

## لا تضغط على زر الإرسال ذاك

نيك مورغان

في عام 1999، نشرت إدارة هارفارد للاتصال مقالة عرضت فيها بجرأة ما أسمته «الوصايا العشر للبريد الإلكتروني». وقد استحوذت المقالة على كثير من التعليقات المفيدة عن دور هذا الأسلوب الجديد من الاتصال في الحياة المشتركة. وقد حان الوقت أن ننظر إلى الوراء لنرى أيًا من هذه الوصايا ما زال له معنى، وأيًّا منها يحتاج إلى مراجعة، وهل هناك ضرورة لوصايا جديدة.

جميعنا اليوم أكثر براعة في استخدام البريد الإلكتروني. وبالفعل، في عام 2001 كان أسرع نمو في قطاع مستخدمي البريد الإلكتروني من كبار السن. ومع ذلك، استمرت بعض عاداتنا القديمة، واختفى إحجام الأجيال القديمة عن استخدام البريد الإلكتروني، وبرزت مشكلات جديدة منذ نشر النسخة الأصلية الأولى. وكانت أهم مشكلة في عام 1999 هي التحميل الزائد في المعلومات الذي وصل إلى حد الإغراق، وتفاقم بسبب التبني الواسع للبريد الإلكتروني.

يسمي الخبراء البريد الإلكتروني نمطاً من أنماط الاتصال خالياً من الاحتكاك تقريباً، وهذا يعني أنه من السهل القيام به. فأنت لست مضطراً إلى الذهاب إلى مكتب البريد أو البحث عن طابع؛ يكفي أن تضغط على زر كي تغطي العالم بأفكارك. أصبح هذا الوضع اليوم أكثر رسوخاً. والآن، أصبح كل مواطن في هذا العصر الحديث على خط الإنترنت والبريد الإلكتروني، وعليه أن يتعامل مع كمية هائلة من الأمور التي لا قيمة لها. بالإضافة إلى البريد الإلكتروني الذي لا قيمة له، أصبح لدينا الآن الإعلانات التي تظهر فجأة وأنماط أخرى من المضايقات التي تبطئ العمل اليومي؛ لفصل المعلومات المفيدة عن الترهات.

كيف نستطيع التعامل مع هذه الأزمة الحادة؟ يؤيد دوغلاس نيل، وهو زميل باحث في مركز خدمات الحاسوب، أن تأخذ موقفاً فاعلاً في التحكم بتدفق البريد الإلكتروني، وخصوصاً بتعليم زملائك استخدام البريد الإلكتروني بتعقل. يقول دوغلاس: «الفكرة هي أن عليك اتخاذ الإجراءات وأن لا تكون سلبياً. يجب مكافأة الذين يعملون الخير، وتشرح لأولئك الذين يرتكبون الخطأ أنهم قد أخطؤوا. يجب أن لا يجن جنونك، غير ذلك الوضع؛ فمن يعاني بصمت سيستمر في المعاناة!». يوصي نيل بعملية من خطوتين للتعامل مع البريد الإلكتروني؛ أولاً، حلل البريد الذي تتلقاه واضعاً جدولاً يبين المفيد من غير المفيد، وعدد المرات التي تتلقى فيها النوعين كليهما، ثم أخبر بلباقة أولئك الذين يرسلون إليك بانتظام بريداً عديم الفائدة أن يكفوا عن ذلك.

ثم يوضح نيل أن الحمولة الزائدة في البريد هي بحسب مقدرة المتلقي: بعضهم تعرفه عشر رسائل إلكترونية في اليوم، في حين يستطيع آخرون التعامل بسهولة مع مئة رسالة.

