Michele Legge
DATA 24 NOVEMBRE 2009-11-24

Gentile studente,

> Vorrei chiederle quali sono i libri da portare all'esame e vorrei sapere quali sono le modalità d'esame.

Deve portare il "Manuale di comunicazione pubblica" di Alberto Grandi, Carocci 2007.
L'esame è orale

>Inoltre, dal momento che lavoro, non riesco a seguire tutte le lezioni e vorrei sapere quante ore bisogna seguire per essere frequentanti.

Per essere frequentanti deve aver seguito almeno la metà delle lezioni, quindi 6 su 12.

Prof. Michele Legge

➤ *Questo, invece, è un esempio di quoting meno efficace:*

OGGETTO: Re: richiesta informazioni
DA: Prof. Michele Legge
DATA 24 NOVEMBRE 2009-11-24

Gentile studente,
il testo da portare all'esame è "Manuale di comunicazione pubblica" di Alberto Grandi, Carocci 2007. L'esame è orale e per essere frequentante deve aver seguito almeno la metà delle lezioni, quindi 6 su 12.

Prof. Michele Legge

> Gent.ma prof.ssa

> Sono uno studente iscritto al secondo anno di Scienze della comunicazione pubblica, >d'impresa e pubblicità dell'Università del Molise. Nel piano di studi ho due esami a scelta e >ho pensato di seguire il suo, in comunicazione pubblica.

>Vorrei chiederle quali sono i libri da portare all'esame e vorrei sapere quali sono le modalità >d'esame.

>Inoltre, dal momento che lavoro, non riesco a seguire tutte le lezioni e vorrei sapere quante >ore bisogna seguire per essere frequentanti.

>La ringrazio per la disponibilità e in attesa di una risposta, le porgo cordiali saluti

> Mario Rossi

Dagli esempi, si comprende come l'utilizzo di un quoting corretto agevoli la lettura e faccia risparmiare tempo, in particolare nei messaggi più lunghi. In questo modo, diventa immediatamente comprensibile a quale punto del messaggio ci si sta riferendo.

2.1. L'off topic

Il "proprietario" o moderatore di un blog, di un **forum** di discussione o anche di una "bacheca" di **Facebook**, è tenuto a mantenere la discussione "**on topic**", cioè sull'argomento, per evitare che diventi "**off topic**", fuori dall'argomento principale. Questo consente una lettura più agevole del testo e anche una comprensione maggiore. Se, in altre parole, si va fuori tema, la discussione diventa una "giungla" di interventi che mina la discussione.

2.2. La meta discussione

Quando si va "fuori traccia", quindi "off topic", si possono creare le cosiddette "metadiscussioni", ossia le discussioni sulle discussioni. In questo caso, il dibattito rischia di diventare interminabile e, partendo da un argomento, finisce su altri dieci.

Ad esempio:

Si pubblica un post:

"Domani c'è l'esame di linguistica, mi date qualche dritta?".

Le risposte partono dall'argomento attinente (domande di esame, testi, riassunti, ecc.) e poi, la discussione si trasferisce su altri temi: "Ma poi ieri sera sei andata al discopub"?

Per saperne di più:

- <http://wiki.news.nic.it/QuotarBene>

3. 'Bufale' e spam di Antonella Leonardi

La parola *spam* deriva dall'inglese *spiced hame* e significa *carne di maiale in scatola*. In effetti, negli USA, è diffuso un tipo di carne in scatola di scarsa qualità, chiamato SPAM (vedi foto sotto), che viene prodotto da un'azienda di nome Hormel.

L'adattamento informatico all'e-mail non desiderata deriva da una scenetta del gruppo comico del Monty Python's Flying Circus, ambientata in un locale nel quale ogni pietanza a base di Spam proposta dalla cameriera si contrappone alla riluttanza del cliente per questo alimento.

Nella terminologia informatica, lo spam può essere designato anche con il sintagma di *junk-mail*, che letteralmente significa *posta-spazzatura* a rimarcare la sgradevolezza prodotta da tale molestia digitale.

L'*anti-spam* permette di cestinare automaticamente tutte le e-mail in arrivo da alcuni indirizzi o con una determinata parola nel *subject*. In molti casi, però, il mittente è un *fake*, cioè un indirizzo falsificato o temporaneo, aperto solo per spedire messaggi e chiuso subito dopo.

