



لقد تعلّمت، في الفصل
الرابع، كيف تبتكر
صيغة (نقطة تركيز)
لما تريد أن تبلغه. ولكن
كيف توّطر الصيغة كي
تجعل الحياة تدب في
الفكرة؟ سيساعدك هذا
الفصل في رسم صورة
مشرقة وجذابة (من
أجل جمهورك).

«كلمات! كلمات! كلمات! سمّمت من الكلمات!»
هكذا غنّت شخصية إليزا دوليتل في سيدتي
الجميلة (ماي فير ليدي)، الاقتباس الموسيقي لـ
لينر ولوي عن قصة بيغمليون، حيث حوّل أستاذُ
غنيّ فتاةً صغيرةً إلى سيّدةٍ من طبقة راقية. كانت
إليزا متعبة من كيفية حديث الناس باستمرار
عنها: وعن والدها، وعن الأستاذ الذي حاول أن
يغيّرهما، والآن عن فريدي، الرجل الذي اعترف
بشغفه بها. وعندما غنّت لـ فريدي، قالت:

«لا تحدثنني عن النجوم الملتهبة في الأعلى؛
فإن كنت مغرماً بي، أرني ذلك!»

نحن نفهم إحباطها. فالإفراط في
المعلومات الذي شرحناه في الفصل الأوّل
(1) قد أوجد تحدياً آخر لأولئك الأشخاص
الذين يحاولون التواصل: لقد جعل الحديث -
واستخدام الكلمات- أمراً مبتذلاً (وكما غنّت
إليزا: «قل كلمة واحدة أخرى وسأصرخ!»).

في عالم يكون فيه ابتكاركم هائل من المعاني
ونقلها سهلاً، تفقد الكلمات تفردها وتصبح
كتلاً فاقدةً للمعنى وغير جديرة بالذكر.

وللشرح، إليكم هنا تشبيهاً. إنه يوم بارد
من كانون الأوَّل (ديسمبر) في جبال البركشير
من خليج ماساتشُستِ الغربي، ويحمل النسيم
رائحة الثلج الخفية، والواضحة مع ذلك.
فتقف في كنف السكون للحظة، ثم تشعر فجأة
بشيء يهمس مداعباً وجنتيك. فترفع رأسك
إلى السماء لتشهد بداية أوَّل سقوط الثلج في
هذا الفصل. وتلتقط قطرة ثلجٍ على قفَّازك،
فتنظر إلى شكلها المخرم وتتساءل: هل صحيح
أنه لا توجد منها اثنتان متشابهتان؟

ولكن في لحظات قليلة، تحوَّلت العاصفة
إلى رياح ثلجيةٍ شديدة. ومع ترسُّب الثلج
بمعدل إنشٍ أو اثنين في الساعة، غُطِّي الطريق
على الفور بالثلج، وقد أخفيت معالم الطريق
باللون الأبيض. وبعد بضع ساعات لن تكون
مبتهجاً أبداً لجمال العاصفة- إنما عوضاً
من ذلك، ستتساءل إن كنت ستستطيع العودة
إلى بوسطن في هذه العاصفة الثلجية. لقد
فهمت التشبيه:

الكلمات تشبه الثلج. فكلمة واحدة رائعة،
المقدار المعتدل جميل، إلا أن الكلام الكثير
يكون فوضى بيضاء كبيرة.

ومع قدوم شهر آذار، بعد 85 إنش من الثلج، قد
زالت البدعة تماماً - فأنت لا ترغب في شيء أكثر
من رغبتك في أن يتوقف تساقط الثلج في الحال.

وبوصفك شخصاً يريد أن يجذب انتباه
الناس، كيف تتعامل مع حقيقة تحول الكلمات إلى
سلعة؟ لقد تحدثنا للتو عن أهمية إبقاء رسالتك
مركزة. ونضيف إلى ذلك الآن: أنك بحاجة إلى
جعلها (إلى حد كبير) ملموسة أيضاً. لا أن تكون
رسالة مفاهيم مجردة وغامضة. فلا تقطعها.
وليس بإمكانك الاعتماد على مستمعك لربط
الكلمات، لأنهم لن يفعلوا ذلك.

لشرح معنى كلامنا، نعود أولاً إلى
كريستوفر لوك، وهو مؤلف كل من «كلوترين
مانيفستو»، «غونز ماركيتينغ»، «ذ بومباست
ترانسكريببتس». إذا أردت إنساناً ذا خبرة
فكرية واسعة، فالسيد لوك هو ضانتك
المنشودة- أفكاره تجعلك تفكر. وإحدى
الأشياء التي يجعلك تفكر فيها هو مدى عدم
جدوى أن تكون غامضاً.

