



## اجعل تواصلك قصيراً ولطيفاً

الوقت المتاح قليل  
جداً، والاهتمام مشتت  
كثيراً - لا غرابة إذن  
في أن يكون جمهورك  
بحاجة إلى تواصل  
موجز ومختصر ومفيد  
وواضح. سيبين لك  
هذا الفصل كيف تبتكر  
تواصلًا من هذا القبيل؟

يجب أن يكون هذا بسيطاً سهل التطبيق، فنحن نطلب منك فقط أن تجعل مضمون رسالتك قصيراً وبسيطاً، قم بذلك، وسننتقل إلى الفصل اللاحق. ولكن الأسباب عديدة، يمثل الإيجاز تحدياً صعباً - والبساطة مشكلة معقدة. لماذا؟ لأن من سمات الطبيعة البشرية الرغبة في المشاركة في كل ما نعرفه على الإطلاق- ومن الأسهل لنا أن نشمل كل شيء عوضاً من التركيز على الموضوع المحدد الذي نريد تبليغه والتقيده به. (انظر في الفصل الرابع حول سبب أهمية وجود «فكرة راقية» واحدة).

وتزداد المشكلة سوءاً أكنت خبيراً في موضوع ما - أم كنت الشخص الذي يحاول مساعدة ذلك الخبير في تبليغ المعلومات. الخبراء على معرفة عميقة بعلمهم، ويظنون بأن المعلومات بسيطة، لذلك يريدون من الجميع مشاركتهم فيها. إلا أن أعضاء الجمهور يخافون من

ال فشل، ويفضلون البقاء خارج بحر المعلومات الذي يدفعهم الخبراء إليه على المجازفة في خوضه ومواجهة الفشل في فهم المعلومات.

إن القوى الموجودة - إذا كان بينهم أعضاء هيئة الإدارة والمحامون خاصة- تشعر بالرضا أكثر عند إدخال جميع الحقائق التي يمكن أن تسبب إرباكاً. ففي النهاية، الوضوح محفوف بالمخاطر، ثم إن إدراج كثير من الأحكام والتنصل من المسؤولية يكون أكثر أمناً (والسبب، إلى حد ما، هو أنه إن لم يستطع أحد فهم فظاعة ما نتحدث عنه، فإن احتمال قيامهم بتحديثه أو مقاضاته سيكون أقل).

إلا أن أياً من هذه الأسباب ليس ضاراً بقدر العدو الأسوأ للاتصال الجيد: الأنا. إذا كان شخص ما (نأمل ألا تكون أنت) متوثقاً من أنه ذو شخصية أسرة، فلماذا لا يرغب في مشاركة الآخرين في المعلومات كلها المتوافرة لديه؟ مهما بلغ اهتمامه، إلا أنه لا توجد طريقة يمكن أن تختصر ذكاءه في 200 أو 400 أو 4000 كلمة. من الذي يهتم بضيق وقت الجمهور؟ عليهم أن يتوقفوا عن أداء أي شيء يعملون عليه وأن ينتبهوا للحكم النفيسة التي يقدمها.

إذا كان نجاحك يعتمد على تبليغ رسالتك، فعليك أن تتخلص من قيود الإسهاب الزائد والتعقيد، وأن تبلّغها ببساطة.

### سهولة قراءة ما يكتب صديقك لك

إن الخطوة الأولى التي عليك القيام بها لتجعل رسالتك «قصيرة وجذابة» هي أن تتغلب على نفسك. فجمهورك لا يهتم هل دخلت الكلية أم لا - وإذا فعلت ذلك - فهو لا يهتم هل دخلت كلية أيضي ليغ، أو تخرّجت بامتياز فائق، أو حصلت على شهادة الماجستير أو شهادة الدكتوراه. إن حقيقة قراءتك روايات بروس بالفرنسية، وأشعار هوميروس (الشاعر ولا السيد سيمبسون) باليونانية كاملة، لا يؤثر فيهم مثقال ذرة. ربما تكون مفرداتك أعظم من مفردات ويليام إف. بوكلاي، ومكتبتك شاملة أكثر من مكتبة الكونغرس؛ ومع ذلك فإنهم لن يتجاوبوا معك.

اترك مستواك العلمي وأوراق اعتمادك جانبا، وبلّغ رسالتك بمستوى قراءة لا يزيد عن مستوى طلاب الصف السابع.

هل نحن جادون؟ نعم بالتأكيد. سنريك أن سهولة القراءة (السهولة التي يمكن أن

تُفهم بها وثيقة ما) هي أكثر من مجرد طريقة لقياس القدرة على القراءة والكتابة -إنها دليل لابتكار اتصال سهل ومباشر ومقنع.

## قدوتنا: توبي كيث

يوجد كثير من الاقتباسات المستقاة من أعلام الأدب، التي تتحدّث عن البساطة (سنورد اثنين منها على الأرجح قبل نهاية هذا الفصل)، إلا أننا نظن أن أفضل من تحدث عنه هو مغني الموسيقى الريفية توبي كيث، في أغنية لاقت نجاحاً كبيراً، وهي بعنوان «كلام أقل قليلاً وفعل أكثر كثيراً». بغرض الإيجاز، لم نقتبس القصيدة الغنائية برمّتها (كتب كلماتها كل من كيث هينتون وآلان ستيوارت)، إلا أن العنوان يخبرك بكل ما تحتاج إلى معرفته، فقد وجد البطل (توبي كيث) أنه يحظى بحياة مليئة (بالحب) بالكلام القليل، والعمل الكثير.

ولأن أفراد الجمهور يحملون تلك الصفات كاملةً، التي شرحناها في الكتاب -مشغولون، ومشتتو الذهن، ومضغوطون بالوقت، ومضطربون- فهم بحاجة إلى مستوى قراءة أقل (أي أبسط) مما سبق. إن السبب في هذا ليس أن الناس لا يعرفون معاني الكلمات أو لا يستطيعون فهم بنية جملة معقدة -وإنما لأنهم لا يريدون ذلك- اجعل الحياة سهلة لهم. فإذا فعلت ذلك، سينتبهون لك.

### تمهيد عن سهولة القراءة ومستوياتها

إذا أردت الاستمتاع بمشاهدة الأساتذة وهم يتشاجرون، ابحث عن «سهولة القراءة» و«اختبارات سهولة القراءة» (وتسمى أيضاً «اختبارات مستوى سهولة القراءة») في الصحف العلمية. يقسم بعض الخبراء أن بإمكانك استخدام معادلة حسابية لاختبار قابلية عينة من الكتابة للفهم، في حين يعتقد آخرون أن هذا ضرب من الكلام الفارغ ليس إلا.

