

Bon anniversaire netiquette ou RFC1855 ou encore Netiquette 2.0

notes · de · pit

novembre 2016

version 1.0



La *netiquette* — dont le petit nom technique est RFC1855¹ — fêtait ses 21 ans le mois dernier. Elle est majeure et vaccinée depuis octobre 2016 date à laquelle S.Hambridge l’a proposée à la communauté Internet. On peut donc lui souhaiter — à la note, pas à son auteur — un bon anniversaire.

— Bon anniversaire !

— Heu. C’est qui ?

La RFC1855 est un mémo à destination de la communauté internet. Elle propose des lignes de conduite pour tous, pour un usage responsable d’Internet. Cette note n’est pas du tout un standard que tout le monde devrait respecter, ce sont des règles de bonnes pratiques conseillées à tous les individus qu’ils soient utilisateurs ou administrateurs d’Internet.

Vingt-et-un an pour une recommandation internet, c’est dire si la vieille dame est âgée. Elle mérite que l’on dépoussière un peu le texte même s’il garde tout son sens.

À l’époque déjà une distinction était faite entre *ceux qui ont grandi avec Internet* — ceux qui savent — et les *newbies*. Entendez ceux qui ne comprennent pas — et, entendons nous bien, ils n’ont généralement pas besoin de comprendre — les protocoles et le transport de l’information.

Je traduis², je reformule, je supprime, j’ajoute et j’essaie de garder l’esprit de la note.

Note à destination des utilisateurs d’Internet.

Cette note est un ensemble de règles de bonnes pratiques que chacun peut adapter et enrichir à sa situation. Ce n’est pas un standard Internet.

Cette note est une reformulation vingt ans plus tard et une adaptation personnelle de la note de S.Hambridge et de *Responsible Use of the Network (RUN) Working Group of the IETF*.

Dans les années nonante, Internet était plutôt réservé aux informaticiens et peu fréquenté par le grand public. Aujourd’hui, la communauté Internet, c’est tout le monde. Ce sont des gens qui ne sont pas spécialement familier avec la culture d’Internet ni avec ses protocoles et la manière dont transite l’information. Ce guide permet aux *nouveaux* de comprendre la culture et d’adopter des comportements qui sont qualifiés être une bonne pratique par la plupart.

Chacun devrait également être conscient qu’il existe sans doute des règles spécifiques au fournisseur d’accès à Internet (FAI) auquel on souscrit. . . que ce compte soit un compte privé ou un compte fourni par l’établissement qui nous emploie, un ami ou encore l’école

¹<http://www.faqs.org/rfcs/rfc1855.html>

²Le texte été traduit en son temps (en français par exemple³ en 1996 à Jussieu par Laifa Ahmadi, Serge Belleudy, Gilles Missonnier et Françoise Picard mais je constate que les traductions ont tendance à se perdre. De toute façon, comme l’original, la traduction peut être dépoussiérée.

dans laquelle on est inscrit. C'est mieux de se renseigner sur l'usage que l'on peut faire du réseau en fonction de l'endroit où l'on se trouve.

La communication un-à-un	3
La communication un-à-plusieurs	6
La communication publique ou <i>un-à-tous</i>	9
Les services internet	9

La communication un-à-un

Lignes de conduite pour le mail	3
Lignes de conduites pour la messagerie instantanée	6

Les principaux supports à ce premier type de communication sont; le mail, la messagerie instantanée et les messages privés.

La communication un-à-un est la forme de communication pour laquelle une personne communique avec une autre comme si elles étaient face à face; un dialogue.

Évidemment les règles de courtoisie habituelles sont de vigueur et, plus encore devraient être renforcées car la communication corporelle et l'intonation de voix sont absentes de ce média⁴.

Lignes de conduite pour le mail

1. À moins d'utiliser le chiffrement des mails, la confidentialité des mails n'est pas assurée. N'écrivez pas dans un mail ce que vous n'écririez pas sur une carte postale. Pour avoir l'enveloppe, il faut le chiffrement.
2. Respectez la propriété intellectuelle.

⁴Même dans le cas de la vidéoconférence où l'image et le son sont présents, la présence de l'écran empêche de *sentir* la présence de l'autre; son impatience, son énervement, son excitation, sa joie, sa fébrilité... Pas de neurones empathiques facilitant... l'empathie.

