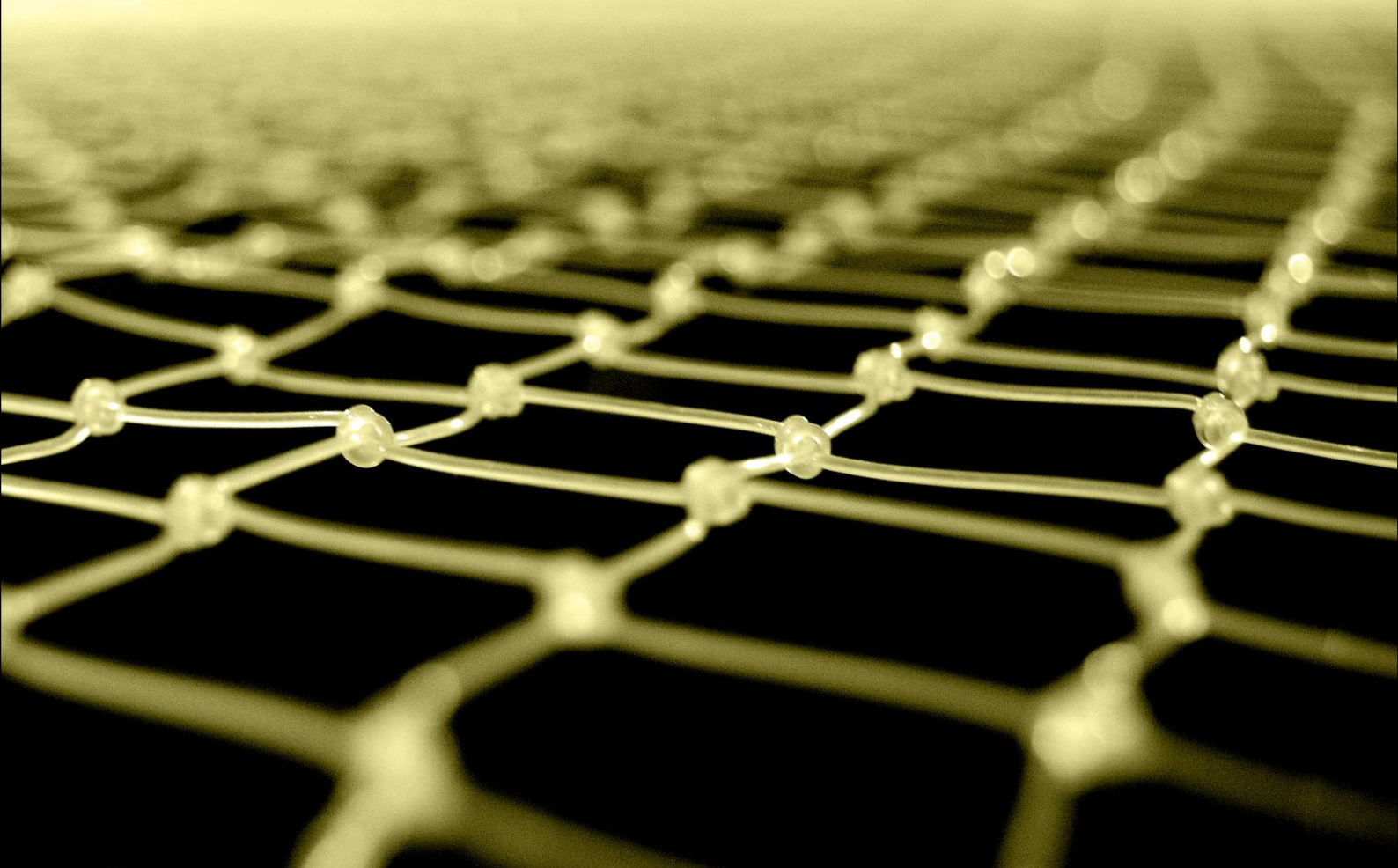


NETYKIETA

Kultura komunikacji w sieci



ŁUKASZ KIELBAN

Wydano na licencji Creative Commons:



Utwór można kopiować i niekomercyjnie rozpowszechniać z uznaniem autorstwa.
Utworu nie można modyfikować ani sprzedawać.

NETYKIETA: Kultura komunikacji w sieci

Łukasz Kielban

NETYKIETA

Kultura komunikacji w sieci

Spis treści

Wprowadzenie	6
Od autora	7
Czym jest „netykieta”	8
Gdy się wpadło w sieć	11
Per „Pan” czy na „Ty”?	13
Sztuka pisania e-maili	21
Dyskusje i komentarze	33
Media społecznościowe	41
Postówie	46

Wprowadzenie

Niewątpliwie żyjemy w kulturze pośpiechu. Na co dzień bardziej liczy się dla nas wykonywanie czynności szybko niż dobrze. Celebrowanie takich rytuałów, jak pisanie listów, odeszło już niemal zupełnie w niepamięć. Niestety, wraz pośpiechem, nastąpiła też bylejakość. Zarówno nasza praca, jak i nasze stosunki z ludźmi straciły przez to na jakości. Spoufalamy się ze wszystkimi udając, że jesteśmy kolegami. Budujemy złudzenie braku dystansu, przenosząc w dorosłość zasady rządzące relacjami młodzieży. W efekcie sami pozbawiamy się możliwości okazywania wzajemnego szacunku, który jest podstawą dobrego wychowania. Ten problem dotyczy głównie tytułowej komunikacji w Internecie, ale coraz wyraźniej widać go w tak zwanym „realu”.

Z moich wieloletnich obserwacji jako wykładowcy, przedsiębiorcy i autora bloga Czas Gentlemanów wynika wyraźnie, że ten pozorny brak dystansu w sieci jest niezręczny i *de facto* wymuszony na sporej części internautów. Internet ewidentnie dojrzał. Już nie jest wyłącznie polem rozrywki dla studentów i nastolatków. To również narzędzie do profesjonalnych kontaktów i poważnych inicjatyw. Coraz częściej oczekuje się od nas wyższych standardów, choć wciąż nie mówi się o tym zbyt głośno. Jednak jeśli chce się w Internecie budzić zaufanie i przyciągać swoimi kompetencjami, trzeba nauczyć się odpowiednich zasad, tak samo, jak trzeba uczyć się zasad zachowania w dobrym towarzystwie.

Netykieta może być uciążliwa i z pewnością kłóci się z kultem pośpiechu, ale człowiek z klasą powinien się do niej stosować. W przeciwnym razie będzie narażał się na opinię nieuprzejmego, a w najgorszym wypadku niepoważnego.

W tej publikacji nie zamierzam opisywać wszystkich aspektów postępowania w Internecie, a jedynie ich bardzo ważny aspekt - komunikację. To poprzez nią wyrabiamy sobie opinię u innych użytkowników, zjednujemy sobie przyjaciół i osiągamy cele biznesowe.

Od Autora

Ten e-book bazuje w większości na treściach publikowanych na moim blogu: Czas Gentlemanów (www.czasgentlemanow.pl). Wszystkie rozdziały zostały jednak stosownie zaktualizowane i uzupełnione. Dodałem natomiast, nigdzie dotąd niepublikowany, rozdział o mediach społecznościowych. Sam e-book również został opublikowany na blogu i omówiony w osobnym artykule. Dzięki temu mamy możliwość wyjścia poza jednokierunkową relację autor książki → czytelnik książki i możemy podjąć wspólną dyskusję w komentarzach na blogu. Pod każdym rozdziałem znajdziesz link do odpowiedniego wpisu na Czasie Gentlemanów, pod którym już toczy się dyskusja na dany temat. Gorąco zachęcam do pozostawienia swojej opinii. Natomiast gdybyś chciał skomentować sam e-book, zapraszam do wpisu dotyczącego jego publikacji:

[Netykieta - kultura komunikacji w sieci](#)

E-book ten jest **darmowy**. Mam nadzieję, że dzięki temu trafi do szerszego grona odbiorców i będzie miał większy wpływ na poprawę kultury komunikacji w Internecie. Jednak gdybyś chciał w jakiś sposób odwdziżyć się za tę publikację, udostępnij ją proszę na Facebooku, Twitterze, LinkedInie albo podeślij znajomemu e-mailem. Z góry serdecznie dziękuję!

Należy jeszcze wyjaśnić stosowanie przeze mnie słowo „real” w odniesieniu do „rzeczywistości”. Odkąd równie często mówi się o „rzeczywistości wirtualnej” uważam, że angielskie „real”, jako przeciwieństwo „Internetu” lub „sieci”, będzie mniej mylące.

Czym jest „netykieta”?

Choć funkcjonuje już od wielu lat, „netykieta” może wciąż być dla niektórych nowym słowem. Etykieta Internetu (ang. *network etiquette*) to zbiór zasad określających reguły postępowania w sieci.