Le e-mail spam possono essere state inviate da *spammer* esperti, che utilizzano appositi *software*, e sono riconoscibili perché scritte in inglese,



imbottite di link, con messaggi che inneggiano a favolosi medicinali o alle classiche lotterie. Oppure possono essere inviate da aziende, in italiano, per pubblicizzare un prodotto o servizio.

Per difendersi dagli spam occorre munirsi di software chiamati *antispam* che rifiutano i messaggi provenienti da server riconosciuti come spammer (bloccaggio) o che analizzano in modo automatico il contenuto dei messaggi e-mail ed eliminano o spostano in una cartella speciale quelli che somigliano a spam (filtraggio). Nel caso del blocco i messaggi vengono fermati dal server e non arrivano all'utente, mentre nel caso del filtro l'utente può ricontrollare i dettagli dei messaggi spostati nella casella SPAM.

Per saperne di più:

- <http://www.garanteprivacy.it/garante/doc.jsp?ID=29840>
Un link della pagina del sito del **Garante della privacy** che tratta dello *spamming*.
- http://www.maxkava.com/spam/spam_intro.htm
A cura di Massimo Cavazzini, una guida esaustiva che ti aiuterà a capire in che modo si può agire per combattere lo spam e gli spammer anche per vie legali.
- <http://www.collinelli.net/antispam>
A cura di Leonardo Collinelli, una guida all'autodifesa dallo spam.
- <http://euro.cauce.org/it/>
EuroCAUCE (Coalizione Europea Contro l'E-mail Commerciale Non Sollecitata) è il ramo europeo di CAUCE, ed è dedicata alla lotta contro l'UCE in Europa. Potrete trovare moltissime informazioni su normative europee, statistiche e molto altro sul fenomeno spam.
- http://www.studiocappello.it/a/Cambia_Internet_evolve_l_e-Bu/combattere_lo_spam.html
Accorgimenti da seguire per non alimentare chi fa del fenomeno spam un modello di comportamento.
- <http://www.attivissimo.net/antispam/antispam.htm>
Questa pagina contiene molti consigli e una descrizione accurata ma semplice del fenomeno spam, i rischi che si corrono, i rimedi più o meno efficaci.
- <http://www.spamitalia.com/>
Questa pagina illustra le tecniche, risorse e strategie per combattere lo spam.

La posta non voluta può essere costituita anche da messaggi pubblicitari, mail che parlano di **virus** inesistenti, richieste di aiuto urgente per qualche malato terminale oppure un metodo per fare soldi in fretta e senza fatica, messaggi su innocui file di sistema di **Windows** che vengono segnalati come pericolosissimi virus da cancellare subito. I messaggi di e-mail che invitano esplicitamente ad essere rispediti al maggior numero di persone, in modo da aumentarne la diffusione in maniera esponenziale, alimentano inutili **catene di Sant'Antonio (chain letters)**.

Per evitare il problema di credere a fatti ed accadimenti completamente falsi, è consigliabile controllare gli elenchi di **bufale (hoax)** esistenti in Rete.

Per saperne di più:

- <http://attivissimo.blogspot.com/2004/06/cosa-fare-se-sospettate-una-bufala.html>
Tecniche antibufala: cosa fare per controllare un appello o una notizia.
- <http://craftsman.altervista.org/blog/wp-content/uploads/2009/10/Microguida-alle-burle-e-truffe-via-Email.pdf>
Una micro-guida su come individuare una bufala via e-mail.

4. Emotic😊ns: occhio all'uso di Antonio Giarnieri

😊, ☹, :-p indicano rispettivamente un sorriso, un'espressione di tristezza e un segno scherzoso. Queste faccine, che accompagnano molti tipi di testi digitali informali (sms, chat, ecc.), sono utilizzate per sopperire alla mancanza del linguaggio non verbale nella comunicazione scritta e sono chiamate **emoticons**.

Il nome nasce dall'accostamento delle parole "**emotional**" e "**icon**" e sta ad indicare proprio un'icona che esprime emozioni o stati d'animo. Altre possono avere un mero ruolo figurativo, ad esempio esprimere gesti come il bacio :-*, o di abbellimento 8-) <:-)) (cappello e occhiali).

Diverse tipologie di formati si avvicinano alla categoria delle emoticon sono i **tag**, etichette di definizione chiuse tra i segni maggiore e minore. Ad esempio, per indicare una battuta scherzosa si utilizza il <**joke**> alla fine di un periodo.