نحن نؤمن بأن سهولة القراءة تكون ذات قيمة إذا استخدمتها بوصفها دليلاً وقائياً - نظام تحذير مبكّر - لا بوصفها قانوناً صارماً تتبعه صاغراً.

واليك هنا بعض الحقائق الرئيسية التي عليك الإلمام بها:

1- طُورت اختبارات سهولة القراءة المرة الأولى في العشرينيات من القرن العشرين بوصفها طريقة لتطوير كتب العلوم المدرسية، التي يجب أن تكون ملائمة لمستويات المراحل الدراسية المختلفة. وقد كانت الخطة التحقق أن المفردات وبنية الجمل في هذه الكتب لن تكون صعبة جداً على الطلاب الذين كانوا يتعلمون علم الأحياء أو الكيمياء.

2- تستخدم معظم اختبارات سهولة القراءة مستويات دقيقة لضبط عنصرين من عناصر الكتابة: صعوبة الكلمات (علم الدلالة) وصعوبة الجمل (علم النحو). (أجل، ذلك كلام سليم) هم لا يضبطون الجوانب الأخرى التي تؤثر في راحة القراء، مثل كيف تُنظَّم الأفكار أو كيف تُصاغ الكتابة، ولا يختبرون الفهم الفعلي. لأن اختبارات سهولة الكتابة ابتُكرت أولاً من أجل المدارس، وتحدّد «النتيجة» بواسطة مستوى الصف، بدلاً من العمر أو وحدات قياس أخرى.

### كيف يُصنّف الاتصال؟

يستطيع المواطن الأمريكي العادي أن يقرأ بمستوى الصف التاسع. ما يعنيه هذا، طبعاً، هو أنه ليس بالضرورة أن يرتبط مستوى القراءة بالخلفية الثقافية. ليس كل الذين هم في الصف السابع يستطيعون قراءة نص مخصص للصف السابع، وكثير من الزملاء الخريجين غير قادرين على قراءة نصوص بمستوى الصف الثاني عشر. ومع ذلك، فإن سهولة القراءة، عموماً، يحددها غالباً المستوى التعليمي للأفراد، وإلى أي مدى يقرؤون على أسس متطورة.

النقطة الجوهرية فيما يتعلق بسهولة القراءة هي الآتية: لتبلغ مستوى القراءة المحدد للصف السابع، عليك أن تستخدم كلمات بسيطة وجملاً قصيرة. وكى تجعل اتصالك سهل المنال، عليك أن تتحقق أن نبرة صوتك ودودة، وبنية جملك واضحة (انظر الفصل السابع)، وأنه ليس على الجمهور أن يعمل كي يجتاز الاتصال أو أن يفكر جاهداً في معناه.

مستوى القراءة	مثال
مستوى الصف الرابع	مسلسلات هزلية، قصص إرنست هيمنغواي
مستوى الصف السادس	قصص شعبية
مستوى الصف السابع	إعلانات و مواد تسويقية للمنتجات التي يشتريها المستهلكون
مستوى الصفين الثامن / التاسع	موجز القارئ
مستوى الصف العاشر	مدينة نيويورك

### هل مستوى الصف السابع متطور جداً؟

يحاول بول أن يبرهن على أن القراءة بمستوى الصف السادس والخامس والرابع هي أفضل من القراءة بمستوى الصف السابع. فهو ينطلق من أن الأسهل هو الأفضل دوماً. ولا عجب في أنه يرى ذلك: فهو الشخص الذي ضاهى هيمنغواي (وهو خريج في المعهد العالي، جاءت كتاباته بمستوى الصف الرابع). إلا أننا ننصحك، بدلاً من الدخول

في نقاش حول هذه الفكرة، أن تحلل جمهورك لتكتشف المستوى المناسب للمادة التي تبلغها.

نحن لا نقترح عليك أن تختبرهم فرداً فرداً؛ فمن الطبيعي أن يجعلهم ذلك مضطربين. إلا أنه بإمكانك أن تبني افتراضات مدروسة عن مدى استعداد الناس للقراءة، وقدرتهم على ذلك، اعتماداً على بيانات سكانية تشمل مستويات التعليم والعمل. إذا كان لديك جمهور متنوع، فهناك فرص جيدة لتكون مستويات القراءة متنوعة أيضاً - وهذا يظهر ضرورة التحقق أن مواردك سهلة المنال للجميع.

### قصير. بسيط. لطيف

كيف تحسّن اتصالك لتجعله سهل القراءة أكثر - سهل المنال وجذاباً أكثر؟ لدينا ثلاثة اقتراحات سهلة بمقدار سهولة الحروف الهجائية أ، ب، ت:

أ- أبقِ اتصالك قصيراً. استخدم كلمات قصيرة، مرتبة في جمل ومقاطع وفقرات موجزة (انظر الصفحة 145).

ب- اجعل اتصالك بسيطاً. اختصر رسالتك إلى جوهرها. فسّر واشرح كل شيء (انظر الفصل 5).

ت- كن لطيفاً. استخدم نبرة صوت ودودة؛ كن شخصاً مساعداً ومركّزاً على الجمهور. (انظر الفصل 3 وارجع أيضاً إلى الفصل 2 لمزيد من المعلومات عن تلبية احتياجات جمهورك).

### ضع اتصالاتك في مجال التجربة

اثان من أكثر اختبارات سهولة القراءة استخداماً في العالم -اختبار فليش لسهولة القراءة، واختبار فليش كينكيد للمستوى الابتدائي- متوافران في معظم نسخ برامج مايكروسوفت وورد، وبذلك تستطيع أن تقوم مستنداتك. وإليك هنا ما تفعله:

- 1- افتح مستنداتك على برنامج مايكروسوفت وورد.
- 2- تحت عنوان الأدوات، انقر على «اللفظ والقواعد».
- 3- في أسفل القائمة التي فُتحت، انقر على زر «خيارات».
- 4- تحت قائمة «القواعد»، تفحص صندوق «عرض إحصائيات سهولة القراءة».
- 5- الآن، استخدم خاصية التدقيق الإملائي/ القواعدي على النحو المعتاد، اقبل أو ارفض الكلمات المقترحة.
- 6- عندما ينهي برنامج الورد تدقيق مستنداتك، ستُفتح نافذة تزوّدك بإحصائيات سهولة القراءة.
- 7- لتفسير النتائج، انقر على عنوان قائمة «المساعدة»، وابحث عن مساعدة برنامج الورد من أجل «سهولة القراءة».

