



أسلوب كتابة رسالة الإيميل

تعلمنا في الفصل السابق الأسس اللازمة للبدء برسالة الإيميل وختمها. الآن سنقدم لكم مزيداً من التفاصيل حول كيفية كتابة رسالة إيميل ناجحة.

عند كتابة أية وثيقة أو بحث عادي، من الضروري أن يكون كل ما فيه واضحاً وغير غامض، لأنه قد لا يتسنى لمن يستمع لذلك البحث السؤال من أجل توضيح ذلك الغموض. أما في الوثائق والمعلومات التي تنقل عبر الإيميل، ونظراً لسرعته، يمكن للمتلقي أن يسأل ما شاء له من أسئلة مباشرة. لهذا السبب يمكننا اعتبار الإيميل وسيلة أقل رسمية للاتصال من غيرها تكاد تشبه الحديث.

إن هذا ليس بالأمر السيئ، إذ إنه لم يعد هناك معنى لقضاء ساعات طويلة من أجل كتابة رسالة للتأكد من سلامتها لغوياً (نحوياً وإملائياً) ومن بلاغتها، وكل هذا من أجل إعلام زميلك في العمل أنك مستعد للخروج معه لتناول طعام الغداء.

لكن هذا لا يعني على أية حال أن تكون رسالة الإيميل ضعيفة وغير متقنة. فإذا كنت تريد إرسال رسالة تطلب من خلالها عملاً، فإن كل الشروط النظامية



والرسمية يجب أن تطبق، لأنك يجب أن تعطي انطباعاً جيداً عن نفسك. لذا يجب أن يكون شكل رسالتك أنيقاً وأن يكون الموجز المرفق عن حياتك المهنية واختصاصك مرتباً ومنظماً - مثل طلبات التوظيف التي ترسل بالبريد العادي.

من الضروري أن تكون كافة اتصالاتك ومراسلاتك واضحة ومفهومة (حتى لو لم يتقيد الآخرون بهذا الشرط). إن الإيميل لا ينقل المشاعر والتعابير مثل اللقاء وجهاً لوجه ومثل المكالمات الهاتفية، إذ ينقصه التعبير الصوتي بالإضافة إلى الإشارات والحركات المعبرة التي يقوم بها المتكلم. لذا قد يقع من يقرأ رسالتك في حيرة حول ما إذا كنت جاداً أو مازحاً، سعيداً أم حزيناً، متحفظاً أم ساذجاً. ومن هذا المنطلق يكون اعتماد السخرية في كتابة الإيميل خطيراً وغير محبب.

أهمية النص:

تحدثنا في الفصل السابق عن أهمية النص في مجال رسائل العمل، ولكن الحقيقة هي أن النص هام جداً بالنسبة لكل إيميل تكتبه.

في المحادثة، يكون النص مشتركاً كما هو الحال في المكالمات الهاتفية - حيث يشترك أيضاً عنصر التعبير بالصوت الذي يساعد على نقل المعنى بوضوح.

أما في رسائل البريد الإلكتروني فلا يمكنك التكهن بأي معلومات عن المرسل من حيث المكان والزمان وحالته الذهنية. فإذا كنت لا تعرف الشخص الذي تراسله، لا يمكنك بالتالي افتراض أي شيء عن مهنته واهتماماته وأهميته المستقبلية بالنسبة لك. لذا يتوجب عليك الحذر وأنت تتسج سياق نص رسالتك.

ما تراه قد يكون غير ما يفهمه الآخرون:

في رسائل الحب، يكون للرسالة التي يخطها قلمك للإعلان عن حبك بخط يدك تأثير كبير على المحبوب، فتأسره وتحرك مشاعره لما لها من قيمة كبيرة في نظره.

أما مع الإيميل فالحكاية مختلفة تماماً، فالحاسوب بأجزائه الصلبة وبيبرامجه التي تستخدمها لتأليف وتخزين وإرسال وقراءة الرسائل يختلف كلياً عن جهاز قارئك. أي أن الشكل الذي تظهر عليه رسالتك - من حيث الصياغة والترتيب وقياس الصفحة على الشاشة - قد يتحول إلى شكل مغاير بالمرّة في نظام حاسوب متلقي رسالتك.

يقودنا هذا كله إلى نتيجة هامة هي أن رسالة الإيميل التي ترسلها والتي يتلقاها شخص آخر تختلف كلياً عن الرسالة المكتوبة بخط يدك أو عن الرسالة الصوتية التي تنقلها مباشرة أو عبر الهاتف.

لا تعتمد مطلقاً على شكل رسالة الإيميل للمساهمة في توضيح ونقل المعنى الدقيق لنص رسالتك، فقد لا تعبر أو تنقل أي شيء بالمرّة.

اجعل فكرتك الرئيسية واضحة:

إن كتابة عنوان واضح للرسالة هو القاعدة الأولى لكتابة النص في الرسالة، يجب أن تعطي الكلمات التي تكتبها في السطر المخصص للفكرة الرئيسية فكرة واضحة للمتلقي عن محتوى الإيميل. إن هذا يسهل على مستلم الرسالة الأمر عندما يعود لرسائله الواردة (أي أن يجد عبارة «الموضوع: تقرير المبيعات الشهري» أفضل من أن يجد «الموضوع: هاي»).

استخدم دائماً عنواناً يتعلق بموضوع نصك، لأن هذا يهيئ القارئ ذهنياً لمحتوى رسالتك قبل أن يبدأ بقراءتها. انتبه لعدم كتابة أية جمل تهكمية أو عديمة المعنى في سطر الفكرة الرئيسية، إلا إذا كنت تقصد المزاح مع أصدقائك الذين سيتفهمون قصدك.

يجب أن يكون عنوان موضوع نصك مختصراً (خاصة وأن معظم برامج الكومبيوتر المتعلقة برسائل البريد الإلكتروني تبتز الجملة الطويلة المكتوبة في سطر



«الموضوع»، وليس من الضروري أن يكون جملة كاملة، إذ تكفي كتابة بضعة كلمات تعبر بوضوح عن محتوى نصك.

نموذج عن عنوان موضوع متعلق بنص الرسالة:

الموضوع: الحاجة لإرسال أربع أسطوانات ونكا إلى مكتب فيلادلفيا الليلة.

سالي- الرجاء إرسال أربع أسطوانات ونكا إلى مكتب فيلادلفيا، ويجب أن ترسل الليلة كي تصل يوم الخميس. أرجو منك إعلامي بواسطة الإيميل عندما يتم الشحن

في هذا النموذج نجد أن الجملة التي كتبت عند الموضوع قد عبرت ببلاغة وإيجاز عن فكرة الرسالة الرئيسية.

بعض العناوين المفروض تجنبها:

هنالك بعض العناوين التي ينبغي عليك تجنب قراءة نصوصها لما فيها من إساءة وخدش للحياء من قبل قراصنة الإنترنت الذين يعملون على لفت نظرك من خلال تلك العناوين الجذابة، مثل هاي سويتى / Hi Sweetie (أو أية عبارة مشابهة) - تأكد هنا من اسم المرسل قبل فتح الرسالة.

هنا المعلومات التي طلبتها / Heres the data you asked for.

هل شاهدت هذا؟ / Have you seen this one?

هنا الأفضل / Here are the best.

كل شيء جديد وجاهز من أجلك / All new an ready for you.

هل أنت متهيئ لهذا؟ / Are you ready for this?.

التقينا بالأمس في غرفة المحادثة، ولكنك خرجت قبل أن أنتهي



... We met last night at chat

اقرأ هذا الآن! / Read this now

مراهقون / Young Teens

عرض لايمكنك رفضه / An offer you cant refuse

خاص من أجلك / Special for you

خاص جداً / This is very private

هاي! أنا جولي / Hi! Im Julie

للکبار فقط / For Adults Only

اقرأ هذه الرسالة... / Click here for something hot

لابد أنك فهمت القصد من هذه العناوين. فإذا تلقيت مثل هذه الرسائل التي تقودك لدخول مواقع مسيئة وخادشة على الويب، قدم شكوى لمزود خدمة بريدك ISP أو لخدمة الشبكة.

الرد على رسائل الإيميل الواردة:

إذا كنت تريد كتابة رد على رسالة وردتک، سيقوم برنامج الإيميل المستخدم لديك بطباعة كلمة (RE : / Regarding) أي بخصوص. إذا لم يفعل برنامجك هذا، يفضل أن تطبعها أنت في السطر المخصص لكلمة الموضوع.

نموذج عن رد على رسالة:

الموضوع: بخصوص الحاجة لإرسال أربع أسطوانات ونكا الليلة إلى مكتب فيلادلفيا.

