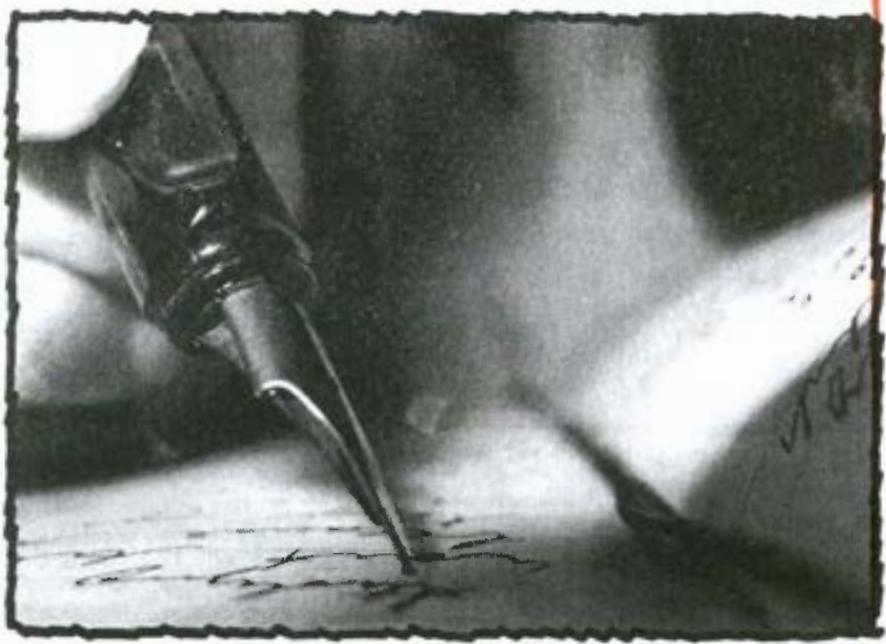


أسس الكتابة المهنية
في موقع العمل

The basics of professional
writing in workplace



الكتاب الأول

الفصل الاول

الأساس (1):

الكتابة المهنية في موقع العمل

Basic (1):

Professional Writing in Workplace



يجرى الاتصال في مواقع العمل لأغراض عملية. يتمثل الهدف في نقل المعلومات بصورة فعالة إلى جمهور القراء الذي يحتاج إليها. تختلف الكتابة في موقع العمل عن تلك التي تتم في السياق التعليمي أو الاجتماعي. في موقع العمل، تعتبر الكتابة عادة وثيقة قانونية، ويتكرر باستمرار نقل الكتابة إلى الأرشيف أو الحفظ على مدى سنوات عديدة. يمكن الرجوع إلى هذه الكتابات في المستقبل عند ظهور تعقيدات قانونية.

Communication in the workplace is generally done for practical purposes. The goal is to effectively convey information to an audience that needs it. Workplace writing differs from writing done in an educational or social context. In the workplace, writing is often considered a legal document, and writing will frequently be archived or retained for several years. These writings can be referenced in the future if legal complications arise.

الكتابة التي تركز على القارئ Reader-Centric Writing

يجب أن تركز الكتابة في مواقع العمل دائماً على القارئ. ماذا يريد القارئ أن يعرف؟

Workplace writing should always focus on the reader. What does the reader need to know?

يجب أن تنقل الكتابة بفعالية المعلومات الدقيقة التي ينشدها القارئ. إذا كانت الكتابة محاولة لإقناع القارئ، يجب أن يأخذ الكاتب في اعتباره ما هو أكثر إقناعاً للقارئ. على سبيل المثال، قد يكون فريق عمل في سبيله لكتابة اقتراح

تركيب ماكينة إنتاج جديدة في أحد المصانع. سوف تركز الوثيقة جيدة الكتابة على كل قارئ محتمل وتعطى له المعلومات التي يسعى إليها.

Writing should effectively convey the precise information that the reader is seeking. If the writing is an attempt to persuade the reader, then the writer must consider what will persuade the reader most. For example, a work team may be writing a proposal to install new production machinery in a factory. Different readers in the company will want different information from this proposal. A well-written document will consider every potential reader and give the information that each reader is seeking.