► مجردة وغامضة.
فلا تقطعها.

في كتابه «غونز ماركيتينغ»، أخذ السيد لوك على عاتقه بلوغ مصطلح مستخدمٍ دوماً في التسويق: «العرض الثمين»، أو حتى تعريفه.

كتب السيد لوك: «يبدو أن الأعمال التجارية عموماً والتسويق خاصة تفترض أننا نعرف معاني ما يقذفون به من مصطلحات تموضع مثل: قيمة، وعلاقة تجارية، واتخاذ موضع ويوازنون بين الغشاوة الناتجة عن الأفكار الغامضة وبين شيءٍ ربما نهتم به في الواقع».

الحقيقة هي أن معظم الناس لا يعرفون معنى هذه الأشياء؛ وإذا سألت عشرة أشخاص، يظنون أن باستطاعتهم تعريف المفاهيم، فستحصل على عشرة شروحات مختلفة.

عقل وعاطفة :

حتى إذا كنت لم تقرأ رواية لـ جين أوستن، فلا بد أنك رأيت فيلماً عن إحدى رواياتها (فالشباب يفكرون فقط في «موعدٍ لفيلم»).

براييد آند بريجادايس، ومانسفيلد بارك، وإيمًا، وغيرها كلها تصوّر حقبة تعود إلى أمدٍ بعيد قبل العصر الحديث. زمن ليس فيه كهرباء، أو هواتف، أو مقاهي ستاربكس التي تتوافر فيها أجهزة اتصالات لاسلكية. وكانت الأعداد الكبيرة من وسائل الترفيه المؤلفة من الكتب

والمطبوعات الأخرى، والرسائل بواسطة البريد هي الطريقة الوحيدة للاتصال مع شخص ما بعيداً جداً.

كان عليك أن تخرج ورقة، وتكتب بيدك مستخدماً قلماً مكوناً من ريشة، ثم تضع الورقة في ظرف، وترسلها بالبريد، ثم تنتظر أسبوعاً، أو شهراً، أو أكثر من ذلك كي يصلك الجواب.

وفي النتيجة، كانت الكلمات ثمينة. كانت تُنتقى بعناية. دون مفتاح للحذف، ودون «تعقب التغييرات وقبولها»، ودون «شطب وعودة إلى الوراء»، فيجب أن تكون قد فكرت ملياً فيما أردت كتابته قبل وضعك القلم على الورقة.

وعندما كانت تُسلم الرسائل، كانت تعامل بطريقة مختلفة - كان يتم تأملها وقراءتها بصوت مرتفع، وتعاد قراءتها لتذوق معناها. تلك كانت أيام الكلمة.

المشكلة ليست محددة بمصطلحات التسويق. ما الذي تمثله فعلياً أي كلمة طنانة - الجودة، أو الابتكار، أو فاعلية التكاليف، أو التطور، أو خدمة الزبائن -؟ فكلها تؤلف مجموعة من الكلام المبهم؛ أفكاراً مجردة لا يمكنك الوصول إليها. معظمها كلمات طويلة، لذلك تبدو مهمة، إلا أنك لا تستطيع لمس أي من هذه المفاهيم أو رؤيته أو شممه أو الاستماع إليه.

«الكلام المبهم هو الخدعة المحكية
المتوافرة التي تجعل القبعة القديمة
تبدو مطابقة للموضة من جديد؛ إنه
يضيف مسحة من الجودة... لأفكار ستبدو
سطحية، أو تافهة، أو طائشة، أو خاطئة
إن هي عرضت بطريقة مباشرة».

ديفيد ليمن، ناقد ومحرف للشعر الأمريكي.

إن فهمي لما يمكن أن تعنيه «الجودة» قد يكون مماثلاً لمعتدل وأزرق، في حين يماثل فهمك لمُتقن، وقوي، وأبيض.

الوصف الوافر

يقول كريستوفر لوك: ما يجب أن يؤول إليه هذا الاستنتاج كمله هو شيءٌ يسمى «الوصف الوافر». وقد كان هذا المصطلح الذي استخدمه كليفوردي غيرتز، وهو عالم الأنثروبولوجيا في سبعينيات القرن العشرين، ليعالج تحدياً واجهه عندما حاول الكتابة عن المجتمعات التي درسها.