Subject: Re: Need 4 Wonka Rollers ...

ساني - عندي ثلاث اسطوانات ونكا حالياً في المخزن. هل يناسبكم إرسال

ثلاثة فقط؟ أستطيع شحن أسطوانة رابعة يوم الاثنين القادم. - سالي



الرسائل المستعجلة:

بالنسبة للرسائل المستعجلة، يفضل بدء الموضوع بكلمة عاجل / URGENT (خاصة إذا كنت تعرف أن الشخص الذي ترأسه يتلقى رسائل كثيرة).

نموذج عن رسالة مكتوب عليها «عاجل / URGENT»:

الموضوع: عاجل: الحاجة لأسطوانة ونكا نوع ASAP

Subject: URGENT: Need Wonka Roller ASAP

يلزمنا الحصول على أسطوانة ونكا أخرى من أجل مكتب فيلادلفيا، غداً مساءً. لدى سالي ثلاثة اسطوانات فقط، وأنا أريد واحدة أخرى. إذا كان لدى أحدكم واحدة، الرجاء إرسالها مع جزيل الشكر. - ساني

طلب اتخاذ إجراءات:

من أجل طلب أي شيء عليكم إضافة كلمة «مطلوب / REQ». كما في المثال الآتي:

نموذج عن رسالة مكتوب عليها «مطلوب / Req»:

الموضوع: مطلوب: البحث عن أسطوانات ونكا.

Subject: REQ: Turn in Wonks Rollers.

اتصل ساني يسأل عن محركات ونكا المرمية حول مكاتب الموظفين. الرجاء البحث في منطقتكم عن أسطوانات ليست قيد الاستعمال ولا تلتزمكم، وأرسلوها فوراً إلى سالي. فنحن بحاجة إليها من أجل متابعة العمل.

وشكراً - فريد

رسائل التبليغ عن معلومات فقط:

إذا كنت تعرض معلومات عامة لا تطلب رداً من مستلم الرسالة، خاصة في مجال العمل، اكتب عبارة «يرجى أخذ العلم / FYI - For Your Information» في السطر المخصص للموضوع، كما في المثال التالي:

الموضوع: الرجاء أخذ العلم: الحلويات متوفرة حالياً في منطقة الاجتماع.

Subject: FYI: Cookies in the conference area.

لقد عاد زوج جين لصنع حلوياته اللذيذة. متوفر منها ثلاث دزينات في منطقة الاجتماع. احضر أولاً لتأخذ نصيبك أولاً!

أسوأ كلمة تكتب في سطر الفكرة الرئيسية:

هنالك كلمة واحدة عليك تجنب كتابتها عند كتابة الفكرة الرئيسية لنصك أو في النص نفسه، ألا وهي: معلومات / INFORMATION. لماذا؟ لا يمكنك تخيل العدد الهائل من مستخدمي الويب الذين يستقبلون رسائل على الشكل التالي: الموضوع: معلومات

الرجاء إرسال معلومات عن شركتكم.

قد تنتهي هذه الرسالة دون أية إشارة إلى أية معلومات يريد المرسل بالذات. هل يريد معلومات عن تاريخ الشركة؟ عن منتجاتها؟ عن أسعارها؟ عن عدد موظفيها؟ أم عن عدد أبنيتها؟...

إليك هنا الصيغة الصحيحة لطلب المعلومات:

الموضوع: مطلوب: تاريخ شركة IBM

هل توجد على الويب أية معلومات عن تاريخ IBM تستطيع أن تدلني عليها؟ فكلما كان طلبك محددًا أكثر في رسالتك، كلما كانت فرصتك لتلقي الإجابة أكبر.



أكتب لقارئك:

اكتب رسالتك دائماً (أو حوارك في غرفة المحادثة) وأنت تضع قارئك نصب عينيك. فرسالة الإيميل المرسلة إلى موظف لديك يجب أن تكون خالية من الأخطاء الإملائية، ويجب أن تبدأ بكلمة «عزيزي»، كما يجب أن تُقرأ تماماً مثل الرسالة التي تكتب على الورق في مثل هذه الحالات (إذا كنت بحاجة لمساعدة بخصوص كتابة الرسائل، اقرأ أحد كتب سلسلة «كيف تقولها / How to Say It»).

أما الرسائل التي ترسل إلى الأصدقاء أو الزملاء، فيمكن أن تبدأ بكلمة «مرحباً» (Hi or Hey). وإذا كنت في سرعة من أمرك، يمكنك تجاهل التحية وعدم التركيز على الأخطاء الكتابية والجمل الكاملة التي تحتاج مزيداً من الوقت، كما في المثال التالي:

نموذج عن إيميل غير رسمي (مكتوب باللهجة العامية):

From:kim@zapped.com

To: mark@bongo.com

2000 6:11 PM, July 12,Date: Wed.

Subject: hasta la vista

See ya at da party sat. at 6. gotta go.

تستطيع مع أصدقائك الكتابة بالطريقة التي تحلو لك - طالما أن ما تكتبه مفهوم بالنسبة لهم -، فهذا هو المجال المناسب لك لإعطاء رسالتك لمسة من روحك وشخصيتك. ولكن لا تستخدم هذا الأسلوب أبداً في مجال العمل وفي الرسائل الرسمية.

اعرف من يتلقى رسالتك:

حاول معرفة الحدود والقدرات الفنية لجهاز مستلم رسالتك. فمن المزعج بل والمحبط إرسال رسالة مليئة بالصور بصيغة أو شكل معين لا يستطيع جهاز المتلقي

استقبالها أو قراءتها. إن الرسائل المكتوبة بشكلها العادي يستقبلها عادة أي جهاز، أما الرسائل الطويلة جداً أو المكتوبة بصيغة معينة تناسب برامج أحد الأنظمة بعينها فقد لا يقرأها جهاز المرسل إليه (مثال: رسالة من جهاز يعتمد اللغة اليابانية إلى جهاز يعتمد اللغة الإنكليزية).

تذكر أن كل الملفات التي تلحقها برسالتك قد تكون عديمة الأهمية إذا لم تتأكد من استعداد برنامج المتلقي لاستقبالها. فإرسال وثيقة عبر برنامج وورد / Word إلى جهاز مستخدم لبرنامج وورد بيرفكت ٩٤ / Word Perfect الذي يعود لعام ١٩٩٤ لا يختلف كثيراً عن المثال السابق.

وكذلك فإن إرسال صور بصيغة MIME format (الصيغة المعدة لإرسال الملفات بطريقة أسرع عبر الإنترنت) مخيب للأمال إذا كان المتلقي ذا معرفة محدودة بالأمور الفنية ويملك برنامجاً قديماً للبريد لا يستطيع التعامل مع الملفات المصاغة عبر برنامج MIME.



LO-TECH TIP

لا ترسل إلي بريدك

أن ترسل أو لا ترسل... هذا هو السؤال. أصبح كثير من الناس، مع اكتشاف سهولة البريد الإلكتروني، يرسلون كل أنواع النكات والرسائل والأخبار عبره. لكنك لا تستطيع فعل ذلك، دون المخاطرة بإمكانية إزعاج أو الإساءة لمن تراسله. ببساطة، انتبه لما ترسله ولن ترسله. إن تلقيك أي رد سلبي يعني إشارة واضحة وتحذير لتجنب تكرار ما أرسلته.



استعمال علامات الترقيم من أجل توضيح نبرة الكلام:

إن المشاعر هي أصعب ما يمكن نقله عبر رسالة الإيميل. يقع كثير من الناس في المشاكل لأنهم يكتبون في رسالتهم كل ما يريدون قوله بصوتهم. ولكن لسوء الحظ، بدون نغمة الصوت أو تعبير الوجه، يفقد الكلام الكثير من معناه وقد يساء فهمه.

أثناء الكلام، تستطيع رفع صوتك أو خفضه، تضخيمه أو تخفيفه، والتلاعب بنبرة صوتك لتأكيد ما تريد قوله. وكذلك في الرسائل، تستطيع استخدام بعض الإشارات وعلامات الترقيم للتعبير عن ارتفاع الصوت وانخفاضه وعن المشاعر. وسنقوم في الصفحات التالية بذكر كل هذه الإشارات والطرق.

- التأكيد الخفيف:

إذا أردت أن تؤكد ما تقوله تأكيداً خفيفاً، يمكنك استخدام علامة النجمة لذلك - والتي تعادل استخدام الأحرف المائلة في الرسائل الورقية.