الكتابة الفعالة في موقع العمل

Effective Workplace Writing

يجب أن تكون الكتابة في موقع العمل مقنعة وقابلة للاستخدام لكل القراء المحتملين. لكي توصف وثيقة ما بالكفاءة، يجب أن يفهمها جمهور القراء الموجهة إليهم بسهولة. الوثيقة التي من الصعب فهمها، لا تكون قابلة للاستخدام، وليست كتابة فعالة. يجب أن تساعد الكتابة عالية القابلية للاستخدام القراء على سرعة إلقاء الضوء على المعلومات وفهمها السهل واستخدامها لإنجاز مهامهم.

Workplace writing must be persuasive and usable to all potential readers. For a document to be efficient, it must be easily understood by the intended audience. A document that is hard to understand is not usable and not effective writing. Highly-usable writing should help readers quickly locate, easily understand, and use the information to complete their task.

سوف تقنع الكتابة القوية القراء بأن المعلومات التي تحتوي عليها صحيحة، ويجب اتباعها. سوف تحتاج كل كتابة مواقع العمل إلى إقناع القارئ بأن المعلومات موثقة وموثوق بها. على سبيل المثال، قد يدرس القارئ العديد من المقترحات، وأن الاقتراح المختار من المحتمل أن يكون ذلك الاقتراح الأكثر إقناعاً. ولكن إذا لم تكن الكتابة مقنعة، فالاحتمال الأكبر هو عدم اتباعها، وأن الجهود المبذولة في الكتابة تكون قد أهدرت.

Persuasive writing will convince readers that the information is accurate and should be followed. All workplace writing will need to convince the reader that the information is credible. For example, a reader may be considering several different proposals, and the chosen proposal is likely to be the one that is most persuasive. If writing is not persuasive, then it will likely not be followed, and the entire writing effort will have been wasted.

كيف يتفاعل الكتاب والقراء في موقع العمل

How Writers and Readers Interact

يتفاعل الكتاب والقراء بطرق تختلف من واحد إلى آخر. وفي كل الحالات، فإن الكتابة هي الطريق الوحيد لعرض المعلومات. لذلك، يجب أن يدرس الكتاب ويأخذون في اعتبارهم كل حاجات قرائهم. قد يكون كل قارئ مختلفاً، ويجب على الكاتب الفعّال أن يتوقع ما هو الأكثر فائدة لجمهور القراء. يضاف إلى ذلك، أن العالم متنوع إلى حد بعيد، تحت أي ظروف. قد يكون بعض القراء أكثر استرخاءً أو من الصعب استئارتهم مقارنةً بآخرين. لهذا السبب، يحتاج الكتاب إلى أن يتعلموا أن يكونوا واعين في كتاباتهم ومتأكدين أنهم لن يحبطوا أو يضايقوا أحداً من قرائهم. عندما يشعر القارئ بأنه تعرض للإغاطة، فإن أي قرار يتخذ، من المحتمل ألا يكون في صالح الكتاب. ويجب أن تتخلص الكتابة الناجحة من المعلومات غير الضرورية، وتتضمن وثيقة موجزة (ما قل ودل).

Writers and readers interact in unique ways. In all cases, writing is a one-way flow of information. Therefore, writers should consider and include all of their readers' needs. Every reader may be different, and an effective writer must anticipate what will be most useful to the audience. Additionally, the world is extremely diverse by any account. Some readers may be more relaxed or harder to offend than others. For this reason, writers need to learn to be conscientious in their writing to ensure they won't discourage or offend one of their readers. If a reader is offended,

any decision made will likely not be made in the writers favor. Effective writing eliminates unnecessary pieces of information and ensures a concise document.

قد يستنتج القراء المختلفون معاني مختلفة من نفس الكلمات. قد يتشكل المعنى من خلال الخبرة السابقة، الثقافة، أو حتى الحالة الذهنية للمستخدم، وسوف ينشئ كل قارئ معنى خاصاً به يستند إلى سياق الكتابة وخبرته السابقة. وهذا موضوع الفصل الثاني.

Different readers may construe different meanings from the same words. The meaning may be shaped by a user's previous experience, culture, or even a user's state of mind and each reader will construct a meaning based on the context of the writing and their previous experiences. This is the subject of the second chapter.