عندما حاول السيد غيرتز أن يفكر بهدوء ويقدم صورةً كبيرةً تصف ما رآه، حدث أمران:

الأول، لم يكن الوصف مقنعاً لأنه كان مفهوماً - فأنت لم تكن مهتماً بالمجتمع الذي تدرسه، لأنك لم تستطع وصفه.

والثاني، أن تلك الأوصاف العامة حملت أيضاً تحيزاً عالم الأنثروبولوجيا وميوله، لأن المفاهيم (والكلام المبهم) هي غالباً ما تكون مسألة إصدار أحكام. («الجودة» يجب أن تكون شيئاً جيداً، صحيح؟).

وليعالج المشكلة، اكتشف السيد غيرتز أنه كلما كان دقيقاً وأكثر تحديداً، كان أكثر قدرةً على أن يبعث الحيوية في سكان جزيرة جاوه أو سكان المغرب - وقضي على مشكلات التحيز. وأصبح كل شيء أكثر واقعية وأكثر فورية وأكثر صحةً.

ولكي يشرح، روى السيد غيرتز، في كتابه «تفسير الثقافة»، قصة عن صاحب متجر يهودي سرق من قبل مجموعة استأجرها شيخ قبيلة في المغرب الاستعماري عام 1916. ولأن الفرق الفرنسية المسؤولة لم تعمل على القضية («يا إلهي! لا نريد أن نتدخل»)، استأجر صاحب المتجر قوة محلية لتسرق غنم الشيخ مقابل ما خسره.

وعندما اكتُشف أن صاحب المتجر هو الذي يقف وراء عملية السرقة، لم يقتله الشيخ، وإنما استمع إلى ادعاء صاحب المتجر الذي دفعه إلى استئجار القوة ووافق على أنه من حق صاحب المتجر أن يأخذ 500 خروف فقط في المقابل.

تقدم القصة وصفاً «أوفر» وأدقّ لما كانت عليه الثقافة في المغرب الاستعماري - كيف فقدت مصطلحات مثل العدالة والثواب والعقاب قوتها - من مجرد استخدام المصطلحات ذاتها.

جاء فيما كتبه السيد غيرتز «حقائق صغيرة تتحدث عن قضايا كبيرة، لأنها وجدت لذلك». وكما شرح كريستوفر لوك: «مع أن الوصف الوافر يبدو مربكاً، فإنه غالباً ما يكون أقرب إلى ما يحدث في الواقع من «الوصف الدقيق» - وهو نوع من الأفكار المجردة الواضحة والموجزة التي تبدو معقولة تماماً، ولكنها تشوّه الواقع كلياً».

ألماس في التفاصيل:

كانت الروائية الكندية كارول شيلدس (1935 - 2003) بارعة ومتضلعة بإضفاء الحيوية على الشخصيات باستخدام التفاصيل. رواياتها العشر (حازت إحداها وهي، دَ ستون دياري، جائزة بوليتزر للقصة)، وثلاث مجموعات من القصص، وثلاثة مجلدات من الشعر استخدمت فيها جميعاً أوصافاً من الحياة المنزلية لتساعد القراء على تخيل العالم الذي ابتكرته السيدة شيلدس تخيلاً مفعماً بالحيوية.

كما كتبت عام 1998: «أردت ورقاً للجدران في رواياتي، وزبادي الحبوب بالحليب (السيريال)، والخزائن، وأقربائي، والحفلات، والانتخابات المحلية، والرشح، والتشنجات، والصحف، وتخلت عن القول المأثور لـ تشيكوف الذي يقول: إذا كانت هناك بندقية فوق الموقد ينبغي أن تستخدم قبل نهاية القصة. يمكن أن تعلق البندقية فوق الموقد لأسباب أخرى لا تعد ولا تحصى؛ من أجل أن تعطي الجو صفة مميزة، وتعلق على صاحب المنزل، وتشعل معنىً بوجودها، لا بذخيرتها».

35,000 قدم؛

إنه مسرى طيرانٍ مترابط. تسلك الطائرات، القادمة من كاليفورنيا وتشيكاجو ومناطق أخرى في الغرب، المسلك ذاته دوماً عندما تطير إلى مطار ولاية أركنساس الجديد: فهي تندفع إليه من الشمال، عبر الريف البرتقالي لولاية نيويورك، ثم تتجه نحو الأسفل عبر شمال نيوجيرسي إلى مهبط الطائرات رقم آر 22 أو إل 22.

يعني ذلك أن الطائرات تطير مباشرةً فوق مدينة نيو جيرسي التي تسكن فيها أليسون. يمكنك أن تراها عاليةً في السماء، وواضحةً عندما تهبط حيث تتعطف جنوباً استعداداً للهبوط على مدرج المطار.

