

Netiketa*)

Jiří Březina, <http://www.granometry.com>, jb<zavináč>grano.de

Netiketa (angl. *netiquette*) je etiketa v internetové síti, elektronická etiketa, autorka *Virginia Shea*: <http://www.albion.com/netiquette/introduction.html>. Etiketa je soustava pravidel dobrého chování, „vychovanosti“. Internetem („*Interconnected Network*“) začali lidé elektronicky komunikovat před dvěma dekádami, dnes celá společnost této planety využívá Internet. Zatímco *společenská* etiketa trpí módou a snobismem – oba jevy omezené na určité sociální, etnické, oborové, náboženské, nacionální, regionální a jinak související skupiny, *internetová* komunikace umožňuje oslovovat každý každého okamžitě elektronickou rychlostí a universalitou styku bez ohledu na sociální postavení a jiná zařazení.

Netiketa je proto nemódní a snobismu prostý **funkční požadavek pravidel chování na Internetu** – jednoho z nejgeniálnějších vynálezů: Internet se stává nervovou soustavou lidstva a WEB, internetové zdroje, mozkovou paměť lidstva.

Deset doporučení netikety, výjimky ovšem potvrzují pravidlo: pomáhá Váš „zdravý“ rozum a pomoc Vašich mladých potomků a přátel.

- 1) Styk emailem (elektronickou poštou), podobně jako papírovou korespondencí, je **jednostranný**: píšeme-li email, nevidíme příjemce, jak reaguje. Snadněji než na papír píšeme na obrazovku a zapomínáme, že i u elektronů platí, že „*litera scripta manet*“, „*napsané trvá*“ – slova vyletí jako pták a už se nevrátí.
 - a) Buďme opatrní při psaní (čtěme pečlivě, než odešleme), a tolerantní při čtení – nedejme se vyvést z míry: i to už říkali staří Římané: „*errare humanum est*“, „*chybování je lidské*“. Ve WEBu a emailech někdo může někoho rozčilit, aniž by chtěl, a neviditelný příjemce může z onoho sdělení pochopit nechtěné urážení až útok. Reakce uraženého může domnělou urážku mnohonásobně vrátit nebo se proti urážejícímu zatvrdit, zamknout a říci si – „S voly se nebavím“. Žádná z uvedených reakcí není konstruktivní, i když věřím, že většina z nás bude tolerantní. Opravdu? Za všech okolností? Připomínám: **tolerance** možného nepochopení je základním pravidlem. Respektujme člověka. Nečiň druhým, co nechceš od nich.
 - b) Základní povinností příjemce je **ozvat se**: potvrdit příjem nebo přečtení a **vždy poděkovat** právě pro tu jednostrannost korespondence. Stalo se i u nás dobrým zvykem, že děkujeme za zavolání, a u emailu je to ještě důležitější. Pokud si někdy myslíte, že Vás pisatel jen zdržuje a že ho poděkováním posíláte, aby Vám své nicotnosti posílal, **upřesněte** své díky a nezapomeňte být pozitivní: sdělte, co se Vám na jeho řádcích líbí a že na to pro současný nedostatek času budete reagovat, až něco doděláte. Život, včetně *Homo sapiens*, se na naší planetě vyvíjí jako celek, jehož jednotlivci se izolací ztrácí. Vždyť trestáme své hříšníky vězením, kde zdi může nahradit „jen“ nepřekonatelný prostor (vyhnanství v Rusku). Do podobného vyhnanství se každý řítíme stárnutím, kdy zdi rostou chabnutím funkcí, jako je vnímání, pohyb a myšlení.
- 2) Do sítě vstupujte ozbrojeni dobrým **AV (antivirovým) programem**, který se aktualizuje několikrát denně (můj *Gdata Internet Security* každou hodinu). Další AV ochranou jsou aktualizace všech programů, které užíváte. Investice do těchto opatření jsou nezbytné.
- 3) Potom můžete s dobrým svědomím posílat a otvírat emaily v **HTML (HyperText Markup Language)** značkovacím jazyce, umožňujícím typografické formátování textu, který tím získá na přehlednosti, čitelnosti a estetice. Do tohoto formátování patří proporcionální písma s typografickými atributy, jako je tučně, ležatě a podtrženě, číslování odstavců, tabulky a barva písma, rámu i výplně tabulek. Většina emailových **klientů** (programů), jako je *MS (Microsoft) Outlook a MS Outlook Express*, nabízejí HTML jako standard, takže nemusíte měnit nastavení z HTML na prostý text, nýbrž můžete tento standard svého klienta ponechat; nastavení klienta na HTML nevyžaduje *znalost* HTML jazyka.
- 4) **Přílohy** pro veřejnost **nepřikládejte** k emailu: tam uvádějte jen **odkazy na web**. Přílohy vyčerpávají paměť emailové database – Vaši i příjemců – a **obtěžují**. I malá příloha může zabírat tolik paměti

jako stovky emailů. Např. tento soubor na WEBu je – vložte do emailu jen tento odkaz:

<http://www.granometry.com/data/netiketa.doc> . Než dáte text přílohy na WEB, zjistěte třeba na Google-u, zda už tam je, což je pravděpodobné. Pak už jen odkažte na příslušnou URL (*Uniform Resource Locator*, WEBovou adresu) tím, že ji do emailu *kompletně* okopírujete.

Pokud přesto žádáte redakci *Zpravodaje*, aby Vaše přílohy přikládala k rozesílaným emailům apod., volte *jedinečné názvy souborů*, např. ne *Pozvánka.doc*, nýbrž podle obsahu, data apod. třeba *jan_pettko_10-11-2012.doc*. *Pozvánka* nespecifikuje – každá druhá příloha ve *Zpravodaji* je pozvánkou. Při volbě názvu souboru se řiďte pravidly uvedenými v následujícím bodě 5).