الكتابة المهنية كمؤثر بلاغي

Professional writing is/as rhetorical



الكتابة المهنية مرتبطة بمفهوم التأثير عن طريق الأسلوب البلاغي. تركز البلاغة على إعلام أو إقناع جمهور القراء، والكاتب المهني الناجح يكون قادراً على خلق الاهتمام لدى جمهوره من القراء. والأكثر من ذلك، أن هذا يرتبط بأوجه العالم المهني. والتي تؤدي نمطياً داخل مناخ مهني، سواء كان موقع عمل، أو عملاً مهنيًا حرًا، ينشؤها - الكتابة المهنية - شخص ما لديه معرفة ومهارة في الكتابة، ويدرك المدى الواسع للمتطلبات اللازمة لإنشاء القطع الكتابية المؤلفة.

Professional writing is connected to the concept of rhetoric. Rhetoric focuses on informing or persuading an audience, and a successful professional writer is able to create interest in their audience. Moreover, this is combined with the aspects of the professional world which is typically done within a professional atmosphere, be it a workplace or as freelance work,

created by someone who has knowledge and skills at writing and comprehends the wide range of requirements needed to successfully create the pieces being composed.

أحد مبادئ إحداث التأثير البلاغى الأساسية، عندما تطبق على عمل الكتاب المهنيين تتمثل فى فن الاتصال الفعال، وإنشاء افتراضات جديدة بالثقة.

One of the main principles of rhetoric, when applied to the work of professional writers, is the art of effective communication and creating authoritative arguments.

تتطلب كل المهن -تقريباً- مستندات مكتوبة، وفى عبارة أخرى، كل أعضاء مجموعة الموظفين يقدمون مستندات مكتوبة عن عملهم. سواء كان شركة سلسلة الوجبات السريعة بحثاً عن تطوير شبكة توزيع إضافية، شركة قانون تحرر ووثائق قانونية، أو حتى قاعة موسيقية تبحث عن شخص ما يكتب من أجلها نشرات ترويجية أو ملصقات على أساس منتظم. فإن الكاتب المهني يستطيع أن يلتحق بأى منظمة. الكتاب المهنيون فى مواقع العمل يعتبرون على وجه التحديد ذوى قيمة فى موقع العمل استناداً إلى مواهبهم الكثيرة، والتي تتضمن مهارات الاتصال، الابتكار، الكفاءة التكنولوجية، ومهارات اجتماعية أخرى.

Nearly all professions require written documents; in other words, all staff members produce written documentation of their work. Whether it be a fast food chain looking for additional web development, a law firm editing legal documents, or perhaps even a musical venue looking for someone to create flyers and posters on a regular basis; a professional writer can fit into any organization. Professional writers are specifically valuable in the workplace for their many talents including communication skills, creativity, technological proficiency, and other social skills.

كيف تختلف الكتابة الدراسية في الكلية. عن كتابة موقع العمل

How Does College Writing Differ from Workplace Writing?



حيث أن الكتابة للكلية خاصة برسالتك للحصول على الدرجة الدراسية، فإن كتابة موقع العمل خاصة بحاجات وظيفتك. وفي معظم الأوقات يكون الشكل والمحتوى المحدد للكتابة في موقع العمل تم تأسيسه بمعرفة آخرين. إنك قد تستخدم قوالب أو نماذج سابقة التصميم والإعداد، أو وثائق قد أنشئت بالفعل مع الشكل العام والعناوين الصحيحة. قد يكون دورك ككاتب أحد الذين يجمعون المعلومات، وفي بعض الحالات، قد لا تكتب مطلقاً وثيقة كاملة بذاتك.

Just as college writing is specific to your mission as you earn your academic degree, **workplace writing** is specific to the needs of your job. Most of the time, however, the specific format and content of workplace writing have already been established by others. You may use **templates**, or documents already set up with the correct format and subject headings. As a writer, your role may be one of information gatherer, and, in some instances, you may never write an entire document on your own.