خذ أسبوعاً أو نحو ذلك لوضع جدول بالبريد القادم إليك؛ كي تعالج أي مشكلات يظهرها التحليل. وعلى المدى القصير، ما زالت التوصية بأن تقوم بإجراء فرز يومي لصندوق بريدك الإلكتروني لمعرفة الأولويات. قم بمسح شامل لكامل القائمة الواردة: إليك أول ما تفعله وهو إلغاء جميع ما ليس له قيمة. ثم اجمع الباقي طبقاً للعمل الذي يلزمك، تماماً كما كنت تفعل في بريدك الحقيقي على مكتبك. يقول خبراء الفاعلية: يجب أن تعالج الأوراق والوثائق مرة فقط في المكتب، وتقرر عندما تنظر إليها المرة الأولى هل عليك أن تلقي بها جانباً، أو تحتفظ بها في ملفاتك، أو تضعها على قائمة العمل. يمكنك إدارة بريدك الإلكتروني بالطريقة نفسها.

عندما تتجاوز قائمة العمل، يمكنك إدارة بريدك الإلكتروني بالطريقة نفسها.

عندما نتجاوز قضية «البريد المثقل»، فإن الوصايا التي عدنا بها من جبل الأرقام عام 1999، قد ميزت بعض الأوقات التي أنت بحاجة أن تفكر فيها مرتين قبل استخدام زر «الإرسال». وقد أعدنا صياغة بعضها على نحو لطيف لمستخدمي البريد الإلكتروني ذوي الثقافة الرفيعة.

## استخدم البريد الإلكتروني عندما يكون هو القناة الأكثر فاعلية لحاجتك

قلنا قبل ثلاث سنوات: «يبدو أن معظم الناس ينسون أن هذا هو بريد إلكتروني، وهو نموذج حديث لما كان أجدادنا القدامى يستخدمونه: الرسالة».

حتى بريدك الإلكتروني الملقى، يمكن  
تفعيله وقراءته في قاعات المحاكم  
من قبل محامين ليسوا أصدقاءك

إن هذا التجسيد الحديث لتلك الرسالة التقليدية القديمة، هو الأفضل للرسائل القصيرة غير الرسمية التي يجب أن تُكتب وتُقرأ. الرسائل التي لا تقع ضمن تلك الفئة، ربما يُفضل التعامل معها بطريقة مختلفة».

كانت هذه نصيحة جيدة حينئذٍ وتبقى كذلك. لدينا الآن في الواقع خيارات أكثر في جعبة قنوات الاتصال كي نأخذ منها: الرسائل الفورية، والرسائل النصية، وغرف التخاطب، والهاتف المحمول لجمهور المراهقين. هذه القنوات سريعة ومباشرة -وهنا مفتاح الحل- ويمكن إتلافها أكثر من البريد الإلكتروني. فالبريد الإلكتروني دائم، وهنا تكمن المشكلة. وعندما تحتاج طباعة شيء، استخدم البريد الإلكتروني. وفي عالم الأعمال، يجب أن تقتصر قائمة الاحتياجات تلك على الطلبات الحقيقية أو الاستفسارات أو الردود؛ وبعبارة أخرى، الهيكل الأساسي

لتفاصيل العمل اليومي. فيما يتعلق بالأحداث العادية، والثرثرة اليومية، وتبادل الخطابات، والتواصل المعلوماتي، والجوانب المسلية الأخرى في عالم التجارة، استخدم الهاتف أو إحدى الوسائل الرقمية الأخرى، أو اللقاء وجهاً لوجه. (سنتحدث عن ذلك لاحقاً).

وفيما يخص الرسائل التي لها طابع الديمومة أو تكون أكثر أهمية، فكر في كتابة رسالة حقيقية على ورق جميل مؤرخة وموقعة باليد، وترسل عبر البريد. عندها ستدهش لما تحدثه هذه الرسالة التقليدية من أثر شخصي في عصر الأرقام الزائلة.