ولكن من المقعد المجاور للنافذة في الطائرة، حتى عندما تنتبه بشدة، يصعب عليك أن تُميِّز أي شيء محدد على الأرض. تعرف أليسون المنطقة جيداً -وقد عاشت هنا كل حياتها تقريباً- ويمكنها أن تخبرك عن كل الأمكنة تقريباً. (وإذا كان الأمر يتضمن سرداً لتفاصيل خاصة: «في الخارج على المجرى 17، يقع كارت أند باريل جنوب هوم ديوت، الذي يقع في الجهة الأخرى من الطريق العام مقابل هوم غودس، الذي...»).

إلا أنها جميعها تبدو مختلفة من الطائرة. إذ لا توجد نقطة دالة. إنما سطح واحد مستوٍ -مستودع أو مخزن كبير- يبدو كأبي سطح مستوٍ آخر. وتخفي الأشجار كل المعالم. وتصبح الطرقات متشابهة، في حين أن كل ما تستطيع رؤيته هو أسفلت أذكى اللون والخط الأصفر المشع في الوسط.

يقول الطيار: «لقد بدأنا الهبوط التدريجي...» فتحدّق إلى الأسفل متفائلاً، إلا أن العالم الذي تعرفه فعلاً لا يمكن تمييزه من ارتفاع قدره 35,000، أو 25,000

أو 10,000 قدم فوق سطح الأرض. نحن نعتمد كثيراً على التفاصيل حيث إن رؤية عين الطائر (عين الطائرة؟) هي مفهومة لنا جداً كي نحصل فعلياً على خطة سيرنا، بغض النظر عن مدى معرفتنا التضاريس على نحو جيد.

إن التواصل المفهومي الغامض أو ذلك المحمل بلغة مضطربة وغير مفهومة هو مثل ذلك تماماً. نحن نعرف أنه توجد رسالة في مكان ما، تماماً كما نعرف وجود حقل ناءٍ مع بحيرات منعزلة وحقول لا تعدُّ ولا تحصى للعب السوكر (ضرب من كرة القدم) هناك في الأسفل، إلا أننا لا نستطيع أن نراها. فنحن سنبذل جهداً بضع دقائق. ثم نشعر بالملل والتعب ونتوقف عن المحاولة.

إنه محق. أيهما أكثر فاعليةً، قصة صاحب المتجر والغنم، أو عبارة طويلة تشير إلى أن «العدالة في شمالي إفريقيا كانت متقلبة»؟ الأفكار المجردة لا تجذب الناس - إنها تبتكر حاجزاً يجعل جمهورك ينقطع عن الاستماع إليك لعدم وجود شيء مقنع يلفت الانتباه. فكلمات ضخمة مثل متقلبة هي كلمات غامضة ومنفرة.

لنكن دقيقين

▶▶ ابتكر تواصلًا يستطيع جمهورك أن يراه، ويسمعه، ويشمه، ويتذوقه، ويلمسه.

إن مفهوم الوصف الوافر يبدو مثيراً للاهتمام ولكن كيف تطبقه في عملك؟ ابدأ بإشراك الحواس؛ ابتكر تواصلًا يستطيع جمهورك أن يراه، ويسمعه، ويشمه، ويتذوقه، ويلمسه.

هل أحلامك ملونة؟ أو هل تتذكر أحلامك على الإطلاق؟ سواء أكنت قادراً على تذكر أحلامك كي تحللها مع معالجك النفسي أم لا، فالحقيقة هي أننا جميعاً نملك أجهزة بث متعددة الإرسال في آن معاً في أدمغتنا، جاهزة لتعرض الأفلام 7/24 - عندما نكون نائمين، طبعاً، أو عندما نكون واعين تماماً.

فكر في فيلمك المفضل. (فيما يخص بول، هو فيلم عرض عام 1988 بعنوان داي هارد لنجمه بروس ويلس). والآن أغمض عينيك وحاول أن تتصور مشهداً من ذلك الفيلم المحبب إليك. أليس الأمر مثل عرض فيلم على شريط مصور DVD؟ ألا يمكنك أن تتذكر كل شيء تقريباً على وجه الدقة: مكان وزمان الفيلم؟ تعابير الشخصيات؟ الحوار (أو في حالة فيلم داي هارد قلة الحوار؟) ما الذي حدث أولاً، وبعده، وبعد ذلك؟

إن هذه القدرة على عرض الأفلام في دماغك ليست صالحةً فقط في الأفلام الفعلية، وإنما أيضاً على صعيد الذكريات المباشرة...؟

