

لا تضغط على مفتاح الإرسال ذاك

نك مورغن

في عام 1999، أطلق مقال نشر في مجلة Harvard Management Communication Letter بوضوح ما أطلقنا عليه «وصايا البريد الإلكتروني العشر». جذب هذا المقال قدرًا كبيراً من التعليق الصحي، حول دور هذا الشكل الجديد من التواصل في عالم الشركات. حان الوقت للنظر إلى الخلف، ورؤية أي من الوصايا لا تزال معقولة ومبررة، وأي منها يحتاج إلى مراجعة، وأيضاً إذا كان من الضروري إضافة أي وصايا جديدة.

بعد مضي سنوات عدة، أصبحنا جميعاً، في الحقيقة، أشد براعة في استخدام البريد الإلكتروني. وتلاشى العناد الجيلي فيما يخص استخدامه، وقد كان كبار السن أسرع شريحة من المستخدمين نمواً السنة الماضية. وفضلاً على ذلك، نجد أن بعضاً من عاداتنا السيئة لا

تزال موجودة، وأن عدداً قليلاً من المشكلات الجديدة قد ظهرت منذ نشر ذلك المقال.

كانت المشكلة الأهم في عام 1999 هي التحميل الزائد عن الحد للمعلومات، التي تفاقمت بعد الانتشار الواسع لاستخدام البريد الإلكتروني. إنه ذلك النوع من التواصل الذي يطلق عليه الخبراء النوع «الذي لا يحتاج إلى أي إجراءات» تقريباً، والذي يعني أنه سهل الاستعمال - فلا يجب عليك أن تذهب إلى مكتب بريد أو حتى أن تبحث عن طابع بريدي. اضغط فقط على مفتاح، ويمكنك حينها أن ترسل أفكارك إلى جميع أنحاء العالم.

اليوم، ترسخ ذلك الوضع. إذ نجد الآن أن كل موظف شركة عصري تقريباً يستخدم البريد الإلكتروني، وعليه التعامل مع قدر كبير من المواد التافهة المرتبطة به. بالإضافة إلى تلك المواد، لدينا الآن الدعايات التجارية التي تقفز في وجهنا فجأة، وأشكال أخرى من الإزعاج الإلكتروني التي تُبطئ ذلك العمل اليومي لفصل المعلومات المفيدة عن الأمور التافهة التي لا قيمة لها.

كيف يمكننا أن نتعامل مع هذه الأزمة الأكثر حدة؟ يؤكد دوغلاس نيل، وهو باحث زميل في شركة سي إس سي للخدمات البحثية، أخذ موقف فاعل في ضبط تدفق البريد الإلكتروني الخاص بك، خاصة فيما يتعلق بتعليم زملائك استخدام البريد الإلكتروني على نحو حكيم.

يقول نيل: «النقطة الأساسية أنه يجب عليك أن تشرع في العمل، لا أن تبقى سلبياً. يجب أن تكافئ أولئك الذين يعملون جيداً، وأن تخبر أيضاً أولئك الذين لا يعلمون جيداً أنهم كذلك. لا تتفعل، بل اسع إلى التغيير! إن أولئك الذين يعانون بصمت سيستمرون في المعاناة!».

ينصح نيل بعملية تتكون من خطوتين للتعامل مع بريدك الإلكتروني بفاعلية. أولاً، يقول نيل: حلّ البريد الإلكتروني الذي تتلقاه، مع وضع جداول لتصنيف المفيد منها وكذلك التافه، ومعدل تلقيك كلا النوعين. ثم اطلب بلباقة من أولئك الذين يرسلون إليك بانتظام كثيراً من البريد الإلكتروني القليل النفع أن يتوقفوا عن ذلك. يُشير نيل إلى أن التحميل المفرط يختلف حسب نظرة المتلقي: ففي حين تترك 10 رسائل إلكترونية يومياً بعض الأشخاص، يمكن لآخرين أن يتعاملوا مع 100 رسالة بسهولة. خذ أسبوعاً أو نحوه لتُصنّف الرسائل الإلكترونية القادمة، ومن ثم يمكنك تنظيمها لكي تعالج أي مشكلات يُظهرها التحليل.