La funzione principale delle emoticons è quella di rendere più comprensibile, al proprio interlocutore, il registro del discorso e, dunque, farlo interpretare in chiave seria o scherzosa e così via, creando un clima di fiducia e complicità tale da prevenire casi di fraintendimenti e incomprensioni.

Usa le emoticons per comunicare meglio, ma ricordati che l'abuso può sortire l'effetto contrario. Inoltre ricorda che le emoticons, come sigle e abbreviazioni, appartengono a un registro informale: evita pertanto di inserirle in testi caratterizzati da un maggiore livello di formalità.

Per saperne di più:

- http://www.in-school.it/gratis_gratuito/elenco_abbreviazioni_chat.htm
Un sito che raccoglie le abbreviazioni e le emoticons in uso nelle chat italiane e inglesi.

5. Privacy: il forward e il cross-posting di Elisabetta Sanzò

L'Autorità garante per la protezione dei dati personali a luglio del 1999¹ ha definito la posta elettronica inviolabile quanto la posta ordinaria sia nel caso di e-mail private che nel caso di mail spedite a liste o **newsgroup** ad accesso limitato.

Le questioni più rilevanti dal punto di vista della riservatezza e della proprietà del messaggio riguardano il **forward** (cioè l'inoltro di copie di uno stesso messaggio ad altri) e il **cross-posting** (invio di una mail o di un messaggio a più liste o gruppi contemporaneamente)

Si è soliti distinguere tra: a) l'invio di una mail ad un gruppo ristretto e chiuso (es. lista di discussione); b) l'invio di una mail ad una lista aperta o ad un newsgroup. Nel primo caso la mail "**conserva in parte una natura privata**" e quindi il documento non è considerato "**pubblicazione**". Nel secondo, invece, non si ha una violazione della **privacy** dell'autore.

Il forward di un messaggio "**senza chiedere il permesso al suo autore**" è, comunque, una pratica sconsigliata sia per questioni legali ma soprattutto per educazione e correttezza.

Le aziende, per tutelarsi da simili pericoli della Rete, si affidano spesso ad un **disclaimer** (nota in fondo al messaggio che ne vieta la redistribuzione in quanto "Personale e confidenziale").

Per saperne di più:

Protezione dei dati personali

- <http://www.garanteprivacy.it>

Sito ufficiale dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali fornisce ogni tipo di spiegazione sui vari pericoli della Rete e consigli su come tutelarsi. Vi sono riportate le decisioni del garante ordinate per titoli e anno. Un sito sempre aggiornato. Ricco di links....

Glossario termini informatici

- <http://www.ehiweb.it/glossario/>
- <http://www.pc-facile.com/glossario/>

Due siti utili per trovare rapidamente le definizioni tecniche dei principali termini informatici o delle espressioni gergali che si incontrano navigando in rete.

¹La decisione dell'Autorità ribadisce i principi contenuti nell'art. 15 Cost. sull'invio della corrispondenza e di ogni altra forma di comunicazione. La l.n.547/1993 sui reati informatici, il Dpr n. 513/1997 sul documento elettronico hanno confermato che la posta elettronica va tutelata così come qualsiasi altra forma di corrispondenza epistolare e telefonica.

6. Netiquette: questioni di stile di Giusy Marzucco

Il termine *netiquette*, derivante dalla unione del vocabolo inglese "net" (rete) e di quello di lingua francese "etiquette" (buona educazione), indica un insieme di regole, che disciplinano il comportamento degli utenti di internet nel rapportarsi agli altri utenti all'interno di newsgroup, forum, blog o attraverso e-mail.

La *netiquette* (in italiano "galareteo" o "retichetta") è il "galateo della rete".

Eccoti le principali regole di "buone maniere" da seguire in rete:

- ✓ Quando ti registri in un newsgroup o forum leggi i messaggi che vi circolano per almeno due settimane prima di inviarne, così puoi renderti conto dell'argomento e del modo con cui lo si tratta in tale comunità.
- ✓ Non pubblicare messaggi stupidi o che semplicemente prendono le parti dell'uno o dell'altro fra i contendenti di una discussione.
- ✓ Non inviare, tramite posta elettronica, messaggi pubblicitari o comunicazioni, che non siano stati richiesti in modo esplicito.