أحد الفروقات الجوهرية بين الكتابة في موقع العمل والكتابة الدراسية تنعكس في توقعات أولئك الذين يعهدون إليك بالكتابة. في موقع العمل يكون التركيز على إنتاج مادة مكتوبة. في الكتابة الدراسية، يكون التركيز على الكتابة للتفكير، والكتابة للتعلم، والكتابة لإثبات التعلم. على سبيل المثال، قد يكون متوقعاً أن تكتب مذكرة إلى العاملين تشرح فيها تغييراً إجرائياً. في التكليف الدراسي، قد يكون من المتوقع أن تفهم عملية إنشاء مذكرة، لكي تشرح بوضوح السياسة الجديدة، وأن تثبت أساليب الكتابة التي تركز على القارئ في كتابة المذكرة.

One of the major differences between workplace writing and college writing is reflected in the expectations of those who assign

the writing. In the workplace, the emphasis is on producing a written product. In college writing, the emphasis is on writing to think, writing to learn, and writing to demonstrate learning. For example, at work, you may be expected to write a memo to employees to explain a procedural change. In a college assignment, you may be expected to understand the process of creating a memo, to clearly explain the new policy, and to demonstrate reader-centered writing techniques in writing the memo.

قد تختلف أيضاً الكتابة في موقع العمل عن الكتابة الدراسية في عدد الأفكار المجردة التي تحتوى عليها، والطرق التي من المتوقع أن تتناولها ككاتب. وبصفة عامة، فإن كتابة موقع العمل توصل معلومات، تكون محددة مسبقاً في الغرض والشكل، بينما تظهر الكتابة الدراسية معرفة وفهم كل من المحتوى والعملية. تتجه كتابة موقع العمل إلى أن تكون واقعية، موجهة إلى إنجاز مهمة مرتبطة بالعمل، بينما تمكنك الكتابة الدراسية من اكتشاف طرق تفكير جديدة.

Your workplace writing may also differ from college writing in the number of abstract ideas it contains and in the ways that you as a writer are expected to work with them. In general, workplace writing conveys information and is predetermined in purpose and form, whereas academic writing shows knowledge and understanding of both content and process. Workplace writing tends to be pragmatic, oriented toward completing a work-related task, whereas college writing enables you to explore new avenues of thought.

على الرغم من اختلاف التوقعات توفر لك كل من الكتابة في موقع العمل والكتابة الدراسية الكثير من الفرص للكتابة إلى جماهير مختلفة من القراء، وأن تتبنى أساليب مختلفة استناداً إلى ما يعهد به إليك من كتابات. على سبيل المثال، فإنك كمدير في دائرة العمل، أو كطالب في إحدى الكليات، قد تكتب خطابات، أو مذكرات، أو تقييمات الأداء، أو تقارير الحالة، أو مراجعة مالية، أو دراسات الجدوى، أو المقترحات، وأنواع أخرى من الوثائق كثيرة. مع ذلك،

قد لا تكتب أى شيء فى موقع العمل مثل الرسالة التى تكتبها للانتهاء من درجة الماجستير فى إدارة الأعمال.

Although the expectations differ, both the workplace and college offer you many opportunities to write to different audiences and to adopt different styles depending on your assignments. As a manager in business and as a college student, for example, you may write letters, memos, performance evaluations, status reports, financial reviews, feasibility studies, proposals, and many other types of documents. However, you may never write anything in the workplace like the thesis you write to complete your master of business administration degree.

الكتابة إلى رؤسائك **Writing For Your Superiors**

عندما تكتب وثيقة إلى رؤسائك فى العمل. فمن المألوف أنك تريد أن تحاول أن تحدث تأثيراً. لسوء الحظ، ينظر كثير من الناس إلى تقييم "إحداث التأثير" من خلال تلك المستويات السخيفة أو الهزلية، والتى تنتهى إلى تحويل النص إلى شيء يبدو غريباً فى شكله ومعناه. إما باستخدام مفردات لغوية ليست فى مكانها الصحيح. أو يحتوى على الكثير من الكلمات المتكلفة بلاغياً.

When writing a document for your superiors at work, it's not uncommon to want to try to impress. Unfortunately, most people calibrate "impressive" at such ridiculous levels that they end up turning over text that look and sound strange, either using vocabulary that's out place or containing too many flowery words.