على المدى القصير، لا تزال مجلة Harvard Management Communication Letter تتصح بإجراء «فحص تحديد أولويات» يومي لصندوق الوارد في بريدك الإلكتروني. أجر مسحاً للقائمة كلها، بحيث تُزيل كل الرسائل التافهة أولاً. ومن ثم صنّف البريد المتبقي حسب العمل الضروري، تماماً مثلما تفعل لو أن أمامك صندوق بريد حقيقي

حتى الرسائل الإلكترونية التي قمت بمسحها
يمكن أن تُستعاد وتُقرأ في قاعات المحاكم من قبل
المُحاميين المُعادين لك.

على مكتبك. يُخبرنا خبراء الكفاءة والفاعلية: أنه يجب عليك أن تتفحص الورق مرة واحدة فقط في المكتب، وتقرر عندما تنظر إليها أول مرة: هل إذا كنت سترميها، أو ستحفظها في الأضابير، أو تضعها على «قائمة الأعمال»؟ يُمكنك أن تتدبر التحميل الزائد في بريدك الإلكتروني بالطريقة نفسها.

بعيداً عن قضية التحميل الزائد، فإن الوصايا التي جلبناها من الجبل الرقمي في عام 1999 قد حددت أوقاتاً أخرى، ربما تريد فيها أن تفكر مرتين، قبل أن تضغط على مفتاح «أرسل» (لقد أعدنا صياغة بعضٍ منهم على نحو طفيف لمستخدمي البريد الإلكتروني الأكثر حنكة في يومنا هذا).

1 - استخدم البريد الإلكتروني فقط عندما يكون

هو القناة الأكثر كفاءة لتلبية حاجتك

في عام 1999، قلنا: «ما يبدو أن معظم الأشخاص ينسونه، هو أنه بريد إلكتروني. إنه حقاً شكل عصري لشيء استعمله أجدادك:

الرسالة. لكن التجسيد العصري لها هو أفضل للرسائل القصيرة وغير الرسمية، التي تحتاج إلى أن تُكتب وتُقرأ. أمّا الرسائل التي لا تقع تحت هذا التصنيف، فربما يكون من الأفضل أن تُعالج بطريقة مختلفة».

كانت هذه نصيحة جيدة جداً في ذلك الوقت، وتبقى نصيحة جيدة. في الحقيقة، لدينا الآن خيارات أكثر من قنوات الاتصال في صندوق الحاوي: الرسائل الفورية، والرسائل النصية، وغرف المحادثة، ورمز المُنادي لجمهور المراهقين.

كُلٌّ من هذه القنوات الأخرى هي قنوات أسرع، وفورية أكثر، و-هنا بيت القصيد- أكثر قابلية لعدم البقاء من البريد الإلكتروني، الذي يكون دائماً إلى الأبد؛ وهنا تكمن المشكلة. عندما تحتاج إلى أن تحيل شيئاً ما إلى الطباعة، استخدم البريد الإلكتروني. في عالم الأعمال التجارية، يجب أن تقتصر قائمة الحاجات تلك على الطلبات والتساؤلات والاستجابات المموسة، أو، بكلمات أخرى، تفاصيل العمل اليومية المجردة.

بالنسبة إلى التثرثرة، والرد الوقح، والمُشابكة، وتبادل الأحاديث قرب برّادة الماء، وكل المظاهر المُبهجة الأخرى لتسريع العجلة التجارية، استخدم الهاتف أو أحد الأشكال الرقمية الأخرى، حيث يكون التسجيل أقل اكتمالاً؛ أو حتى اللقاء وجهاً لوجه! (المزيد حول هذا الموضوع فيما بعد).

وبالنسبة إلى الرسائل التي يسودها جو أكبر من الدوام، أو فيها حيوية أكبر، خذ بالحسبان كتابة رسالة حقيقية، مستخدماً أدوات كتابة جميلة، مع توقيع وتاريخ بخط اليد، وإرسالها عبر البريد. ستفاجأ كم هو عظيم الوقع الشخصي الذي يُمكن أن تُحدثه رسالة تقليدية في هذا العصر، الذي يتسم بعدم الدوام الرقمي.

2 - لا تطبع رسالتك الإلكترونية أبداً

لم تُتَّبَت هذه الوصية نفسها على امتداد الزمن. كنا نحاول أن نصل إلى المكتب الخالي من الورق نُوفِّرُ بذلك خشب الأشجار. لكن بسبب طبيعة الناس في مجتمعنا الذين يميلون إلى النزاع والخصام، ربما ترغب في الاحتفاظ بنسخ مطبوعة من الرسائل الإلكترونية التي أرسلتها بالإضافة إلى الرسائل التي تلقيتها. طبعاً، كما قد علمنا، حتى البريد الإلكتروني الذي قد حُذِفَ يُمكن استعادته، لكن لِمَ المجازفة؟ قم بطباعة الرسالة وخذ دقيقة لتتوَّج على الحقيقة التي لا يُمكن نُكرانها، وهي أن المكتب الخالي من الورق لن يرى النور قريباً.