In rete, devi tenere ben presente anche la cosiddetta *policy* cioè, quei regolamenti (in genere, scritti), che definiscono diritti e doveri degli utenti, in relazione ad un determinato servizio del **web**. Ad esempio, se è stabilito che un particolare **server** è adibito a scopo didattico, non lo puoi usare per altri scopi.

Allora, quando entri in una comunità, devi sempre ricordare che, seppur essa sia virtuale, è comunque regolata da norme e da regole; allo stesso modo di quanto accade per una comunità "offline". Trasgredire tali regole è "poco elegante".

Per saperne di più:

- <http://it.wikipedia.org/wiki/Netiquette>
Spiega il termine "netiquette". Utile sia per la chiarezza e la semplicità espositiva sia per gli approfondimenti e i diversi rimandi, che il sito offre su argomenti simili o comunque, correlati all'oggetto della ricerca.
- http://www.bio.unipd.it/local/internet_docs/netiq.html
Una pagina del sito web dell'Università di Padova. Le informazioni sono date in maniera molto semplice e chiara. Nella pagina, sono presenti anche diversi link di approfondimento e

spiegazioni di termini specifici del linguaggio Web. Inoltre, il testo è articolato in paragrafi, ognuno dei quali è dedicato ad un argomento specifico (es. e-mail, news group, etc).

- http://www.pubblica.istruzione.it/posta_docenti/netiquette.pdf

Il link rimanda ad un file in pdf realizzato dal Ministero della Pubblica Istruzione. Il file è chiaro, comprensibile e inoltre, credibile, data la fonte.

- http://web.tiscali.it/enterprise_videotext/itamidi/netiquette/galareteo.html

Si tratta di consigli sarcastici sulla netiquette. L'unica raccomandazione per la lettura, è quella di fare attenzione. È necessario che le indicazioni sarcastiche vengano comprese in quanto tali.

7. Flaming: fiamme in rete

di *Ciro Andrea Pupillo*

Flame nel gergo delle comunità virtuali (newsgroup, forum , blog e chat) è un messaggio ostile e provocatorio inviato da un utente alla comunità o a un altro individuo specifico. Il flame può avere elementi di un messaggio normale, ma si distingue per il suo intento: non è generalmente concepito per essere costruttivo, o per chiarire meglio una discussione, o per persuadere le altre persone, ma solo per provocare la loro reazione.

Affinché il *flame* eserciti la sua azione ha bisogno del *flaming* ossia l'atto mediante il quale si invia questo "messaggio ostile". Esso è l'espressione di uno stato di aggressività mentre si interagisce con altri soggetti in internet. La rete aumenta le possibilità di fraintendimenti nella comunicazione tra le persone rispetto alle situazioni faccia a faccia ma incrementa la possibilità di inserirsi in nuove situazioni e ambienti in cui ogni utente tende a ritagliarsi uno spazio.

I maggiori studiosi di comunicazione ritengono che il flaming sia pericoloso soprattutto quando c'è l'uso delle e-mail che aggiungono rapidità alla comunicazione. Infatti scrivere una lettera su carta può richiedere diverse ore, scrivere una e-mail anche pochi secondi. È quindi più elevato il rischio di comunicare in modo errato soprattutto nelle discussioni in cui l'uso delle e-mail sembra aumentare l'aggressività di chi scrive.

Ci sono tre modi per evitare di cadere nel flaming (O'Sullivan e Flanagan):

1. Non rispondere alle e-mail in modo immediato quando il messaggio ricevuto ci innervosisce.
2. Dai sempre il beneficio del dubbio. La nostra interpretazione del messaggio può essere errata e dare inizio ad una discussione in cui nessuno sa più quale sia stato il problema iniziale.
3. Attieniti alle sintesi evitando battute o polemiche.

Per saperne di più:

- <http://it.wikipedia.org/wiki/Flame>.

Glossario

di Federica Rosa

A

Anti-spam: un certo numero di servizi e software che i server e-mail e gli utenti possono utilizzare per ridurre il carico di spam sui loro sistemi e caselle di posta. Alcuni di questi contano sul rifiuto dei messaggi provenienti dai server conosciuti come spammer. Altri analizzano in modo automatico il contenuto dei messaggi e-mail ed eliminano o spostano in una cartella speciale quelli che somigliano a spam. Questi due approcci al problema sono talvolta definiti come *bloccaggio* e *filtraggio*.