آ- ليكن ما تدلي به من معلومات مختصراً.  
أنت على الأرجح لا تملك الوقت لقراءة  
الصحيفة يوم السبت - ونحن عادةً كذلك،  
لا نقرأها- ولكن هذا يعني أن كلاً منا قد  
فاته قراءة مقالة رائعة في 17 تشرين الثاني/  
نوفمبر عام 2005، وهي بعنوان «الحاجة  
إلى السرعة»، بقلم دون أوكوين، الكاتب في  
صحيفة بوسطن غلوب. وتحدث المقالة عن  
الميل إلى الانحياز الشديد، حتى إذا كان الأمر  
يتعلق بموضوعات معقدة.

ولكونك مشغولاً جداً، سنساعدك في  
تلخيص هذه المقالة: إن الوقت المتوافر لدى  
الناس ليستوعبوا المعلومات قليل جداً، بحيث  
إن أنواع الاتصال جميعها تقريباً - من الكتب  
البحث الإذاعي إلى العناوين التي تلفت النظر  
قصة ما- تصبح أقصر (تابع معنا وسنقدم  
لك بعض الأمثلة).

معنى هذا، طبعاً، أنك إن كنت لا تزال  
تبتكر مضموناً طويلاً، فعليك أن تكف عن  
ذلك. إذ إن أحداً ليس لديه القابلية (ربما  
كلهم عدا كبار المديرين الذين يراجعون  
عملك) لقراءة ثلاث صفحات من البريد

الإلكتروني، أو صفحات مفصّلة في الشبكة، أو مقالات مطبوعة مؤلفة من 1,500 كلمة، ...إلخ. عليك ببساطة أن تختصر وتقتطع - أو تجازف بفقدان جمهورك كله.

ذكر السيد أوكوين عدداً من الأمثلة حول كيفية اختصار الاتصال. وإليك هنا ثلاثة أمثلة ذات أهمية خاصة:

- أصدر ناشر بريطاني أخيراً الإنجيل في مئة دقيقة، وهو إصدار يلخص الكتاب المقدس في كتاب ورقي الغلاف مكون من 64 صفحة.
- في عام 2004، العناوين المميزة الاعتيادية التي تظهر عبرها شبكات البث التلفزيونية مرشحي الرئاسة، قد تضاءلت مدة عرضها إلى ثماني ثوان.
- يستطيع مشجعو فريق ريدسوكس في بوسطن، الذين ليس لديهم كثير من الوقت، أن يشاهدوا مباراة مدتها ساعتان من كل لعبة - التي تحتوي على كثير من الإعلانات التجارية - ويعود الفضل في ذلك إلى شبكات البث التلفزيونية السلكية المحلية «إن إي إس إن» التي تبث عرضاً موجزاً في منتصف الليل أيام المباريات (وفقاً لـ إلياس

سبورتس بيورو، عام 2004، فقد كان متوسط زمن المباراة في الدوري الأمريكي يبلغ 2:46:55، وبلغ 2:47:20 في الدوري الوطني)، وذلك في حال شاهدت المباراة في وقتها الفعلي. لقد حُفِضَ الزمن ثلاث ساعات وسطياً، ويعود الفضل في ذلك إلى قيام اتحاد اللعبة بتسريع وتيرة المباراة (أماً في كسب مزيد من المعجبين).

● حتى الصحافة التابعة لكلية أوكسفورد قد اعترفت بأنه كلما كان الموضوع أقصر كان ذلك أفضل، وذلك بإصدارها سلسلة من الكتب تتحدث عن أحداث مهمة، مثل يوم اجتياح القوى المتحالفة لأوروبا الغربية في الحرب العالمية الثانية (6 أيار/مايو 1944)، وكل واحد منها مكون من أقل من 100 صفحة.

هل هذه نهاية معرفة القراءة والكتابة بالطريقة التي اعتدنا عليها؟ لا، فنحن نظن أن قصر الموضوع هو في الواقع أفضل. قال ليونارد سيتينهورن، وهو أستاذ في الاتصال في الكلية الأمريكية في واشنطن دي سي: «لا يجب أن يكون اتصالك طويلاً جداً كي تستطيع أن

تبلّغ أفكاراً مهمة ومشوّقة ومعقدة». وفي النهاية، يؤكد السيد سيتينهورن، أن أحد أعظم الخطابات في التاريخ كان خطاب غيتزبيرغ، الذي كان مكوناً من 272 كلمة فقط.

كيف تجعل رسالتك التي تنوي تبليغها سريعة؟

✓ احصر تركيزك في مفهوم واحد. (انظر الفصل الرابع) أجب عن السؤال: ما هو، بالتحديد، الشيء الذي أريد أن يعرفه/ يؤديه جمهوري؟

✓ ضع توجيهات دقيقة لتحديد الطول - وتقيّد بها. تتألف المقالة العادية في صحيفة يو إس إي توداي من 300 كلمة. وقد حصرت شركة بروكتر آند غامبل - شركة ضخمة لصناعة المنتجات الخاصة بالمستهلك - المفكرات في صفحة واحدة. وحدّدت أفضل المواقع الإلكترونية ما يتم تدوينه في الصفحات الأولى بـ 100 كلمة.

✓ اجعل جملك مباشرة وموجزة، ومقاطعك مجموعات سهلة التصفح مكوّنة فقط من بضع جمل. تذكّر: يمكن أن تتكوّن الجمل من كلمة واحدة (آخ!)، ويمكن أن تتكون المقاطع من جملة واحدة فقط.

## البالغون من العمر 18 عاماً، ووسائل الإعلام، وأنت.

إليك هنا سبب آخر كي تبقي زمن رسالتك مختصراً. تُدرَّب أنماط جديدة من وسائل الإعلام الناس على تلقي المعلومات بجهد قليل جداً. تشمل وسائل الإعلام الحديثة، طبعاً، مساعدات رقمية شخصية (مثل برامج بالمشي وبلاك بيري)، وجهاز إم بي ثري/ أي بود، ومحطات إذاعية عن طريق الأقمار الصناعية، وأجهزة فيديو تعرض برامج تلفزيونية مختارة، ومحطات إذاعية عن طريق شبكة الإنترنت.

معدلات رئيسة لاستخدام وسائل الإعلام الحديثة:

الاستخدام الحديث لوسائل الإعلام	الأعمار ما بين 24-18	الأعمار ما بين 34-25	الأعمار ما بين 54-35	الأعمار التي تزيد على 55 عاماً
الرسائل الفورية	79.8%	68.3%	58.1%	43.1%
الرسائل النصية	58.3%	46.1%	27.6%	8.3%
أجهزة إم بي ثري / أجهزة أي بود	45.3%	29.9%	17.5%	6.7%
محطات إذاعية عن طريق شبكة الإنترنت	44.4%	42.6%	33.0%	13.5%
الهواتف النقالة التي تنقل الصور	30.6%	21.5%	14.6%	8.3%
خواص الإخفاء أثناء الدردشة على الإنترنت	29.6%	21.7%	15.5%	11.1%

المراجع: بيغ ريسيرتش، 2005.