يقول توني دي رومالدو، الباحث في الإستراتيجية وتكنولوجيا المعلومات: «علينا الآن ننسى أن البريد الإلكتروني هو وسيلة قوية ومستمرة جداً، تفرض مخاطر حقيقية وضخمة على الشركات. بالتأكيد تقدم فضيحة أندرسن/إنرون العديد من الدروس حول هذا الموضوع. وفي حال استخدم لأغراض خاطئة ربما يتولد عنه عواقب بغیضة. لا تقل أي

شيء لا تريد أن يقرأه العالم بأسره على نحوٍ ما». لكن إذا أُصريت على قول شيءٍ ما ربما يتسبب برفع قضايا قانونية ضدك؛ احتفظ بنسخة لتسجيلاتك الخاصة.

3 - لا ترسل شيئاً يجب أن يكون خالياً من الأخطاء

عبر البريد الإلكتروني

لقد دعم الوقتُ رأينا أن هذه الوصية هي صحيحة فعلياً. قلنا حينها: «من المستحيل ببساطة أن تُصحَّح نصّاً بنجاح على شاشة الحاسوب»؛ وهذا الأمر صحيح الآن كما كان في ذلك الوقت. حين يجب أن تكون عملية تواصل معينة خاليةً من الأخطاء، قم بطباعتها، وخذ شيئاً ما مثل مسطرة بطل استعمالها، واقرأ النص ببطء، سطرًا سطرًا. ثم أعد قراءة النص بالعكس، كلمةً كلمة. وتذكر أن مُدققي التهجية لا يكتشفون الكلمة الخطأ التي رُسمت على نحوٍ صحيح. واستعن بأحد ما آخر ليقراً كلماتك أيضاً.

4 - لا تمسح أبداً أي أسماء من كتاب العناوين

تبقى هذه النصيحة وثيقة الصلة خاصة للذي يواجه تحدياً افتراضياً. ومع ذلك، تبدو بالكاد كأكثر تحدٍّ نواجهه اليوم في العالم الافتراضي. إن الاحتفاظ بكتاب عناوين يجري تحديثه باستمرار ومعرفة استعماله سيوفر وقتك. لكن ما يُوفّر من الوقت ليس كثيراً ما

لم تكن ميسراً إلى إرسال رسائل إلكترونية جيدة وكثيرة. ولماذا تريد أن تفعل ذلك؟ يأتي هذا الأمر عادة تحت عنوان «الرسائل الدعائية التجارية»، وهي في قلب مشكلة التحميل المفرط للمعلومات.

5 - لا ترسل أبداً رسائل إلكترونية إلى عدد من الأشخاص

وتطلب إليهم إعادة إرسالها

منذ عام 1999، لم يتناقص هذا البلاء! وهو ممارسة مستنكرة على نطاق عالمي. ومع ذلك، يعرف جميعنا أشخاصاً لا يزالون يمارسونه - ومعظمنا يعترف أنه ارتكب هذا الأمر في وقت متأخر يوم جمعة بعد أن غادر الجميع، وبقي وحده عالقاً في المكتب مثلاً.

6 - لا ترسل أبداً بريداً إلكترونياً عندما تكون هائجاً أو متعباً

إن ذلك نصيحة أفضل، حتى مما عرفناه في وقتنا. انظر إلى مايكروسوفت، على سبيل المثال، فالرسائل الإلكترونية التي أرسلها اللاعبون الكبار أوصلتهم إلى المحاكم، ولم يكن محتواها ما أرادوا إرساله؛ إنه مثال يمكننا جميعاً أن نتعلم منه. قانونياً، يعود البريد الإلكتروني للشركة التي تزود النظام والاتصال. ليس لديك خصوصية بصفحتك فرداً. ويمكن للمحكمة أن تنتزع سجلات البريد الإلكتروني من الشركة، كما حصل لشركة مايكروسوفت. لا، لا تخضع أي شيء لا تريده أن يُقرأ في المحكمة للكتابة؛ نقطة انتهى.