Netykieta powstała wraz z rozpowszechnieniem się internetowych narzędzi do komunikacji. Pierwsi użytkownicy tworzyli własne nakazy i zakazy, które ułatwiały wszystkim poruszanie się w sieci. Z czasem rzesza ludzi korzystających z Internetu zaczęła się coraz szybciej rozrastać, a „nowi”, którzy nie znali ustalonych reguł, często popełniali podstawowe błędy. Pojawiła się więc potrzeba spisania tych zasad.

Do dzisiaj podjęto się tego zadania wiele osób i instytucji, jednak nie można mówić o jednym, zamkniętym zbiorze przepisów tak samo, jak nie możemy mówić o zamkniętym zbiorze przepisów dobrego wychowania. Internet ciągle się zmienia i zmieniają się jego użytkownicy. Ten proces nie zakończy się dopóki korzystamy z sieci, dlatego naszym obowiązkiem powinno być ciągłe trzymanie ręki na pulsie i weryfikowanie wcześniej ustalonych reguł.

W swoim znaczeniu „netykieta” nie różni się znacznie od „etykiety”, czyli dobrego wychowania albo, jak ktoś woli, *savoir-vivre'u*. Poszczególne przepisy skupiają się jednak na wąskiej dziedzinie aspektów korzystania z internetowych narzędzi komunikacji. Dotyczą for dyskusyjnych, komunikatorów, czatów, e-maili, serwisów społecznościowych itp. Mówią jak powinno i nie powinno się korzystać z dostępnych narzędzi. Natomiast zdecydowanie mniej miejsca poświęcają ogólnym relacjom międzyludzkim. W efekcie osoby, nawet dobrze znające zasady klasycznej netykiety, niekoniecznie będą świadome potrzeby przestrzegania tradycyjnych zasad samej etykiety. Może być to jedną z przyczyn niezadowolającej kultury komunikacji we współczesnym Internecie.

W mojej wizji netykieta powinna być jedynie suplementem do etykiety czy nawet, ze względu na błyskawicznie postępującą informatyzację, jej integralną częścią, a nie odrębnym tworem. Dlatego przy opisywaniu zasad netykiety mocno skupiam się na tym, jak nasze czyny wpływają na komfort innych użytkowników oraz jak kształtują one nasz wizerunek w sieci. Uważam, że każda osoba z klasą powinna odznaczać się empatią oraz silnym charakterem. Empatia pozwoli uniknąć popełniania błędów, które mogą skrzywdzić innych, a silny charakter odwiezie od pokus mogących postawić nas w negatywnym świetle.

Dobrze rozumiana netykieta będzie nie tylko sposobem na poprawienie relacji międzyludzkich w sieci, ale też pozwoli zadbać o własny wizerunek, czy to osobisty, czy zawodowy.

W Internecie nie
robię rzeczy,
których wstydzilibym się
w „realu”.



Gdy się wpadło w sieć

Rozpoczynając poruszanie się w Internecie musimy zdać sobie sprawę z dwóch podstawowych kwestii. Po pierwsze nie jesteśmy anonimowi. Nawet jeśli będziemy ukrywali swoją prawdziwą tożsamość, są sposoby, by odkryć nasze prawdziwe dane. Korzysta z tego zarówno policja, jak i osoby prywatne, znające od podszewki dziury w zabezpieczeniach naszego oprogramowania. Jednak dzisiaj często nie trzeba wcale być hakerem, żeby powiązać konto na forum, z kontami na serwisach społecznościowych, adresem e-mail czy nawet z naszymi zdjęciami. Wiele osób zapomina, że świat wirtualny obecnie przenika się z realnym w wielu miejscach. Myślą, że ich działania w sieci nie mają wpływu na ich realne życie, ale tkwią w błędzie. Znane są przypadki utraty pracy z powodu komentarza pozostawionego na Facebooku, otrzymania wezwania do sądu za opublikowanie wpisu na blogu albo odwiedzin policji sprowokowanych postem na forum. Znacznie częściej jednak dochodzi do zwykłego psucia sobie opinii. Warto więc wyznawać zasadę: w Internecie nie robię rzeczy, których wstydzilibym się w „realu”.

Po drugie w sieci mamy kontakt z żywymi ludźmi. Tymi samymi, których spotykamy na co dzień na ulicy, w kinie czy w sklepie. Nasze zachowanie w Internecie może ich tak samo urazić czy zranić, jak by to zrobiło poza nim. Te osoby również traktują nas jak żywego człowieka i wyrabiają sobie o nas zdanie. Trzeba więc pamiętać, że kiedy spotkamy się z nimi w cztery oczy, nasza karta nie będzie czysta. Od nas zależy, czy będzie ona wypełniona pozytywnymi czy negatywnymi opiniami.

Zawsze można
przejsć na „Ty”,
ale wrócić do „Pan”/„Pani”
już nie jest tak łatwo.



Per „Pan” czy na „Ty”?

Kwestia stosowanych zwrotów w komunikacji internetowej może się wydawać mało ważnym szczegółem. Natomiast moim zdaniem jest to właśnie kwintesencja netykiety. Jest to symbol okazywanego sobie wzajemnie szacunku, tak samo jak w życiu realnym. Poniższe zasady dość szczegółowo wyjaśniają używanie zwrotów „Pan”, „Pani” oraz „Ty”, ale są też wskazaniem kierunku, w jakim powinniśmy przenosić klasyczne zasady etykiety do Internetu.

Pierwsze dylematy

Każdy kulturalny człowiek, kiedy spotyka osobę, której nie zna, zwraca się do niej per „Pan”/„Pani”. Mówiąc do kogoś takiego na „Ty”, może go lub ją mocno urazić, a tym samym zrobić złe wrażenie, zamknąć sobie drogę do pogłębienia kontaktu i utrudnić osiągnięcie celu. Jednak, kiedy spotykamy się wirtualnie pojawiają się pewne dylematy.

Kontakty w Internecie wydają się bowiem mniej formalne niż w realnym życiu. Wiele osób stara się zachować anonimowość, chowając się za pseudonimami i awatarami, co niekiedy utrudnia określenie nawet płci naszego rozmówcy, a co za tym idzie, również dobrania odpowiedniego zwrotu: „Pan” czy „Pani”. Przeglądając się dyskusjom na forach i serwisach społecznościowych można też odnieść wrażenie, że tutaj po prostu panują inne obyczaje, bliższe relacjom młodzieżowym. Niemal wszyscy są ze sobą „po imieniu”.

Czy powinno się zatem pójść śladem większości? Nie do końca. Są sytuacje, w których należy używać formalnych zwrotów grzecznościowych i takie, w których lepiej ich unikać.

Źródła zwrotu „Pan”

Zacznijmy od tego, dlaczego w ogóle ludzie do siebie zwracają się używając słów „Pan” i „Pani” oraz skąd się te słowa wzięły. Wyraz „pan” znany jest w języku polskim od ok. XIII wieku. Był to pierwotnie tytuł grzecznościowy stosowany do mężczyzn stanu rycerskiego i szlacheckiego. Określano nim ludzi sprawujących władzę, arystokratów, gospodarzy, bogaczy. Od tego słowa pochodzą nie tylko wyrazy „pani” i „panna”, lecz także „panować”, „wspaniały”, a nawet „państwo”.

Z czasem określenie to się nieco zdewaluowało i przyłgnęło do wszystkich mężczyzn wywodzących się z wyższych sfer społecznych. Jeszcze przed II wojną światową tytułu „Pan” nie używano w stosunku do robotników, chłopów, ani dzieci. Fakt, że dzisiaj nie stosuje się go do chłopców, a często też do młodych mężczyzn, wynika właśnie z tych zwyczajów. Nie każdy mężczyzna był „Panem”. Dlatego zwrócenie się do gentlemana lub damy per „Ty” było *de facto* zrównaniem ich z nizinami społecznymi, a więc była to poważna obraza. Z czasem za kulturalne uznaliśmy zwracanie się do wszystkich dorosłych per „Pan”/„Pani” aż do momentu zmniejszenia dystansu i przejścia na „Ty”.

„Koledzy” z Internetu

W sieci panują jednak odmienne zasady z kilku względów. Przede wszystkim netykieta powstawała w krajach anglojęzycznych, gdzie ludzie zwracają się do siebie per „you”, co w języku polskim tłumaczymy na „Ty”. Problem polega na tym, że zwyczajnie przekopiowaliśmy to określenie nie zważając na fakt, iż jest to tłumaczenie zubożone. „You” może być bowiem zarówno koleżeńskie, jak zdystansowane i pełne szacunku. Polskie słowo „ty” nie ma niestety tak rozbudowanego znaczenia.

Netykieta była też tworzona przez ludzi młodych, głównie studentów i odzwierciedlała relacje między nimi. Nie ma więc co się dziwić, że nie uwzględniała zasad typowych dla osób bardziej dojrzałych.

Różnorodność zwyczajów

Powyższa ankieta nie pokazuje nam jak dzielą się preferencje ogółu internautów. Mówi nam za to coś bardziej istotnego: w sieci są środowiska, które oczekują wyższej kultury komunikacji oraz takie, które wolą relacje pozbawione etykietowego dystansu.

