

## أوجد اللهجة الملائمة لكتابتك التجارية

ريتشارد بيرك

يعاني كثير من الكتاب انتقاء الكلمات والإعراب وتركيب النص. لكن وضع الكلمات على الورق لا يعني أن الكتابة قد أنجزت. انسجام جو النص ولهجته مع المناسبة التي يُكتب لأجلها (الحضور) هي واحدة من أهم خطوات الكتابة. اللهجة والجو العام للنص من الصفات التي يصعب الإمساك بها، وهي تحدد هل تنفّر أو تجذب القراء، وهل الحضور يضحكون معك أم عليك، وهي تحدد أيضاً هل تعطي انطباعاً أنك فظ أم عرّاف عاقل. رسم معالم حل مبني على العقلانية فيما يتعلق بمشكلة معقدة لا يجذب القراء إلى طريقة تفكيرك، ما لم ترتبط الكتابة بهم على نحو عميق. وتترك اللهجة غير الملائمة القراء بحالة عقلية سيئة فيما بعد. فاللهجة المناسبة تسمح للقارئ أن يركز على المضمون على نحو هادئ.

لدى معظم رجال الأعمال الناجحين إحساس شديد بما هو ملائم عندما يتحدثون مع الآخرين. لكن كثيرين يفشلون في تطبيق ذلك على

كتابتهم - البريد الإلكتروني، الرسائل، المذكرات، العروض. غالباً ما تكون كتابتهم قاسية ورسمية أو على سجيتها وعامية. كذلك تصدر عنهم نصوص مثالية في التفاؤل تخص مواقف تحتاج إلى مزيد من الرزانة، أو خطرة تستدعي مزيداً من الحيوية. وفيما يخص اللهجة المناسبة لكل موقف، فإنك تحتاج إلى مراقبة دقيقة لخاصيتين - مستوى الحيوية. ودرجة التمسك بالشكليات والعرف.

أنت تقيس الحيوية التي يحملها النص بالسؤال: «ما مدى الفتور أو الحرارة التي يجب أن تكون فيها هذه المذكرة؟». إن الدرجات القصوى لميزان الحرارة الكتابي يكشف مدى الخيارات المتوافرة. إليك أمثلة على كلتا الدرجتين المتناقضتين.

الساخنة: يعرف أي شخص، لم يدفن رأسه في الرمال أخيراً، المشكلات الكبيرة التي لدينا في السوق التجاري. تصيبنا جماعات من المنافسين المدربين جيداً بجروح مميتة وهي تستهدف المواد الأضعف في خط إنتاجنا. ونتيجة لذلك، فإننا نستنزف مواردنا. كيف نوقف النزيف؟ نتخلى عن أضعف منتجاتنا ونحول طاقتنا إلى المنتجات الأقوى. وهذا يعني أنه علينا وبسرعة وضع خطة تسويق؛ كي نوضح جيداً مزايا منتجاتنا للجمهور. علينا أن نقدح زناد تفكيرنا بأسرع ما يمكن لنخرج بإستراتيجية فاعلة. إذا تعثرنا بهذا، فإننا سنقف جميعاً في صف العاطلين عن العمل.

الفاتر: في هذا الوقت، ربما يكون معظمنا على علم بالتحديات الحاسمة التي نواجهها في السوق. يقتطع المنافسون في السوق من

حصدنا ويقللون من عائداتنا. الحل الوحيد قد يكون الاستغناء عن بعض منتجاتنا الأقل نجاحاً، بحيث نركز على الأكثر نجاحاً. وللقيام بذلك، علينا أن نجعل جهود التسويق أكثر فاعلية وسلاسة؛ كي نوصل إلى المستهلك شيئاً ذا قيمة. وهذا يتطلب التخطيط لدورات تطوير إستراتيجية فاعلة. أقترح أن نتقدم بكل السرعة المتأنية؛ لكي نطور أسلوباً قابلاً للحياة. إن نتائج الفشل في التحرك بسرعة وبوضوح، يمكن أن تكون مؤلمة حقاً.

وبالرغم من أن هذين النصين يحملان المضمون والمقصد نفسه - حث القارئ على العمل - إلا أنهما يختلفان على نحو كبير في اللهجة. النص الساخن يلجأ إلى المبالغة (صورة النعامة)، والصفات القوية (مमित)، والاستعارات القتالية؛ كي يعبر عن حالة الاستعجال. بالإضافة إلى أفعال قوية وصور واضحة أحياناً وجارحة كي يثير القارئ.

النص الفاتر أقل إفزاعاً، وبهذا فإن صفة الاستعجال تكون أقل وضوحاً. إنه يعتمد أكثر على القارئ؛ كي يتبين خطورة الموقف عبر قراءة ما بين السطور قليلاً.

في الوقت الذي كان فيه النص الساخن نداءً تحذيرياً للتحرك والعمل، فإن النص الفاتر ربما لن يحدث ذعراً؛ لأنه يبتعد عن الانفعال والإثارة العاطفية. الخاصية الثانية التي يجب أن نقيسها هي الالتزام بالشكليات. كما هو الحال بالنظر إلى مستوى الحيوية، فإن الالتزام على نحو المذكورة يعتمد على المناسبة وميول المتلقي وشخصية الشركة.

