

## بناء جسر فوق نهر السأم

بيفيرلي بالارو . كريستينا بيلاسكا دو فيرني

يفهم الكتاب الجيدون مدى أهمية أن تبدأ بحيوية ونشاط، ولكن أفضل الكتاب يعرفون أن البداية الجذابة الملفتة مؤثرة كما هو النص الذي يتبعها. وبالرغم من ذلك، ما هي قيمة اصطياد القراء في مستهل مذكرة أو تقرير، إذا أفلتوا منك في وسطه؟

صناعة الاتصالات المكتوبة ليست سهلة، خاصة عندما يكون الموضوع الذي تناوله معقداً أو جافاً أو كليهما. إليك إستراتيجية يمكن أن تساعدك: اقترب من المهمة بالتفكير كما يفكر كاتب الخطب. كتاب الخطابات لا يفهمون فقط كيف يمسون بجمهور المستمعين، ولكنهم يعرفون الصور الملفتة واللغة الحيوية لضمان أن تصل رسالتهم. وهم يفهمون كيف تسهم المقدرة على الكلام في القدرة على الفهم. لا تساعدك الكتابة، مثلما يفعل كتاب الخطابات، في إيصال فكرتك فقط، ولكن تساعدك أيضاً على إيصالها بطريقة أسرع. وهذه نعمة إذا ما فكرنا في وقت المديرين الثمين وحاجتهم الدائمة إليه. لنقل إنك

تعد تقريراً لتوزيعه قبل الاجتماع. إذا اختطف هذا التقرير القراء عند الافتتاحية واحتفظ بانتباههم حتى النهاية، فإن ذلك سيساعدك على كسب القلوب والعقول قبل أن ينعقد الاجتماع. وإليك بعض أفكار لا تخيب حول كتابة الخطابات تعيينك على الكتابة بفاعلية قصوى.

### اعرف إلى أين تتجه

لا يمكن لأي نص مكتوب، سواء قصد به الاستماع إليه أم قراءته، أن يكون مؤثراً إذا كان مؤلفه لا يملك الإحساس الواضح من هدف النص هذا. في تلك الحالة، الميل الطبيعي هو أن نلقي القليل من كل شيء في هذا الخليط. ولكن كما تذكر الكاتبة المعروفة بيجي نونان في كتابها «التحدث على نحو جيد»: «الحديث عن كل شيء هو حديث عن لا شيء».

تقول: «تخيل أنك مُنقَّب قديم عن الذهب تطوف الهضاب على فرس يحمل أدواتك ومؤنك. إذا وضعت أحمالاً خفيفة على الفرس، يمكنك أن تتحرك وتقطع المسافات، وربما تعثر على الذهب في النهاية. أما إذا أثقلت على فرسك، سينهار، ولن تصل إلى أي مكان فعلياً، ولن يكون هناك كنز ذهب في النهاية».

هل هدفك أن تخبر وحدتك عن تغيير في إستراتيجية الشركة؟ أم هدفك أن تلهم مرؤوسيك للمضي قدماً في البحث عن طرق للسيطرة على التكاليف؟ هل تريد إقناع رئيسك أن يسمح لك بتنفيذ عملية إنتاج جديدة؟ قد يكون هدفك أن تخبر، وتلهم، وتقنع. أيّاً كان الهدف، اكتبه

على نحو واضح بسيط بجملته أو جملتين - القيام بذلك سيضمن أن هدفك واضح في ذهنك قبل أن تبدأ العمل الشاق في تحديد ما هو أساسي وما هو ليس كذلك.

عندما تعمل على غربة أفكارك وتصفيتها؛ كي تكون بالقدر الذي يدفع بهدفك إلى الأمام، لا بد أن تأخذ في الحسبان جمهور المستمعين؛ كما ينصحنا آلان بيرغمان، مستشار الاتصالات ومؤلف كتاب «كتابة خطابات عظيمة». ما مقدار المعلومات الأساسية التي تفترض أن قراءك يعرفونها؟ إنك لا تريد أن تخبرهم بأمور يعرفونها سابقاً، وفي الوقت نفسه، أنت لا ترغب في كتابة أشياء فوق مستوى تفكيرهم.