Odpowiedź czy zwracać się do siebie per „Pan”/„Pani” nie brzmi zatem „tak” lub „nie”. Brzmi ona: należy rozpoznać odbiorcę naszego komunikatu i dostosować do niego język komunikacji. To jest tak samo trudne/proste jak w codziennym życiu.

Internet jest bardzo różnorodny, a my zazwyczaj jesteśmy jedynie gośćmi w jego zakamarkach. Każde z tych miejsc może rządzić się swoimi zasadami. Będąc gościem, nie przenosi się do czyjegoś domu swoich ulubionych zachowań tylko dlatego, że uważa się je za dobre. Skoro w danym miejscu są już zasady, należy ich przestrzegać. Przejdźmy więc do tego, na czym przestrzeganie tych zasad powinno polegać.

Jak rozumieć zwrot per „Ty”?

Najczęściej inni użytkownicy zwracają się do nas po imieniu, nicku albo per „Ty”. Musisz przyjąć do wiadomości, że zwykle nie jest to próba obrazy. Osoba stosująca ten zwrot nie ma na myśli tego, że uważa Cię za kogoś bezwartościowego czy dziecko. Dopiero treść wiadomości lub komentarza będzie sugerowała stosunek autora do adresata. Oburzanie się na taki zwrot, będzie więc wyrazem braku zrozumienia zwyczajów panujących w Internecie.

Jeżeli jednak szczególnie Ci to przeszkadza możesz poprosić rozmówcę o stosowanie zwrotów per „Pan”. Niestety może to być skuteczne tylko na krótką metę. Trzeba by bowiem każdą kolejną osobę, w każdym kolejnym serwisie prosić o to samo i może to się okazać syzyfową pracą. Wydaje mi się, że mimo wszystko lepiej się przystosować albo zrezygnować z toczenia rozmów w danym miejscu.

Jak stosować zwroty per „Ty”?

Kiedy nie chcesz stosować formalnych zwrotów, zwracaj się do innych używając ich imion albo nicków. Zawsze, jeśli korzystasz z form „Ty” lub „Wy” (i ich odmian), pisz je wielką literą tak, jak w liście. Pamiętaj jednak: fakt, iż zwracacie się do siebie po imieniu, nie oznacza, że jesteście kumplami. Należy stosować cały dostępny wachlarz form grzecznościowych, pozdrowień i używać odpowiedniego języka. Pisanie w ten sposób wymaga bowiem zaznaczenia szacunku do rozmówcy w inny sposób niż zwyczajne „Pan”.

Jeśli ktoś poprosi Cię byś zwracał się do niego per „Pan”, zastosuj się do tej prośby. Nie musi to być znak, że Twój rozmówca się „wywyższa”. Może zwyczajnie nie czuje się komfortowo zwracając się do obcej osoby po imieniu? Zawsze lepiej być uprzejmym. To mało kosztuje, a może skutkować lepszymi efektami takiej konwersacji. Jeśli zaś używasz zwrotu per „Pan” z własnej inicjatywy, a ktoś prosi byś tak do niego nie pisał, spróbuj się dostosować. Nikt nie lubi „uszcześliwiania na siłę”. Natomiast w razie braku zgody, lepiej zrezygnować z kontaktu.

Kiedy zwracać się do siebie per „Pan”/„Pani”?

Jest kilka sytuacji, w których zdecydowanie lepszym pomysłem będzie zwracanie się do siebie używając zwrotów grzecznościowych „Pan”/„Pani”. Zależy to od odbiorcy, danego miejsca w sieci albo od sytuacji.

Kiedy kontaktujemy się z osobami podpisującymi się własnym imieniem i nazwiskiem, nie możemy używać wymówki, że trudno powiedzieć z kim mamy do czynienia. Jeśli ktoś nie boi się ujawniać swoich danych, należy rozważyć czy nie zachować się tak, jak byśmy to zrobili spotykając go na ulicy. Może też zdarzyć się, że prowadzimy rozmowę z osobą publiczną: artystą, politykiem, profesorem itp. Co prawda nie jest pewne, że ci ludzie będą oczekiwali od nas zwrotów per „Pan”/„Pani”, ale jest to o wiele bardziej prawdopodobne, niż w wypadku osób anonimowych.

Nasze zachowanie powinniśmy uzależnić też od wirtualnego miejsca, w jakim przebywamy. Wiadomo, że niektóre serwisy są zdominowane przez ludzi młodych i ich kulturę. Oczekiwanie od ich użytkowników wyższych standardów byłoby podobne w skutkach do włączenia się do zabawy w podrzędnej dyskotekce i wymagania przestrzegania podręcznika *savoir-vivre*'u. Nie oznacza to, że w takich miejscach nie będziemy mogli toczyć pasjonujących dyskusji. Po prostu będzie trzeba dostosować własny język.

Z drugiej strony są miejsca, w których użytkownicy nie chowają się za pseudonimami, piszą otwarcie i z zachowaniem zasad panujących w realnym świecie. Do takich, coraz liczniejszych miejsc, należy Czas Gentlemanów. Czytelnicy tego bloga, choć zaproszeni przez autora do zwracania się do niego po imieniu, często wolą zachować dystans i nie udawać zażyłości. To świadectwo tego, że nie każdy uznaje przejście na „ty” za wielkie szczęście. Potwierdzają to wyniki wspomnianej wcześniej ankiety.

Warto jeszcze wyróżnić sytuacje biznesowe. Niestety widać na tym polu coraz popularniejsze sugerowanie się relacjami panującymi w krajach anglojęzycznych. W języku polskim nadal zwrot „Ty” stosuje się w kontaktach z osobami bliskimi - czy to w hierarchii, czy w sferze emocjonalnej. Nie można natomiast powiedzieć, że kontrahenci pałają do siebie wielką sympatią już od pierwszego e-maila zawierającego propozycję współpracy. Tym bardziej, kiedy w grę wchodzi pieniądze. Bezpieczniej jest poczekać z propozycją przejścia na „Ty” do czasu pomyślniej finalizacji współpracy lub chociaż spotkania w cztery oczy.

Co w realu?

No właśnie! Wyobraź sobie, że z rozpędu zwracasz się do kogoś po imieniu, nie zastanawiając się nawet, czy drugiej stronie to odpowiada. Powiedzmy, że jest to właśnie relacja biznesowa. Ta osoba oczywiście odpisuje Ci również po imieniu, bo jednostronne zwracanie się do kogoś per „Pan”/„Pani” wygląda już bardzo dziwnie i jest dość kłopotliwe. Po niedługim czasie spotykacie się w cztery oczy i tutaj okazuje się, że Ty, mając przykładowo dwadzieścia trzy lata, rozmawiasz z osobą po pięćdziesiątce, która w dodatku wcale nie jest jednym z szeregowych pracowników, ale właścicielem firmy. W przeciwieństwie do Ciebie. Rozmawianie na „Ty” w

takiej sytuacji jest sprzeczne z przyjętymi u nas zasadami dobrego wychowania i myślę, że dla większości z nas będzie niekomfortowe. Czy w tym momencie powinno przejść się na „Pan”/„Pani”? Można, ale to byłoby jeszcze dziwniejsze zachowanie. Jest to jedna z tych sytuacji, w której popełnił błąd i każde wyjście z niej będzie sprawiało problem.

Wyobraź sobie zatem odwrotną sytuację. Spotykając się w „realu” z kimś, do kogo w sieci zwracasz się per „Pan”/„Pani”, nawet jeśli to Twój rówieśnik, nie ma najmniejszego zgrzytu. Można od razu uścisnąć sobie rękę i powiedzieć: „może mówmy już sobie po imieniu”.

Gdy spotykamy na ulicy osobę, którą znamy z sieci, powinniśmy się dobrze zastanowić zanim zwrócimy się do niej po imieniu. Panująca wciąż różnica zwyczajów może spowodować, że kogoś urazimy i zamknemy sobie szansę na miłą pogawędkę.

Pamiętaj: zawsze można przejść na „Ty”, ale wrócić do „Pan”/„Pani” już nie jest tak łatwo!

Internet nie jest odrębną rzeczywistością

Moje podejście może niektórych zdziwić, ale prawda jest taka, że obserwujemy coraz silniejsze przenoszenie do sieci zwyczajów panujących w realnym życiu. Uważam, że etykieta jest nadrzędna wobec netykiety i to ta ostatnia powinna się dostosować.

Myślę, że jeszcze przez jakiś czas zwrotem domyślnym będzie „ty” i na taki zwrot nie ma co się obrażać, ale należy mieć na uwadze wolę użytkowników stosujących formy „Pan” i „Pani” i uszanować ich wybór. Ustępstwo powinno iść właśnie w kierunku zwrotów formalnych, a nie odwrotnie. Wszystko dlatego, że zwracając się do siebie z dystansem stosujemy reguły ogólnie przyjęte w życiu codziennym i to nie powinno budzić kontrowersji. Natomiast zwrot per „ty” może *de facto* być dla niektórych obraźliwy.