أنت بحاجة إلى أن تعرف ما هو المناسب للموقف. في شركة تأمين موقرة مثلاً، من الأفضل أن تبقى دائماً ضمن المجال الرسمي. وعلى النقيض من ذلك، إذا كانت شركة تصنع ألواح التزلج على الثلج، فإن هذا النوع من التمسك بالرسميات قد يسبب الاستهزاء، ويرسل مذكرتك إلى ملف غير محدد، وتدور في حلقة مفرغة.

بعض الأمثلة:

نص غير رسمي: لقد استلمتم التقرير بتاريخ 14/1 حول ما سأقوله: مبيعاتنا بدأ يُشتم منها رائحة كريهة. منافسوننا يؤذوننا بطريقة خطيرة، وهم يسحبون النقود من جيبي ومن جيوبكم. الطريقة الوحيدة للخروج من هذه الورطة (اللخبطة) قد يكون برمي المواد الخاسرة من منتجاتنا، واستخلاص الربح منها. سنكون من الماضي ما لم نعمل على تزييت الأدوات التسويقية، ونقنع الجمهور أن استخدام منتجاتنا سيحدث في حياتهم لحظات من النشاط والفرح الغامرين. علينا ابتداء الأفكار بأسرع ما يمكن لنخرج بخطة مدهشة. إذا لم تفعل ذلك، فسنسأل جميعاً: «تريد السمك المقلي مع هذا؟» (كما يقول الباعة في الطرقات).

نص رسمي: قصيرو النظر فقط، هم الذين ربما لا يدركون موقفنا السيئ فيما يخص حصتنا في السوق.

وصلت أرقام مبيعاتنا إلى الحضيض، ومنافسوننا ينتصرون علينا، مما يضر كثيراً بمواردنا المالية. الحل الوحيد ربما، هو أن نتخلى عن

أقل معروضاتنا ربحاً، ونركز اهتمامنا على أكثر المنتجات نجاحاً. إن برنامج تسويق حسن الإعداد يخصص لتقوية الطلب الاستهلاكي، هو شيء حاسم ومهم.

إذا فشلنا في استنباط مثل هذه الإستراتيجية، فإن هذا سيجعل من كل مخاوفنا الأخرى قضية لا قيمة لها مقارنة بما سيحدث.

النص غير الرسمي تسيطر عليه التعابير العامية اليومية. وعضواً من الاستعارات البلاغية الأكثر رفعة، يستخدم لغة العامة والثقافة الشعبية، التي بعد ثلاثين سنة من الآن سيصعب على القراء فهم معناها. أما الآن، فهذه اللهجة في التعبير يمكن أن تتصل بأنواع محددة من المستمعين.

على النقيض من ذلك، النص الرسمي لا يسعى إلى مثل تلك العلاقة الشخصية، ويتجنب اللغة العامية. إنه يبعد الكاتب عن جمهوره. وفي الوقت الذي يرى بعض القراء أن هذه اللهجة فيها كياسة وتلطف، يعدها الآخرون لسياق تجاري محدد. ستجد من نواح كثيرة أن القرارات المتعلقة بالشكليات والحيوية تتداخل، وموضوعات الكتابة غير الرسمية تميل إلى كونها ساخنة أو دافئة على الأقل، وليس دائماً.

الكتابة الرسمية كما هو معهود فاترة، لكنها يمكن أن تتضمن عناصر فيها دفء أحياناً، مثل الاستعارات والجمل القصيرة التي تحمل معنى العمل القوي.

نادراً ما يتحقق، حتى عند الكتاب المحترفين، الجو العام الملائم أو اللهجة الملائمة في المسودة الأولى.

يحتاج الأمر إلى إحساس رفيع وشحن متأن للمهارات، حتى في تلك الحالة قد لا تضمن أنك عثرت على اللهجة المناسبة. للتوثق من ذلك، اطلب من بعض من تثق بحكمهم أن يختبروا النص قراءةً، وانظر في رد فعلهم. هل يعتقدون أن النص فيه من الحيوية أو المبالغة أكثر مما يجب، فيما يخص الجمهور والمناسبة؟ أو هل هو جامد أكثر مما يجب؟ وفي المقابل، هل يعتقدون أن الكتابة بعيدة جداً عن القارئ، أم فيها كثير من رفع الكلفة كما يقال؟ ما هي الكلمات أو العبارات التي تُغضب؟ كيف يمكن تغييرها لتؤدي الغرض المطلوب الآن؟ ليس استخدام القراء الفاحصين علماً يتطلب كثيراً من الذكاء، ولكن أولئك الراغبين في تجشم هذا العناء ينتجون نصوصاً أكثر فاعلية على الدوام. وقد يبدو استخدام القراء الفاحصين عناءً كبيراً، لكن هذه الممارسة، عند الكتاب المتزمين بإنتاج كلام فاعل له تأثير في النفس، تكون من جانبهم أقل استهلاكاً للوقت من الاستمرار في العناء منفرداً وبلا جدوى. ويستطيع القراء الفاحصون المساعدة على إرشادك؛ كي ترجع إلى جادة الصواب قبل أن تتوه. إضافة إلى ذلك، من المفيد المشاركة في عناء الكتابة. وفي الختام، تبقى الكتابة ممارسة فردية، وأنت المسؤول أخيراً عن تطوير المحتوى الملائم، إضافة إلى العثور على اللهجة المناسبة.