فبدلاً من قول:

قلت بأنني كنت سأذهب يوم الجمعة الماضي.

يمكنك قول:

* قلت * بأنني كنت سأذهب يوم الجمعة الماضي.

أو:

قلت بأنني كنت سأذهب يوم * الجمعة * الماضي.

إن المثال الأول يؤكد أنك ملتزم بالوعد الذي قطعته، بينما يدل الثاني على تأكيدك على يوم الجمعة بعينه وأنت لم تقصد يوماً آخر.



بعض الناس (من مستخدمي اللغة الإنكليزية) قد يكتبون الكلام الذي يريدون التأكيد عليه بأحرف كبيرة، وبعضهم الآخر يعتمدون على كتابة الأحرف الأولى للكلمات الهامة (المتعلقة بالذات الإلهية أو التبجيلية) بأحرف كبيرة - وهذه الطريقة ربما تكون مأخوذة عن الطريقة التي كتب بها الإنجيل باللغة الإنكليزية - . كذلك فإن أسماء العلم يكتب أولها بأحرف كبيرة، لذا فإن اعتمادك على كتابة أوائل الكلمات الهامة التي تريد التركيز عليها بأحرف كبيرة قد لا يوصلك إلى غايتك، ويبقى الأفضل في هذه الحالة استخدام علامة النجمة.

- التأكيد القوي:

إذا أردت التأكيد بقوة على قول أو كتابة جملة ما، اكتبها كلها بأحرف كبيرة (هذا بالنسبة للغة الإنكليزية، ويمكنك في اللغة العربية كتابة الجملة بخط أغمق) إضافة إلى استخدام إشارة التعجب. فعلى سبيل المثال بدلاً من كتابة:

< هل ينبغي عليّ أن أرفع من طاقة محرك ونكا؟

لا، لأن رفع طاقته إلى الدرجة ١٢ سيؤدي إلى إحماء المحرك كثيراً ومن ثم قد ينفجر.

يمكنك كتابة:

< هل ينبغي عليّ أن أرفع من طاقة محرك ونكا؟

لا!!! لأن رفعها إلى الدرجة ١٢ سيؤدي إلى إحماء المحرك كثيراً ومن ثم قد ينفجر!!

> Should I just boost the power on the Wonka Roller?

NO!!!! If you turn it up to 12 youll overheat the relays and IT.

MIGHT EXPLODE!!



ولكن لاحظ أنك يجب أن تستخدم الأحرف الكبيرة باقتضاب، فكما أن غياب الرؤية يؤدي لزيادة أو تحسين السمع، كذلك فإن غياب العواطف عن رسالة الإيميل يجعل الناس أشد حساسية لأية إشارة موجودة فيها، لذا فإن الاعتماد على الأحرف الكبيرة سيساعدك على توصيل مغزى رسالتك الذي ترمي إليه.

من غير الملائم استخدام الأحرف الكبيرة لكافة نصك عندما يكون الأمر بسيطاً وغير هام. لأن هذا سيؤدي إلى إجفال من يتلقى رسالتك أو جعله يعتقد أنك حديث التعامل مع رسائل البريد الإلكتروني وأنت لم تتعلم بعد الأسس الرئيسية لكتابة رسائل البريد الإلكتروني.

- التأكيد الشديد : << EXTREME!! >>

إذا أردت التأكيد على أمر هام حقاً، يمكنك إتباع ثلاث طرق في آن واحد كما في المثال التالي:

إذا تأخرت هذه المرة أيضاً، أُقسِمُ إنني لن أصدق أبداً *أبدأ* *أبدأ* *أبدأ* !!
مواعيدك مرة أخرى.

If you're late this time, I swear that I will never, *never*,*NEVER*
!!**NEVER**!! believe your schedules again.

لا تكثّر من استخدام هذه الطريقة، واتبعها فقط في الحالات التي فعلاً تريد فيها التعبير عن شعورك أو موقفك.

الاعتماد على المشاعر لمساعدتك في التعبير عما تريد قوله:

لأنه من الصعب في بعض الأحيان نقل العواطف والأحاسيس عبر رسائل البريد الإلكتروني، أصبح من الممكن اللجوء لاستخدام أيقونات خاصة «إيموتيكونز / emoticons» للتعبير عنها؛ وهي عبارة عن أيقونات أو رموز صغيرة من علامات الترقيم العادية تساعد في شرح أو نقل شعورك حول ما تكتب.



بعض الأشخاص يعتمدون كثيراً على أيقونات المشاعر هذه ويرون أنها ذات فائدة كبيرة من أجل التعبير عن مشاعرهم (إذا كنت لا تصدق هذا، اقرأ جدول الإيموتيكونات في الملحق 1 من هذا الكتاب). على كل حال، هنالك ثلاث إيموتيكونات تستخدم أكثر من غيرها هي:

- (☺ أو ☺) الوجه الضاحك الرئيسي: وهو يعبر عن السرور.
- (☹ أو ☹) الوجه العابس: وهو يدل على أن رسالتك حزينة أو غير سارة.
- (;- أو ;-) الوجه الضاحك مع الغمز: ويدل على السخرية أو التجهم أو الاستياء أحياناً.

- المستويات الثلاثة لأيقونات التعبير عن المشاعر:

هناك عملياً ثلاثة مستويات من أيقونات التعبير عن المشاعر تستخدم عادة:

- ❖ **المستوى الأول:** الأيقونات التقليدية (المذكورة أعلاه) المستخدمة في الاتصالات اليومية والمفهومة من قبل الجميع والتي من النادر ما يساء فهمها.
- ❖ **المستوى الثاني:** أيقونات تقليدية قد تحمل معنى مزدوج أحياناً أو استخدام غير شائع. غالباً ما تستخدم هذه الأيقونات في جلسات الحوار (تشات). وقد أوردنا هذه الأيقونات في ملحق خاص في آخر الكتاب. تعلموا هذه الأيقونات لأنكم قد تصطرون لاستخدامها في غرف المحادثة كثيراً.
- ❖ **المستوى الثالث:** أيقونات تستخدم للدلالة على معانٍ غير قياسية وغير شائعة الاستخدام. لم نذكرها في هذا الكتاب لأنها تستخدم عادة من قبل فئات قليلة من المستخدمين، كمستخدمي إحدى اللهجات المحلية في حوارهم على سبيل المثال، ويكون هذا عادة بين الأصدقاء أو بين أفراد الأسرة الذين يتفقون فيما بينهم على ما ترمز إليه هذه الأيقونات.



- مثال على استخدام الأيقونات البسيطة:

إن أكثر الأيقونات شيوعاً هي الوجه الضاحك الذي يعبر عنه في الطباعة كما يلي: ☺ (= أو -) ☻ وتستخدم فيما يلي:

- ❖ للدلالة على أنه يجب قراءة الرسالة بروح مرحة.
- ❖ المقصود أن الكلام بمثابة نكتة أو فكاهة.
- ❖ للتعبير عن مزاجك وشعورك بالرضا والابتهاج والود للشخص الذي ترأسله.

بدون استخدام مثل هذه الأيقونة تبدو الرسالة على شاكلة: «انتهى، سأخرج الآن» مزعجة، ولكنها إذا ذكرت مع هذا التعبير: «انتهى، سأخرج الآن: ☺» فإنها ستعطي معنىً ودوداً للجملة بالنسبة للمتلقي.

نموذج عن استخدام أيقونة مشاعر للتعبير عن «نحن في هذا معاً»:

استلمت تقرير المبيعات هذا الصباح ولا يمكنني القولُ إنني مسرور من النتائج. أعرف أنكم جميعاً تبدلون قصارى جهدكم، إلا أن الإدارة لن ترضى عن هذه النتائج أكثر مني. (علينا أن نعمل معاً كفريق واحد للوصول إلى نتائج أفضل خلال الثلاثين يوم القادمة. بالنسبة لي، سأراكم غداً صباحاً في السابعة في غرفة الاجتماعات قبل اجتماع مجلس الإدارة لتباحث في هذا الخصوص. فإذا وضعنا نصب أعيننا هذا الهدف وتحلينا بروح العمل الجماعية، سنحقق بلا شك أرقاماً أفضل لمبيعات الشهر القادم. أعتد عليكم لجعل تقرير مبيعات الشهر القادم جيداً ☺).