Komentuj tutaj: [Kiedy zwracać się do innych per „Pan”/„Pani” w sieci](#)

Zanim cokolwiek
napiszesz, zastanów się
jaki jest cel Twojej
wiadomości.



Sztuka pisania e-maili

Pisanie wiadomości e-mail wydaje się być sprawą prostą i nie wymagającą szerszego opisu. Niestety wiele osób nie ma pojęcia jak je pisać i popełnia karygodne błędy, których można by łatwo uniknąć. Często spotykana jest niewiedza dotycząca struktury wiadomości, używanych w nich form grzecznościowych, czy posługiwania się dodatkowymi opcjami. Jeśli podobne błędy popełnia osoba prywatna, szkodzi tylko sobie, jednak gdy występuje w imieniu jakiejś instytucji, rzuca cień na nią całą, a to już poważny problem.

Wiadomości elektroniczne wołające o pomstę do nieba otrzymywałem od studentów jako wykładowca na uniwersytecie. Otrzymuję takie od pracowników przeróżnych firm jako przedsiębiorca. Odbieram je też od czytelników jako autor bloga. Z „kwiatków” znajdujących w e-mailach można składać całe bukiety. Oczywiście można sobie powiedzieć, że to tylko szczegół, ale jeśli pomyślisz, że pisząc wiadomość chcesz osiągnąć pewien cel, a zniechęcony adresat mógłby nawet nie przeczytać Twojej wiadomości do końca, od razu przybywa zapachu by zrobić to raz, a dobrze.

Zasady pisania e-maili

Poniżej opisuję zasady dotyczące przeróżnych niuansów związanych z pisaniem e-maili. Mniej więcej kolejno przedstawiam następujące po sobie etapy powstawania wiadomości. Zaczynając od odpowiedniego zwrotu do adresata, przez właściwe ułożenie treści oraz nadanie jej poprawnej formy, po dobrze dobrany podpis. Następnie poruszam kilka spraw dotyczących konstruowania odpowiedzi na otrzymane e-maile. Na koniec zostawiłem zasady, które wymknęły się powyższym kategoriom.

Jest jeszcze jedna rzecz do wyjaśnienia: to jak piszesz wiadomości do przyjaciół i bliskich, to już Twoja sprawa zależna od relacji, jaką masz z adresatem. Poniższe zasady dotyczą głównie pisania e-maili do osób, których nie znasz lub do których chcesz zachować dystans (na przykład ze względu na różną pozycję w hierarchii). Szczególnie powinno się stosować te zasady w kontaktach biznesowych oraz uczelnianych.

Formy grzecznościowe

- W pierwszej wiadomości pomijanie nagłówka i od razu przechodzenie do sedna sprawy to duży błąd. To forma dość niegrzeczna, a jednak zdarzają się osoby postępujące w ten sposób. Można ją natomiast stosować gdy po raz kolejny odpisujemy danego dnia.
- Zwracanie się po imieniu do nieznajomych to również błąd. Poruszana wcześniej kwestia doboru zwrotów „Ty” lub „Pan” jest dyskusyjna na forach, w komentarzach pod artykułami czy w serwisach społecznościowych. E-mail natomiast jest zdecydowanie bliższy tradycyjnym listom, a zatem też tradycyjnym kontaktom międzyludzkim. Jeśli bardzo zależy Ci na kontaktach po imieniu, zwyczajnie zaproponuj przejście na „ty”, ale go nie narzucaj.
- Najbezpieczniejszą formą w stosunku do nieznajomych jest „Szanowni Państwo”/„Szanowna Pani”/„ Szanowny Panie”. Stosujemy ją zawsze gdy kontaktujemy się z nieznajomymi, a pierwszą z nich, również gdy nie wiemy do kogo trafi nasza wiadomość. Nie możemy do tej formy dopisać nazwiska odbiorcy. Uzupełnić ją możemy natomiast o tytuł.
- Po rozpoczęciu wymiany e-maili lub gdy chcemy zachować niższy stopień formalności można już użyć nagłówka „Pani/Panie” uzupełniając go o imię lub tytuł. W przypadku wykładowców wskazane jest pisać wówczas „Pani/Panie Profesorze/Doktorze” itp., pamiętając o wielkich literach przy tytułach. Należy jednak uważać by zbytnio nie zmniejszać tego dystansu. Widziałem kiedyś wiadomość rozpoczętą w stylu „Pani [tu

imię]” kierowaną do pani profesor. Tutaj nadawca ryzykował, że odpowiedzi w ogóle nie otrzyma.

- Pisząc do znajomych wystarczy imię, ale zwracam uwagę, że w języku polskim mamy odpowiedni do tego celu przypadek – wołacz. Wiadomości zatem zaczynamy od „Łukasz”, a nie „Łukasz” itd. Poza tym, że jest to poprawne, zdecydowanie lepiej wygląda i brzmi.
- Nagłówki w stylu „dzień dobry” i „dobry wieczór” są tworem budzącym żywe kontrowersje. Nigdy nie wiemy, w jakich okolicznościach adresat odczyta wiadomość. Dziwnie jest przeczytać „Dobry wieczór” o 9.00 rano. Niemniej wiele osób uznaje, że forma „Dzień dobry” jest uniwersalna i oderwana od pory dnia. Dodatkowym atutem ma być względna neutralność. „Dzień dobry” nie jest ani formalne, ani zbyt nieformalne. Osobiście jednak nie polecam tej formy.
- Przeniesione z rozmów w cztery oczy „witam” ma również swoich zagorzałych zwolenników, ale nie można zapominać, że jest to powitanie wypowiedane przez gospodarza witającego swoich gości. Użycie tej formy w e-mailu jest zwykłym błędem.
- W treści wiadomości, tak samo, jak w listach, stosujemy formy grzecznościowe z wielkiej litery: „Pana”, „Pani”, „Tobie”, „Waszą” itp.
- Każdą wiadomość trzeba zakończyć jakimś zwrotem grzecznościowym. Najbezpieczniejszym w kontaktach formalnych jest „Z poważaniem”. Jeśli relacja jest odrobinę bliższa, z powodzeniem można używać „Pozdrawiam serdecznie”, „Z pozdrowieniami” itp.
- Dla ścisłości dodam podstawowe formy panujące w języku angielskim. Zwracając się do zagranicznych firm czy ich pracowników piszemy „Dear [imię]” lub, nie znając imienia ani nazwiska adresata: „Dear Sir/Madam”. Na koniec pozdrawiamy używając formy „Best regards” lub po prostu „Regards”.

Treść

- Jedną z bardziej zniechęcających form wiadomości są ewidentne kopiuj/wklej, czyli wiadomości napisane w celu rozesłania do dużej liczby odbiorców, z zamianą jedynie adresu i podstawowych danych w treści. Nie trudno przy tej formie o poważne błędy, np. zwracanie się w formie męskiej do kobiety, mylenie branży, czy też imienia adresata. (Właśnie w ostatnich dniach otrzymałem e-mail, w którym pewien czytelnik bloga zwracał się do mnie per „Michał”. Wiedziony przecuciem zapytałem innego popularnego blogera o tym imieniu czy również dostał taką wiadomość. Dostał. Jak się łatwo domyślić, czytelnik nie miał co liczyć na moją odpowiedź.)

Nie sądzę, że czasy kopiuj/wklej się kiedyś skończą. Uczulam tylko, by korzystać z tej metody jedynie w ostateczności i szczególnie uważnie sprawdzać każdą wiadomość przed wysłaniem. Dobrą metodą będzie natomiast dopisywanie personalnego akapitu, który sprawi, że wiadomość będzie nieco lepiej odebrana.

- Tekst bez polskich znaków jest męczący do czytania. Usprawiedliwia go tylko pisanie (np. z innego kraju) na urządzeniu bez skonfigurowanej polskiej klawiatury. Warto wyjaśnić jednym zdaniem ten mankament. Błędy ortograficzne, interpunkcyjne i gramatyczne usprawiedliwia natomiast tylko wiek do 10 lat. Starsi autorzy wiadomości, którzy popełniają błędy, muszą się liczyć z tym, że najlepszego wrażenia nie zrobią.
- Pisanie różnymi kolorami, różnymi czcionkami o różnej wielkości utrudnia czytanie i zrozumienie tekstu. Pisząc tak, licz się z tym, że nie uzyskasz odpowiedzi na e-mail, bo w ogóle nie będzie przeczytany. Z pewnością, jako autor, nie zostaniesz odebrany poważnie.