تأمل رابع جائزة نوبل الذي ألقى خطاباً ذات مرة، واصفاً على نحو مثير سيرته وإسهاماته في إغاثة المنكوبين بالجاعة، وذلك الوصف الذي أظهر بجلاء إحصائيات عن الجوع في العالم. حيث جعل مستمعيه مشدودين إلى مقاعدهم حتى أعلن: «ما مدى حسن تعليمي درسي على مدى 60 عاماً من الربط والمشاركة ومحاولة المحافظة، على مقاومة الصدأ في أنواع القمح لفطر الصدأ، الذي يحمله الهواء من الجنس بوسينيا إس بي بي!».

وهنا صوت التعجب والمفاجأة الجماعية لدى الحضور - بالرغم من أنها كانت غير منطوقة، إلا أنها كانت واضحة وملموسة. احترامك مستوى براعة قرائك ومعرفتهم سيمضي بهم طويلاً في البقاء مهتمين بأي رسالة تحاول إيصالها.

## اعمل على بقاء القراء مركزين على المسيرة

تحتوي الخطابات الواضحة على علامات إرشاد، وتُذكر جمهور المستمعين أين كانوا، وتخبرهم أين هم الآن، وتشير إلى المكان الذاهبين إليه. وترتبط جميع النقاط على نحو واضح، وتعود بطريقة لا لبس فيها ولا إبهام إلى النقطة الرئيسية، في الوقت الذي تحافظ على ارتباط واستمتاع المستمعين. يقول بيرلمان: «أحد الأسباب التي تجعل عيون المستمعين تمل وتعب وتغفو، هو أن على عقولهم أن تعمل جاهدة لفهم ما تقرأ أو تسمع؛ فالكتابة لا تكون بالقدر الكافي من التماسك، والروابط ليست محددة بما يكفي». إحدى الطرق للتوثق من أنك أنجزت هذا، هي اختصار التقرير بجعله شكلاً مجملاً يتكون حصرياً من الجمل الأولى لكل فقرة. هذه المجموعة من الجمل الرئيسية لا بد أن تُفهم وتُقرأ كقصة مصغرة متماسكة تتقدم باستمرار دون انحرافات أو تكرار. مثلاً:

استخدام مصادرنا الداخلية سيخفض من تكاليف التسويق بمقدار 40% في هذه السنة المالية، في الوقت الذي يحسن النتائج.

بداية، الوكالة التي تستخدمها الآن قد رفعت الرسوم مرتين في السنوات الثلاث الماضية...

ثانياً، بسبب عائد الوكالة، أصبح لدينا أربعة من ممثلي حسابات بالمقدار نفسه من السنوات، ومسؤولية كل ممثل قد تضاعفت تقريباً...

أخيراً، فريق العمل الداخلي لدينا قد نما على نحو ملحوظ من حيث الحجم والبراعة في السنوات الأخيرة...

فائدة أخرى لهذا التغيير تتمثل بتعاون الوحدات على نحو أكبر...  
تحقق أن علامات الإرشاد أو لافتاته - تلك التي بين المقاطع مثلاً -  
تثقل للقراء سبب كون المعلومات الآتية مفيدة وذات صلة بالموضوع.  
للحفاظ على انتباه القراء، خاطب مصلحتهم الذاتية.

### شاركهم في الطريق

النوادر التوضيحية، والمقارنات المناسبة، والصور الواضحة،  
ستجعل أفكارك تعلق بالذهن على نحو فاعل أكثر من أي سرد جاف  
للحقائق. «إنها ليست إستراتيجية اتصال حكيمة أن تمطر مستمعيك  
ببإقاة من الإحصائيات الجافة»؛ بحسب قول جون تريدوي، الرئيس  
التنفيذي لشركة ديفي بـغ إكسبرس، وهي شركة لتظهير الأفلام  
والصور على الإنترنت. «يتجاوب الناس على نحو أفضل مع القصص  
الحية والخبرات الشخصية». يقول تريدوي، وهو يتحدث عن إعلان  
قوي تجراً به لدفع رأسماليين لدعم شركته في مرحلتها الغضة: «كنت  
أستطيع بسهولة أن أقتصر في تقديم خطابي على أرقام مجردة، مثل  
عدد الدقائق الوسطي التي يمضيها الزبائن وهم يقفون صفاً أمام  
الكشك للحصول على صورهم، والوقت الذي يستغرقه الحصول على  
صورة بالبريد.