اترك مسافة لأيقونات التعبير في رسالتك

عند استخدام أية أيقونة من أيقونات التعبير في رسالتك، اترك مسافة واحدة أو مسافتين قبلها وبعدها، وذلك كي يقدر المتلقي أنها أيقونة تعبير وليست مجرد علامات ترقيم موضوعة بشكل موروب. إذا أردت وضع أيقونة في نهاية جملة ما أو نهاية الرسالة كلها، استغن عن علامة الترقيم المفروض وضعها إلا إذا تركت مسافة فراغ بين الأيقونة وبين الكلام- كي لا يخلط بين علامة الترقيم وعلامات الأيقونة.

استخدام مصطلحات الشبكة:

تستخدم على الشبكة الكثير من المصطلحات والاختصارات التي تساعد على اختصار الرسالة. ولكن قد تزعج الرسائل المليئة بالمصطلحات - لدرجة زائدة عن اللزوم - القارئ وتشوشه. لذلك عليك التأكد من استخدامك للمصطلحات الشائعة والمفهومة من قبل الجميع. أوردنا في نهاية الكتاب ملحقاً خاصاً بهذه المصطلحات، لا ننصحك باستخدامها كلها في رسائل البريد الإلكتروني، ولكننا ذكرناها لتعرف المقصود منها إذا ما صادفت بعضها في الرسائل الواردة إليك.

تستخدم هذه المصطلحات بكثرة في غرف المحادثة - حيث يتوجب عليك تفسيرها ومعرفة المقصود منها بسرعة لتتمكن من الرد على من يتحدث معك. ننصحك بحفظ هذه المصطلحات والاختصارات عن ظهر غيب لتسهل عليك حوارك ولتكون مرتاحاً في غرف المحادثة.

المصطلحات العشرة الأولى الأكثر استخداماً على الشبكات:

إذا قررت تفضية بعض الوقت في غرف المحادثة، عليك أن تكون ملماً بالمصطلحات التالية إماماً تاماً كي لا تظهر بمظهر الجاهل أو حديث العهد بهذا المجال:

BTW - by the way / بالمناسبة

FYI - for your information / للعلم (الرجاء أخذ العلم)

IMHO - in my humble (or honest) opinion / برأبي المتواضع (أو الصادق)

IOW - in other words / بعبارة أخرى

«مع كل الحب» أو للدلالة على «شيء غير هام من باب السخرية» (حسب

النص) according to the) or laughing out loud LOL - lots of love/

(meaning of context

OTOH - on the other hand/ وبالمقابل



كيف نتحدث على شبكة الإنترنت

BRB - be right back / سأعود بعد قليل

AFK - away from keyboard / بعيداً عن لوحة المفاتيح

WB - welcome back / أهلاً بعودتك

!!!WTG - way to go / طريقة للخروج!!!

التمتمة أو التحدث «بالهمس» على الشبكة:

في الحديث العادي والمباشر، هنالك عدة طرق يمكنك اللجوء إليها لتحافظ على سرية حديثك وخصوصيته مع من تتحدث إليه؛ تستطيع مثلاً أن تخفض صوتك أو تومئ برأسك وتغمز بعينيك ليفهمك من تخاطبه أو تقترب منه لتهمس ما تريد قوله في أذنه. وقد تأصلت فينا هذه الحركات حتى إننا من الممكن أن نلجأ إليها حتى ولو لم يكن هناك من يسمع حديثنا. ولكن لسوء الحظ، لا يمكننا اللجوء إلى هذه الطرق على الشبكات.

كي تطور مهارتك في موضوع «التمتمة» على الشبكة، عليك أولاً أن تدون على مسودة وباختصار أول ما تفكر به تماماً - دون النظر إلى مدى صحة صياغة هذا الكلام - ثم قم بتصحيحه من أجل رسالة الإيميل الأصلية (وانتبه لعدم ضغط زر «أرسل/send» حتى تنتهي من تصحيح رسالتك).

يلجأ بعض الأشخاص أحياناً لاستخدام فاصلتين أو هلالين للدلالة على «الحقيقة أو الهمس» كما في المثال التالي:

لقد استقال ((طررد)) نائب رئيس قسم اختبار الجودة اليوم وسيؤدي هذا إلى تعزيز العلاقات بين فريق الهندسة وفريق الاختبار ((حسب توقعاتهم)).

كما يلجأ بعض الأشخاص للكتابة بدون استخدام أحرف كبيرة للدلالة على سرية حديثهم أو على «خفض صوتهم»:

بس سس! /!pssst!



هيه سالي! / hey sally!

احزري ماذا حدث؟ / guess what?

حصل روبرت على الوظيفة!! / ROBERT GOT THE JOB!!

نلفت انتباهك إلى أن كثيراً من الناس لا يحبون استخدام الرموز المختصرة (كالأحرف الكبيرة وأيقونات التعبير أو علامات الترقيم)، وحجتهم في ذلك أن أرنست همنغواي لم يلجأ إلى مثل هذه الأساليب للتعبير عن مشاعره وعليهم الحذو حذوه. ولكن، إذا لم تكن ماهراً كأرنست همنغواي في التعبير، نظن أن عليك اللجوء لمثل هذه الاختصارات حتى لا تتسبب في إزعاج متلقي رسالتك.

التعبير عن لحظات الصمت أو التآني للتفكير:

تخيل أنك إذا أردت أن تسأل إحدى العائلات حول ما إذا كان بإمكانك تدوير أحد المفاتيح، ولنقل مفتاح مفاعل نووي على سبيل المثال، إلى الرقم / ١١ / فتقول لك «حسناً» وتصمت لفترة طويلة، ثم تقول ثانية «حسناً» وتصمت ثانية ثم تقول «أخيراً» من الممكن ألا ينفجر»، حتما سيعطيك جوابها هذا - وبهذا الشكل - انطباعاً بأن تدوير المفتاح ليس بالقرار الصائب. بالمقابل فإن قول:

«حسناً، من الممكن ألا ينفجر»

سيعطي انطباعاً بأن المعلومات الضرورية ناقصة وأن هناك شيء ما قد يحدث.

بعض مستخدمي الإيميل المحترفين يعتمدون على ترك مسافة بيضاء أو على تكرار حرف ما للإشارة إلى توقفهم قليلاً، مثال ذلك:

حسناً..... من - المحتمل - ألا ينفجر.

وقد يعتمد بعضهم لترك مسافات بيضاء تجنباً لتكرار بعض أحرف العطف أو ما شابهها لتوضيح فكرتهم ومنعاً للغموض، فمثل الجملة التالية ستكون صعبة التفسير والإعراب:



هل أردت استخدام اسطوانة ونكا أم أسطوانة ويبيل بمحركها الجانبي أو بمحركها الأمامي.

هنا عليك تذكر المعلومات التي درستها في المدرسة في مادة الإنشاء وكتابة فكرتك بالطريقة التالية:

هل أردت استخدام:

١- اسطوانة ونكا

أو

٢- اسطوانة ويبيل:

أ- المحرك الأمامي

ب - المحرك الجانبي

ولكن المشكلة في كتابة رسالتك بهذا الشكل هو أنها قد تتسبب في أن يرسل بعض المستخدمين رسائلهم (ردهم) دون أية إيضاحات مكتفين بالكود أو الرمز الذي يعبر عن فكرتهم مثل:

- ٢ ب

لتفادي مثل هذه المشكلة، يمكنك كتابة فكرتك كالتالي:

هل كنت تريد استخدام اسطوانة ونكا

أو

اسطوانة ويبيل ذات عتلة التسوية الأمامية

أو

اسطوانة ويبيل ذات العتلة الجانبية

إن هذه الطريقة تسهل على المتلقي عملية الإجابة بحيث يقوم فقط بقص ولصق الجملة التي يريدتها في رسالته، أي على النحو التالي:

❖ اسطوانة ويبيل ذات العتلة الجانبية

< جون مايرز في أوكلي

< نموذج أسطوانة ونكا الجديد

< هل تعلم إن كانوا قد شاهدوا النموذج أم ليس بعد؟

تحدثت معهم حول هذا الأمر يوم الثلاثاء (٦ حزيران)، وهم بانتظار رؤية النموذج في أسرع وقت ممكن.

استبدال الضمائر بالأسماء للتوضيح:

يعطي المثال السابق فكرة جيدة عن المقدار اللازم من الكلام المقتطف، ومع ذلك يبقى فهم المطلوب بحاجة لبعض الإيضاح. فإلى من تماماً تشير كلمة «هم»؟ هنالك قاعدة هامة عليك اتباعها عند كتابة جملتك وهي ضرورة الانتباه إلى الضمائر التي تستخدمها، ويفضل أن تستبدلها بأسماء واضحة عند اللزوم. مثال ذلك:

تحدثت مع مساعدة جون مايرز التنفيذية يوم الثلاثاء (٦ حزيران) وقالت أنه يريد أن يرى النموذج في أسرع وقت ممكن.

