

تقديم

إذا كان هناك سبب واحد يجعلك فى حاجة إلى أن تكتب بفعالية فى موقع العمل، فإن هذا هو السبب: تترك جودة كتابتك انطباعاً دائماً لدى القارئ؛ قد يكون هذا القارئ رئيسك فى العمل، أو عميلاً لمنظمتك، أو شخصاً ما على استعداد لتوقيع عقد صفقة بملايين الدولارات مع شركتك.

أهمية الكتابة الجيدة.

ما هو الانطباع الذى تتركه كتابتك على رئيسك، أو عملائك أو زملائك؟ هل كتابتك تؤدي إلى شرود ذهن القراء، أو تفقدك الدخول إلى أحد الأسواق، أو تكلفك ضياع ترقيةك الوظيفية؟ أم أن كتابتك تزودك بتدفق ولاء القراء، أم ترفع معدل مبيعات الشركة، أم تساعدك على الحصول على أرقام دخل فلكية من وظيفتك؟

مهما كان نوع كتابتك فى موقع العمل، اعرف دائماً هذه الحقيقة: يعتقد القراء بأن جودة كتابتك تعكس مهاراتك، وأخلاق العمل، واستقامتك كشخص. عندما تأتى كتابتك فصيحة، وواضحة، وحيوية، فإن القارئ يمنحك ثقته، وأنت تستطيع أن تكون علاقة حميمة مع قرائك بسرعة. أما إذا كانت كتابتك مفككة، وغير منظمة، ومليئة بالأخطاء المطبعية والتقنية واللغوية، فإن القارئ يفترض بأن باقى عملك معيب، وأخلاقيات عملك معيبة، وربما أنت كشخص معيب. لماذا يجب على هذا القارئ أن يضيع وقته فى قراءة ما يثير أعصابه، أو حتى التعامل معك؟

فى عالم دوائر الأعمال اليوم تأخذ مهارات الكتابة مقعداً خلفياً مقارنة بما يبدو أنه الأكثر أهمية والمتمثل فى أنشطة تطوير المنظمات. يفضل معظم أعضاء

الإدارة العليا في الشركات حضور ندوة عن استراتيجيات التفاوض أو أساليب التسويق بدلاً من تعلم أدوات الترقيم وكيفية استخدامها. ومع ذلك ما يفضلون في إدراكه أن مهارات الكتابة الجيدة تأتي على نفس مستوى الأهمية لنجاحهم في المستقبل كما هو الحال مع قدرتهم على إنجاز عملية تفاوض لصالح شركاتهم. بدون مهارات الكتابة الجيدة، فإن وثائق المطبوعة، قد تنال إلى حد كبير من شأن الصورة الذهنية المهنية التي تعمل بجد واجتهاد على تحقيقها.

يؤكد أحد خبراء الاتصال على أن مهارات الكتابة الجيدة سوف تكون أكثر أهمية في القرن الحادي والعشرين لنجاح دوائر الأعمال والنجاح الشخصي؛ مقارنة بما كان عليه الحال في القرن العشرين، لأن الاتصال سوف يكون محورياً في كل ما نقوم به من عمل. إن الكتابة الفعالة يمكن أن تجلب للعامل مزايا شخصية كثيرة متمثلة في المديح، والعلاوات والترقيات.

أنواع الكتابة المهنية ومعدل تكرار استخدامها:

في دراسة حديثة تناولت 196 شخصاً من أعضاء الإدارة الوسطى، طرح عليهم سؤال: إذا كانت أنواع الكتابة المهنية المدرجة في الجدول التالي يؤديها في العمل، وإذا كان كذلك، ما هو معدل التكرار لكل منها.

جدول دراسة أنواع الكتابة المهنية والتي تقوم بأدائها عينة مختارة من الإدارة الوسطى

| نوع الكتابة | لا تؤدي | نعم يوميا | نعم اسبوعيا | نعم شهريا | نعم سنويا | نعم أحيانا | إجمالي |
|----------------|---------|-----------|-------------|-----------|-----------|------------|--------|
| المذكرات | 16.3 | 22.2 | 42.2 | 15.6 | 3.0 | 7.0 | 83.7 |
| خطابات العمل | 20.0 | 11.9 | 34.1 | 28.9 | 5.2 | 0 | 80.0 |
| الاقتراحات | 37.9 | 6.1 | 9.1 | 30.3 | 15.2 | 1.5 | 62.1 |
| تقارير التقدم | 42.7 | 2.3 | 17.6 | 25.7 | 9.2 | 8.0 | 57.3 |
| أدلة الإجراءات | 51.1 | 3.8 | 4.5 | 10.5 | 30.1 | 0 | 48.9 |