أو إن كنت من معجبي فريق رد سوكس، فهل تتذكر المرحلة الأخيرة من المباراة الرابعة في دوري العالم عام 2004، عندما فاز فريق السوكس بمباراتهم الأولى منذ عام 1918؟ أو الوقت الذي جرت فيه هبوط الطائرة؟

ودماغك مدهش «أستطيع تصوُّرها» فالتخيل لا يطبق فقط على الرؤية والسمع، وإنما على الحواس الخمس كلها. فأنت تستطيع، في لحظة، أن تتذكر تذكراً مفعماً بالحيوية عبق رائحة ليمون كان يعصر أو رائحة فوشار كان يفرقع أو طعم بيتزا البيبروني أو العلكة الفقاعية، أو الشعور الناتج عن حك أصابعك بورق الزجاج أو فنجان ثلج على رقبتك الساخنة.

الفكرة هي أن الكائنات البشرية ربما لديها دماغ متطور، إلا أننا مرتبطون بأحاسيسنا، فننجذب انجذاباً لا يقاوم إلى ما نستطيع رؤيته، أو سماعه، أو شممه، أو تذوقه، أو لمسه. ويمكنك أن توظف هذه الظاهرة لمنفعتك في التواصل، لتجذب جمهورك وتلفت انتباههم.

اضرب على الوتر الحساس:

في فيلم هارد، لعب بروس ويلس دور ما كلان، وهو أحد أفراد شرطة الطرق العامة في مدينة نيويورك. سافر إلى لوس أنجلوس في ليلة الميلاد ليقابل (أملاً أن يُصلح الخلاف معها) زوجته المنفصلة عنه (بوني بيديليا) في حفلة عيد الميلاد التي تقيمها شركتها، في برج للمكاتب.

وعندما صعد الطائرة، قرر جون أن يُجرب فكرةً مفيدةً قد سمع بها عن التغلب على حالة ضعف التوازن التي تصيب الناس في الطائرة:

فخلع حذاءه وبدأ «يثني» أصابع قدمه. ولسوء الحظ، في منتصف تمرينه قاطعته مجموعة من الإرهابيين الألمان يحاولون سرقة ذهب تبلغ قيمته مئات الملايين من الدولارات. وكان على جون ماك أن يهزم الإرهابيين ويحرر الرهائن - وكان عليه القيام بذلك حافي القدمين، ودون أي سلاح أو مساعدة. في المشهد المفضل لدى بول، كان الإرهابيون يطاردون جون، ويحاولون قتله، ثم حشروه في غرفة للحاسوب ذات جدران زجاجية. وأطلقوا عليه عدداً من رصاص ذخيرتهم، محطمين الزجاج وقد بعثروه في كل مكان. وكانت الطريقة الوحيدة لهرب جون هي أن يمشي عبر الزجاج المكسّر.

في حين قد لا يتفق نقاد الأفلام مع بول على ما تمثل أفلام السينما ذات المغزى فنياً، إلا أنهم لا يستطيعون أن يُنكروا أن المشهد السابق قد ضرب الوتر الحساس لدى الجمهور. (أوش).

الإعلانات التجارية عن الأجهزة الأتوماتيكية:

إذا كان هناك من يفهم إلى أي مدى يمكن للدقة أن تجذب الجمهور (وأكثر أهمية من ذلك، أن تبيع المنتجات) فهم الأشخاص الذين يُتجنون الإعلانات التلفزيونية. والأسرة الحاكمة لهذا «الكلام» - يبيعون منتجات جديدة تشعر بأنه عليك شراؤها - هي أسرة بويل، الذين بدؤوا ببيع سلعهم في ثلاثينيات القرن العشرين وقدموا للعالم نماذج مثل:

● أدوات تقطيع الطعام بسهولة: «سكاكين، وأدوات تقطيع أخرى تقطع الأطعمة كافة بضربة واحدة!»

● السيد الميكروفون: «ضع صوتك على إذاعة FM!».

● مشواة شوتاييم: «اقطع الدهون.... على نحو طبيعي!».

وسليل هذه الأسرة الحاكمة هورون بويل، الذي اعتمد على إرث والده بائع الإعلانات في تأسيس شركة تُدعى رونكو أنتجت ما يزيد على ملياري دولار في المبيعات في أربعة عقود. وقد ابتكر رون بيل (المشهور بعبارة: «ولكن انتظروا! فهناك أكثر!») الإعلان التجاري الذي يظهر محاسن السلع أساساً: نعم، يدبج الشخص الكلام (والكلام والكلام) عن المنتج، ولكن أهمية الكلام هي بقدر أهمية إظهار كل تفصيل عمماً يقوم به المنتج.