والآن يمكننا القول: إنَّ جوابك أصبح واضحاً ومحدداً.

إذا أردت اقتطاع جملة من فقرة، قم بإزالة كافة النص أو الفقرة ماعدا الجملة التي تريد نسخها ثم قم بذلك، أما إذا أردت حذف كلمات من تلك الجملة فيكفي أن تضع حول هذه الكلمات إشارتي ﴿ .. ﴾.

وأخيراً، إذا لم تكن الرسالة على ذلك القدر من الأهمية بالنسبة لك ولا تريد إهدار وقتك باقتطاع فقرات أو جمل منها، يمكنك إدراج الرسالة كاملة ولكن «بعد» كتابة ردك وليس قبله، لأنك بذلك ستعفي متلقي رسالتك من قراءتها إلا إذا اضطر لذلك زيادة في الإيضاح.



برامج البريد الصوتية:

بما أن تقنية التعرف إلى الصوت أصبحت شائعة في مجال الاتصال عبر الشبكات، صار من الممكن استخدامها في رسائل الإيميل (يمكنك الآن تسجيل رسائل صوتية ولكنها ستختلف عند ترجمتها عن الرسائل المكتوبة). إن عملية ترجمة الصوت إلى رسالة مكتوبة أصبحت قيد الاستخدام حالياً من قبل بعض برامج رسائل البريد الإلكتروني.

ولكن، إذا أردت استخدام أحد هذه البرامج لكتابة رسائلك، تذكر دائماً أن هذه التقنية مازالت حديثة وغير دقيقة بصورة تامة. تأكد من تسجيل كلماتك بحرص ودقة قبل إرسالها، وإلا ستظهر أخطاء محرجة في رسالتك.

الكلمات الجاهزة للطباعة:

في الاختبار المذكور في الفصل الأول، طرح سؤال حول كيفية إنشاءك لرسالة الإيميل. هل تقوم بطباعتها مباشرة على لوحة المفاتيح ثم تضغط على مفتاح الإرسال (أرسل) دون التوقف لإلقاء نظرة ثانية عليها أم أنك تكتبها بعناية كتابية عادية أولاً؟ إن معظم المستخدمين يعتمدون على طريقة وسط بين الاثنين. ولكن تذكر أن الرسائل الحساسة تحتاج لإعادة كتابتها بصورة جيدة، وإلى التأكد من استخدام المصحح اللغوي، وأخيراً إلى إعادة قراءتها بتمعن للتأكد من سلامتها وخلوها من الأخطاء.

صياغة الرسائل في الكومبيوتر:

إن القواعد التالية التي تتحكم بإرسال الإيميل قياسية بشكل عام. إلا أن هنالك عدداً كبيراً من برامج البريد الإلكتروني المختلفة بخصوص إرسال وقراءة البريد. فمن المحتمل جداً أن لا تبدو الرسالة التي ترسلها كما هي تماماً - أي بالطريقة التي صفتها بها - عند عرضها على شاشة متلقيها. لذا عليك الانتباه لطريقة عرضك لنصك.

التغير في هيئة الرسالة:

هنالك بعض برامج الإيميل التي تفهم النص البسيط فقط، فتظهر الكلمات المكتوبة بأحرف مائلة أو بخط مطبوعي أسود أو ثخين أو ملون وكأنها من «سياق النص» العام. لذا فإنك قد ترسل رسالة على شاكلة:

هيه! لقد أحببت الهدية التي قدمتها إلى جاك هذا الصباح. عمل رائع! فتظهر على شاشة المتلقي على الشكل التالي:

هيه! لقد أحببت الهدية التي قدمتها إلى جاك
هذا الصباح. عمل رائع!

من الصعب قراءة وثائق شبكة الويب في برامج البريد الإلكتروني القديمة. وقد لا يكون أمامك إلا إرسال صفحة الويب على هيئة نص أو HTML. لذا عليك أن تضع إمكانيات جهاز من ترأسله نصب عينيك عندما تحدد الخيارات التي تريد القيام بها.

حماقات الأحرف المطبعية:

تحتوي الحواسيب على أحرف مطبعية وأشكال كتابية تلقائية في أنظمة التشغيل فيها، وتستطيع شراء المزيد من التتويجات بكلفة بسيطة. كما يمكنك شراء أحرف مطبعية احترافية من بعض الشركات كشركة أدوب / Adobe مثلاً، فهذه الأحرف تشمل الأشكال البسيطة النظامية المستخدمة بشكل عام إضافة إلى الأحرف المدروسة والمعقدة وكذلك الرموز والأشكال والصور.

ولكن، بينما يكون استخدام هذه الأحرف المطبعية غير النظامية لطباعة الوثائق على الورق فعلياً فكرة جيدة، يكون استخدامها في المراسلات التي تتم عبر الشبكات مجازفة كبيرة إلا إذا كان قارئ رسالتك يملك تماماً نفس لوحة المفاتيح التي تستخدمها ومن نفس المصنّع ولنفس برنامج حاسوبك بالإضافة



إلى نفس نظام التشغيل (أي ويندوز ٢٠٠٠). وإن لم يكن كذلك، فإن كل الرموز والصور التي تختارها بعناية لتضعها في رسالتك ستحول في جهازه إلى أحرف ورموز لا معنى لها وفقاً لما يعادلها على لوحة مفاتيح حاسوبه. من الأفضل أن تعتمد النماذج الشائعة لأحرف الطباعة، أي: كورير / Courier، أرييل / Arial، هيلفيتيكا / Helvetica، تايمز رومان / Times Roman، نيو سنشري / New Century، سكول بوك / School Book، أو بكمن / Bookman.

لكي تتجنب المشاكل، افترض أن جهاز المتلقي قادر بعض الشيء على معالجة نصك. عندها ستصل رسالتك بالطريقة التي تريدها، حتى ولو كانت أقل تميماً وتزييناً مما أردت. يشمل التصميم الأساسي لكل برنامج ما يلي:

١. أحرف من : ASCII أي كل الأحرف الصغيرة والكبيرة و علامات الترقيم الموجودة في اللغة الإنكليزية. أما بالنسبة لأبناء اللغات الأخرى، فيمكنهم استخدام أحرفهم الخاصة إذا كانوا يعرفون أن من يرسلونه يملك نفس نظام الأحرف في جهازه (مثل نظام كانجي الياباني على سبيل المثال)، المتعارف عليه في برامج الكمبيوتر.

٢. لوحة مفاتيح قياسية بدون أية ميزات خاصة: قد يحوي حاسوبك الشخصي إذا كان من نوع PC على لوحات مفاتيح نظام وينغدينغز (Wingdings)، وإذا كان من نوع ماك / Mac يكون نظام لوحة مفاتيحه (Zapf Dingbats)، ولكن هذه الأحرف تقلب إلى ما يعادلها في لوحة المفاتيح التقليدية. فإذا أردت استخدام أو طباعة وجه ضاحك على سبيل المثال، قم باستخدام علامات الترقيم القياسية المستخدمة لهذا الشكل، أي الأقواس والفواصل والنقطتان و الشحطات (مثل: -) ولا تستخدم صورة برنامج ويندوز الجاهزة للوجه الضاحك. هذا لأن الأشكال النظامية تتشكل من أحرف لوحات المفاتيح النظامية وليس من الرموز، وبالتالي فإنها تظهر بشكلها الصحيح في جميع أنظمة وأجهزة الحواسيب، حتى القديمة منها التي صممت وفقاً لنظام ASCII القياسي.

انتبه لعدم استخدام المسطرة لعمل مسافات بين الفقرات في رسالتك، لأن ما قد تراه جيداً ومناسباً وفقاً للوحة مفاتيحك قد لا يكون كذلك وفقاً للوحة مفاتيح المتلقي، استخدم فقط مفتاح (Enter) للانتقال من فقرة إلى أخرى.

لوحات المفاتيح الموسعة:

عندما كتبت أول رسالة عبر البريد الإلكتروني عام ١٩٨٢، تم الاعتماد من أجل كتابتها على لوحة مفاتيح تحوي /١٢٨/ مفتاحاً - للأحرف الأبجدية والأرقام وعلامات الترقيم وغيرها من الرموز الهامة - توجب أن توجد في كل جهاز كومبيوتر، وقد سُمِّيَ نظام الأحرف هذا ASCII، وكان يقوم ببعض الأخطاء البسيطة ولا يغطي كافة خدمات الطباعة الضرورية.