ليس هذا أمراً مفاجئاً، فالشباب هم الأكثر حرصاً على استخدام وسائل الإعلام الحديثة. قال جويلوتا، نائب رئيس بيغ ريسيرتش للبحث: «لقد استخدم الأفراد الذين تراوح أعمارهم بين 18-24 عاماً وسائل الإعلام الحديثة بسرعة أكثر من أولئك الذين ينتمون إلى فئات العمر الأخرى». «هم ليسوا فقط يستخدمون وسائل الإعلام أكثر، وإنما هي تؤثر فيهم أكثر... عندما يتعلق الأمر باتخاذ قرارات الشراء»

الفكرة الرئيسية: وسائل الإعلام الجديدة تستلزم أن يقتصر التواصل على عدد قليل جداً من الكلمات. مشاهد وأدوات صغيرة تتطلب منك أن تتطرق إلى موضوعك من فورك. لا غرابة في أن جيل الشباب الذين تراوح أعمارهم بين 18 - 24 سنة لا يتسامح مع المحتوى الطويل، وموقفهم هذا غير مرشح للتبدل عندما يتقدم بهم العمر - الذين تراوح أعمارهم اليوم بين 18 - 24 سنة سيكونون جمهورك عبر السنوات الخمسين القادمة.

✓ جُمْلٌ. تَدَكَّرْ: يمكن أن تتألف الجمل - كل منها - من كلمة واحدة. (أوتش!) ويمكن أن تتألف الفقرات - كل منها - من جملة واحدة .

✓ اختر كلمات قصيرة. اللغة الإنكليزية لغة غنية وممتازة، وتتيح لك كثيراً من الكلمات التي تستطيع أن تختار منها. جاء في كتاب: «اللغة الأم: الإنكليزية وكيف سلكت ذلك المسار» للكاتب بيل برايسون: «تعد الكلمات الإنكليزية شائعة الاستخدام في مجموعها 200,000 كلمة، أكثر من مجموع كلمات اللغة الألمانية (184,000)، وأكثر كثيراً من كلمات اللغة الفرنسية (التي تقتصر على 100,000 كلمة فقط).

لفتنا هي أيضاً حافظة تحوي مزيجاً: بسبب الطريقة التي احتلت بها في فجر تاريخها من قبل الرومان، والأجلوسكونيين، والإسكندينافيين، والنورمنديين، أتت الكلمات الإنكليزية من مجموعة متنوعة من الجذر.

بيد أن أكثر كلمات الإنكليزية بساطة هي ذات أصول أنجلوسكسونية - أولئك الناس

البسطاء، والمستقيمين، والمترفعين عن سفاسف الأمور. جاء فيما كتبه السيد برايسون: الكلمات ذات الأصول الأنجلوسكسونية التي بقيت حية هي «من بين أكثر كلمات الإنكليزية تجذراً مثل: رجل - زوجة - طفل - أخ - أخت - يعيش - يقاتل - يحب - يشرب - ينام - حصان هكذا».

(لاحظ أنها كلمات قصيرة أيضاً).

يعود نصف الكلمات المستخدمة، في أيامنا هذه، في أي نموذج كتابي (ما عدا إعلانات الشركات، والمستندات القانونية) إلى الأصل الأنجلوسكسوني. وكل كلمة من الكلمات المئة الأكثر شيوعاً في اللغة الإنكليزية هي ذات أصل أنجلوسكسوني.

كتب السيد بريسون: «لا زلنا إلى يومنا هذا، نفضل غريزياً استخدام العبارات القديمة ذات الأصل الأنجلوسكسوني»، لأن تلك الكلمات قصيرة وواضحة.

عندما تفضل كل المقاربات الأخرى: حرر ما كتبته قبل نشره

من الغريب أن يقدم الكتاب (الذين يحبون أن يكتروا من كتابة الكلمات) النصيحة الآتية، إلا أننا نشعر بأننا مجبرون على فعل ذلك (لأننا نتبع هذه النصيحة خاصة): بعد أن تستكمل كتابتك، اختصرها اختصاراً جوهرياً.

لو كان لديّ مزيد من الوقت، لكتبت لك

رسالة أقصر - مارك توين بالطبع

كان توين محقّقاً، فالطريقة الأساسية

لتحسين ما تكتبه - ليس فقط يجعله أقصر،

وإنما يجعله أيضاً أكثر تشويقاً، وتشويقاً،

وتسليّةً - هي أن تأخذ الوقت الكافي في كتابته.

### (رجاء لا تفعل) تزود بمزيد من الكلمات

نشرت ريدرز دايجست، مدة 60 عاماً، عموداً معتاداً بعنوان «تزود بمزيد من الكلمات»، تدعو القراء عبره إلى تحسين مفرداتهم بإجرائهم اختباراً ذاتياً لتعريف الكلمات عبر خيارات متعددة. الافتراض المقدم هنا، طبعاً، كلما عرفت كلمات أكثر، بت أفضل حالاً وأرسخ ثقةً وأكثر تمكناً وأرفع ثقافةً.

لقد كان عمود تزود بمزيد من الكلمات، الذي يصدر شهرياً، ناجحاً بحيث نتج عنه ملحقات مثل كتب، وألعاب في الشبكة، ومسابقة شعبية للطلاب تعتمد على لفظ أكبر عدد من الكلمات بطريقة صحيحة. لا يوجد أي خطأ في هذا (من الذي يرغب في أن يقلل من شأن التطور الشخصي، أو يستخف به، أو يحط من قدره، أو يقلل من شأنه، أو يذمه، أو ينتقص منه؟) إلا عندما يتعلق الأمر بلفت انتباه جمهورك. فأتت تعرف الكلمات التي تحتاجها كافة. قاوم الرغبة في استخدام الكلمات الطويلة كي تبدو مثقفاً أو واسع المعرفة (سنقدم لك واحدة من هذه الكلمات الآن) - قل فقط ما تعنيه، على نحو بسيط قدر المستطاع. سيشكرك جمهورك على هذا.

هذا عملٌ شاقٌّ، إذ عليك أن تكون أنت المنقح والمحرر لما تكتب، حتى إن كان لديك شخص يراجع كتاباتك. ما هو السبب؟ إن أفضل شخص يستطيع أن يحسن ما ابتكرته هو أنت. ولكن الطريقة الوحيدة للتحسين هي استثمار الوقت للقيام بذلك. وإليك هنا طريقتين:

1- بعد أن تظن أنك قد انتهيت، اذهب في نزهة قصيرة سيراً على الأقدام. تناول فنجان قهوة. إذا كان الوقت ضيقاً. حدق عبر النافذة لبضع ثوانٍ وفكر في أي شيء آخر غير الذي كتبتَه. فأنت بحاجة إلى صفاء الذهن قدر المستطاع. بتلك الطريقة عندما تعود -سواءً كان ذلك في 10 دقائق أم في اليوم اللاحق- إلى ما كتبتَه، ستكون قادراً على إيجاد أجزاء تحذفها بسهولة تامة.