Ascii: è l'acronimo di American Standard Code for Information Interchange (*ovvero Codice Standard Americano per lo Scambio di Informazioni*). È un sistema di codifica dei caratteri a 7 bit comunemente utilizzato nei calcolatori, proposto dall'ingegnere dell'IBM Bob Bemer nel 1961, e successivamente accettato come standard dall'ISO *International Organization for Standardization* (*Organizzazione internazionale per la formazione*).

B

Body: il corpo del messaggio. È composto dal contenuto informativo che il mittente vuol comunicare ai destinatari.

Blog: alla lettera 'diario del web' da *web* + *log* che diventa *blog*. In informatica, e più propriamente nel gergo di internet, un blog è un sito internet, generalmente gestito da una persona o da un ente, in cui l'autore pubblica più o meno periodicamente, come in una sorta di diario online, i propri pensieri, opinioni, riflessioni, considerazioni, ed altro, assieme, eventualmente, ad altre tipologie di materiale elettronico come immagini o video.

Bufale: in ambito informatico vengono identificate anche col nome inglese di *hoax*. Una bufala indica un tentativo di ingannare un pubblico presentando deliberatamente per reale qualcosa di falso o artefatto. Si distingue generalmente dalla truffa, un reato, per la mancanza di intenzionalità da parte di chi la racconta e/o per la mancanza di profitto a scapito delle vittime.

C

Cc: contiene gli indirizzi e-mail dei destinatari in copia conoscenza (*in inglese Carbon Copy*).

Ccn (Bcc): contiene gli indirizzi e-mail dei destinatari in copia conoscenza nascosta (*Blind Carbon Copy*), ovvero destinatari che riceveranno il messaggio ma il cui indirizzo non apparirà tra i destinatari. Questa è in realtà una pseudo-intestazione, in quanto è visibile solo al mittente del messaggio, e per definizione non viene riportata nei messaggi inviati ai destinatari.

Chain letters: una lettera, tipica catena di sant'Antonio, è un sistema per propagare un messaggio che tenta di indurre il destinatario a fare un certo numero di copie della lettera e poi trasmetterli al maggior numero possibile di destinatari. È un fenomeno propagatosi anche su Internet attraverso le e-mail, malgrado diffondere questo tipo di messaggi sia una esplicita violazione della netiquette (*buona educazione*).

Chat: il termine chat (*in inglese, letteralmente, "chiacchierata"*), viene usato per riferirsi a un'ampia gamma di servizi sia telefonici che via Internet. Questi servizi, anche piuttosto diversi fra loro, hanno tutti in comune due elementi fondamentali: il fatto che il dialogo avvenga in tempo reale, e il fatto che il servizio possa mettere facilmente in contatto perfetti sconosciuti, generalmente in forma essenzialmente anonima.

Cross-posting: è un termine inglese, traducibile con invio multiplo, che indica l'inserimento dello stesso messaggio in differenti parti dello stesso strumento di interazione online (forum, newsgroup, ecc.). Può essere utilizzato per fare promozione o attirare l'attenzione su un determinato tema: un messaggio che compare in differenti spazi sembra essere più importante.

D

Disclaimer: è, in generale, un'affermazione tesa a definire o delineare l'estensione, i diritti e gli obblighi tra due o più soggetti coinvolti in una relazione legalmente riconosciuta. In particolare, il termine si applica principalmente nei casi in cui la suddetta relazione implica un certo livello di rischio o di incertezza per almeno uno dei soggetti coinvolti; il disclaimer tende a circoscrivere e definire tali rischi.

E

E- mail o electronic mail: (*dall' inglese «electronic mail», in italiano posta elettronica*) è un servizio Internet grazie al quale ogni utente può inviare o ricevere dei messaggi.

Emoticons: (*o smiley, in italiano faccina*) sono riproduzioni stilizzate di quelle principali espressioni facciali umane che si manifestano in presenza di un'emozione (sorriso, broncio, ghigno, ecc.). Vengono utilizzate prevalentemente su Internet nei programmi di messaggistica chat e negli SMS per sopperire alla mancanza del linguaggio non verbale nella comunicazione scritta. Il nome nasce dall'accostamento delle parole "emotional" e "icon" e sta ad indicare proprio un' icona che esprime emozioni.

F

Facebook: (*inizialmente noto col nome di The facebook*) è un popolare sito di social network, di proprietà della Facebook Inc. e ad accesso gratuito.