لقد سردت بالتفصيل فاعلية فلسفة شركة ديفي بـغ. لقد اخترت  
أن أكون رائداً عبر واقعة حقيقية التقطتها عندما مررت بأحد  
المستثمرين لدينا.

## أخرج أداة التنظيف

قبل أن تقدم أي نص كتابي، من الحكمة دائماً أن تخضعه لتنظيف نهائي قبل تحريره. هدفك هو وصل النص حتى درجة الكمال، بالتوثق من أنه يلبي المعايير التي تحتويها قائمة التدقيق لديك، والتي يمكن أن تقسمها إلى جزأين:

الجزء الأول: من قائمة التدقيق يجب أن تركز على الأشياء الدقيقة المحددة، والآليات، والأسلوب: هل دقت ثانياً كتابة الكلمات التي لم تكن متوثقاً منها؟ هل قرأت بصوت عالٍ لتلاحظ أين يتوقف صوتك طبيعياً؛ كي تعرف أين تضع الفواصل؟ هل أي من جملك طويلة جداً ومعقدة؟ هل وضعت علامات اقتباس، والفواصل العليا في الأمكنة الصحيحة؟

هل لديك كثير من تراكيب الجمل في صيغة المبني للمجهول؟ هل كل جملة تعطي معنى؟ هل يمكن لشخص غير ملم بموضوعك أن يفهم ماذا تحاول أن تقول له؟ بعد أن تحل مسائل الأسلوب هذه، لا بد لك من العودة لدراسة النص من منظور تركيبى متداخل.

الجزء الثاني: من قائمة تدقيقك لا بد أن تسلط الضوء على قضايا التركيب، والوضوح، والسياق، والانسياب العام: هل في النص فكرة مقنعة؟ هل تصل إلى استنتاج مترابط؟ هل تقدم لمستمعك أمثلة محددة تبقى في الذاكرة لدعم الأفكار التي تحاول توضيحها؟ هل انتقالك بين المقاطع سلس ومنطقي؟ هل سير كتابتك محدد بحيث ينقل القارئ بثقة من البداية إلى النهاية؟

أمضى قريب لهذا المستثمر ما يقارب الساعتين يعالج طلبية كبيرة في أحد أكشاك الخدمة الذاتية للتصوير. «وبالتركيز على مثال من الحياة الواقعية، يوضح أن جميع الأشخاص المشغولين الذين ليس لديهم الوقت الكافي، يمكن أن نصل إليهم على المستوى الشخصي، تمكنت من التوضيح بعبارات سريعة وعملية لا تُنسى ماهية شركتنا.

ولا تخش، حتى عند كتابة تقرير رسمي، أن تفاجئ جمهور المستمعين أحياناً. معالجة جديدة لموضوع ما يمكن أن تبعث الحيوية فيه وبكتابتك. فكر كيف يستطيع المتحدثون الجيدون إثارة اهتمام الجمهور، بإلقاء سؤال يثبت جوابه أنه مفاجئ. مثلاً، قد يسأل متحدث الحاضرين أن يخمنوا خامس أكبر اقتصاد في العالم - بعد الولايات المتحدة، واليابان، وألمانيا، والمملكة المتحدة - ثم فاجئهم بالكشف عن الجواب أنها ليست كندا أو فرنسا أو الصين، لكن... كاليفورنيا. هذا يوضح الفكرة بطريقة أكثر تأثيراً من أن تذكر على نحو بسيط دَمِثُ أن الإنتاج الكلي لولاية كاليفورنيا يتجاوز 1.3 تريليون دولار سنوياً.