(«بماذا كنت أفكر عندما كتبت هذا؟»)

«قضاء وقت أطول في الكتابة» يؤدي إلى كتابة أفضل.

2- ابدأ من المقدمة.

حسناً، لقد قرأت ما كتبتَه مرّةً أخرى، وحذفت بعض الأجزاء. الآن، انظر إلى ما

كتبته مرةً أخرى. ابدأ بالمقدمة. هل يمكن أن تجعل القراء يتابعون القراءة؛ هل هي جيدة بقدر ما ينبغي أن تكون؟ دعنا نعد إلى كيفية استهلالنا هذه الفقرة. كان بإمكاننا أن نكتب:

عَرَفَ مارك توين شيئاً ما عن الكتابة.

بعد ما يقارب 150 عاماً من تقديمه قصص هاك وتوم، وبيكي التي تدور حول ركوب الأمواج أسفل الأنهار، وكونيكتيكيوت يانكيز إن كينغ آرثرز كورت، ما زالت الكتابات التي أكسبت سامويل إل. كليمنز شهرةً موجودة. بذلك قد نكون راغبين في الانتباه للإعلامات الذكية التي خلفها. وربما «لا تكون أكثرها شهرة» قد قدمت على أنها أفكار مكتوبة، وإنما تلك التي أرسلها إلى صديق بوصفها ملحوظة هامشية.

هل كان من الممكن أن ينجح ذلك المقطع الأولي؟ بالتأكيد.

ولكنه ما كان سيظهر بمقدار جودة المقطع الذي بدأنا به. إن التعريف المقتبس من مارك توين، الذي بدأنا به الفقرة، مكون من 13 كلمة فقط، لذلك انتقلنا إلى بداية أسرع.

«سلة الورق التالف هي

أفضل صديق للكاتب»

إيساك باسينغر سينغر، المؤلف

الحائز جائزة نوبل.

بالإضافة إلى أن وضع اقتباس عنه في المقدمة يعطينا فائدة الاستعانة بواحد من أفضل الكتاب في العالم ليقدم الفكرة الأساسية التي تدور حولها هذه الفقرة.

المغزى: ابحث دوماً إن كان باستطاعتك أن تشرع في بداية أفضل.

#### ب- اجعل رسالتك بسيطةً

لو أن البساطة كانت امرأة، لكانت أختاً صغيرةً للاختصار. ستكونان متقاربتين جداً، وتعلان كل شيء تقريباً معاً. وستحبان الموسيقى نفسها (أغاني البوب التي لا تستمر أكثر من ثانيتين)، والأفلام نفسها (أفلام العنف والإثارة التي يتخللها كثير من المقاطع المحذوفة التي تمر بسرعة، وقليل من الحوار)، ورجلين (رشيقين يشتريان ثيابهما من محلات غاب).

ولكن البساطة (المرأة) سيكون تركيزها على مساعدة الناس أكثر من الاختصار. البساطة هي نمط شرح الأشياء بوضوح؛ حتى إذا كان ذلك يعني أخذ مساحة أو وقت أطول قليلاً. وستكون مدرّسةً رائعةً في مدرسة ابتدائية أو دليلاً سياحياً ممتازاً. ولن ترغب أبداً في أن يرتبك شخص ما أو أن يترك دون أن يفهم.

وتماماً كالاسم الذي سميت به، فإن الهدف من البساطة (المفهوم) هو الخدمة. والافتراض -أنت حذرت- هو البساطة.

وكما قال كيفن كيلى زبون أليسون: «لا تستخف أبداً بذكاء شخص ما أو تبالغ في تقديرك علمه». لقد بدأنا بافتراض أن الجمهور ذكي، ولكننا لا نفترض أنهم يعرفون أين تقع الباراغوي، أو ما هو الفرق بين شاشة البلازما والتلفاز من نوع إل سي دي أو ماذا تعني إل سي دي (LCD)، على أي حال. وعلى الوتيرة ذاتها، هذا هو اليوم الأول -في العمل، أو في المدرسة، أو في المدينة- لشخص ما. الموجودون في هذا المكان منذ عهد بعيد لديهم معرفة عميقة «بطريقة سير الأمور هنا»، إلا أن فرداً من جمهورك ليس لديه معرفة بمعنى شيء معين، أو أين يجده. لذلك يتعين عليك أن تشرح له.

حتى أكثر الأشخاص خبرة ومعرفة ينسون أحياناً - أو ربما يفوتهم فقط الاجتماع الذي يتناول موضوعاً معيناً. وإذا فكرت في أنه يفترض بك أن تعرف شيئاً يبدو الباقون جميعهم يعرفونه، فإنك تشعر بالخجل من أن تسأل عنه. لذلك تقضي بقية حياتك دون أن تعرف ما الذي يقصدونه عندما يستخدمون في كلامهم بادئة مثل إل سي دي.

## الإهام بسيط : مجلة ريل سيمبل.

هل تبحث عن مثل أعلى تقتدي به في كيفية جعل اتصالاتك بسيطاً، لا تحتاج إلى أكثر من الإصدار الأخير لمجلة ريل سيمبل.

أسست مجلة ريل سيمبل عام 2000، وكانت مهمة المطبوعات أن «تقدم للنساء المعلومات، والإلهام، والأدوات التي يمكن أن يستخدمنها ليتمتعن بحياة أسهل وأكثر توازناً... نحن نساعد قراءنا في إنجاز ما يريدون القيام به».

ندرج فيما يأتي عناوين مقالات من إصدار شهر أيار (مايو) عام 2005:

- دليل للتنظيف في ثلاث خطوات: حلول بسيطة لمهام صعبة.
- تخلصي من الاضطراب الذهني (وأنجزي مزيداً من الأعمال).
- أدخلتي تحسينات على تمارين رياضية سريعة: تغييرات صغيرة، تعطي نتائج كبيرة.

### كيف تجعل رسالتك للأخرين بسيطةً

✓ اختر الكلمات والمصطلحات المألوفة لدى أكبر نسبة من جمهورك. إذا استخدمت أي كلمة أو مصطلح وكان هناك احتمال ضئيل لتكون غير مألوفة، فقم بتعريفها. لا تقلق بشأن ازدراء الناس الذين يعرفون معنى المصطلح - إذا استخدمت التعاريف على وتيرة واحدة، فإن الناس سيرون أن طريقتك في أداء الأشياء طريقة ناعمة.