إلا أن شبكة البريد الإلكتروني تطورت كثيراً الآن وأصبح من الضروري وجود أحرف ورموز إضافية تلزم بعض المستخدمين الذين يودون الكتابة بلغتهم الأم كالفرنسية والروسية والألمانية والعربية (مثل ©)، وهي رموز غير موجودة في اللغة الإنكليزية. لذا، تم إدخال بعض الرموز والشفرات على بعض الأحرف في لوحة المفاتيح بحيث أصبح من الممكن دلالتها على /٢٥٦/ حرف ورمز. ولكن لسوء الحظ، قد لا يستطيع كل حاسوب (من طرف المتلقي) تحويل هذه الشفرات (الأحرف الموسعة) إلى رموزها المطلوبة، وعندها ستبدو هذه الرموز وكأنها إشارات أو علامات ترقيم.

بالطبع قد يمكنك الاستغناء عن استخدام بعض الأحرف غير الموجودة على اللوحة الأصلية، ولكن لا بد أنك ستضطر يوماً ما لاستخدامها أو استخدام بعض الرموز كرمز العلامة التجارية (®) أو «علامة الاقتباس» أو أي رمز من الرموز الهامة الأخرى. ولكن عليك التفكير ملياً، عند استخدام أي منها في رسالتك، فيما إذا كان حاسوب المتلقي قادراً على تفسيرها أو إظهارها أم لا.



- وصلات شبكة العنكبوت أو شبكة الويب:

بعض برامج الإيميل تعتمد نظام Uniform URLs (Resource Locators) وهو طريقة مبتكرة لكتابة عناوين أو مواقع رسائل البريد الإلكتروني) حيث يقرأ هذا النظام هذه العناوين ويحولها إلى وصلات في تلك الشبكة، يمكن لأي قارئ الدخول إليها بمجرد النقر على فأرة حاسوبه على مواقع الويب، إذا كان مشتركاً بخدمة الإنترنت، ولكن يبقى من الأفضل دائماً طباعة العنوان كاملاً بما فيه: http:// / «) لأنك لا تعرف نظام برنامج من ترأسله (صحيح أن برامج الإيميل الحديثة تقرأ هذه الوصلة تلقائياً حتى ولو لم تكن موجودة، إلا أن القديم منها بحاجة لقراءتها ولا تقوم بعملها المطلوب إن لم تجدها).

عليك أيضاً الانتباه لعلامات الترقيم - خاصة النقطة (علامة الانتهاء) - عند كتابتك لأي عنوان عبر مواقع URLs، كما في المثال التالي:

Ken - the URL is http://www.bakersquared.com. See
If you think our services might meet your needs.

قد يعتبر جهاز المتلقي النقطة الواردة بعد عنوان URL جزءاً من ذلك العنوان. أو من المحتمل أن لا يتعرف على الوصلات (اللازمة لإتمام الاتصال)، عندها سيقوم المتلقي بنسخ العنوان كما هو مع النقطة الزائدة فيه. وفي كلتا الحالتين ستكون النتيجة ضياع الإيميل بين المرسل والمرسل إليه. لذا يفضل دائماً ترك فراغ (مقدار مسافة واحدة) بين العنوان وبين النقطة منعاً للالتباس بالرغم من أن هذا غير محبذ من ناحية الصياغة الإنشائية للرسائل العادية. وبهذه الطريقة يجب أن تكتب الرسالة وموقع الURL السابق على النحو التالي:

Ken-the URL is http://www.bakersquared.com . See
If you think our services might meet your needs.

من السهل جداً أن يرتكب المستخدمون الأخطاء عندما يقومون بعملية قص ولصق العناوين. لهذا السبب ننصح بوضع الموقع على شبكة ال URL على سطر منفرد دوماً.



نموذج رسالة على عنوان

Ken - the URL is:

<http://www.bakesquared.com>

See if you think our services might meet your needs.

في الواقع إن هذا الأسلوب ليس صحيحاً قواعدياً وإنشائياً، ولكننا وجدنا أنه من الممكن المجازفة بهذه النقطة في سبيل منع حدوث أي التباس. من ناحية أخرى، قد تكون بعض العناوين طويلة بحيث تأخذ سطرين كما في المثال التالي:

نموذج عنوان طويل:

Hi - the URL is:

<http://www.sallysdiner.com/italianchoices/menuspecials/>

[lunch / diet.html](#)

See if you think youll like this dish!

إذا كان برنامج المرسل إليه البريدي يتعرف فقط على العناوين الجديدة المكتوبة (لا يعرف العناوين الجاهزة المطبوعة)، من المحتمل ألا يتعرف على السطر الثاني من عنوان موقع URL. كما أنه من الممكن عند قيامه بقص ولصق العنوان أن يهمل أو لا ينتبه إلى الرمز الأخير منه الموجود على السطر الثاني. لذا من الأفضل أن تقوم بوضع إحدى هاتين الإشارتين < > (معقوفتين) حول عنوان الموقع. على كل حال، إن معظم (وليس جميع) برامج الإيميل الحديثة تعرف أن الكلمات والأحرف الموجودة ضمن الهلالين الصغيرين المذكورين يجب أن تعتبر ككل واحد، كما في المثال التالي:



نموذج عن استخدام الهلالين الصغيرين حول مواقع : URL

هاي ! إليكم بعض المواقع المسلية على شبكة : URL

Hello Reginald! Here is a URL all about comics :

<<http://4comics.4anything.com/?%3B&banner=382a&sitied=?%4kg>

Wa8Mss-2FVPasUkKQTz%2FpPwOnsg

أعتقد أنك ستجد الكثير على هذا الموقع. حاول الدخول إليه!

I think theres lots of great stuff on the site. Give it a try!

- علامات الترقيم وعلامتا الاقتباس:

إن قواعد اللغة الإنكليزية الأمريكية تؤكد على وضع علامة الترقيم اللازمة في الجملة الموجودة ضمن علامتي الاقتباس. إن إتباع هذه القاعدة في رسائل الإيميل ممكن في حالة الكلام العادي، ولكن في بعض الأحيان، عند كتابة كلمة السر على سبيل المثال، قد يؤدي استخدام علامة الترقيم إلى إحداث بعض المشاكل، فإذا كتبت كلمة السر كما يلي: «كلمة السر». سيحدث وضع هذه النقطة (علامة التوقف) بعض الإرباك لدى المتلقي حول ما إذا كانت هذه النقطة من أصل كلمة السر أم لا. لذلك، فإن شبكات الاتصال الذكية تعتمد على قواعد اللغة الإنكليزية البريطانية وتطبع النقطة خارج علامتي الاقتباس كالتالي:

عند وصولك إلى سطر كلمة السر، اكتب «كلمة السر».

وبهذا الشكل يتضح أن النقطة ليست من أصل كلمة السر. أما إذا صعب عليك تغيير عاداتك الكتابية وأسلوبك، عليك عندئذ تعديل جملةك والاستغناء عن علامة الترقيم منعاً للاقتباس على الشكل التالي:

عند وصولك إلى سطر كلمة السر، اكتب «كلمة السر» ثم اضرب على مفتاح

.RETURN / الرجوع

- ملحقات الإيميل:

تسمح معظم برامج الإيميل لك بإرفاق وثائق مع رسالتك، مما يسهل تبادل المعلومات بجميع الأشكال والصيغ على المتراسلين - طالما أنهم يستخدمون برنامج قراءة الرسائل نفسه.

على كل حال، إذا لم يكن برنامج من ترأسله قادراً على فهم أو تفسير مرفقات رسالتك، أو حتى تفسير الملفات التي ترسلها بغير نظام وورد / Word أو الصور، تأكد أنها ستظهر عنده بشكل مشوش ولن تفي بالغرض المطلوب منها، يفضل دائماً أن تقوم بإرسال الوثائق والملحقات الطويلة عبر شبكة الويب وإرسال الإيميل عبر URL. إذا لم يكن لدى جهازك خيار أو إمكانية تحميل وثائق طويلة على شبكة الويب، أو إذا كنت لا تعرف الطريقة لعمل ذلك، ابعث إيميل إلى صديقك أولاً واسأله إذا ما كان جهازه يستطيع التعامل مع الوثائق والملحقات الطويلة بالصيغة التي سترسلها عليها. وبعد تعرفك إلى من ترأسله وإلى نوعية نظام جهازه لن تضطر لسؤاله هذا السؤال ثانية.