| | | | | | | | |
|------|-----|------|------|-----|-----|------|-----------------------|
| 35.1 | 8. | 13.0 | 13.7 | 5.3 | 2.3 | 64.9 | الملخصات التففيذية |
| 26.5 | 8. | 7.6 | 10.6 | 5.3 | 2.3 | 73.5 | التقارير المالية |
| 23.7 | 8. | 9.2 | 10.7 | 8 | 2.3 | 76.3 | تقارير البحوث |
| 23.1 | 1.5 | 10.8 | 10.0 | 8. | 0 | 76.9 | دراسة الجدوى |
| 21.9 | 0 | 7.8 | 7.8 | 5.5 | 8. | 78.1 | الخلاصات |
| 14.5 | 0 | 3.1 | 8.4 | 1.5 | 1.5 | 85.5 | تقارير التسويق |
| 7.6 | 0 | 8. | 2.3 | 3.0 | 1.5 | 92.4 | التقارير العملية |

ليس مستغرباً أن يكتب معظم المديرين مذكرات وخطابات (80.0 ، 83.7 في المائة بالترتيب) . ويكتبون الملخصات التففيذية غالباً (35.1 في المائة) أكثر من الخلاصات (21.9 في المائة) . كانت المقترحات تمثل أكثر أنواع كتابة التقارير (62.1 في المائة) تقارير تقدم العمل (57.3 في المائة) وأدلة الإجراءات (48.9 في المائة) التقارير المالية (25.5 في المائة) من أفراد عينة الدراسة. تقارير البحوث (23.1 في المائة) ودراسات الجدوى (23.1 في المائة) التقارير العملية (7.6 في المائة) كما أن تقرير التسويق (14.5 في المائة) . لأن نشاط أعضاء العينة ليس تسويقياً.

تنظيم الكتاب



ينقسم الكتاب إلى ثلاثة أجزاء وثلاثة عشر فصلاً تتناول أكثر أنواع الكتابة المهنية شيوعاً في مواقع العمل:

الجزء الأول: أسس الكتابة المهنية في موقع العمل:

ويقع في خمسة فصول: الفصل الأول - يعرف "الكتابة المهنية" في موقع العمل وأبعادها وأطرافها وفعاليتها. يطلب الفصل الثاني من المؤلف أن "يتعرف على قارئه" بعمق قبل الكتابة من خلال تحليل جمهور القراء. الكتابة المهنية في موقع العمل من أجل إحداث التأثير والافتناع، وهذا هو المحور الذي يدور حوله

الفصل الثالث: "مستخدماً أسلوب البلاغة" باعتبارها أداة تأثير واقتناع. يقدم الفصل الرابع "نصائح وإرشادات" تركز على الصياغة السليمة في الفقرات والجمل والبعد عن المبالغة والتحيز والتمييز. يركز الفصل الخامس على "تصحيح ومراجعة التجارب الطباعية" وما يحتمل أن يكون بها من أخطاء.

الجزء الثاني: كتابة التقارير المهنية

يقع في أربعة فصول: يتناول الفصل السادس "كتابة التقارير بصفة عامة" ومقومات نجاحها خلال مراحل كتابتها. يتحدث الفصل السابع عن "تصميم شكل التقرير". يأتي بعد ذلك الفصل الثامن، ويتعرض إلى نوع مهم من أنواع التقارير المهنية. "إنه تقرير الاقتراحات". الفصل التاسع عبارة عن عنصر عضوي في كتابة التقارير عموماً ويرافقها حيث توجد: "الملخص التنفيذي للتقرير".

الجزء الثالث: أنواع الكتابة المهنية الأخرى في موقع العمل:

هذه الأنواع من الكتابة هي الأكثر استخداماً في مواقع العمل، بل يمكن القول بأن استخدامها يكاد يكون يومياً. الفصول الأربعة الأخيرة، يلقي كل منها الضوء ساطعاً على واحدة منها:

الفصل العاشر: كتابة المذكرات وتتداول داخل المنظمة. الفصل الحادي عشر: "كتابة الخطابات" وينصب تركيزها على بيئة المنظمة الخارجية. "البريد الإلكتروني" ويمثل وسيلة الاتصال الأحدث والأسرع، ولذلك يضع لها الفصل الثاني عشر: قواعد استخدامها سواء في داخل المنظمة أو خارجها. الفصل الثالث عشر: يتناول موضوعاً على جانب كبير من الأهمية: "كتابة الشكاوى والرد عليها" بما تعنيه من تأثيرات قوية على الأفراد والشركات.

توجد نغمة واحدة في كل هذه الأجزاء وفصولها الثلاثة عشر: دعوة الكاتب إلى أن تكون كتاباته المهنية في موقع العمل واضحة ودقيقة وفعالة.

مع تمنيات الاستشاري