✓ تجنب استخدام اللغة العلمية، أو التقنية، أو التي تحتوي على كلام مبهم أو «الكلام المدمج» (الكلام الذي لا يحمل أي معنى، ويضم مفردات ضخمة رسمية تشبه ما يستخدمه المحامون، الذي تجده في التقارير السنوية). إذا أكد شخص ما أنك تستخدم ذلك النوع الرديء من الكلام، ضعه في السياق العام، بعد أن تكون قد استخدمت عناوين واضحة، وخلاصة قصيرة جيدة، وحواشي، وهوامش، ومقداراً وافراً آخر من المضمون. (انظر الفصل السابع لمزيد من التعليمات عن كيفية القيام بذلك).

✓ حدد الأشخاص والأماكن والأشياء. أخبرنا بأن بيل بيرسون (المؤلف الذي اقتبسنا عنه سابقاً) مشهور برواياته التي تتحدث عن الترحال (أووك إن ذ وودس) و(إن أسنيرند كنتري) «آه، نسينا أن نخبركم بهذا» (أن سبرينغفيلد، حيث يعيش سيمبسون، هي مدينة في إلينوي «ربما» وأن إل سي دي تعني «الشاشات التي تعرض باستخدام الكريستال السائل»، وهو نوع من الشاشات يستخدم في شاشات عرض الحاسوب والتلفاز (وأخيراً، أخبرناك ماهي).

## البساطة تجعل تواصلك ناجحاً

نحن نحضر كثيراً من الاجتماعات، حيث نستمع إلى عدد كبير من الخطباء. ومن النادر أن نتذكر ما تحدّث عنه أحد الخطباء في اليوم اللاحق فضلاً عن أن نتذكره في السنوات القادمة.

إلا أن مايك رولينغ، رئيس شركة بيتزا هت من عام 1997 إلى عام 2003، الذي يعود إليه الفضل في تغيير أحوال الشركة، ترك أثراً فينا. تحدّث السيد رولينغ عن نظرياته في القيادة والاتصال، في مؤتمر يركّز برمته على البساطة.

واليكم هنا بعض كلمات السيد رولينغ الحكيمة:

- «لماذا علينا أن نبسّط اتصالننا؟ لأن الناس مشغولون، وهم يقدرّون الجهد الذي تبذله. وبتبسيط اتصالك، أنت تحترم أولئك الناس».
- «يستغرق التبسيط مقداراً كبيراً من التفكير. وهو يتطلّب جهداً أكبر كثيراً». «يمثّل التعقيد ستراً هائلاً للخطأ. فإذا لم تفهم، يصبح من الصعب عليك أن تخبر عمّا يبدو صحيحاً».
- كبار المديرين التنفيذيين لا يبسطون الأشياء. إذ إنهم قد وصلوا إلى المناصب التي يشغلونها اليوم عن طريق معالجة موضوعات معقدة. وفي النتيجة، فإنهم لا يهتمون بمبادئ قيادة قطاع الأعمال والتجارة. وهذا يمثّل مشكلة؛ لأن الموظفين يحتاجون إلى البساطة ليفهموا بوضوح ما عليهم فعله».

## ت- كن لطيفاً في اتصالاتك

نراهن على أنك تتساءل: ماذا تقصد بـ «لطيف». هل نحب ألواح شوكولا ميلكي واي ومثلجات روكي رود كثيراً؟

في الواقع، أجل، ولكننا في هذه الحالة لا نشير إلى «لطيف» بمعنى أن «مذاقه لذيذ»، وإنما إلى المجموعة الثانية من معاني الكلمة (وبالمناسبة، هي ذات أصل أنغلوسكسوني). من قاموس ويبسترز ناينث نيو كوليجيت ديكشناري:

2- أ- محبب إلى النفس والمشاعر.

2- ب- يتسم بملاطفة فكاھية مفيدة.

لا يكفي أن تجعل حديثك بسيطاً يروق جمهورك الاستماع إليك. فهناك عنصر ثالث أساسي وهو التواصل بنبرة صوت ودودة، وصوت طبيعي، وبطريقة مخاطبة شخص شخصاً يماثله تماماً، لا مخاطبة شخص ذو فهم ومقام عالٍ شخصاً متواضع الفهم والمرتبة.

لسوء الحظ، نحن نشعر في معظم الأوقات بأننا لسنا ذوي أهمية، وضائعون في متاهة أجهزة عالية التقانة، وتضاءلت قيمتنا لدى مديرينا إلى مجرد رقم أو كلمة سر. لذلك نحن نَحْنُ إلى المعاملة الإنسانية، ونحب أن

نمشي في المتجر المحلي لبيع الخرداوات، ونعرف صاحب المتجر الذي يقدم لنا نصيحة لا تركز على إرشادنا إلى أكثر الأدوات ثمناً، وإنما إلى أفضلها لنا. («هذه القطعة التي ثمنها 45 سنتاً يجب أن تليي حاجتك»).

نحن نطبق خيار شخص لشخص مماثل في الاتصال أيضاً. (وفي النهاية، نحن نفضل تلقي رسالة شخصية أكثر من تلقي بريد إلكتروني عشوائي من مجهول. ولكن حتى عندما نتلقى شيئاً من شخص لا نعرفه، نحب أن نشعر بأن هناك شخصاً وراء هذا الاتصال (الذي، بالمناسبة، يهتم بأمرنا ويرغب في مساعدتنا).

تُسمى هدية الاتصال عادةً بـ «أسلوب المخاطبة». فلكل اتصال أسلوب للمخاطبة - من الأسلوب البيروقراطي للتقارير الحكومية إلى الأسلوب الممتع والحيوي لإعلانات شركة تارغيت.

إن أفضل طريقة لإشراك جمهورك هي أن ترفع الغطاء عن أسلوب مخاطبتك الطبيعي، وتُظهر شخصيتك الرائعة. وبهذه الطريقة تحقق «لطيف» (محبب إلى النفس والمشاعر) - وذلك بإظهار شخصيتك الطبيعية في اتصالاتك، بحيث يستطيع جمهورك أن يشعر بك ويتواصل معك.

### ! أسلوب المخاطبة الناجح

✓ إن أسلوب المخاطبة الذي تتبعه أفضل وسائل الإعلام - من مجلات المستهلك إلى

برامج الدردشة- ودود،

ويمكن بلوغه، وتحديثي.

وهذا يدفعنا إلى الاعتقاد أن

جميع الاتصالات يجب أن

تكون بالطريقة ذاتها.