3. Lorsque vous transférez ou repostez un message reçu, ne le modifiez pas. Si vous envoyez le message à quelqu'un d'autre ou à un groupe, assurez vous d'avoir l'autorisation de l'auteur. Vous pouvez couper le message et ne donner que des extraits mais attribuez les parties du message à son auteur.
4. Un truc à retenir : **soyez conservateur dans ce que vous écrivez et libéral dans ce que vous recevez**. Ne répondez pas à chaud ou sous le coup de l'énervement à un mail. Ça s'appelle un *flame* (une flambée). Par contre, ne vous étonnez pas de recevoir un *flame*. Dans ce cas, mieux vaut ne pas y répondre.
5. C'est en général une bonne idée de regarder la liste des sujets de ses mails avant de commencer à répondre. Il n'est pas rare qu'une personne envoie un mail demandant de l'aide... suivi d'un autre précisant qu'elle a trouvé la solution.
6. Lorsque vous envoyez un mail choisissez soigneusement l'objet du mail. C'est ce que le destinataire verra en premier à la réception du mail et lorsqu'il consulte ses archives ou fait des recherches dans ses mails.
7. Avant de répondre vérifiez si vous êtes le destinataire (**À, To**) ou bien si vous êtes simplement en copie (**Cc**) ou — pire — en copie cachée (**Cci, Bcc**)⁵. Dans ce cas l'émetteur du mail n'attend sans doute pas de réponse de votre part.
8. Facilitez la vie de vos correspondants en remplissant correctement le champ **From** afin qu'il renseigne votre nom, et en ajoutant une signature à vos mails.
9. Regardez les champs **Cc** et **Cci** (**Bcc**) lorsque vous répondez à un mail. Évitez les *reply all* lorsque la conversation est devenue un simple dialogue.
10. Même si la plupart des utilisateurs peuvent lire leur mail partout et tout le temps, ils ont des activités et dorment — parfois pas aux mêmes moments que vous. Laissez-leur le temps de prendre connaissance de votre mail avant de croire qu'il n'est pas arrivé ou qu'ils ne veulent pas répondre.
11. Vérifiez tous les destinataires avant de vous lancer dans une digression longue ou personnelle. C'est aussi une bonne habitude de préciser dans le sujet du mail s'il est long en incluant le mot « long ». Un mail de plus de 50 lignes est long.
12. Sachez à qui demander de l'aide, d'abord dans votre entourage. Avant de demander, cherchez. Lorsque vous demandez de l'aide précisez ce que vous avez déjà mis en œuvre pour trouver la réponse.
13. Rappelez-vous que votre interlocuteur est un être humain comme vous avec une culture, des références, une langue et une humeur différentes. Méfiez-vous des sarcasmes et assurez vous que votre humour soit bien compris.

⁵Le terme « Cc » vient de « copie carbone » (*carbon copy*) de l'âge où la photocopieuse et l'imprimante étaient peu courantes et que les gens utilisaient un papier carbone pour copier une feuille. Wikipedia explique ça très bien⁶.

14. Écrivez en minuscules — éventuellement en commençant les phrases par une majuscule⁷. En tout cas n'écrivez jamais en majuscules.

ÉCRIRE EN MAJUSCULES REVIENT À CRIER.

15. Vous pouvez choisir si votre client mail permet de mettre le texte en forme. Si vous choisissez cette option, n'en abusez pas. Le gras, l'italique et les listes à puces sont généralement suffisants. Ne supposez pas que votre interlocuteur verra cette mise en forme.

Si vous écrivez votre texte sans mise en forme, ces symboles sont assez standards pour être compris; j'écris en **gras**, en */italique/*, *_je souligne_*, je commence mes listes à puces par *** ou *-*,

16. L'utilisation de *smiley* permet de donner une indication sur le ton de la phrase. N'oubliez pas qu'un smiley fera oublier à votre interlocuteur l'insulte qui le précède. Utilisez les smileys avec parcimonie.

Les *emoticons* ne sont par contre pas bien visibles dans les mails.

17. Laissez-vous du temps — une nuit — avant d'envoyer un mail sous le coup de l'émotion. Relisez avant d'envoyer.
18. Soyez bref sans être sec.
19. Dans votre réponse ne laissez pas la totalité du message original. Supprimez les parties du message original qui ne sont pas utiles à la compréhension.
20. Que vous répondiez après ou avant le message original n'a finalement plus beaucoup d'importance. Soyez synchro avec votre interlocuteur.
21. N'écrivez pas des lignes trop longues. La lecture est plus rapide si vous vous limitez à ± 52 caractères par ligne.
22. Un mail devrait avoir un sujet qui reflète son contenu.