5) **V názvech souborů nemá být** (přispívá k funkčnosti, ale není nezbytné):

- diakritika (nabodenička)** – nemusí být správně interpretována (v cizině), s čímž musíte počítat;
- tečka** – je primárně určena jako oddělovací znak mezi jménem a většinou 3-4-znakovou příponou (angl. *extension*) souboru, např. *xxx.doc*, *xxx.txt*, *xxx.ppt* nebo *xxx.jpg* . Pokud nezbytné, v názvu souboru ji nahraďte *podtržítkem* (angl. *underscore*) nebo *pomlčkou*;
- dvojtečka, středník, vykřičník, otazník, čárka, všechny uvozovky a závorky, &persand, \$, dollar, % procento, @ zavináč atd.** – dříve byly v operačním systému DOS zakázány, protože se v něm nemohly znázornit, a ani dnes nejsou vhodné; nahraďte je podtržítkem nebo pomlčkou;
- mezebra** – nepatří do názvu souboru, má být krátký; vynechte či nahraďte ji podtržítkem nebo pomlčkou;

6) Pište **úsporně a efektivně**, např. místo kondicionálu, jako "*Rádi bychom Vás pozvali,...*", „... *Vám popřáli*“ pište v indikativu "*Zveme Vás...*", „*Přejeme Vám...*“ . Šroubovaný kondicionál má asi ukázat snahu o slušnost. Ale proč tak složitě? Zvat někoho přímo může být srdečné a upřímné beze stopy drzosti. Vtírá se mi dodat „...*ale nejsou židle, přineste své*“, „...*máme zákaz návštěv*“, „...*co by tomu řekli sousedi*“ . Čtete po sobě. Napsali jste opravdu, co jste chtěli? Nemilosrdně **zkracujte: škrtejte zbytečné** tak dlouho, dokud zachováte smysl. **Krátkost zvyšuje účinnost**. Mnoho slov škodí.

7) Rozesílatelé *malware* atd. hledají a kupují **E-adresy (emailové adresy)**: na **vystavené** e-adresy posílají nabídky erotických pomůcek a služeb, účasti na výhrách v kasínech, milionových podílech a dědictví (hlavně z Nigerie) atd. Mohou zanést viry a červy pro zneužití Vašich peněžních transakcí, posílání Vašich přístupových hesel svým výrobcům, atd. Proto v emailch nevystavujte e-adresy a:

- sděluje e-adresy třetí osobě, jen když s tím vlastník adresy souhlasí;
- mailujete-li někomu prvně a jeho e-adresu nemáte od něho, vysvětlíte odkud, jinak příjemce Vašeho emailu ho dá jako SPAM do koše a/nebo Vaši e-adresu dá na černou listinu nejen svou, ale i veřejných serverů: o blokování emailch se většinou nedozvíte; stěžít se napravuje;
- nevěřte poplachu, hrozbám, varování apod. častých v **řetězových emailch** – většinou jde o HOAX – ověřte na www.hoax.cz ; navštivte i <http://www.hoax.cz/hoax/netiketa> . Bezpečnostní aspekty pro mladistvé a rodiče: <http://www.bezpecne-online.cz/> .

8) Rozesíláte-li emailovou zprávu více příjemcům, tedy **hromadný email**, nevystavujte jejich emailové adresy v síti – vydáváte je napospas internetovým hledačům **e-adres**: ty se vyznačují určitým syntaxem se zavináčem, <@>. Ukrýváním e-adres jako bcc, „*black carbon copy*“, tj. neviditelné kopie, je „*skryjete*“ jen u příjemce, který místo své e-adresy vidí „*undisclosed recipient*“, *nerozlišený příjemce*, ale u odesílatele zůstanou a programy hackerů je najdou v hlavičce Vašich emailů. Nejúčinnější je užít služeb serveru nabízeče Vaší emailové domény, university či jiného Vašeho pracoviště, nebo si pořídit tzv. MTA (*Mail Transfer Agent, Message Transport Agent*) program jako *Sendmail, Postfix, Exim, Postmaster, qmail, Smail*. Licence těchto programů i služby cizích nabízečů mohou něco stát. Na WEBových stránkách ze stejných důvodů nahrazujeme symbol <@> **slovem**, např. <[zavináč](#)> anglicky <[at](#)>, německy <[klammeraffe](#)>.

9) Součástí každé etikety, a tedy i netikety, je **jazyková kvalita – čeština**. Prozrazuje vzdělání a úroveň autora – porušování etikety ho kompromituje a diskvalifikuje. Dobrý jazyk (i v angličtině) např. radí neužívat trpný rod, převádět ho na činný: místo „*Jste zváni*“ opět lépe "*Zveme Vás...*" .

10) Časté přestupky jsou na úrovni **standardu dobré sekretářky**, kde akademické vzdělání nepomáhá, např.:

- a. vkládejte *mezery* za interpunkcí (tečku, čárku, středník, dvojtečku), i za tečky řadových číslovek;
- b. užívejte formátu „odsazení, mezery před odstavci a tabulátory“ místo prázdných řádků a mezer.

Těším se na jakoukoliv připomínku, nápad, dotaz apod. – mailněte mi: potěšíte mě i redakci. Pokusím se obratem odpovědět. Pokud chcete audio nebo dokonce video spojení, mailněte mi, kdy si mám otevřít SKYPE – jsem 20 hodin denně online, většinou reaguji rychle. Má SKYPE adresa je *jbrezina1* .

Vše nejlepší přeje a zdraví,

Jiří Brezina

^{*)} Odkážte na tento článek zde: <http://www.granometry.com/data/netiketa.doc>