Struktura e-maila

- Zanim cokolwiek napiszesz, zastanów się jaki jest cel Twojej wiadomości. Przemyśl strukturę i tematy poruszane w kolejnych akapitach. Po napisaniu e-maila przeczytaj go i zastanów się czy jest dostatecznie zrozumiały. Jeśli coś wydaje Ci się zbyt skomplikowane, uprość to. Zwiększysz szansę na uzyskanie odpowiedzi.
- Nadaj swojej wiadomości jasny i dobrze określający treść tytuł. To zdecydowanie ułatwi odszukanie wiadomości i będzie miało też wpływ na szybkość, z jaką adresat ją otworzy. Pozostawienie wiadomości bez tytułu jest irytujące dla większości internautów.
- Dzielenie myśli na akapity (z odstępem między nimi) to doskonała praktyka. Wiadomości pisane jednym ciągiem bardzo trudno się czyta i jeszcze trudniej wychwytuje poszczególne wątki. Jeśli natomiast zawieramy większą liczbę pytań, dobrze jest je ponumerować. Ułatwi to odnoszenie się do nich przy odpowiedzi.
- Nie przechodź od razu do interesów lub próśb. Zawsze rozpocznij wiadomość jakimś niezobowiązującym zdaniem lub nawiązaniem do ostatniego kontaktu. To podkreśli, że widzisz w adresacie człowieka, a nie jedynie źródło informacji.
- Struktura pierwszej wiadomości powinna być zachowana z uwzględnieniem poniższych reguł. Jeśli później nastąpi dalsza wymiana e-maili, formę będzie można już znacząco uprościć. Po nagłówku stosujemy przecinek albo wykrzyknik. Pierwsza opcja jest bardziej oficjalna i po niej następuje odstęp (2x „enter”), a dalej piszemy od małej litery, gdyż kontynuujemy rozpoczęte zdanie. Kolejne zdania piszemy już normalnie.

Drugą opcję, z wykrzyknikiem, stosujemy gdy chcemy osiągnąć bardziej emocjonalny efekt. Wówczas po odstępnie rozpoczynamy zdanie od razu wielką literą.

Po treści wiadomości stosujemy odstęp, pozdrowienie z dużej litery (tutaj brak przecinka, kropki, czy wykrzyknika), dalej odstęp i podpis.

Przykłady:

Wersja oficjalna:

Szanowny Panie,

piszę do Pana w bardzo ważnej sprawie.

Tutaj następuje treść podzielona na odpowiednie sekcje.

Tutaj następuje treść podzielona na odpowiednie sekcje.

Z wyrazami Szacunku
Łukasz Kielban

Wersja mniej oficjalna:

Pani Marto!

Od naszego ostatniego spotkania minęło już sporo czasu.

Tutaj następuje treść podzielona na odpowiednie sekcje.

Tutaj następuje treść podzielona na odpowiednie sekcje.

Pozdrawiam serdecznie
Łukasz Kielban

Podpis

- Standardowo podpisujemy się własnym imieniem i nazwiskiem. Natomiast podpis samym imieniem to sugestia, że chcesz przejść z adresatem na „Ty”, dlatego nie używaj samego umienia, gdy chcesz zachować dystans.

- Podpisuj się samodzielnie, nie zrzucaj tego zadania na „stopkę” – niektóre programy chowają domyślnie stopkę i nie wiadomo wówczas kto pisze dopóki się jej nie rozwinie.
- Podpis samymi inicjałami w pierwszej wiadomości jest nieelegancki, ale jest dopuszczalny przy dłuższej korespondencji. Mimo to polecam stosowanie każdorazowo pełnego podpisu. Własne imię i nazwisko nie są rzeczami, które warto ukrywać.
- Karygodne jest pozostawianie miejsca na podpis pustego albo podpisywanie się nazwą działu w firmie. Odbiorca wie przecież, że rozmawia z żywą osobą, a nie z automatem, więc potraktuje to jako okazanie mu braku szacunku. Jak bowiem odpowiedzieć na taką wiadomość? „Drogi Dziale Obsługi Klienta...”?!
- Oprócz podpisu dbaj o to, by wszystkie potrzebne dane kontaktowe były zawarte w stopce wiadomości, również imię i nazwisko. Kiedy przejdziesz na „Ty” albo zaczniesz stosować inicjały, nie będzie problemu z odszukaniem tych informacji.
- Pamiętaj też, żeby w swoim programie pocztowym ustawić odpowiedni podpis, który domyślnie pojawi się zamiast adresu e-mail. Najlepszym wyborem będzie imię i nazwisko, ewentualnie uzupełnione o nazwę firmy.
- Pamiętaj również, że Twój nick w adresie e-mail, to także rodzaj podpisu. Wybierz taki, który nie będzie Cię kompromitował, a jeśli już masz ten zły, załóż nowy na potrzeby życia zawodowego. Najlepszym wyjściem będzie wybranie nicku zawierającego imię i nazwisko lub chociaż inicjał imienia i pełne nazwisko. Nie ma tutaj sztywnych reguł zwłaszcza, że niektóre kombinacje mogą być już zajęte. Dlatego trzeba wyszukać taki adres, który będzie najlepiej spełniał powyższe oczekiwania. Prywatnym osobom polecam wykupić domenę (oczywiście jeśli jest jeszcze dostępna) z własnym nazwiskiem albo imieniem i nazwiskiem. Własny adres wygląda zdecydowanie bardziej prestiżowo niż ogólnodostępna domena.

- Jeśli prowadzisz działalność gospodarczą koniecznie zakładaj adresy e-mail na własnej domenie, nawet gdy nie zamierzasz zakładać własnej strony www. Pisanie z adresów ogólnodostępnych w popularnych serwisach e-mailowych w sprawach służbowych jest wielce nieprofesjonalne. Tak może zrobić każdy, kto chciałby podszyć się pod daną firmę.

Odpowiedzi na e-maile

- Brak odpowiedzi na e-mail jest nieelegancki. Należy zrobić wszystko, by tego unikać. Zdarzyć się to może na przykład, gdy odczytasz wiadomość i zostawisz ją do odpisania kolejnego dnia, ale o tym zapomnisz. W takich wypadkach dobrze jest korzystać z oznaczania wiadomości specjalnym symbolem lub „jako nieprzeczytana”. Jeśli wiesz, że nie dasz rady odpowiedzieć w najbliższym czasie, powinienesz odpisać informując, że odpowiedź zostanie przesłana kilka dni później.
- Gdy ktoś odpowiedział na Twoje pytania i nie masz już nic do dodania, zwyczajnie podziękuj. Skoro ta osoba poświęciła czas, żeby Ci pomóc, nie wypada pozostawiać tego bez odzewu.
- Niekiedy naszym wrogiem jest antyspam błędnie ukrywający wiadomości nie będące spamem. Lepiej, co jakiś czas przeglądać ten katalog, by wychwytywać takie błędy. W końcu działają one bardziej na niekorzyść naszą niż programistów.
- Najlepszy termin na odpowiedź to 24 godziny od otrzymania wiadomości. 48 godzin to ostateczność. Natomiast instytucje i osoby odpisujące w przeciągu godziny robią wrażenie doskonale zorganizowanych i to powinien być ideał dla każdego. Oczywiście powyższa reguła obowiązuje jedynie w dniach i godzinach pracy.

- Wiadomość e-mail jest już w pełni naturalną drogą kontaktowania się, dlatego dzwonienie do adresata chwilę po wysłaniu z pytaniem, czy została odczytana jest nadużyciem. Można z tej drogi korzystać tylko w bardzo ważnych wypadkach. Natomiast w sprawach bardzo ważnych można prosić o potwierdzenie odbioru.
- Na otrzymane wiadomości należy odpowiadać poprzez przycisk „odpowiedz”, a nie pisać zupełnie nową wiadomość. Przede wszystkim tytuł wiadomości się nie zmienia prócz dodania „Re”/”Odp.”, a to pozwala szybciej zorientować się jaki to e-mail. Po drugie pozwala to załączać cały dotychczasowy wątek, co często jest niezbędne, by połączyć się we wcześniejszych ustaleniach.

Z drugiej strony, gdy rozpoczynasz zupełnie inny temat nie używaj funkcji „odpowiedz” tylko napisz zupełnie nową wiadomość nadając jej odpowiedni temat. W przeciwnym razie szybko można doprowadzić do bałaganu w wiadomościach.

- Uprzejmą praktyką jest rozpoczęcie treści e-maila od odwołania się do wcześniejszej wiadomości. Może to być choćby podziękowanie za samą wiadomość albo za informacje zawarte w którymś z wątków. Jedno „zbędne” zdanie zdecydowanie umili charakter e-maila.
- Przeważnie stosujemy odpowiedź „nad” tekstem wcześniejszym. Jest też styl odpowiadania „pod”, żeby zachować chronologię. Niemniej przy dłuższej wymianie korespondencji może to być dość nieczytelne. Dobrze jest cytować fragmenty otrzymanej wiadomości, do których się odnosimy. Natomiast odpowiadanie w treści pełnego tekstu otrzymanej wiadomości utrudni rozeznanie się adresatowi.
- Odpowiadanie tylko „tak” lub „nie” jest nieuprzejme.
- Zupełnie karygodne jest dzielenie się z osobami trzecimi informacjami zawartymi w korespondencji prywatnej, a już skrajnie nieeleganckie i nieprofesjonalne jest

upublicznianie fragmentów lub całych wiadomości w mediach społecznościowych. Jeśli chcesz to zrobić w dobrej wierze, poproś o zgodę autora wiadomości.