Ne répondez pas à un mail en parlant de tout autre chose. Écrivez un nouveau mail. Le sujet de ce nouveau mail sera en adéquation avec son contenu.

23. Lorsque vous incluez une signature, gardez-la courte. Elle ne devrait pas excéder 5 lignes.
24. Un mail peut-être falsifié et une identité usurpée. Faites les vérifications d'usage et de bons sens avant de considérer un mail comme authentique.

Faites ceci même si votre client mail vous aide à détecter le *phishing* et le *scam*.

25. Si vous estimez que l'urgence d'un message le justifie, répondez immédiatement et brièvement afin d'accuser réception du message quitte à répondre plus longuement

⁷<http://namok.be/blog/?post/2016/11/23/commencer-par-une-majuscule-oui-mais-non>

plus tard.

26. Encore aujourd'hui et demain, l'envoi d'un mail a un coût pour vous, pour votre expéditeur et pour la communauté. Ne négligez pas ce coût... dans la longueur et la fréquence de vos mails par exemple.
27. Maîtrisez la taille de vos messages et particulièrement des pièces jointes. Il est préférable de déposer les pièces jointes trop lourdes quelque part sur Internet — dans le *cloud* — et d'envoyer par mail le lien vers la pièce jointe.

Lignes de conduites pour la messagerie instantanée

La *messagerie instantanée* reprend tous les logiciels qui permettent d'avoir un dialogue interactif avec son interlocuteur.

Aujourd'hui ces logiciels permettent généralement de transporter également des images, du son, des fichiers et des vidéos. Ils ne nécessitent plus tous d'être connecté avec son interlocuteur au même moment.

1. Écrivez correctement comme vous le feriez dans un mail.

Il est par contre habituel de ne pas recopier une phrase dès que l'on fait une typo. Certains ont pris l'habitude de corriger un mot fautif en le faisant précéder d'une étoile sans recopier toute la phrase.

Ça me paraît bien.

*paraît

2. Adoptez un style et un ton propre à votre interlocuteur et en rapport avec votre degré d'affinité.
3. Rappelez-vous que contacter quelqu'un en messagerie instantanée peut l'interrompre en fonction de la configuration de ses appareils. N'en abusez pas.
4. Si votre interlocuteur ne vous répond pas alors que le logiciel prétend qu'il est *en ligne*, ne lui en tenez pas rigueur. Il peut y avoir beaucoup de raisons pour lesquelles il ne répond pas — dont simplement son envie de ne pas répondre maintenant.

La communication un-à-plusieurs

Lignes de conduite pour le participant	7
Et lorsque l'on pose une question ?	8
Cas particulier de la communication instantanée	8

La communication un-à-plusieurs comprend les listes de diffusion — *mailing list* — et les groupes de discussions voire les boîtes mails collaboratives.

Dans ce type de communication, toutes les règles énoncées pour le mail sont évidemment valables. Après tout, envoyer un mail à plusieurs personnes, c'est envoyer un mail. Sauf que l'on risque d'en offenser plus d'un et que la probabilité d'être bien compris est divisée par le nombre de destinataires.

Par extension, la communication instantanée est une forme de discussion un-à-plusieurs. Elle est par nature moins formelle car plus rapide. Elle sera l'objet de recommandations particulières.