- مخطط الصفحة:

إن الكلام المقروء على شاشة الكومبيوتر يختلف عن المقروء في الرسالة العادية، وغالباً ما يجد الناس صعوبة أكثر في قراءة النصوص على الشاشة. إن الانطباع الذي تخلفه الشاشة ليس بنفس قوة الانطباع الذي تخلفه الرسالة الورقية. قد يكون خط الأحرف أو ترتيبه أصغر من خط الرسالة الورقية وقد يكون هذا الخط قبيحاً في بعض الأحيان. ومرة ثانية، قد يكون جهاز المرسل إليه لا يملك نفس إمكانيات وتقنيات جهاز المرسل، الأمر الذي سيؤدي إلى تشويه الرسالة أو تغيير صيغتها وطريقة ترتيبها. إن هذا يعني، في النهاية، أن صيغة الإيميل لن تظهر بالضرورة بنفس صيغة الرسالة المكتوبة على الورق.



- طول السطر:

ينبغي أن لا يتجاوز عدد الأحرف في السطر الواحد /٧٠/ حرفاً، وذلك من أجل ترك فراغ في السطر يستطيع مستلم الرسالة أن يضع فيه إشارتي الاقتباس أو ترك فراغ أول الفقرة إذا ما أراد الاستشهاد بسطر أو فقرة من رسالتك في رده عليها.

- النشر الموجز والمختصر:

هل تذكر كم مرة طلب منك في المدرسة أن تكتب بحثاً من عشر صفحات، ثم عوقبت لأنك أوجزت في مقالتك ولم تكتب العدد المطلوب من الصفحات مما كان يضطرك لأن تحشو بحثك بكثير من الكلمات والعبارات التي لا معنى لها من أجل إتمام كتابة العدد المطلوب من الصفحات. عند كتابة الإيميل يختلف الأمر تماماً، إذ إنّ القاعدة هنا هي: الإيجاز. فإذا طلب من ترأسله منك المزيد من المعلومات حول الموضوع الذي تتراسلان من أجله، يمكنك تزويده بما يريد في إيميل آخر.

إذا كنت ترسل تقريراً إلى عدة أشخاص، يفضل أن لا توجز، بل تقدم شرحاً أطول في رسالتك أو تقريرك كي لا تنهال عليك الأسئلة والاستفسارات من مستلمي تقريرك (كما ينبغي أن تتأكد من أنك ترسل التقرير فقط إلى الأشخاص الواجب إرساله لهم).

تفسر لك كايتلين داك شيروود هذه القاعدة على موقعها التالي على الإنترنت

Kaitlin Duck Sherwood at [http:// www.webfoot .Com](http://www.webfoot.Com)

«كلما قل عدد الأشخاص الموجودين على قائمة المرسل إليه، ينبغي أن تكون

الرسالة أقصر».

على أية حال، إن عبارة «أحاول أن أذكر كل شيء في الصفحة» تعني على

الأغلب رسالة طويلة مؤلفة من خمسة وعشرين سطرًا، وبالتالي فإنها طويلة جداً بالنسبة لطول الإيميل المفروض.



كيف يمكنك فهم ومعرفة الأشخاص الذين تراسلهم:

ليس من السهل عليك تكوين فكرة واضحة عن شخصية من تراسله لأنك لا تراه وجهاً لوجه، لأن تقديراتك حول عمره وجنسه وحالته الاجتماعية ودرجة ذكائه وثقافته تبقى قاصرة عن رسم الصورة الحقيقية له. وكذلك الحال مع قارئك، فإنه سيكون صورة واهية عنك مبنية على عدة افتراضات.

هنالك عدة إشارات أو ملامح تدفعك وتدفع من تراسله لتكوين افتراضات حول شخصيتكما. وبشكل عام، يعتمد الناس على أربعة مقاييس يبنون عليها افتراضاتهم حولك عبر الشبكات هي:

- ❖ اللغة التي تستخدمها.
- ❖ عنوان عودة الرسالة.
- ❖ طريقة تذييلك (توقيعك) للإيميل.
- ❖ سهولة تعاملك مع الإيميل.

سنشرح فيما يلي كل واحدة على حدة لنساعدك على إبراز أفضل صورة عنك.

اللغة التي تستخدمها:

تذكر كايتلين داك شيرود Kaitlin Duck Sherwood في كتابها «دليل كتابة رسائل البريد الإلكتروني» أن أهم مقياس لتحديد ملامح شخصيتك هو مقدرتك اللغوية. فإذا كان لديك كثير من الأخطاء الإملائية، وتستخدم أفعالاً وعبارات لا علاقة لها بنصك، سيفترض الناس أنك غير مثقف أو غير متعلم. وربما يفترضون أنك غير ذكي، على الرغم من ضعف العلاقة بين الذكاء والمقدرات الكتابية.

لا بد أنك تذكر مدى انزعاجك عندما تتلقى رسالة مليئة بالأخطاء، خاصة المطبعية منها. إن اللغة السليمة، نحويًا وإملائيًا، أهمية كبيرة (خاصة عند كتابة الرسائل الرسمية في مجال العمل ومع المحترفين).



إن تخصيص بعض الوقت لمراجعة وصياغة رسالتك جيداً سيحسن بالتأكيد من أسلوب الرسالة وبالتالي من صورتك في عيون من تراسلهم. ولكن ليس من المعقول أن تمضي ساعة من الزمن لكتابة كل رسالة خاصة إذا كنت مضطراً لإرسال حوالي عشر رسائل يومياً. هنا يمكنك اللجوء إلى المصحح اللغوي والإملائي الأوتوماتيكي في حاسوبك، ولكن لا تعتمد عليه كلياً إذا كان يهملك أن تعطي انطباعاً جيداً عنك لأن هنالك العديد من الأخطاء التي لا يمكن للمصحح اكتشافها.

إذا أردت رفع مكانتك وتعزيز شخصيتك حقاً في عيني من تراسله عن طريق لغتك، عليك اللجوء إلى دراسة بعض الأسس اللغوية والنحوية الضرورية في حال كانت إمكانياتك اللغوية ضعيفة. ويمكنك - بالنسبة للغة الإنكليزية- اللجوء إلى كتاب سترانك ووايت Strunk and White «عناصر الأسلوب» (Elements of Style) الذي ذكرناه في مقدمة هذا الكتاب.

يساعد تطوير القدرات الكتابية كثيراً في الحياة والعمل بشكل عام وليس فقط في مجال الاتصال عبر الشبكات، خاصة بالنسبة للأشخاص الذين يتراسلون بلغة غير لغتهم الأم وبالنسبة لأولئك الذين تركوا مقاعد الدراسة باكراً لإدارة شؤون مزارعهم على سبيل المثال. كما سيساعد هذا الأمر على زيادة المفردات اللغوية وعلى استخدام الكلمات والتعابير الدقيقة في مكانها الصحيح.

العنوان الذي تصممه لمراسلتك عليه:

مما لا شك فيه أن قارئ رسالتك سوف يستقي بعض المعلومات من اسم المخدم (الاسم) الذي تضعه بعد رمز @ في عنوان الإيميل. يتألف هذا الاسم عادة من عدة كلمات منفصلة عن بعضها البعض بعلامة النقطة التي تدل على أن كل كلمة موجودة تتبع مؤسسة خاصة. على سبيل المثال، يدل الاسم التالي arc.nasa.gov @ على مركز أبحاث ايمز Ames Research Center التابع لوكالة ناسا NASA التي تعد بدورها واحدة من المؤسسات المكونة للحكومة الأمريكية.

إذا استلمت رسالة لا يوجد في عنوان مرسلها إشارة @ فهذا يعني على الأرجح أنه يتبع نفس مؤسسة الاتصالات التي تتبع لها. مثال ذلك، إذا تم إرسال إيميل من sunnybaker@aol.com إلى kimbaker@aol.com، سيرى كيم فقط كلمة sunnybaker في حقل عنوان المرسل.

الحديث عبر الشبكات / Online Lingo

الخيط: إن هذه الكلمة ستمر معك مراراً في هذا الكتاب. فعلى سبيل المثال ستقدم لك خدمات الشبكة خيطاً عن الحدث الذي تتناقله الشبكات لتقرأه. إن الخيط هو ببساطة تدفق الكلام بين المتحاورين على الشبكة. إن الخيط في أية مقابلة مع أحد المشاهير هو كلام الشخصية الشهيرة وكلام الحضور. وفي غرف الحوار، تدور عدة أحاديث في آن واحد، لكل حديث منها خيط يدل على موضوعه.

إليك بعض الأمثلة عن العناوين ودلالاتها على شخصيتكم:

إذا كان عنوانك يحمل الرمز ibm.com سيفترض الناس أنك إنسان راشد وخبير بشؤون الكمبيوتر، وغير مسل إلى حد ما.