✓ البريد الإلكتروني،

والرسائل الفورية،

والرسائل النصية، تقلص

الفارق بين «الكتابة»

و«المحادثة»، بحيث يبدو

الشيء المكتوب وكأنه

يتحدث إلينا.

✓ الشك الفطري (الذي يزداد

لدى معظم الناس) يجعلنا

ميلين إلى الشك في «أسلوب

مخاطبة القسم الإداري لنا».

نحن لا نريد البيان الرسمي؛

نريد أن نعرف ما تتصنعا

بأن نقوم به تلك الفتاة العادية

في قسم الإدارة.

كله عنك - لا، نحن نعنك أنت في جوهرك.  
في هذا الكتاب، أشرنا نوعاً ما (حسناً، أكدنا  
وبشدة) إلى أن الطريقة لجذب انتباه جمهورك  
هي أن تقدّم لهم اتصالاً عن احتياجاتهم  
واهتماماتهم. ولكن سنريك هنا أين يأتي دورك  
أنت - الشخص الذي يبتكر الاتصال.

## صوت الشؤم

- نحن ندعم استخدامك أسلوب مخاطبتك / صوتك الفعلي لجعل  
اتصالك يبدو مقنعاً وموثوقاً به. ولحُثُّك على ذلك، ندعوك لقراءة هذه  
النماذج السلبية، حيث أسلوب المخاطبة رسمي وبيروقراطي ولا إنساني.
- الوكالات الحكومية في الولايات المتحدة، مثل تقارير وزارة العمل أو  
تقارير وزارة الدفاع. ألا تشعر بأنه قد ضاق نَفْسُك من الأسلوب  
البيروقراطي؟ (ما ينطوي على ما يكفي من المتعة هو أن المواد التي  
ابتكرتها الحكومة والموجهة إلى المستهلكين لطيفة ومفيدة كلياً. نظن  
أنهم قد تركوا أولئك الناس خارج القاعدة).
  - الصحف الأكاديمية. من الذي قرّر منذ البداية أنها يجب أن تُكتب  
بطريقة رسمية جداً كهذه؟ فهي بمنزلة لغة مشفرة سرية، موجهة  
فقط إلى الأشخاص الكبار في المناصب المميزة.
  - كتب المدارس الثانوية. إن الطريقة المضمونة لمخاطبة فتى في الخامسة  
عشرة من عمره هي أن تتحدّث إليه بطريقة قريبة من أسلوب تفكيره.  
وهذا ما لا تقوم به الكتب المدرسية. فهي تدفعك إلى أن تتساءل: هل  
المؤلفون قابلوا يوماً مراهماً أو كانوا أنفسهم مراهمين في أحد الأيام؟

يريد جمهورك أن يسمعوا كلامك أنت، لا كلام الإدارة أو الشركة التي تعمل لمصلحتها. هذا ليس الوقت المناسب للاختباء وراء أشياء مصطنعة؛ عليك أن تكون معهم على طبيعتك -تماماً مع فكاهاتك الرديئة، ومعرفتك الشاملة تاريخ الحرب الأهلية، ومجموعتك التي تضم جميع أشرطة فيديو (CD) المطرب بروس سبرينغستين.

يمكن أن يكون هذا مخيفاً قليلاً، فهو يعني أنك لا تستطيع التخلي (تعرف ما قاله بروس: «هل هذا أنت، حبيبي، أم أنه تخفُّ رائع؟») أو الاختباء خلف هويتك الاجتماعية: السيد الحائز شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الأنسة مديرة إدارة التدريب، السيد نائب الرئيس للشؤون اللوجستية.

لا، فهذا ليس صواباً، يجب أن تكون على طبيعتك، تبتكر اتصالاتك فقط من أجل الشخص الذي تحاول التواصل معه. أنتما الاثنان فقط، تجلسان معاً بعيداً عن الآخرين على أرجوحة الشرفة في مساء صيفي، النجوم تملأ السماء، ويزان الحصاد تترنم، يبدو ذلك لطيفاً، أليس كذلك؟

## كيف تجعل رسالتك لطيفةً

✓ اكتب كما تتكلم. يمسك كثير منا قلماً أو لوحة مفاتيح الحاسوب بأيديهم، ويصبحون فجأة غير ودودين، ورسميين في كتابتهم، وكأنهم في المدرسة ويحاولون إظهار أفضل ما لديهم. نريد أن نبدو رائعين، لذلك نصبح رسميين أكثر. إذا حدث هذا لك، حاول القيام بشيئين: أولاً، اقرأ ما كتبته بصوت مرتفع لتتحقق من أنه واقعي ومناسب للمحادثة. ثانياً، إذا بقيت تعاني مشكلة جعل اتصالاتك مناسباً للمحادثة، سجل ما تريد قوله على آلة تسجيل، ثم استخدم التسجيل بوصفه أساساً لتواصلك.

✓ إذا كنت تبتكر مادة تواصل بوصفك جزءاً من مجموعة مؤسسة أكبر، اعمل مع متحاورين آخرين للاتفاق على «أسلوب المخاطبة» الذي ستستخدمه شركتكم. إن بعض ما قاله السيد ستيف باها، العضو في الشركة التي تعلم الكتابة «وورد فاكطوري»: «اسألوا أنفسكم: لو أن شركتنا كانت شخصاً، كيف كان سيبدو ذلك الشخص؟ هل المؤسسة ودودة أم رسمية أكثر؟ ما السمات الفريدة في نوعها التي تجعل مؤسستنا مميزة؟ لا تنسَ أبداً أنك شخص حقيقي تتواصل مع أشخاص آخرين. حتى إذا كنت تبتكر رسالة تخاطب مؤسسة كبيرة، حاول أن تُضفي حس التواصل بين شخصين».



## ما الذي عليك القيام به على نحوٍ مختلف؟

- ✓ كن موجزاً قدر المستطاع. اسأل نفسك: «هل أستطيع أن أقول هذا بطريقة مباشرة أكثر وكلمات أقل؟»
- ✓ ساعد جمهورك في فهم مضمون اتصالك. بسّط الأمور، حدد ما يمكن ألا يفهموه وشرحه من فورك.
- ✓ كن على سجيتك. الجمهور لا يريد كلاماً مجرداً، يريد أن يشعر بأنه يستمع إلى كائن حي، يتنفس، وغير كامل الصفات.

ربما يبدو إيجاد وتحديد «أسلوب مخاطبة» شركتك فكرةً مجردةً إلا أنه ليس عليك أن تبحث بعيداً كي ترى مؤسسات تقوم بذلك بنجاح:

- شركة آي بي إم (IBM) بارعة وعلمية.
- شركة فيرجن مغامرة ومبدعة.
- شركة آبل إبداعية وتتبع الطراز الحديث.