Lignes de conduite pour le participant

1. Si vous participez à une liste de diffusion dont vous ne connaissez pas les intervenants, prenez le temps de lire les archives et les messages qui passent avant de vous exprimer.
2. Les listes de diffusion et les groupes sont généralement archivés. Ces archives sont parfois publiques, parfois privées. De toute manière, n'oubliez pas qu'un large public va lire vos mots et qu'ils seront disponibles longtemps dans un endroit accessible à beaucoup de monde. Faites donc attention à ce que vous écrivez.
3. Prenez le temps de rédiger correctement votre réponse. Il n'est pas rare que celle-ci soit citée ou que quelqu'un fasse référence au message pour ne pas devoir répéter.
4. Sauf spécification du contraire, chaque personne parle en son nom et ne porte pas la parole du groupe.
5. Soyez brefs et allez à l'essentiel. Ne prenez pas le temps — des autres — en corrigeant les fautes d'orthographe ou de style. N'écrivez pas non plus de longs messages hors sujet.
6. Lorsque le groupe adopte des conventions pour le format du sujet des mails, respectez-les.
7. Évitez d'avoir des mails qui s'allongent à l'infini parce que l'on ne coupe jamais le contenu. Que vous répondiez avant ou après le message d'origine, ne conservez que la partie nécessaire à la mise en contexte. Coupez le reste. Vos interlocuteurs ont aussi accès aux archives si nécessaire.
8. Soyez attentif aux destinataires lorsque vous répondez. Ce peut être la liste ou plusieurs membres alors que vous pensez faire une réponse individuelle.

9. Dès que la discussion devient un dialogue, ne postez plus vos messages à tout le groupe mais seulement aux membres intéressés. Il sera encore possible de faire un résumé plus tard pour le groupe.
10. N'envoyez pas de gros fichiers à une liste ou à plusieurs personnes et préférez donner un lien vers le fichier hébergé quelque part. Ceci a deux avantages:
 - le fichier n'est qu'à un seul endroit et moins de données circulent sur Internet;
 - si vous voulez le mettre à jour, vous gèrerez mieux les versions.
11. Les listes de diffusion ont toutes une option *nomail*. Utilisez-la lorsque vous n'êtes pas disponible pour lire les mails de la liste.

Et lorsque l'on pose une question ?

1. Posez une question **après** avoir cherché par vous-même.
2. Lorsque vous posez votre question, dites ce que vous avez déjà fait pour trouver la réponse. Montrez votre bonne volonté.
3. Donnez toutes les informations nécessaires à votre/vos interlocuteur/s pour vous répondre.
4. Rappelez-vous que dans vos interlocuteurs, personne n'est obligé de répondre.
5. Si la réponse reçue est de la forme RTFM (*read the fucking manual*). Ne vous braquez pas, la réponse à votre question est probablement facilement accessible. Vous auriez dû chercher. Vous allez trouver.

Cas particulier de la communication instantanée

Ces lignes de conduites devraient être adaptées en fonction que le groupe dans lequel l'on se trouve est un groupe d'amis se connaissant au préalable ou un groupe d'inconnus se rassemblant pour échanger sur un sujet précis.

1. L'aspect rapide de la communication instantanée permet d'être moins formel dans la rédaction du message. Message par essence plus court.
2. Comme dans d'autres milieux, écoutez d'abord avant de parler.
3. Si vous vous autorisez un message privé à des inconnus, ne croyez pas qu'ils aient une envie folle de parler avec vous. Attendez-vous à ce qu'ils ne vous répondent simplement pas. C'est leur droit. Rien ne vous est dû.
4. Respectez les règles du groupe.

Lignes de conduite pour le modérateur

1. Assurez-vous que la FAQ (foire aux questions, *frequently asked questions*) est à jour et facilement accessible aux utilisateurs de la liste.
2. Assurez-vous que le message de bienvenue est complet (et accueillant).
3. Partagez-leur ce document ;-)

La communication publique ou *un-à-tous*

1. Internet a la mémoire longue. Dès que vous avez diffusé une information, elle restera disponible longtemps.
2. Ne postez pas de photos de vous que vous n'assumez pas ou d'autrui sans leur autorisation. Respectez le droit à l'image des autres et de vos amis.
3. Évitez de diffuser vos parties intimes (*sexting*) **et** votre visage sur une même photo. Ou assumez-le pour l'éternité.

Ne postez pas de photos intimes d'autres personnes sans leur consentement (*slut shaming*).

À l'heure de la reconnaissance faciale, il est de plus en plus difficile de séparer ses profils (privé, public, professionnel...). Mieux vaut en tenir compte.

4. Soyez attentif à la pérennité de l'information que vous fournissez. Mettez-la à jour et datez.
5. Soyez consistant tant sur le fond que sur la forme lorsque vous publiez sur Internet.
6. N'hésitez pas à contextualiser lorsque vous postez un message afin qu'il soit compris du plus grand nombre. S'il n'est pas destiné à être compris, peut-être vaut-il mieux ne pas le poster.