7 - لا تروج الشائعات أو التعريض بأشخاص حقيقيين

نعيد هذه النصيحة عندما نتذكر ذلك الرجل البريطاني، الذي تبجح بمغامراته الجنسية في الليلة السابقة في رسالة إلكترونية، أرسلها فقط ليرى الانتشار الواسع لهذا الخبر، ووصله إلى الآلاف من متلقي البريد الإلكتروني في ساعات. تجنب نشر معلومات زائفة حول أشخاص حقيقيين أحياء؛ لأنها ستعود وتؤرق حياتك. يمكن حتى لرسائلك الإلكترونية التي قمت بمسحها أن تُستعاد وتُقرأ في قاعات المحاكم من قبل محامين لا يحملون لك الود والصدقة.

8 - لا تقم أيضاً بذلك الأمر تجاه الشركات التي تعمل لها أو

التي يمكن أن تعمل لها يوماً ما

في أثناء السنوات التي تخلت، تطورت هذه الممارسة وأصبحت موقفاً إلكترونياً. معظم الشركات لها موقع شرير واحد على الأقل يهزأ بها، أو يشوه سمعتها، أو ينتقد منتجاتها. ظاهرياً، تختص هذه النصيحة فقط بعصر بعيد وأكثر تحضراً - أعني سنة 1999. وهذه المواقع في متناول اليد عندما تدرس عرض عمل من شركة لديها موقع من هذا النوع.

9 - لا تستبدل بلبقاء وجهاً لوجه ضروري رسالة إلكترونية

يفيد الدليل الذي يروى حول عمليات تسريح العمال، التي تمت عبر البريد الإلكتروني فقط في تعزيز هذه النقطة. إليك ما قلناه في ذلك

الوقت، وكل مدير يجب عليه أن تكون لديه هذه الجمل مُعلّقة في مكان بارز في مكتبه ومكتوبة بالبرونز: «لا تؤنب بقسوة، أو تكافئ، أو تطرد مرؤوساً لديك، يبعث إليك التقارير عبر البريد الإلكتروني، أبداً؛ لأن هناك دائرة من الجحيم في انتظار أولئك الذين يقومون بهذا العمل. فنحن نعزو قيامنا بهذه الالتزامات شخصياً، سواء كانت صعبة أم سهلة، إلى شعورنا الإنساني العالي. وتذكر أنك عندما تكون تحاول أن تقنع أحداً ما بشيء ما، أو أن أحداً ما يحاول إقناعك بشيء ما، فلا غنى عن اللقاء وجهاً لوجه».

10 - تذكر هذا التسلسل الهرمي: أولاً، اللقاء الشخصي،

ثم المكالمة الهاتفية، ثم البريد الصوتي،

وأخيراً البريد الإلكتروني

لا تزال هذه الوصية تثبت صحتها: لتحقيق أعظم الأثر، اعقد لقاءً، حيث تحصل عبره على تواصل مباشر وأكثر «اتساعاً». وبرغم أن التواصل عبر الهاتف يلغي لغة الجسد، لكنه يبقي نبرة الصوت والتبادل المباشر. أما البريد الصوتي فيبقي نبرة الصوت لكن من دون تبادل مباشر. وأخيراً البريد الإلكتروني الذي لا يقدم لا تبادلاً مباشراً ولا أقل من ذلك. من هنا ينشأ سوء الفهم المتكرر بالنسبة إلى الفكاهات التي ترسل عبره، وكذلك بالنسبة إلى أولئك الحمقى المزعجين، لكن الضروريين الذين يستخدمهم الأشخاص للتعبير عن المشاعر والعواطف.

النتيجة النهائية: 80% من الوصايا العشر لاستخدام البريد الإلكتروني لا تزال تثبت صحتها. أما 20% المتبقية فهي لم تُدعم على نحو جيد، أو أنها غير ذات صلة بالواقع الآن. ما رأيك بنصيحة سنقدمها الآن ولم نذكرها قبلاً؟ فقط واحدة، وهي وصيتنا الحادية عشرة:

11 - إن بريدك الإلكتروني يمكن اقتحامه واسترجاعه،

ويمكن أن يستخدم ضدك؛ لذا، استخدمه

فقط عند الضرورة القصوى

إن البريد الإلكتروني هو وسيلة كفؤة جداً من وسائل التواصل حين

يُستخدم على نحوٍ واعٍ - لكن مع ذلك كن حذراً؛ إنه جنة المخاصم.