

אוצר מלים והשימוש בו בכתיבה ארגונית

בבואנו לדון בשימוש באוצר מלים בכתיבה ארגונית, שירותית, עסקית ושיווקית, חשוב להבחין בין מספר הגדרות יסוד לאוצר מלים בשפה:

שפה (עברית) בינונית – העברית המשמשת את דוברי השפה וכותביה במשלבים, שאינם שייכים לדיבור העממי מצד אחד, ולא לרובד הספרותי מהצד השני. העברית הבינונית היא המישלב של מכתבים רשמיים ושל החדשות בכלי התקשורת.

לשון דבורה – הלשון המושמעת בנסיבות פורמאליות (במשמעות שלדבר דבור על אופניו) בלשון זו מדברים קריינים, שחקנים, מרצים ונואמים. מישלב זה קרוב לעברית הכתובה, ולעתים הדיבור בו אינו אלא קריאה מתוך הכתוב (קרייני החדשות בתקשורת האלקטרונית, למשל). זוהי לשון אחידה יחסית.²

לשון מדוברת עממית - שפה לא רשמית, הנשמעת בשיחות בבית, ברחוב, בשוק. זוהי לשון לא אחידה בעלת מימושים סוציולקטים שונים, בהתאם לרמת ההשכלה ולרמה הסוציו-כלכלית של הדוברים. יש בדיבור העממי יסודות לא תקינים, אם כי אין לראות בו סלנג.²

סלנג – לשון דיבורית עממית רהוטה, תת-סטנדרטית ולא פורמאלית מובהקת, העשויה להשלים גוני משמע ומשמעים החסרים בלשון הסטנדרטית (תקנית).¹

ז'רגון - אוצר המלים והביטויים המיוחד למקצוע, לעיסוק או לתחום מדעי או טכני מסוים. ניתן להבחין בו בין ז'רגון מקצועי – כמו ז'רגון רפואי לז'רגון קבוצתי כז'רגון של עברייני הסמים.¹

מישלב – טיפוס לשון ייחודי המותאם במיוחד לנסיבות מסוימות¹

סוציולקט – רמת הלשון הטבעית לאדם בחתך חברתי מסוים. לדוגמה: הלשון המדוברת בפי מעוטי ההשכלה בישראל¹

דיאלקט (ניב, להג, עגה) צורת לשון אופיינית לאזור גיאוגרפי או לחוג חברתי מסוים, המיוחדת בהגייתה, בדקדוקה ובאוצר מילותיה. כך למשל, יש לאנגלית דיאלקט לונדוני, סקוטי ואמריקני. בעברית הישראלית מתייחד הדיאלקט לפי עדות.¹

1 - ניסן נצר, עברית בג'נס, דמותו של הסלנג העברי, הוצאת הספרים של אוניברסיטת בן גוריון בנגב, (2007).

2 – דרכי היצירה המילונית בעברית בת-זמננו, רפאל ניר, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 1993.

השימוש בהגדרות אוצר המלים בכתיבה הארגונית-עסקית

בבחירת אוצר מלים בכתיבה ארגונית-עסקית, מתמודד הכותב עם שתי דילמות מרכזיות: הראשונה, נורמטיבית - באילו מלים הוא רשאי להשתמש, מה אסור ומה מותר. דילמה זו מייצגת את הגישה הנורמטיבית הרווחת בשפה העברית עוד מימי החייאתה על ידי וועד הלשון, המיוצגת כיום על ידי האקדמיה ללשון העברית.

השנייה, שיווקית – אילו מלים מתוך המצאי הנורמטיבי ייטיבו לשווק בארגון את הרעיון שהוא רוצה להעביר. מאחר שמוטיב ההנעה חשוב, שלא לומר קריטי, בכתיבה העסקית, הוא לרוב מתלבט יותר בדילמה זו.

כותב טקסטים בטוח בעצמו מפתח לו חוש לשוני. חוש זה מאפשר לו ל"דלג" על השלב הראשון ולעבור לשלב השני, שבו הניואנסים הדקים של משמעות המילה יכולים לגזול ממנו זמן רב. הוא מתעלם מההיבט של תקניות הלשון ועובר מיידית להתאמת המילה להקשר. לשיטה זו יש יתרונות רבים בהקשר של הכתיבה הארגונית, משום שהיא חוסכת זמן לכותב. עצתי היא: תמיד לבדוק שוב את תקניות המילה. איש לא רוצה, בוודאי לא מנהל, שמעוניין לקדם את עצמו ואת ענייניו להיחשב כבלתי פורמאלי לחלוטין. יש קוראים, שהדבר חשוב להם מאוד, והם עלולים לפסול את תקניות המסמך לגמרי בעטיו.

לדוגמה:

השימוש במילים: הנעה, התנעה, הובלה, מנהיגות, קידום.

המלים התנעה והובלה הן שפה דיבורית מצד אחד. מצד שני, הן עשויות להתאים מאוד לתרבות הארגונית או אפילו לקהל היעד החשוב ביותר של הכותב – המנהל הישיר שלו או עמיתיו המנהלים. האם השיקול הנורמטיבי יכריע במקרה כזה? בוודאי שלא. לכן, עבור מסמך פנים-ארגוני שבו גורם ההנעה הוא קרדינאלי, ניתן להתעלם מההיבט הנורמטיבי אם הוא סותר את האינטרס של הכותב בארגון. כלומר, אם הוא עלול לפגוע בפונקציונאליות של המסמך – בתפקיד שאני מייעד לו, אפשר לרדת במישלב אחד, ובלבד שאשיג את מטרת המסמך.

כותב שאינו בטוח ביכולת הכתיבה שלו עלול להיעצר בשלב הראשון. לכן, כדאי להתעלם משלב זה ולהתמקד בהיבט השיווקי של המילה. רק אחר כך, יש לבדוק את תקינות המילה.

לעומת זאת, במסמך חוץ-ארגוני, או מסמך שעשוי להיות מועבר לגורמים רשמיים ביותר כמו בנק ישראל, רשות המסים, הנהלת משרד ממשלתי או חבר מנהלים של חברה ציבורית, יש להשתמש במלים רשמיות ולבחור חלופה כמו "מנהיגות" או אפילו "קידום תהליך" ולא להשתמש במלים כמו התנעה והובלה. הרושם החיצוני ותקניות השפה חשובים מאוד במקרה זה, לעתים אף יותר מהניואנסים המדויקים של השפה, שאני מעוניינים להעניק.

כלל, תקינות השפה באה לידי ביטוי פחות באוצר המלים ויותר בתחביר – בצירוף המלים זו לזו במשפט, בסדר שלהן ובהטיה שלהן. לכן, כותב אחראי, המעוניין להשתמש בשפה רשמית במסמכים בארגון, צריך לדאוג פחות בנוגע לאוצר המלים ויותר בנוגע לתחביר ולניסוח הכולל.

לשאלות נוספות, אתה מוזמן ליצור קשר עם אילת צור:

03-6471355

052-3510583

avelet@aveletz.co.il

www.aveletz.co.il

איילת צורי

המכון להדרכה בכתיבה עסקית

מלים רלוונטיות:

כתיבה

כתיבה ארגונית

כתיבה יוצרת

כתיבה שיווקית

כותב טקסטים

אימון כתיבה

אוצר מלים

שפה