Les services internet

Internet n'est composé que de différents services que nous utilisons tous les jours et qu'il est impossible de lister tant ils sont légions.

1. Rappelez-vous qu'un service appartient toujours à quelqu'un ou à un organisme. Le service peut-être gratuit ou non. S'il est gratuit c'est peut-être vous le produit.
2. Essayez de distinguer si vous utilisez un service centralisé ou décentralisé.

Les services centralisés sont la propriété d'un organisme. Intéressez-vous toujours à son *business model* (modèle d'entreprise). Son mode de financement vous convient-il ?

Les services décentralisés peuvent être mis en place par **plusieurs** organismes. En ce sens les utilisateurs ont plus de contrôle sur la gestion de leurs données. Vous pouvez choisir un fournisseur de services dont le mode de fonctionnement est plus en adéquation avec votre philosophie.

3. Lorsque vous rencontrez un problème avec un service, vérifiez que le problème ne vous incombe pas avant d'incriminer le service.
4. De manière générale ne croyez pas que l'information est précise, à jour ou exacte. Croisez vos sources et exercez votre esprit critique.

Pour conclure. Lorsque nous communiquons dans la vie de tous les jours *irl* comme sur Internet, pensons aux trois filtres de Socrate; **vérité**, **bonté** et **utilité**. Si ce que tu as à dire n'est ni vrai, ni bon, ni utile, abstiens toi, je n'ai pas besoin de le savoir.

Plus encore, si l'on veut appréhender notre communication plus sereinement et plus librement, ayons en tête les quatre accords Toltèques; ta parole est impeccable et positive, tu ne réagis pas de façon personnelle, tu ne fais pas de supposition, tu cherches la vérité et tu fais toujours de ton mieux.

Liens

- La RFC1855 ou la netiquette⁸ (et une traduction en français⁹)
- Premiers articles concernant la netiquette et les bons usages: «La netiquette¹⁰», «Le bon usage d'une mailing list¹¹»
- Pourquoi j'écris en minuscules dans mes mails et autres communications instantanées: «Commencer par une majuscule ? Oui mais non»¹²
- Limiter la longueur des lignes à 52 caractères. « Lire et comprendre » Caroline Golder et Daniel Gaonac'h
- Un peu d'histoire avec une explication de la copie carbone. « Wikipedia. Papier carbone¹³ »

⁸<http://www.faqs.org/rfcs/rfc1855.html>

⁹<http://fgouget.free.fr/netiquette/rfc1855-fr.html#p212>

¹⁰<http://namok.be/blog/?post/2007/12/06/netiquette>

¹¹<http://namok.be/blog/?post/2013/10/29/bon-usage-mailing-list>

¹²<http://namok.be/blog/?post/2016/11/23/commencer-par-une-majuscule-oui-mais-non>

¹³https://fr.wikipedia.org/wiki/Papier_carbone

- Si c'est gratuit, c'est forcément vous le produit. L'adage est connu. Oui, mais non. « Si c'est gratuit, c'est vous le produit. Vraiment ? »¹⁴ Cyrille Borne
- Si c'est gratuit, c'est forcément vous le produit. En vidéo cette fois¹⁵ chez Nikopik
- En novembre 2016, le réseau social Facebook se demande s'il doit limiter le nombre de *hoax* et de fausses nouvelles — parfois drôle et souvent sarcastiques — que les gens partagent. Il semble que nous ayons des difficultés à faire la part des choses entre la vérité et l'humour. Mark Zuckerberg¹⁶
- Je raconte une petite histoire expliquant les accords Toltèques. « Un bouclier, une épée, une quête et une règle »¹⁷.

Crédit photo chez DeviantArt¹⁸ par Tom Mosack¹⁹. Des bulles de savon pour un anniversaire. Autant qu'elles soient soufflées par un nounours.

¹⁴<https://cyrille-borne.com/prof/index.php?article18/si-c-est-gratuit-c-est-vous-le-produit-vraiment>

¹⁵<https://www.nikopik.com/2013/12/une-video-qui-explique-la-phrase-si-cest-gratuit-cest-vous-le-produit.html>

¹⁶<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103253901916271>

¹⁷<http://namok.be/blog/?post/2016/02/04/un-bouclier-une-epée-une-quête-une-règle>

¹⁸<http://deviantart.com>

¹⁹<http://tom-mosack.deviantart.com/art/The-Bubble-Blower-139081161>