Techniczne

- Pisząc wiadomość do większej grupy nieznanym osobom zawsze umieszczaj ich adresy w miejscu oznaczonym „UDW” (Ukryte Do Wiadomości) lub „BCC” (Blind Carbon Copy) – w ten sposób adresy poszczególnych adresatów nie zostaną ujawnione. Przypominam, że adres e-mail jest jedną z danych osobowych podlegających ochronie i nie można nimi ot tak dysponować. Po drugie, pisząc takie wiadomości w biznesie, ryzykujesz, że ktoś podkradnie Ci kontakty do klientów – a to już poważne zagrożenie dla firmy.
- Gdy jesteś na urlopie ustawiaj autoodpowiedź informującą, że odpiszesz po powrocie. Podawaj też przybliżony czas, w którym odpowiesz. W przeciwnym wypadku nadawca będzie zachodził w głowę dlaczego milczysz.
- Nie dodawaj zbyt „dużych” załączników do wiadomości. Jeśli jest to wiele zdjęć, duża grafika, film itp., należy najpierw wysłać pliki na jakiś serwer, a do wiadomości tylko wkleić link do pobrania tych plików.
- Miej na komputerze zainstalowany aktualny program antywirusowy. W przeciwnym razie ryzykujesz, że wyślesz komuś zainfekowany e-mail, a to z kolei skutecznie zniechęci do otwierania wiadomości od danego nadawcy w przyszłości.

Czasem lepiej nic nie wysyłać

Na koniec należy dodać, że powinieneś zawsze przed wysłaniem wiadomości zastanowić się czy adresat będzie chciał ją otrzymać. Wszelkiego rodzaju „łańcuszki”, czyli wiadomości nakłaniające do przesłania ich dalej, śmieszne obrazki czy linki do zabawnych serwisów mogą być odczytane jako „zawracanie głowy”. To samo dotyczy pisanie wiadomości za wiadomością, w każdej najdrobniejszej sprawie. Takie zasypywanie e-mailami skrzynki odbiorcy doprowadzi w końcu do bałaganu i prawdopodobnie też do wniosku, że może lepiej będzie ustawić blokadę na wiadomości od danego nadawcy.

Jeśli adresat nie odpowiada na Twojego e-maila, może to oznaczać, że ma obecnie wolne, jest strasznie zabiegany albo właśnie uznał, że to co mu wysyłasz nie jest warte poświęcenia czasu.

Komentuj tutaj: [Sztuka pisania e-maili](#)

Niektórzy myślą,
że serwisy internetowe
są jak ulica, na którą każdy
może wejść i wykrzyczeć
co mu się żywnie podoba.

Te osoby żyją w błędzie.



Dyskusje i komentarze

W Internecie nie widzimy jak ktoś jest ubrany, czy jaką ma mimikę, oceniamy go zatem po jego wypowiedziach i kulturze komunikowania się. Najczęściej to właśnie komentarze pod artykułami, toczone rozmowy na forach i dyskusje na czatach ujawniają poszczególne jednostki i pozwalają wyrobić sobie o nich opinię. Obok pisania e-maili, sztuka komentowania należy więc do najważniejszych umiejętności dobrze wychowanego internauty.

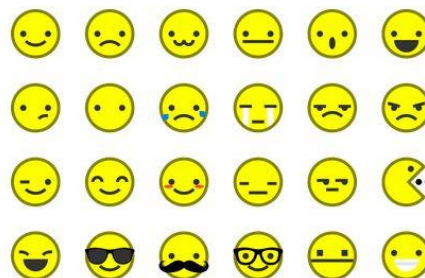
Już dawno minęły czasy przekonania o anonimowości w sieci, a jednak wciąż zdarza się, że obserwując styl, w jakim różne osoby się komunikują, zachodzę w głowę czy zdają sobie sprawę z tego, że bliscy, znajomi, albo przełożeni mogą z łatwością połączyć ich wypowiedzi z nimi samymi. Pamiętaj, że jak Cię widzą (lub czytają), tak Cię piszą i oceniają. Prawdopodobnie duża część Twojej aktywności w sieci umknie czujności znajomych osób, ale nigdy nie wiesz która. Lepiej od razu podnieść sobie poprzeczkę, niż robić to dopiero po wpadce. Zasady są w końcu łatwe do zapamiętania i każdy może im sprostać.

Czy ten rozdział może się przydać w biznesie? Ależ tak! Działy marketingu nie mogą w dzisiejszych czasach ignorować potencjału jaki drzemie w bezpośrednim kontakcie z klientem. Użytkownicy doceniają marki, które szukają swoich odbiorców w komentarzach do artykułów na ich temat albo na forach branżowych. Cenią też marki prowadzące własne blogi i profile w serwisach społecznościowych. Niemniej firmy te powinny przestrzegać poniższych reguł, by nie narazić się na poważne błędy czy zwykłe skasowanie własnego komentarza przez administratora serwisu.

Styl

Nie tylko sama treść wypowiedzi jest istotna. Powinieneś skupić się już na samej formie komentarza. Pisz klasycznie. Używanie SAMYCH KAPITAŁEK oznacza w sieci krzyk – stosuj tę formę z rozsądkiem albo unikaj jej w ogóle. Swego czasu modne było pisanie wielkimi i małymi literami naprzemiennie (Coś w TyM StylU), co wołało o pomstę do nieba. Na szczęście zdaje się, że ta moda przeminęła, ale gdyby przyszło Ci do głowy eksperymentowanie z taką formą – zaniechaj!

Podobnie jest z emotikonami, czyli tzw. „buźkami”. Swego czasu był na nie szaf. Dobrze, że trochę się nam znudziły i powoli zaczynamy ich używać z umiarem. Są świetne do wyrażania emocji, ale ich nadmiar może czynić wrażenie infantylności wypowiedzi. Zawsze zastanów się, czy w danym miejscu zastosowanie emotikonu jest konieczne. Sam staram się ich używać jak najmniej, choć, przyznaję, że to nieco utrudnia komunikację w Internecie.



Przed dodaniem komentarza dobrze przemyśl, co chcesz zakomunikować i w jaki sposób to chcesz zrobić. Zadaj sobie pytanie, czy to jest dobre miejsce do zamieszczenia Twoich słów? W przypadku forum, niekiedy lepiej rozpocząć nowy wątek niż odchodzić od tematu innego. Po skończeniu, przeczytaj jeszcze raz uważnie co napisałeś. Zastanów się czy oddałeś to, co planowałeś powiedzieć? Popraw błędy ortograficzne, gramatyczne i interpunkcyjne – pośpiech nie jest tutaj sprzymierzeńcem. Sprawdź czy ewentualne linki są faktycznie konieczne. Ich bezmyślne użycie może negatywnie nastawić do Ciebie innych użytkowników.

Komentarze, posty na forach czy wiadomości na czacie to uproszczona forma komunikacji, więc nie trzeba w niej stosować konstrukcji e-maila. Przywitać się czy pozdrowić można, ale nie jest to wymagane. Ze spokojem można przejść od razu do sedna sprawy pisząc zwięźle i konkretnie.

Krytyka

Niektórzy są przeświadczeni, że serwisy internetowe są jak ulica, na którą może wejść każdy i wykrzyzczyć co mu się żywnie podoba. Te osoby żyją jednak w błędzie. Za każdym miejscem w sieci stoją ludzie, którzy włożyli w nie wiele wysiłku (i niekiedy pieniędzy). Obecni są tam też użytkownicy, którzy cenią sobie dane miejsce takim, jakim jest. Kiedy przychodzi ktoś z zewnątrz, przykładowo z zamiarem ostrego skrytykowania samego serwisu, jego autora albo czytelników, może być pewny, że jego komentarz zostanie bez skrpułów skasowany, a osoba, która go napisała „zbanowana” (wpisana na czarną listę). I nie ma się tutaj czemu dziwić. Nikt nie będzie pozwalał, żeby ubliżać mu na jego własnym podwórku. Co więcej, autorom takich serwisów polecam kasowanie komentarzy użytkowników, którzy nie zachowują szacunku do danego miejsca.

W każdym wypadku gdy krytykujesz, powinieneś dobrze ważyć swoje słowa. Łatwo bowiem tutaj o zrobienie złego wrażenia. Musisz pamiętać o tym, że nadmiar krytyki, wulgaryzmów i narzekania (tzw. „hejterstwo”) skutecznie psuje atmosferę. Tak jest w realu i w sieci. Krytyczne komentarze mogą być usuwane też dlatego, gdyż dokładają się do śmierci danego serwisu. Negatywna atmosfera w końcu przepędziłaby pozytywnie i neutralnie nastawionych użytkowników.

Nawet jeśli nie zgadzasz się wypowiedzią, którą zamierzasz krytykować, pamiętaj by szanować odmienne opinie i ich autorów. Sam przecież także oczekujesz szacunku wobec Ciebie i Twoich myśli. Krytyka powinna zawsze być oparta o rzeczowe argumenty. Jeśli Cię na nie nie stać, zaniechaj komentarza.