← التَبَصَّر (9):

الحقيقة العارية عن مستويات القراءة

كما ترى في هذا الفصل، لقد فكّرنا كثيراً أخيراً في مستويات القراءة، وكانت النتيجة التي توصلنا إليها أن معظم المعلومات تُكتب بمستوى عالٍ. عليك أن تجعل رسالتك أبسط،

لا لأن أعضاء جمهورك لا يعرفون القراءة والكتابة (برغم أن الأمية موجودة في الواقع)، وإنما لأن جمهورك مشغول، ومشتت الذهن، ولا يرغب في قراءة كتاب معقدة.

رغبة في توضيح المسألة أكثر، قررت أليسون إجراء بحث، وبدأت بالتنقل في الإنترنت لتعرف آراء المثقفين وغيرهم حول مستويات القراءة. وفي أثناء تنقلها صادفت الموقع الإلكتروني ([www.brainchild.com](http://www.brainchild.com)) الذي يسمح للزائرين بإجراء اختبار قراءة مجاني، يركز على المقاييس الحكومية من أجل الكفاءة في القراءة والرياضيات.

بعد بضع نقرات على الفأرة في الحاسوب كانت أليسون (وهي من نيوجيرسي) تُجري اختبار القراءة الحكومي من الدرجة السابعة.

تكوّن الاختبار من مقطعين -أحدهما عن موقع في كارولاينا الشمالية يسمّى بلوينغ روك، والآخر عن العاصفة الثلجية عام 1888- وكان كل منهما متبوعاً ستة أسئلة تتم الإجابة عنها باختيار واحد من أجوبة متعددة؛ وكأنها قطعة حلوى، أليس كذلك؟ تصفّحت أليسون المقاطع، ونقرت على الأجوبة، وانتظرت نتيجتها.



وقد كانت النتيجة (اقرعوا الطبول، من فضلكم): 67 بالمئة. هذا صحيح، إذ إن الفتيان والفتيات، والأساتذة المتخصصون باللغة الإنكليزية (بدرجة امتياز لا أقل من ذلك)، والقارئ المريض، والشخص البارِع في تهجئة الكلمات مالكدوا يستطيعون اجتياز الاختبار.

وعلى نحو طبيعي، كانت ردة فعل أليسون: «لا بد من وجود خطأ ما». ولكن كلا، لم يكن هناك خطأ. إذ تحققت من ذلك: كان لديها ثلاثة أسئلة خاطئة، ونسيت الإجابة عن سؤال آخر، بسبب الطريقة المكثفة للاختبار. كان معدل 67% درجة محرّجة لها.

ثم بدأت أليسون بابتكار الأعدار. فقالت لنفسها: «حسناً، لقد أجريت الاختبار كاملاً في أقل من خمس دقائق» و«تمت مقاطعتي في وسط الاختبار» و«على كل حال، أنا لا أهتم بهذه الموضوعات، لذلك ليس غريباً أنني لم أنتبه لها كثيراً» ثم اتضحت الحقيقة. إن الطريقة التي قرأت بها أليسون تلك المقاطع المضجرة -وتعاملت بها مع أسئلة الاختبار- كانت تماماً الطريقة ذاتها التي قرأ بها معظم أفراد الجمهور المواد التي أرسلناها لهم. أحياناً يكونون مهتمين قليلاً بالموضوع، وأحياناً

أخرى غير مكثرئين. إلا أنهم دوماً يفكرون في أشياء أخرى، ويتصفحون لإيجاد أكثر المقاطع صلة، ويحذفون فقرات أخرى، وتتم مقاطعتهم في وسط القراءة.

في الحقيقة، عندما تفكر في درجة 67 بالمئة، ربما هي ليست تلك النتيجة السيئة. وفي النهاية، إذا حفظ جمهورك ثلثي الرسالة التي أرسلتها لهم، فإنك ستشعر بأنك قد أنجزت شيئاً، أليس هذا صحيحاً؟

بالرغم من هذا التبرير الذاتي، إلا أن اليسون كانت تشعر بالحزن قليلاً. لذلك قررت أن تترك موضوع الفهم، وتزور موقعاً إلكترونيًا من نوع مختلف تماماً

[www.cs.utexas.edu/users/jbc/home/chef.html](http://www.cs.utexas.edu/users/jbc/home/chef.html)

تساعدك هذه الأدوات القيمة والفريدة في نوعها على ترجمة رسائلك بأربع لهجات ليس لها أي فائدة إلا أنها مثيرة. وهي: جيف، بيغ لاتين، فالي غيرل، سويدش تشين (شخصية موبيت المشهورة تلك).

إنه أمر من السهل فعلاً القيام به. فأنت ببساطة تأخذ مقطعاً كتابياً، وتضعه في إطار النص، وتختار اللغة التي تريد ترجمته بها.

على سبيل المثال، لنقل: إنك تلقيت للتو  
المُسوّدة الأولى التي أرسلها المدير عن المسار  
الجديد للشركة:

ستركز إستراتيجيتنا الجديدة على  
توفير منتجات مميّزة موجهة للمستهلك،  
وخدمات إلى أعضاء في أسواق تجارية  
محدّدة. عندما نركز بدقة أكبر على  
الأقسام الخاصة بالزبائن التي تدعم  
قوتنا وتقدّم أفضل احتمال للربح، سنكون  
قادرين على توفير مجموعة أوسع من  
خيارات المنتجات، وفيها المنتجات التي  
يمكن الوصول إليها أكثر، ويمكننا أن  
نضيف مقداراً من الأهمية، وذلك بتزويد  
المستهلكين بالمعلومات التي تساعدكم على  
تحسين نوعية العناية بالصحة.

أليس النص جافاً وجامداً؟ أنت قلق  
من أنها، كبقية الرسائل الرفيعة المستوى  
التي أُجبرت على التعامل معها، ستُرسل إلى  
الجمهور ثم ستتلاشى، دون أن تترك أي أثر  
في أي شخص.

أنت بحاجة إلى إضافة بعض الحيوية إلى  
هذه الكتابة. هل ستكون أكثر إقناعاً إذا كتبت  
باستخدام وسيلة جيف أو سويدش تشيف؟

إذا دخلنا إلى الموقع الإلكتروني، وكتبنا هذا النص، واخترنا أياً من هاتين الوسيلتين، فإننا سنحصل على النص ذاته مكتوباً بلغة عامية. لذا، هياً، زُر صفحة الموقع الإلكتروني. فَعَلْ آلية الترجمة، واضغط زر الإرسال. ربما لن يحسّن ذلك من قدرتك على القراءة، ولكن سيكون لديك على الأقل شيء لتضحك منه في موقع عدم التوظيف.