

كلمات أسيء استخدامها، وبعض حماقات الكتابة الأخرى

كتاب المبادئ الأولى للمدير

كريستين بي. دوناهو

تقدر المديرين لقيادتهم ومهارات إدارتهم ورؤيتهم، وليس لتمسكهم بقواعد اللغة والتنقيط. ومع ذلك، فإن المقدرة على التواصل عن طريق الكلمة المكتوبة هي شيء حاسم. يمكن للأخطاء اللغوية والعبارات الخرقاء والإهمال أن تشوش رسالتك وتقوض مصداقيتك. حتى عندما لا يكون هناك أي ملحوظة من هذا القبيل، فإن أخطاء الكتابة شيء محرج تماماً. وإليك حالة واقعية وثيقة الصلة بالموضوع: رسالة إلكترونية تُعلم الموظفين عن مشكلات في شبكة الحاسوب، كان يفترض أن تُفهم هكذا: We apologize for any inconvenience this may cause: ترجمتها: نعتذر عن أي إزعاج قد يسببه هذا...، وقد فهمت الرسالة فعلياً هكذا: We apologize for any incontinence this may cause. ترجمتها: نعتذر عن أي سلس للبول قد يسببه هذا...

إذن، نورد فيما يلي مبادئ أولية حول بعض الأخطاء الكتابية الشائعة.

الخلط بين الإسهاب وسعة المعرفة

يحاول كثير من الناس أن يحدثوا أثراً طيباً، وأن يثبتوا معيارهم وخبرتهم بالتعبير عن الأفكار بجمل طويلة مركبة، ذات كلمات متعددة المقاطع. فتكون النتيجة رسالة غامضة وغير مفهومة: «لقد عانينا زلات في أفضل أداء لمعدات التصنيع في المنطقة الثالثة. لذلك من الواجب علينا أن نباشر بإغلاق تلك المنطقة، وتنفيذ ذلك حالاً، ونبدأ عملية تحقيق في الوضع».

إن ما يعجز مثل هؤلاء الكتاب عن فهمه أن أفضل كتابة تجارية لا يمكن مشاهدتها، وهذا يعني أن فكرة الرسالة تحتل الموقع المركزي لا الكلمات المنمقة: كان يمكن كتابة الرسالة السابقة كالآتي: «ستتوقف عمليات التصنيع في المنطقة الثالثة، حتى تتمكن من البحث عن مصدر المشكلات».

ذُكِرْ ما هو واضح

الكتاب الذين يقعون ضحية المبالغة في الكتابة، يميلون أيضاً إلى حشو جملهم بكلمات غير ضرورية في محاولة للتركيز على فكرتهم: «تخطط الشركة، وهي تمضي قدماً، لتقديم عقاير جديدة للموافقة عليها عام 2001. ومن الواضح أن عملية التقديم الحالية ليست فاعلة».

فعبارة «وهي تمضي قدماً»، زائدة ولا ضرورة لها، وفي الجملة الثانية لا بد أن الفكرة واضحة بما يكفي، بحيث إن استعمال عبارة «من الواضح» لا ضرورة له.

تحويل الأسماء إلى أفعال

تحويل الأسماء إلى أفعال أصبح ممارسة شائعة هذه الأيام، إلى درجة أن الكلمات تظهر في كثير من القواميس؛ ولهذا يستغرب بعضهم عندما يعلمون أن ذلك ليس من القواعد الصحيحة. أما الأشخاص الملتزمون بالقواعد البحتة، فما يزالون يستنكرون هذه الممارسات، وما زال هناك احتمال قوي أن رد فعل جمهورك سيكون سلبياً. بعض الأسماء التي كثر استعمالها كأفعال، التي يمكن تجنبها: مهندس Architect، حافز Incent، أثر Impact.

عدم توافق الفاعل مع الفعل

الأسماء التي تفيد معنى المجموعة:

مجموعة Group - فريق Team - إدارة Management - جمهور المستمعين Audience - منظمة Organization: تأخذ صيغة المفرد للفعل: The implementation team meets to discuss strategy once a week. After the meeting it distributes a list of next steps

الترجمة: يجتمع فريق التنفيذ لمناقشة الخطة مرة في الأسبوع.
بعد الاجتماع، يوزع جدول بالخطوات الآتية. their و They لا يصح
استعمالهما مع الأسماء التي تفيد معنى المجموعة. إذا كان ذلك مثيراً
للضحك، أعد كتابة الجملة هكذا:

The team members meet...after the Meeting they distribute...

تجنب إثارة الجنس مذكر/ مؤنث

كثير من الكتاب، على أمل أن يتجنبوا مشكلة الجنس كلياً، يختارون
ضمير الشخص الثالث في حالة الجمع they، بدل المفرد المذكر He، أو
المفرد المؤنث she، مثال:

The customer may not be aware they can request this
service.

الترجمة: قد لا يدرك الزبون أن باستطاعتهم (بدل استعمال
باستطاعته أو استطاعتها) طلب هذه الخدمة.

يا حسرتاه! اجعل المبتدأ في الجملة جمعاً فتكون صحيحة:

The customers may not be aware they can request...

فشل تدقيق التجربة الطباعية

هذا هو الحد الأخير في الكتابة التجارية الجيدة. مواعيد إنجاز
نهائية كثيفة، إلهاء وتشتت، محاولات للقيام بمهام متعددة - غالباً
ما تتكرر هذه المواقف، وتجعل من السهل حدوث الهفوات. يمكن أن

يساعد مدقق الإملاء في حال الأخطاء الطباعية البسيطة: الأخطاء الإملائية وتكرار الكلمات. لكن وسائل التصحيح هذه لا تفيد في أخطاء التفكير مثل كلمة Incontinence / Inconvenience

وكما ورد في الأمثلة السابقة. ضع جانباً، دقائق، الوثيقة التي أنجزت ودُققت، ثم قم بمراجعة شاملة لهذه الوثيقة، وبمنظرة جديدة قدر المستطاع. تعد هذه الخطوة مهمة على نحو استثنائي عندما يكون الموضوع مشحوناً بالعاطفة أو يكون حساساً جداً.