ويمكن لشخص في سياق وسائل علاجية مبدعة أن يثير اهتمام مستثمرين مرتقبين وأن يكتب: «استجابة لطلبات الزبائن والمستهلكين، قامت شركتنا بإحداث خط منتجات سينافس على نحو ناجح في السوق المتوسع». أو عوضاً من ذلك، يمكن أن يكتب: «ما هو الشيء المشترك بين الخنفساء الصغيرة ذات الصوت، وقنديل البحر ذي العيون البارزة، والروبوتس (الرجال الآليين) الذين يرقصون الدبكة الإسبانية؟ إنها

جميعاً دمسى تتفاعل مع بعضها لأجل الأطفال العاجزين، اخترعها عباقره الهندسة عندنا الذين أدركوا فيها ميدان ربح واعد». أياها تعتقد ستستولي على انتباه القراء؟

### الأسس الأربعة للكتابة الجيدة:

التفكير كما يفكر كاتب الخطابات يحتم التركيز على الصفات التي تحدد الكتابة المؤثرة:

- الوضوح: لغتك تحمل أفكارك على نحو مباشر وواضح. اللغة المبسطة إذا استخدمت، سيفهمها فوراً 99% من جمهور مستمعيك.
- التماسك: مناقشتك تسيير منطقياً، وكل جزء مما تكتبه ينتقل بالمستمعين إلى الخاتمة.
- قوة الحجة: كتابتك مقنعة. إنها تقنع القراء أن يغيروا آراءهم أو سلوكهم أو كليهما.
- الإيجاز: كتابتك مقتصرة مقتضية. إنها لا تهدر وقت القراء بمعلومات لا علاقة لها بالموضوع، ولا تستنفد صبرهم بالإسهاب في الكلام.

كلما كانت المعلومات التي تريد إيصالها بكتابتك أقرب إلى التجريد، كانت الحاجة أكثر إلحاحاً؛ كي تنظر فيها من زاوية إنسانية على نحو مثير للفضول.

## اجعل هدفك إمكانية القول الواضح

جميع الكتابات -سواء قصد منها أن تسمع أم تقرأ- تستفيد على نحو قوي من تجربة قراءتها بصوت مرتفع.

تقول نونان: «حيث تتعثر بدل». وهي نصيحة على كل كاتب أن يصغي إليها. إذا كنت مثل معظم الناس، فإنك تميل إلى خفض الصوت، أي تلفظ كلمات أي شيء تقرأه بعقلك على نحو صامت.

هذه الطريقة تكسبك السرعة والفاعلية في معالجة المعلومات، ولكن لها ثمن: القراءة بهذه الطريقة تسمح لعقلك بسد الفجوات، وتجاوز الأخطاء والمروء فوقها، وتجاهل العبارات الخرقاء التي تصبح واضحة لك عندما تقول الكلمات بصوتك على نحو فعلي. مثالياً، أنت بحاجة إلى أن تقرأ بصوت عالٍ مرتين: في الأولى، تقرأ لتسمع نفسك بغرض تعرف الجمل الإشكالية وضبطها في النص. ثم في الثانية، تقرأ لشخص راغب في إعطائك النصيحة الصادقة. ولست بحاجة إلى نقد مفصل من مستمعك، وربما السؤال الأكثر قيمة والوحيد الذي تحتاج أن تسأله هو: ماذا علق في ذهنك من النص الذي قرأته؟ إذا لم يستطع مستمعك تعرف النقاط الرئيسية التي كنت تحاول إيصالها، فأنت تحتاج إلى العودة إلى لوح الرسم (السيورة).

«إمكانية القراءة والفهم هما وجهان لعملة واحدة؛ بحسب قول مستشار الاتصالات بيرلمان. «إنك لن تستطيع جعل مستمعك يفكرون ويعملون ما تريدهم أن يعملوه إذا لم يفهموه؛ الوضوح أداة الإقناع».