### لا تطع بريدك الإلكتروني أبداً

هذه التوصية أيضاً لم تثبت صحتها مع مرور الزمن. إننا نحاول إيجاد مكتب بلا أوراق لنحافظ على الأشجار. ولكن بسبب الطبيعة المشاكسة لمجتمعنا، ربما ستحتاج أن تحتفظ بنسخ مطبوعة للبريد الإلكتروني الذي أرسلته، بالإضافة إلى الذي تلقيته. وكما عرفنا جميعاً، حتى البريد الإلكتروني الذي تم إلغاؤه يمكن استعادته، ولكن لماذا المجازفة؟ اطبع بريدك وتمهل قليلاً لترثي الحقيقة التي لا يمكن نكرانها، وهي أن «المكتب الخالي من الورق لن يصل في وقت قريب». يقول توني دي روميو والدور، وهو باحث إستراتيجي وخبير تكنولوجيا المعلومات: «يجب أن لا تنسى أن البريد الإلكتروني وسيلة قوية جداً ودائمة، وتمثل مخاطر حقيقية مهمة للشركات. ولا شك أن فضيحة شركة إينرون وأندرسون تحمل في طياتها كثيراً من الدروس حول هذه

الفكرة. إذا استُخدم البريد الإلكتروني للأهداف الخطأ، يمكن أن تكون له عواقب سيئة.

لا تقل شيئاً لا تريد أن يقرأه كل الناس في مرحلة من المراحل. إذا كنت مصراً على أن تقول شيئاً يحتمل أن يكون موجباً لإقامة دعوى، فاحتفظ بنسخة خاصة بسجلاتك.

### لا ترسل شيئاً بالبريد الإلكتروني يفترض أن يكون خالياً من الأخطاء

أثبتت الأيام قوة رأينا حول هذه التوصية التي أصابت الهدف تماماً. قلنا في ذلك الوقت: «بكل بساطة، يستحيل تصحيح التجارب الطباعية على نحو ناجح على شاشة الحاسوب». وهذا صحيح الآن كما كان حينئذٍ. إذا كان يفترض أن يكون الاتصال خالياً من الأخطاء، فاطبع نسخة من الحاسوب، ثم خذ مسطرة واقراء ببطء سطرًا إثر سطر، ثم أعد القراءة من الأخير كلمة كلمة. تذكر أن مدقق التهجئة لا يكتشف الكلمات الخطأ التي لُفظت على نحو صحيح. وليقرأ شخص آخر كلماتك أيضاً.

### لا تشطب أسماء من دفتر عناوينك

تبقى هذه النصيحة وثيقة الصلة بالتحديات المتوقعة خصوصاً. ومع ذلك، لا تبدو أنها التحدي الأكبر الذي نواجهه في عالم الواقع. الاحتفاظ بدفتر عناوين جديد على الدوام، ومعرفة كيفية استعماله يوفران الوقت، ليس كثيراً من الوقت، ما لم تكن ميالاً إلى إرسال كثير

من الأخبار والمنشورات. ولماذا تريد فعل ذلك؟ هذا العمل يصنف تحت عنوان الرسائل المزعجة أو غير المرغوبة. وهي لب المشكلة في زيادة التحميل المعلوماتي.

## لا ترسل أبداً بريداً إلكترونياً (مسلسلاً)

### يرسله كل من يستلمه إلى شخص آخر

هذه نصيحة أفضل من أي نصيحة عرفناها في ذلك الوقت. انظر، مثلاً، إلى شركة مايكروسوفت؛ إذ إن الرسائل الإلكترونية التي أرسلها موظفون أساسيون أوصلتهم إلى قاعة المحكمة، ولم يكن هذا ما أرادوه. هذا مثال يمكننا جميعاً أن نتعلم منه. فالرسائل الإلكترونية، من الناحية القانونية، تخص الشركة التي تزود نظام الخدمة والاتصال؛ ليست لك خصوصية كفرد. ويمكن للمحكمة أن تنتزع سجلات البريد الإلكتروني من الشركة، كما حصل لشركة مايكروسوفت. إياك، إياك أن تدون أي شيء لا تريد أن يُقرأ في قاعة المحكمة. نقطة انتهى.