ونقدم هنا مقطعاً من إعلان تجاري عام 1956 لمنتج يسمّى قاطعة أتوماتيكية (من «ولكن انتظروا! فهناك أكثر» من قبل تيموثي سامويلسون):

«لتقطيع الكرفس، ضع الكرفس في الوعاء - بضع نقرات- وينتهي عمالك في التقطيع، والكرفس مُقطع أخيراً». (يتم إظهار الكرفس قبل التقطيع وبعده).

«لتحضير فطائر البطاطا الشهية، ضع البطاطا في أسفل الآلة - بضع نقرات- وبضع ثوانٍ - لن تتفكك فطائر البطاطا تلك، ولن تكون بلا طعم

ومطاطة كما يحدث عندما تبشرها أنت». (بدأ صاحب الدعوة بكومة من البطاطا وانتهى ببطائر بطاطا حارة. يا ولد، هل تبدو جيدة).

«سأعرض الخاصية المتوجّبة لهذه الآلة الجديدة الرائعة، الآن، قد أصبح بإمكانك أن تقطع ثلاث أو أربع قطع كاملة من البصل في وقت واحد. وهنا يمكن أن توفر الآلة القاطعة الأتوماتيكية الوقت والجهد ليديك وعينيك. فأنت تقطع ذلك البصل بأسلوب ناعم جداً، وجميع بصلك مقطّع تماماً دون ذرف دمعة واحدة».

«ولكن انتظروا! فهناك أكثر! جائزة خاصة، ستحصل دون كلفة إضافية على كتاب قيّم لوصفات تحضير الطعام يتضمّن خمسين وصفة سرية لتحضير الطعام وضعها أشهر الطهاة في العالم».

كيف يمكننا المقاومة؟ دعونا نطلب قبل منتصف الليل كي لا ننسى.

واليكم هنا مثال. عندما أُسست مجلة فورتشن عام 1930، كتب الناشر فيها هنري روبنسون لوس أن مهمة الإصدارات الجديدة ستكون وصف الأعمال التجارية الحديثة «بدقة، وحيوية، وواقعية»- وبتعبير آخر، أن تجعل الأعمال التجارية مفعمة بالحيوية بحيث يمكنك أن تلمسها، وتشعر بها، وتختبرها. وفي مقالة نشرت عام 1935 عن صاحب الشخصية الجذابة في الصحيفة ويليام راندولف هارست، كاتب القصة المكرسة لتلك المهمة. بدلاً من ذكر وقائع بسيطة حول اتساع خطوط أعمال شركة هارست وإيرادها وأرباحها، جعلت المقالة السيد هارست ملموساً:

تصوّر غرفة في كاليفورنيا. وفي وسط الغرفة الكبيرة يجلس رجل ضخّم على مقعد ضخّم. له وجه طويل كالحصان، ورقبة ملتزّة، وعظام كبيرة غير ملائمة، وعندما يلتفت لينظر إليك تخرق عيناه الزرقاوان الشاخصتان نفسك. وعلى السجّادة التي لا تقدر بثمن تحت قدميه تنتشر ست صحف تساوي قيمتها مجتمعة ما بين اثني عشر سنتاً إلى ثمانية عشر سنتاً... يؤشّر الرجل الطاعن في السن -يبلغ من العمر اثنين وسبعين عاماً- عليها بقلم أسود كبير يمسك به. وينحني بين حين وآخر ليضع علامة سوداء غامضة عليها (الصحف).

التفاصيل مضغمة بالحويّة لجعلك تُنقل بعد 75 سنة من حدوثها إلى تلك الغرفة في كاليفورنيا، حيث يضع الرجل الضخّم علامات على صحفه. وقد أُثير اهتمامك بما يكفي لتبقى مع القصة وتتعلم أكثر.

سخر تفاصيل معينة لخدمة مصلحتك

إلا أنك تُفكّر: أنا لا أكتب لمحة عن حياة ويليام راندولف هارست أو أبيع أدوات لتقطيع الطعام بسهولة - أنا مدير متواضع أحاول تبليغ

موضوعات بسيطة (وأحياناً مملة). فكيف
أستخدم الوصف ليثير إعجاب جمهوري؟

ابدأ بالنظر إلى نمط تواصلك الحالي وحدد
طرقاً تستطيع أن تجعل بواسطتها تواصلك أقل
استخداماً للمفاهيم وأكثر دقة. على سبيل
المثال، لدى شركة أيسون رسالة إخبارية
إلكترونية تدعى «أفكاراً ذكية» تُرسلها إلى زبائن
فعليين، وآخرين محتملين كل أسبوعين. وتقدم
الرسالة الإخبارية «أخباراً يمكن استخدامها»
- اقتراحات ونصائح يستطيع الزبائن العمل
بها لتطوير أدائهم على صعيد التواصل.