Fake: nel gergo di Internet, e in particolare di comunità virtuali come newsgroup, forum o chat, un fake (*dall'inglese per "falso", "posticcio"*) è un utente che falsifica in modo significativo la propria identità.

Flame: nel gergo delle comunità virtuali di Internet come newsgroup, forum, blog, chat o mailing list, un flame (*dall'inglese per "fiamma"*) è un messaggio deliberatamente ostile e provocatorio inviato da un utente alla comunità o a un altro individuo specifico, al fine di provocare una rissa verbale; flaming è l'atto di inviare tali messaggi, flamer chi li invia, e flame war ("guerra di fiamme") è lo scambio di insulti che spesso ne consegue, paragonabile a una "rissa virtuale".

Forum: può riferirsi all'intera struttura informatica nella quale degli utenti discutono su vari argomenti, a una sua sottosezione oppure al software utilizzato per fornire questa struttura. Un senso di comunità virtuale si sviluppa spesso intorno ai forum che hanno utenti abituali ed interessi comuni.

Forward: l'inoltro di copie di uno stesso messaggio ad altri ovvero un meccanismo attraverso il quale un server di posta invia e-mail di uno dei suoi utenti a un altro indirizzo.

G

Gif: (*Graphics Interchange Format*) è un formato per immagini di tipo bitmap molto utilizzato nel World Wide Web, sia per immagini fisse che per le animazioni. È stato introdotto nel 1987 da CompuServe per fornire un formato adatto alle immagini a colori, rimpiazzando il precedente formato RLE (**Run-length encoding** è il primo algoritmo per le immagini, che permette di comprimere e decomprimere senza alcuna perdita di informazione) solo in bianco e nero.

J

Joke: è una barzelletta cioè un breve racconto o rappresentazione ironica di una situazione comunicata con l'intento di essere divertenti. Questi scherzi di norma hanno una battuta finale che concluderà la frase per renderla divertente.

Jpeg: è l'acronimo di Joint Photographic Experts Group, che ha definito il primo standard internazionale di compressione per immagini a tono continuo, sia a livelli di grigio che a colori. È un formato gratuito e open-source. Attualmente JPEG è lo standard di compressione delle immagini fotografiche più utilizzato. Le estensioni più comuni per questo formato sono .jpeg, .jpg, .jfif, .JPG, .JPE, anche se il più comune in tutte le piattaforme è .jpg.

Junk- mail: nella terminologia informatica le mail di spam possono essere designate anche con il sintagma di junk-mail, che letteralmente significa posta-spazzatura. In internet sono i messaggi di posta elettronica non richiesti, inviati per fini pubblicitari o altro.

L

Link: è una parola inglese, spesso usata in italiano al posto della sua traduzione collegamento, con significato dipendente dal contesto.

LOL: acronimo della frase inglese Laughing Out Loud (*ridere rumorosamente*) o Lots Of Laughing (*un mucchio di risate*). Messo al principio, o in coda, ad un post in una pagina di discussione, come anche in una chat, vuole simboleggiare un moto di ilarità, quasi l'equivalente del classico *smile*.

N

Netiquette: parola derivata dalla sincrasi del vocabolo inglese net (*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 quali newsgroup, mailing list, forum, blog o e-mail in genere.

News: in italiano "notizia". News è la comunicazione di informazioni sugli eventi in corso, che è presentata dalla stampa, broadcast, internet, tramite parole a un terzo o ad un pubblico di massa.

Newsgroup: è uno degli spazi virtuali creato su una rete di server interconnessi per discutere di un argomento (topic) ben determinato. In italiano a volte viene utilizzato il termine gruppo di discussione.

O

Offline e online: (anche off-line e on-line) in generale indicano l'essere "in linea", cioè in uno stato di connettività, oppure in uno stato disconnesso.

Off- topic: detto di un contributo che non si mantiene nei limiti del dibattito in corso. Il termine normalmente è utilizzato nelle mailing list, nei gruppi di discussione, forum di discussione, bacheche elettroniche, newsgroup e wiki.

On- topic: detto di un contributo che si mantiene nei limiti del dibattito in corso. Il termine normalmente è utilizzato nelle mailing list, nei gruppi di discussione, forum di discussione, bacheche elettroniche, newsgroup e wiki.

P

Policy: l'insieme delle regole in un server per fare in modo che tutte le workstation (o stazioni di lavoro) collegate vengano "controllate" nello stesso modo e abbiano le stesse caratteristiche.