## لا تنقل إشاعة أو تلميحات حول

### أشخاص حقيقيين

نكرر هذه النصيحة لدى تذكرنا الرجل الإنكليزي الذي تباهى بإنجازاته الجنسية في بريد إلكتروني، ليجد أن التفاخر هذا قد انتشر ووصل إلى آلاف متلقي الرسائل الإلكترونية في ساعات. تجنب نشر معلومات زائفة عن أناس حقيقيين أحياء.

سيرتد ذلك عليك ويؤرقك. حتى بريدك الملقى يمكن تفعيله وقراءته في قاعات المحاكم، من قبل محامين ليسوا أصدقاءك.

ولا يجب أن تفعل ذلك مع الشركات التي تعمل معها أو التي قد تعمل معها يوماً ما في السنوات الأخيرة؛ نمت هذه الممارسة، وأصبحت موقفاً على الشبكة. لدى معظم الشركات موقع واحد منحط على الأقل يضل ويشوه السمعة أو يستولي على منتجات ما.

بيدو أن هذه النصيحة تتعلق بمدة بعيدة، لنقل عام 1999. هذه المواقع هي في متناول اليد عندما تدرس عرض عمل من شركة ما.

### لا تستبدل أبداً باجتماع ضروري وجهاً لوجه رسالة إلكترونية

تؤكد هذه الفكرة الأدلة الواقعية لتسريجات عمال تمت عبر البريد الإلكتروني. إليك ما قلناه في ذلك الوقت، ويجب على كل مدير أن يضع تلك الجمل في إطار برونزي في مكان بارز في مكتبه: لا توبخ أو تكافئ أو تطرد أياً من مرؤوسيك عن طريق البريد الإلكتروني.

هناك حلقة جهنمية تنتظر أولئك الذين يقومون بذلك. لدينا واجب تجاه إنسانيتنا للقيام بهذه الالتزامات؛ سواء كان يصعب القيام بها شخصياً أم يسهل ذلك. تذكر أنه عندما تحاول إقناع شخص ما للقيام بعمل من الأعمال، أو إذا أراد شخص أن يقنعك، فلا بديل عن اللقاء وجهاً لوجه.

تذكر هذا التسلسل الهرمي:  
أولاً الاجتماع، ثم الاتصال الهاتفي،  
ثم البريد الصوتي، ثم البريد الإلكتروني

هذه التوصية ما زالت صحيحة. ولإحداث أعظم الأثر، اعقد اجتماعاً. هنا يكون لديك مجال واسع عريض في التقابل وجهاً لوجه. الاتصال الهاتفي يلغي لغة الجسد، ولكن يحافظ على لهجة الصوت وطبقته والتبادل الحيوي للحدث. وتحصل بالبريد الصوتي على لهجة التخاطب لا على الحوار الحي. والبريد الإلكتروني ليس حيويًا ولا دقيقاً على نحو كبير. ومن هنا يأتي سوء الفهم المتكرر فيما يتعلق بالفكاهات التي ترسل بواسطة البريد الإلكتروني، ومعها تلك الزخارف والتزيينات الصغيرة، وإن تكن ضرورية التي يستخدمها الناس للدلالة على العاطفة. النتيجة النهائية أن 80% من الوصايا العشر للبريد الإلكتروني ما زالت صحيحة، وما يقارب من 20% لم تصلح أو أنها لم تعد واردة الآن. ماذا عن النصيحة التي لم نعطيها حينئذٍ ويمكن أن نعطيها الآن؟ واحدة فقط. وصيتنا الحادية عشرة:

يمكن الوصول إلى بريدك الإلكتروني، ويمكن  
استرجاعه، ويمكن أن يستعمل ضدك؛ استخدمه فقط  
عند الضرورة القصوى

البريد الإلكتروني هو من أنماط الاتصال الفاعلة كثيراً عند استخدامه بتعل، ولكن كن حريصاً في هذا المجال؛ إنه جنة المغرمين برفع دعاوى القضاء.