Jeśli natomiast zauważysz łamanie netykiety przez innego użytkownika, nie musisz czekać, aż moderator zareaguje. Możesz sam zwrócić uwagę. Pamiętaj jednak, że doprowadzenie do kłótni nie poprawi sytuacji.

Postępuj tak, by niczego nie żałować w wypadku gdyby Twój realni bliscy lub przełożeni zauważyli Twoją aktywność w internecie.

Fora

Fora to doskonałe miejsce na wymianę opinii oraz znalezienie praktycznych informacji i porad w wąskich dziedzinach. Niestety ich charakter i częsty nadmiar obowiązków moderatorów sprawiają, że zdarzają się ewolucje niektórych for w jaskinie jadu. Tym bardziej warto dbać o stosowanie powyższych zasad.

Po rejestracji na forum przeczytaj, chociaż pobieżnie, regulamin i dział F.A.Q. (często zadawanych pytań). Unikniesz dzięki temu błahych potknięć. Sprawdź też czy jest wątek przeznaczony na przywitanie się. Forum to coś w rodzaju klubu. Wypada się przedstawić i pozdrowić innych. Przejrzyj forum też pod kątem relacji między użytkownikami. Niekoniecznie będą w użyciu formy grzecznościowe „Pan” i „Pani”.

Z uwagi na to, że na forach zazwyczaj szukamy odpowiedzi na trapiące nas wątpliwości, należy zaznaczyć, iż nie są to kąciki szybkich pytań i odpowiedzi. Przed zadaniem pytania w nowym wątku należy poszukać odpowiedzi na własną rękę poprzez wbudowaną wyszukiwarkę albo przejrzeć dotychczasowe wątki. Zadawanie pytań, kiedy nawet nie sprawdziło się czy odpowiedź już padła jest zazwyczaj bardzo negatywnie odbierana. Relatywnie uprzejmą, acz nie zawsze dobrze zrozumianą reakcją na takie pytanie jest odpowiedź: „google.pl”, oznaczająca w łagodnym skrócie: „najpierw poszukaj odpowiedzi sam!”.

Jeśli uzyskasz odpowiedź, podziękuj za nią. Fora nie są encyklopedią i ich użytkownicy chcieliby wiedzieć, czy ich rada Ci się przydała. W końcu zadali sobie trud, by coś napisać i Ci pomóc.

Blogi i portale

Na blogach i portalach często zostawiamy komentarze pod artykułami – chwając, krytykując, uczestnicząc w dyskusji albo dodając swoje pięć groszy do tematu. To również miejsce, w którym należy zachowywać się zgodnie z zasadami.

Zadając pytanie autorowi artykułu albo krytykując go, uważnie przeczytaj to, co napisał i co wzbudziło Twoje zainteresowanie. Bywają pytania, na które odpowiada sam tekst lub zarzuty, których nie byłoby, gdyby komentujący czytał dokładnie. Łatwo w takiej sytuacji wystawić się na śmieszność.

Wiele osób korzysta z opcji komentarza do zwrócenia uwagi na błędy w tekście (np. błędy ortograficzne, interpunkcyjne). Z zasady miejsce to służy prowadzeniu dyskusji, a wskazania błędów do niej nie należą. Jest to bardzo wartościowa informacja, lecz wykorzystywanie komentarzy do tego celu wygląda bardziej na publiczne wyśmiewanie, niż na pomoc. Najlepszym wyjściem jest zrobienie tego poprzez wiadomość prywatną albo e-mail.

Linki

Jeśli chcesz do swojej wypowiedzi dołączyć link zastanów się czy nie narusza on zasad danego serwisu, czy nie będzie szkodliwy dla innych użytkowników i czy w ogóle jest tam konieczny. Wielu firmom przychodzi do głowy korzystanie z cudzych serwisów do robienia sobie darmowej reklamy i wrzucają gdzie popadnie linki do własnej witryny (zazwyczaj sklepu internetowego). To zwykły spam i jest bardzo niemile widziany.

Choć fora wyglądają na zwykłą zbieraninę ludzi zainteresowanych danym tematem (tym bardziej atrakcyjną dla marki, jeśli to ta sama branża), są tam osoby, które mają świadomość wartości swojego serwisu i nie pozwolą na partyzancką reklamę. Są jednak pewne akceptowane sposoby. Wystarczy założyć profil marki (a nawet lepiej osoby, która będzie markę reprezentowała) i dodać w ustawieniach stopki link do swojego sklepu. Następnie wystarczy uczestniczyć w dyskusjach rzetelnie pomagając użytkownikom. Oni sami zauważą, że dana marka jest warta uwagi i tym chętniej sprawdzą jej ofertę.

To samo dotyczy portali i blogów. Nieuzasadnione (a bardzo rzadko jest uzasadnione) wrzucanie linków do strony własnej firmy jest traktowane jako spam i usuwane. Większość formularzy do komentowania posiada jednak rubrykę do wpisania własnego adresu URL. Jeśli go uzupełnimy, nazwa użytkownika komentującego będzie aktywnym linkiem. Wówczas działa

ta sama zasada co na forach - rzetelne komentarze = zainteresowanie. Przestrzegam tylko przed podpisywaniem się nazwą serwisu lub firmy. Jesteśmy ludźmi i chcemy rozmawiać z ludźmi. Najlepszym pomysłem będzie użycie swojego imienia, imienia i nazwiska lub chociaż pseudonimu.

Podpis

Podpis to jeden z najważniejszych elementów wyróżniających nas w sieci. Nie wszyscy decydują się na używanie własnego imienia i nazwiska. Funkcję tę przejmują więc nicki, czyli pseudonimy. Wybierając nick staraj się zadbać o to, by dobrze charakteryzował osobę, za jaką chcesz uchodzić. Spróbuj też sprawdzić czy w danym serwisie ktoś nie używa podobnego.

W przypadku wielu osób ich nick w sieci ma podobną wartość do realnego imienia i nazwiska. Chociaż nie jest niczyją własnością staraj się szanować prawo danej osoby do wyłączności jej nicku. Przynajmniej w serwisie, w którym funkcjonuje. Podszywanie się pod kogoś to zachowanie naganne!

Zastanów się czy w serwisie, w którym się rejestrujesz nie powinieneś użyć swojego imienia i nazwiska. Z czasem Twoja działalność może pozytywnie wpływać na to, jak Ciebie widzą inni, również w realu. Poza tym nie będą Cię kusić zachowania, których bez namysłu unikałbyś w rzeczywistości.

Komentuj tutaj: [Komentarze i dyskusje](#)

Zastanów się
co mówi o Tobie
materiał, który zamierzasz
opublikować.



Media społecznościowe

Twój profil w serwisie społecznościowym to Twoja wizytówka. Na podstawie Twojego zdjęcia, informacji „o mnie”, Twoich publikacji i komentarzy inni użytkownicy wyrabiają sobie o Tobie opinię. To idealne miejsce by pokazać się z dobrej strony. Łatwo jednak pogrążyć się tutaj, działając bez namysłu.

We współczesnym Internecie najwięcej interakcji między użytkownikami zachodzi właśnie w serwisach społecznościowych typu Facebook, Nasza-Klasa czy Twitter. To tam wirtualnie się spotykamy, komentujemy wydarzenia z naszego życia i dzielimy się ważnymi dla nas informacjami. W większości są to kontakty towarzyskie, które mają stanowić dla nas rozrywkę i odpowiednik spotkań w cztery oczy. Często są one też wykorzystywane do celów biznesowych. W jednym i drugim wypadku należy się trzymać pewnych zasad, tak samo zresztą, jak na każdym spotkaniu z innymi ludźmi.

Porządkowanie tych zasad względem konkretnych serwisów społecznościowych nie ma najmniejszego sensu. Pojawiają się one, stają się niezwykle popularne, a po kilku latach najczęściej świat o nich zapomina. Te natomiast, którym uda się przeżyć więcej niż parę sezonów, szybko się zmieniają i dostosowują do trendów i preferencji użytkowników. Wspomniane trendy i preferencje zmieniają się bowiem jeszcze szybciej. Nierzadko to, co bulwersowało nas trzy lata temu, jest dzisiaj w zupełności normalne, a to, co było normalne, jest obecnie nie do pomyślenia.

Właśnie z tego względu nie ma najmniejszego sensu spisywać zasad funkcjonowania na Facebooku, LinkedInie, Google+, Instagramie i innych serwisach. Na szczęście są pewne ogólne wytyczne, które powinny sprawdzać się nawet po dłuższym okresie.

Poznaj zanim dołączysz

Najlepszym pomysłem będzie poczytanie na temat danego serwisu oraz zapoznanie się z jego regulaminem jeszcze przed rejestracją. Większość z nas jednak tego nie robi, dlatego należy w pierwszej kolejności skupić się na zachowaniach bardziej doświadczonych użytkowników. Pozwoli to rozeznąć się w tym, co w danym serwisie jest akceptowane, a co nie.