إذا حمل عنوانك كلمتي aol.com سيظن بعض الناس أنك ترأسلهم من منزلك وأن رسالتك لا تتعلق بشؤون العمل.

إذا كان عنوانك على الشكل التالي washington.k12.ia.us سيعتقد من ترأسله أنك دون سن الثامنة عشر.



أما العنوان الذي يحمل webtv.net سيدل على الأغلب أن صاحبه جاهل بشؤون الكمبيوتر.

ومن اسمك يستطيع القارئ تحديد جنسك، علماً أن بعض الأسماء قد لا تكون واضحة الدلالة تماماً، فاسم بريارة المذكور في العنوان التالي barbara@aol.com يدل بالتأكيد على فتاة مع أنه ببساطة يمكن أن يكون الاسم الثاني (الكنية) لشخص اسمه جورج بريارة.

يحمل الاسم دلالات أخرى أيضاً، فعندما يكون قصيراً وخالياً من الأرقام فإنه يدل على أنك من أوائل الأشخاص الذين حصلوا على موقع في الشبكة. وبالتالي فإن جو صاحب العنوان التالي joe@ibm.com قد سبق بالتأكيد جو الذي عنوان موقعه joe.4739@ibm.com.



طريقة تذييلك / توقيعك للرسالة:

شخصيتك الحقيقية: كل شيء عنك يكشفه توقيعك

بما أنك لا تستطيع التحكم دوماً باختيار الأسماء التي تستخدمها على موقعك على الشبكة (domain name)، يمكنك على الأقل إعطاء الناس انطباعاً جيداً عنك من خلال توقيعك للإيميل. فالتوقيع يحمل الكثير من مفاتيح الدلالة على الشخصية. ففي المثال التالي:

Reginald Berkmeister

Vice-President of Engineering

Inc..Great Big Computer Company

يعطينا هذا التوقيع انطباعاً أن صاحب الرسالة شخص هام في عالم الهندسة.

أما التوقيع التالي:

Reggie Berkmeister



Redlands High School

(Age 15)

Check out the German Homepage at <http://www.germany.org!>

فيعطينا انطباعاً أن المرسل شاب من أصل ألماني على الأغلب.

قد يكون الناس فكرة عنك وعن مدى نضجك وميلك إلى الأسلوب الرسمي من خلال طريقة كتابتك لاسمك في التوقيع، فهم بالتأكيد سيتعاملون مع Regi-nald.Berkmeister.Ph.D.@cnhor.com بجدية أكثر من تعاملهم مع reggie@anchor.com.

لذا من الأفضل أن تقدم أنت بعض المعلومات التي تعرف القراء بك عند البدء برسالتك - إذا كنت لا تعرفهم - .

نموذج رسالة تبدأ بالتعريف عن الشخصية:

هاي! اسمي ريكي، طالب في ثانوية ريدلاند في شمال كاليفورنيا. أعمل في المدرسة في مشروع حول الاختراعات الحديثة في تصاميم الحاسوب. هل تستطيع مشكوراً تزويدي بأخر كتالوج عن شركة الكومبيوتر الكبرى Great Big Computer Company؟

أو:

مرحباً! أنا نائب مدير شركة الكومبيوتر الكبرى. رجاءً، هل يمكنكم إرسال أحدث كتالوج عن أسطوانة ونكا؟ إنني أفكر بشراء أجهزة مشابهة من أجل مشروعنا الجديد.

لاحظ أن الكاتب في المثال الثاني يحدد عمله ومركزه الوظيفي ويكتب بطريقة تدل على مقدراته اللغوية الجيدة. صحيح أن المبالغة في استخدام بعض الكلمات



الطنانة قد يبدو مصطنعاً، ولكنه مفيد في الرسائل القصيرة ويعزز من مكانة وصورة كاتب الرسالة.

سهولة تعاملك وكتابتك لرسالة الإيميل:

يحكم الناس عادة عليك وعلى درجة ذكائك من خلال مهارتك في التعامل مع الإيميل. فهم سيفترضون أنك حديث العهد في هذا المجال إذا لم يكن نصك لائقاً أو إذا طبعت رسالتك بأحرف كبيرة أو حتى إذا اعتمدت طولاً مبالغاً فيه للسطر بحيث يخرج الكلام خارج حدود الشاشة. إضافة إلى ذلك قد يحكمون عليك بأنك جاهل في أمور الاتصال عبر الشبكات وأنت لا ترغب في تطوير وتحسين مقدراتك في هذا المجال.

الكتابة بطريقة رسمية:

بطريقة أو بأخرى، تستطيع التحكم بعدد الرسائل والردود الواردة إلى عنوان بريدك الإلكتروني من خلال اللغة التي تستخدمها في رسائلك ودرجة الرسمية فيها. نظراً لأنه من السهل جداً الرد على رسائل الإيميل، يميل الناس عادة لاستخدام اللغة النثرية البسيطة غير الرسمية. وكلما كان الإيميل أقل تكلفاً ورسمية، كلما زادت فرص الرد عليه، والعكس صحيح. وبهذا سيكون من السهل عليك إن رغبت باستلام عدد كبير من الرسائل على عنوانك أن تحقق ذلك باتّباع أسلوب بسيط وغير رسمي في الكتابة.

عليك الانتباه دائماً لنبرة حديثك أو بمعنى أدق لأسلوب ولغة رسائلتك. فإذا أردت أن يرد عليك عدد كبير من الناس، اتبع الأسلوب غير الرسمي وكن عذب الحديث. أما إذا كنت لا تريد تشجيع عدد كبير من الناس على الرد عليك، اتبع الأسلوب الرسمي في الكتابة.

هل تعريف المرسل بشخصه ضروري حقاً؟

تعتمد الأهمية التي ينبغي أن تعلقها على ما تقدمه لقارئك من ملامح عنك على النقاط أو الأسئلة التالية التي يجب أن تطرحها على نفسك:

- ما هو مدى ما تعرفه عن الأشخاص الذين تراسلهم؟ إذا كان هناك كثير من المراسلات بينك وبين قرائك، لا بد أن يكونوا قد كونوا فكرة عن جنسك وعمرك ووضعك الاجتماعي والفكري من خلال كتاباتك. لذا فإن استخدامك للغة ضعيفة مليئة بالأخطاء النحوية بالإضافة إلى عدم تقيدك بقواعد وإتيكيت الإيميل سيؤثر حتماً على وضعك بنظرهم.

- ماهي النتائج المترتبة على رسالتك؟ إذا كنت تراسل رئيسك في العمل عليك أن تحرص على سلامة لغتك نحويًا وإملائيًا. وإذا كنت تراسل أشخاصاً في مجال عملك أو في مجال بيع بعض السلع، لاداعي لأن تهذر كثيراً من الوقت من أجل سلامة رسالتك لغويًا، لأن ما يهم هؤلاء الأشخاص فعلاً هو العمل الذي يربطكما معاً. أما إذا كنت تطلب مساعدة بعض الأشخاص أو مشورتهم أو حتى تريد اقتراض بعض المال منهم، فاعلم أن تجاوبهم معك يعتمد على مدى تأثير رسالتك عليهم.

- هل سيهتم من تراسلهم فعلاً برسالتك؟ بلا شك إن مدرسي اللغة في مدرستك يهتمون بسلامة رسالتك لغويًا أكثر بكثير من اهتمام رفاقك في النادي بهذا الأمر. إن الأشخاص الذين يرسلون ويتلقون العديد من رسائل البريد الإلكتروني يكونون بالتأكيد أكثر تسامحاً بشأن موضوع سلامة اللغة من غيرهم ممن يقضون ساعة كاملة من وقتهم من أجل كتابة كل رسالة إيميل.

- كيف تبدو الرسالة الواردة إلى بريدك؟ إذا كانت الرسائل التي تردك ضعيفة لغويًا، أي من ناحية الإملاء والنحو واستخدام علامات الترقيم، فمن



الطبيعي أن لا يهتم أصحاب هذه الرسائل إن كانت لغتك أنت أيضاً على هذه الشاكلة.

- هل تزعجك الافتراضات الخاطئة عنك؟ إذا كان اسمك بات (اختصار باتريك)، وكنت تنزعج من ظن من يرأسلك أنك فتاة ولست شاباً (افتراضاً منه أن بات هو اختصار لاسم باتريشيا مثلاً)، يستحسن إذن أن تذكر اسمك كاملاً. وإذا كنت لا تهتم لظن من ترأسلهم أنك مراهق، يمكنك المضي لاستخدام لقب المتزلج عبر الشبكة (InLineSkater).