صُمِّم إصدار حديث من الأفكار الذكية
[www.davisandco.com/resources/samples/
smarttips.htm](http://www.davisandco.com/resources/samples/smarttips.htm) ليعالج تحدي تبليغ قضايا
الموارد البشرية للموظفين. وهنا توجد المُسودة
الأولى للمقطع الرئيس:

**استخدام أدوات اتصال الموارد البشرية في
الأمر التي يؤديونها على أفضل وجه**

كيف يستطيع المحترفون في الموارد البشرية والمتحاورون
الذين يدعمونهم أن يضمنوا تلبية احتياجات موظفي
الموارد البشرية من المعلومات؟ الخطوة الأولى هي أن

حدّد طرقاً تكون فيها أقلّ
مفهوميّة وأكثر دقة. ◀◀

تعامل الموظفين على أنهم مستهلكون لاتصالك، وتحدّد كيف تتصل بكل قطاع من قطاعات القوة العاملة لديك وتستخدمه استخداماً مجدياً. بقدر ما تعرف أكثر عمّا يجذب مستمعيك، ستنجح في استخدام أدوات اتصال الموارد البشرية في الأمور التي يؤدونها على أفضل وجه.

ليس رديئاً، ولكنه ضعيف قليلاً - مفهومي جداً ومجرد، ويترجّح على حافة الكلام المبهم. ولكن ماذا لو أمعنا في التركيز أكثر قليلاً وأضفنا وصفاً أكثر دقّة وحيوية عما يحدث عندما يتعطل تواصل قسم الموارد البشرية؟ إليكم هنا المسوّدة الثانية (انظر الصفحة الآتية).

استخدام أدوات اتصال الموارد البشرية في الأمور التي يؤديها على أفضل وجه

كيف يستطيع محترفو الموارد البشرية أن يضمنوا أنّ الموظفين سيطلعون على المعلومات التي زوّدهم بها؟ في العالم المثلث بالمعلومات اليوم، فإن مواد الموارد البشرية قد تضع ضمن مجموعة الأشياء المختلطة وغير المنظمة: مدفونة في كمّ هائل من رسائل البريد الإلكتروني، وموضوعة في مكان خاطئ في شبكة داخلية مزدحمة، ومُلقاة جانباً مع النفايات البريدية اليومية. إن الخطوة الأولى لحل هذه المشكلة هي أن تفهم الأمور التي يفضلها موظفوك على صعيد التواصل. وإليك الطريقة هنا.

كانت الفكرة أن نجعل المستمعين يتصورون
«الضياح في مجموعة الأشياء المختلطة وغير
المنظمة: مدفونة في كم هائل من البريد
الإلكتروني... وملقاة جانباً مع النفايات
البريدية اليومية». ألا تستطيع أن تراها؟

← التَّبَصُّر (5):

مبالغة مفرطة

تحذير: يمكن أن تكون مفرطاً في الوصف.
وتحاول جاهداً أن تخبر قصة ما. وفي
الواقع، على الرغم من أن استعمال قليل من
المنكهات يعد أمراً مفيداً، إلا أن الإفراط في
استخدامها يمكن أن يؤدي إلى حالة سيئة من
عسر الهضم.

وعلى سبيل المثال، ليكن إدوارد جورج بولير
- ليتون درساً لك. في عام 1830، كان السيد
ليتون حينها كاتباً مبتدئاً قرّر أن يبتكر روايةً
تدعى بول كليفوردي. وقد أراد على الأرجح أن
يمسك بالقارئ من طيات صدر سترته (أو
مهما يكن ما يرتدونه في تلك الأيام) ويجذبه
بقوة إلى القصة؛ والأهم، فكيف بإمكانك أن
تفسّر الجملة الأولى الآتية؟

كانت ليلة مظلمة وعاصفة؛ وكان المطر ينهمر غزيراً مدراراً - خلا فواصل زمنية كانت الريح تعصف فيها عصفاً عنيفاً فتكنس الشوارع (فأحداث مشهدنا تجري في لندن)، متحركةً بسرعة فوق أسطح المنازل، وهي تخضُّ بعنف الضوء الخافت للمصابيح التي تصارع الظلمة.