Przykładowo spotkamy się z dużymi różnicami między serwisami biznesowymi (GoldenLine, LinkedIn), a czysto rozrywkowymi (MySpace, Fotka, Grono). Nie ma obowiązku należenia do wszystkich i zdecydowanie warto zastanowić się jakiego typu kontakty nam odpowiadają i jaki cel chcielibyśmy osiągnąć. W niektórych serwisach nawiążemy relacje towarzyskie, w innych podzielimy się swoją twórczością, w jeszcze innych znajdziemy przyszłych współpracowników lub pracodawcę itd. Lepiej należeć do małego, ale dobrze do nas dopasowanego serwisu, niż do najpopularniejszego i narzekać na brak pokrewnych dusz.

Uzupełnij swój profil

Twój profil w serwisie społecznościowym to Twoja wizytówka. Wiele z udostępnianych tam informacji będzie widoczna publicznie. Dlatego musisz samodzielnie ocenić, które dane możesz bezpiecznie podać, a które lepiej zachować dla siebie. Warto poznać zasady ustawień prywatności w serwisie, żeby móc więcej udostępniać bliskim znajomym, trochę mniej dalszym, a tylko podstawowe dane wszystkim zainteresowanym.

Zadbaj też o schludną stronę wizualną Twojego profilu. Przynajmniej Twoje zdjęcie profilowe powinno dobrze o Tobie świadczyć. W pełni wykorzystane możliwości personalizacji profilu będą budowały wizerunek profesjonalisty. Jeśli chcesz być rozpoznawany jako prawdziwy Ty, użyj rzeczywistych danych i swojego zdjęcia. Taki wybór będzie dla Ciebie pewnym argumentem, żeby przypadkiem nie ośmieszyć się nieprzemysłanymi publikacjami czy komentarzami. Łatwiej też będzie Cię znaleźć Twoim znajomym.

Zostańmy znajomymi

Po dołączeniu do danego serwisu zapagniemy zbierać kontakty. Czyste konto będzie zawsze wyglądało nieco pusto nie tylko ze względu na brak udostępnianych treści, lecz również ze względu na brak „znajomych”, „obserwatorów” czy „śledzących”. Dodawanie tych użytkowników to ważna rzecz, ale łatwo tutaj o gafę.

Niektóre serwisy pozwalają niejako „podglądać” publiczną działalność innych użytkowników. Zazwyczaj nazywa się to „obserwowaniem”. Tutaj nie ma ograniczeń. Jeśli interesuje Cię co ma ktoś do powiedzenia, możesz go „obserwować”. Ta osoba specjalnie udostępnia publicznie pewne informacje całemu światu, więc nie będzie dociekać kim Ty jesteś i czego od niej chcesz. Pamiętaj, że na tego typu serwisach również Twoje publikacje mogą być domyślnie publiczne.

W innych miejscach dodaje się „znajomych” lub „kontakty”. To często czynność wymagająca potwierdzenia również drugiej strony. Oznacza to, że klikając przycisk typu „dodaj do znajomych”, wysyłasz do danego użytkownika specjalną wiadomość z prośbą o potwierdzenie. Tym samym zwracasz uwagę tej osoby, która teraz musi zweryfikować Ciebie i zastanowić się czy faktycznie się znacie.

Jeśli w serwisie używasz własnego imienia i nazwiska lub powszechnie znanego pseudonimu, a zaproszenie wysłałeś rzeczywistemu znajomemu, nie ma najmniejszego problemu. Natomiast sprawa się komplikuje, gdy nie miałeś nigdy kontaktu z tą osobą albo Twój profil społecznościowy nie pozwala na identyfikację Ciebie. Z zasady nie należy wysyłać tego typu zaproszeń osobom obcym, gdyż na takich serwisach udostępnia się prywatne dane, ich właściciele nie chcą ich upubliczniać wszystkim i nie chcą też, by osoby przypadkowe zawracały im głowę. Z kolei kiedy Twój profil nie zawiera prawdziwych danych, możesz być nierozpoznany, a Twoje zaproszenie zignorowane.

Wyjściem z tej sytuacji (i uprzejmą praktyką w każdym z powyższych wypadków) jest wysłanie wraz z zaproszeniem krótkiej wiadomości tłumaczącej kim się jest, skąd obie strony się znają i

w jakim celu chce się nawiązać kontakt. Jest to przydatne choćby po przelotnym poznaniu kogoś na jakimś większym spotkaniu. Ta druga osoba mogła o nas zapomnieć, ale może faktycznie chcieć nas dodać do „znajomych”. Jedyne czego potrzebuje to krótkie wyjaśnienie.

Pamiętaj też, że w serwisach społecznościowych liczy się jakość ponad ilość. Lepiej postawić na wąskie bliskie grono, niż rzeszę nieznanym, z którymi nie mamy nic wspólnego.

Publikacje

Każdy z tych serwisów polega na publikowaniu określonych treści. W dużej mierze to właśnie one będą wpływały na atrakcyjność Twojego profilu i zachęcały do „obserwowania” lub dodawania do „znajomych”. Co więcej to, co publikujesz kształtuje obraz Ciebie samego w oczach innych użytkowników. Dlatego zawsze powinieneś zastanowić się: „co mówi o mnie materiał, który zamierzam opublikować?”. Na każdej dobrej publikacji możesz zyskać, ale na nieprzemyślanej możesz wiele stracić.

Ważne jest, by publikować zgodnie z kilkoma zasadami:

- pisz poprawnie językowo
- publikuj tylko to, co faktycznie może zainteresować innych
- nie wysyłaj łańcuszków (kiedyś bawiły - dzisiaj kojarzą się ze spamem)
- nie udostępniaj niesprawdzonych linków, ani podejrzanych stron (mogą prowadzić do nielegalnych treści i ściągać wirusy na komputery czytelników)
- staraj się nie publikować dzieł innych osób, a jeśli już to robisz, zawsze podawaj źródło
- nie udostępniaj informacji o innych osobach, bez ich zgody (możesz im zaszkodzić)

Niekiedy może pojawić się dylemat „jak często publikować”. Choć pojawiają się różne odpowiedzi, nie można jej ostatecznie udzielić. Jeśli są to wartościowe treści, ludzie chętnie będą je przeglądali i nikomu nie będzie przeszkadzał ich lekki nadmiar. Są osoby bardzo popularne w różnych serwisach, które publikują bardzo często i wywołują żywe dyskusje.

Nieumiejętne wykorzystanie możliwości publikowania może jednak doprowadzić do uznania nas za spamerów, czyli osoby zalewające innych użytkowników niechcianymi treściami. Osobiście nie nazwałbym tego złamaniem jakiegokolwiek zasady, gdyż takich użytkowników można zwyczajnie usunąć z własnej listy i zablokować, żeby nie widzieć ich działalności. Może znajdą się inni chętni do śledzenia ich poczynąń. Niemniej lepiej unikać nadmiaru. Dobrym pomysłem będzie kontrolowanie zaangażowania innych osób w to co publikujemy. Brak reakcji lub reakcje negatywne to znak, że coś robimy źle.

Bezpośredni kontakt

Większość serwisów społecznościowych oferuje też możliwość wysyłania komunikatów prosto do konkretnych osób. Odbywa się to najczęściej poprzez wiadomość prywatną, ale nie tylko. Prośba o dodanie do znajomych, o polubienie naszej strony, o dołączenie do wydarzenia, gry czy aplikacji, oznaczanie innych osób w komentarzach i publikacjach („tagowanie”) - to tylko niektóre ze sposobów, by bezpośrednio zaangażować konkretnego użytkownika.

Adresat czasem może być nam wdzięczny za zwrócenie uwagi, jednak nadużywanie takich możliwości doprowadzi do rozdrażnienia i również może skutkować usunięciem natręta z własnej listy i zablokowaniem go. Z tego typu interakcjami trzeba uważać najbardziej.

Komentuj tutaj: [Netykieta - kultura komunikacji w sieci](#)

Postówie

Netykieta ma wiele zasad, z których tylko część została poruszona w powyższej publikacji. Moim celem nie było jednak możliwie szerokie ujęcie tematu, a jedynie wskazanie kierunku, zgodnie z którym należy postępować. Moim zdaniem najważniejsza jest umiejętność przewidywania konsekwencji naszych działań. Wystarczy na moment wczuć się w odbiorcę naszego przekazu, by znacznie zmniejszyć ryzyko popełnienia błędu. Tradycyjne zasady dobrego wychowania są tutaj doskonałym punktem wyjścia.

Z drugiej strony popełnianie błędów jest rzeczą ludzką. Mogą się zdarzać zarówno nam, jak i każdemu innemu. Żadna katastrofa nie nastąpi, jeśli sam się gdzieś potkniesz i nie ma powodu do wszczynania awantur, gdy ktoś popełni gafę wobec Ciebie. Jak zwykle najlepszy jest umiar i dystans, a najważniejsza jest praca nad samym sobą.

Wykorzystane zdjęcie na licencji [CC BY-NC-SA 2.0](#)

Tim O'Brien: <https://www.flickr.com/photos/oberazzi/2044470902/>

Do zobaczenia na:

www.CzasGentlemanow.pl