فى الحقيقة، كل فرد (وخاصة المهنيين المشغولين) يقدر النص المباشر، وجيد الصياغة. اترك الكلمات الكبيرة للأكاديميين. حيث لا توجد حاجة إلى استعراض قدراتك اللغوية. فمعظم الناس فى مكان عملك ربما يلجأون إلى القاموس لكى يفهموا ما يعنيه الكثير من كلماتك - وهذا تبديد خطير للوقت. يمكن تفاديه بسهولة.

In truth, everyone (especially busy professionals) appreciate straightforward, well-written text. Leave the big words to the

academe, as there's no need to pull it out of your bag of tricks. In fact, most people at your place of work will probably need to consult a dictionary in order to understand what many of them mean - a serious time-waster that could be easily avoided.

وبالمثل، اللغة المتكلفة بلاغياً والتي تحاول أن تلبس نصك عباءة التكلف تدعو إلى السخط، أكثر منها أى شيء آخر. عندما أقرأ وثيقة دائرة عمل، فإننى أريد حقائق تنطلق من الصفحة عندما أمر عليها مر الكرام، مع كل جملة تعمل ببساطة على توضيحها، وليس تفسيرها بصورة حمقاء.

Similarly, flowery language that attempts to dress up your text is an irritation, more than anything else. When I am reading a business document, I want facts to fly off the page when I skim through it, with every other statement simply serving to clear them up, not expound on them pointlessly.

أساساً، عندما تكتب لدائرة عملك، ركز كل نصك على الحقائق الأساسية. يجب على أى جملة لا تتناول مباشرة بنداً إحصائياً مهماً أن تفيد فى تفسيره بصورة بليغة الإيجاز بقدر الإمكان.

Basically, when you're writing for business, focus all your text on key facts. Any statement not directly stating an important statistic should serve to explain it in as succinct a way as possible.

إن ما يجعل وثيقة ما فى دائرة العمل مؤثرة يتمثل فى مدى السرعة التى تبلغ بها كل الحقائق المهمة وتكون قابلة تماماً للقراءة. ذلك ما يجب أن تناضل من أجله. يناقش الفصل الثالث بإيجاز الوعى التأثيرى والمقنع فى الكتابة فى موقع العمل.

What makes a business document impressive is how fast it can deliver the all-important facts, all while being complete and extremely readable. That is what you should strive for. The third chapter discusses briefly the awareness of rhetorical and persuasive writing in workplace.

Effective Writing For the Workplace

الكتابة الفعالة في موقع العمل مهارة محورية. القواعد أساساً هي نفسها لأي نوع من الكتابة، ومع ذلك، يوجد بعض الموضوعات الخاصة التي تظهر في سياق دوائر العمل. معرفة عناصر الكتابة الجيدة في دائرة العمل يمكن أن تدعم أو تحطم المسار المهني.

Effective writing in the workplace is an essential skill. The rules are basically the same for any type of writing, however there are some special issues which arise in the business context. Knowing the elements of good business writing can make or break a career.

إذا كنت تجيد الكتابة، فإنك تستطيع أن ترتقى بقوة في أي مكان عمل. إذا لم يكن ذلك كذلك، فإنك قد تنفق الكثير من الوقت والطاقة في محاولة لإخفاء ذلك الضعف. قد تفشل في إقناع عملائك لشراء منتجك أو فكرتك. إنك قد تصارع لتوضيح فكرتك إلى زملائك أو رؤسائك. قد تجد نفسك في حالة فزع أيام الكتابة، تقريباً بقدر الفزع عندما تسمع ردود أفعال قرائك. قد تعاني منظمته نتيجة لذلك. يزودك الفصل الرابع بمجموعة عملية من النصائح والإرشادات لتحسين جودة وثائق وكفاءة كتابتك.

If you write well, you can thrive in any workplace. If you do not, you may spend too much time and energy hiding that weakness. You may fail to persuade your customers to buy your product or idea. You may struggle to clarify your thinking for your colleagues or supervisors. You may find yourself dreading writing days, almost as much as you dread the days when you hear back from your readers. Your organization may suffer as a result. The fourth chapter provides you with practical group of tips to improve the quality of your documents and the efficiency of your writing.