Post: è un messaggio testuale, con funzione di opinione o commento, inviato in uno spazio comune su Internet per essere pubblicato. Tali spazi possono essere newsgroup, forum, blog, guestbook e qualunque altro tipo di strumento telematico (con esclusione delle chat e dei sistemi di messaggistica istantanea) che consenta a un utente generico di Internet di lasciare un proprio messaggio pubblico.

Privacy: termine inglese traducibile con 'riservatezza', è il diritto alla riservatezza delle informazioni personali e della propria vita privata, secondo la formulazione del giurista statunitense Louis Brandeis che fu probabilmente il primo al mondo a formulare una legge sulla riservatezza, insieme a Samuel Warren.

Q

Quoting: negli articoli Usenet e nelle e-mail, a differenza di quanto avviene nella corrispondenza cartacea, è buona norma riportare brani del messaggio cui si sta rispondendo. Tale pratica in originale si chiama "quoting", da "to quote" che può essere tradotto con "citare", benché siano ormai d'uso comune i neologismi "quotare", "quotato" etc.

R

RE: Reply (*Rispondi*) rispondi al messaggio, ovvero componi un nuovo messaggio destinato al mittente, che spesso comprende il testo del messaggio ricevuto. Il messaggio di risposta ha lo stesso subject del messaggio a cui risponde, preceduto dalla sigla "Re:" per indicare che si tratta di una risposta.

RTF: Rich Text Format (RTF) è un formato per documenti multiplatforma, sviluppato da Microsoft nel 1987. La maggior parte degli editor di testo e dei word processor sono in grado di leggere e scrivere documenti RTF (anche se non sempre è garantito il mantenimento esatto della formattazione originaria).

S

Server: è una componente informatica che fornisce servizi ad altre componenti (tipicamente chiamate *client*) attraverso una rete. Si noti che il termine server, così come pure il termine client, possono essere riferiti sia alla componente software che alla componente hardware.

Sms: il termine SMS (acronimo dell'inglese Short Message Service, servizio messaggi brevi) è comunemente usato per indicare un breve messaggio di testo inviato da un telefono cellulare ad un altro. Il termine corretto sarebbe SM (*Short Message*), ma ormai è invalso l'uso di indicare il singolo messaggio col nome del servizio.

Social network: una rete sociale è un gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari.

Software: il termine software è costituito dall'unione di due parole, soft (*morbido*) e ware (*manufatto, componente, oggetto*). Sta ad indicare un programma o un insieme di programmi in grado di funzionare su un elaboratore.

Spam: il termine trae origine da uno sketch comico del Monty Python's Flying Circus ambientato in un locale nel quale ogni pietanza proposta dalla cameriera era a base di spam (un tipo di carne in scatola). Lo spamming (*detto anche fare spam o spammare*) è l'invio di grandi quantità di messaggi indesiderati (generalmente commerciali). Può essere messo in atto attraverso qualunque media, ma il più usato è Internet, attraverso l'e-mail.

Spammer: cioè l'individuo autore dei messaggi spam, invia messaggi identici (o con qualche personalizzazione) a migliaia di indirizzi e-mail.

Subject: (Oggetto) dovrebbe contenere una breve descrizione dell'oggetto del messaggio. È considerata buona educazione utilizzare questo campo per aiutare il destinatario a capire il contenuto del messaggio.

T

Tag: una nuvola di tag (*tag cloud*) è una rappresentazione visiva delle etichette (tag) o parole chiave usate in un sito web.

To: (A) contiene gli indirizzi e-mail dei destinatari principali.

V

Virus: un software, appartenente alla categoria dei malware (*nell'uso comune il termine virus viene frequentemente ed impropriamente usato come sinonimo di malware, indicando quindi di volta in volta anche categorie di "infestanti" diverse, come ad esempio worm, trojan o dialer*) che è in grado, una volta eseguito, di infettare dei file in modo da riprodursi facendo copie di sé stesso, generalmente senza farsi rilevare dall'utente.

W

Web: il World Wide Web (www), più spesso abbreviato in Web, anche conosciuto come Grande Ragnatela Mondiale, è un servizio di Internet consistente in un insieme vastissimo di contenuti multimediali e di servizi accessibili a tutti o ad una parte selezionata degli utenti di Internet.

Windows: Microsoft Windows è una famiglia di sistemi operativi prodotta da Microsoft a partire dal 1985 per l'utilizzo su personal computer.