عبارات مطّاطة، أليست كذلك؟ برغم أنك قد تكون ميالاً إلى الإقرار بحقيقة كون الكتابة ذات تأنيقٍ بلاغي أكثر في القرن التاسع عشر، إلا أن السيد ليتون، في الواقع، قد انتقد من قبل النقاد المعاصرين لكتابته بأسلوبٍ كان «مهجوراً»: كثير من الصفات المفعمة بالحيوية. وفي أي حال، شيء في تلك العبارة الأولى قد ضرب على الوتر الحساس، فجاءت عبارة «كانت ليلةً مظلمة وعاصفة» - لتشخص الكتابة، والسينما فيما بعد - وتلك تتربع فوق القمة على نحو واضح. وفي منتصف القرن العشرين، بلغت عبارة «ليلة مظلمة وعاصفة» أوجها عندما احتاج الرّسام الكاريكاتوري تشارلز سكوتز (ربما تكون قد سمعت في

مسلسل هزلي قصير عن المسمى بينوتس)
أن يعطي شخصية سنوبي عملاً جديداً. فقد
حان الوقت كي يصبح كلب الصيد الصغير
قصير القوائم كاتباً روائياً. لم يكن سنوبي
كاتباً جيداً، إلا أنه كان يمتلك نوعاً من حيوية
الكلاب ونشاطها:

كانت ليلة مظلمة وعاصفة. وفجأة،
هدر صوت طلق ناري! وأغلق بابٌ بعنفٍ،
وصرخت الخادمة.

وفجأة، ظهر مركب للقراصنة في الأفق!
وفي حين كان ملايين من الناس يعانون
الجوع الشديد، كان الملك يعيش في رخاء.
وفي هذه الأثناء، كان هناك ولدٌ يشبُّ في
مزرعة صغيرة في كنساس.

ما الذي عليك القيام به بطريقة مختلفة :

✓ تجنب المفاهيم الغامضة والأفكار المجردة.

✓ اعمل على إثارة الحواس باستخدام أوصاف معينة لتساعد جمهورك
على الربط عن طريق الرؤية، والسمع، والشم، واللمس.

✓ لا تخش من جعل اتصالاتك أطول قليلاً (إن لم يكن من فعل ذلك
بد) كي تجعله ملموساً.

يقتنص «الوصف الوافر» معنىً
غنياً ومركباً وموظفاً في السياق عندما
يكون ملموساً ودقيقاً؛ الأمر الذي
يتمخض برسالة مغعمة بالحياة.

نتجه سريعاً إلى بداية ثمانينيات القرن العشرين، عندما كُلف طالبُ التخرج سكوت رايس بكتابة حلقة بحث عن كاتب روائي فيكتوري مغمور واختار السيد ليتون.

وبعد سنتين، قرّر السيد رايس، بوصفه أستاذاً للغة الإنكليزية في جامعة ولاية سان جوس، أن يعبر عن تقديره للسيد ليتون - وكل الكتاب الذين لا يستطيعون إيقاف تدفق الصفات - عبر إطلاق مسابقة سنوية للمقالات القصيرة الأولى على صعيد الغلو والمبالغة في الوصف. كانت الاستجابة مذهشة. خذ على سبيل المثال المادة الفائزة عام 2000، التي كتبتها سيراكيرك من فانكوفر في كولومبيا البريطانية:

مجموعة صغيرة من آلات النفخ الموسيقية الصاخبة بصورة مذهلة سابق بعضها بعضاً بتلهُفٍ إلى نهايات خياراتها الموسيقية المميزة الخاصة بكل منها عندما فتحت الأبواب لتطلق سيلاً من طبقة مسمرة مكونة من رصاصاتٍ غاضبة ذات صوتٍ حادٍ ومتقطعٍ استهدفت كاحلي ديسديمونا، مما جعلها تفكر مرةً أخرى (حيث ملأ

الدم حذاءها وشقت طريقها بصعوبة عبر
الحشد المذعور) في أن فكرة السباق السنوي
للكلاب البوميرانية في ولاية ليكتينستين
كانت فكرةً غبية.

أليس ذلك رائعاً؟ ولكن ما لم تكن
تريد الفوز في مسابقة بولير ليتون للأدب
الرّوائي، فلدينا نصيحة، يمكن أن تُلخص
في بضع كلمات:

رجاءً لا تجرّب ذلك في المنزل (أو في
المكتب، من أجل ذلك الموضوع).