

PRESENTATION AND WRITING SKILLS

MGM223

Lecture 05

Reviewing, editing, and producing
professional messages

المراجعة والتحرير وإخراج الرسائل بشكل احترافي



Lecture
05Learning Objectives
أهداف التعلم

- ❑ Discuss the value of careful revision, and describe the tasks involved in evaluating your first drafts and the work of other writers.
 - ❑ List techniques you can use to improve the readability of your messages.
 - ❑ explain the role of major design elements in document readability.
 - ❑ Explain the importance of proofreading, and give seven tips for successful proofreading.
 - ❑ Discuss the most important issues to consider when distributing your messages.
- ❑ مناقش قيمة المراجعة الدقيقة، ووصف المهام المتضمنة في تقييم مسوداتك الأولى وأعمال الكتاب الآخرين.
 - ❑ ذكر التقنيات التي يمكنك استخدامها لتحسين قابلية قراءة رسائلك.
 - ❑ شرح دور عناصر التصميم الرئيسية في قابلية قراءة المستند.
 - ❑ شرح أهمية التدقيق اللغوي، وقدم سبع نصائح لنجاح التدقيق اللغوي.
 - ❑ مناقشة أهم القضايا التي يجب مراعاتها عند توزيع رسائلك.

Lecture
05

Revising Your Message: Evaluating the First Draft

مراجعة رسالتك: تقييم المسودة الأولى



Lecture

05

Revising Your Message: Evaluating the First Draft

مراجعة رسالتك: تقييم المسودة الأولى

- ❑ Before getting to the design stage, though, it's important to fine-tune the content you've diligently researched, organized, and composed. Successful communicators recognize the difference between a rambling, unfocused message and a lively, direct message that gets results.
- ❑ قبل الوصول إلى مرحلة التصميم، من المهم صقل المحتوى الذي بحثت عنه ونظمتة وكتبته بعناية. يدرك خبراء التواصل الناجحون الفرق بين رسالة متشعبة وغير مركزة ورسالة مباشرة وحيوية تُحقق نتائج.

Revising Your Message: Evaluating the First Draft

مراجعة رسالتك: تقييم المسودة الأولى

- ❑ The scope of revision can vary, depending on the medium and the message. For informal messages to internal audiences, particularly when using workgroup messaging, text messaging, or email, the revision process is often as simple as quickly looking over your message to correct any mistakes before sending or posting it.
- ❑ يختلف نطاق المراجعة باختلاف الوسيلة والرسالة. بالنسبة للرسائل غير الرسمية الموجهة إلى الجمهور الداخلي، وخاصةً عند استخدام رسائل مجموعات العمل أو الرسائل النصية أو البريد الإلكتروني، غالبًا ما تكون عملية المراجعة بسيطة، إذ لا يتطلب الأمر سوى مراجعة سريعة لرسالتك لتصحيح أي أخطاء قبل إرسالها أو نشرها.

Lecture

05

Revising Your Message: Evaluating the First Draft

مراجعة رسالتك: تقييم المسودة الأولى

- ❑ However, don't fall into the common trap of thinking that you don't need to worry about grammar, spelling, clarity, and other fundamentals of good writing when you use digital media. These qualities can be even more important in digital media, particularly if these messages are the only contact your audience has with you. Audiences are likely to equate the quality of your writing with the quality of your thinking.
- ❑ مع ذلك، لا تقع في فخ الاعتقاد الشائع بأنك لست بحاجة للقلق بشأن القواعد النحوية والإملائية والوضوح وغيرها من أساسيات الكتابة الجيدة عند استخدام الوسائط الرقمية. يمكن أن تكون هذه الصفات أكثر أهمية في الوسائط الرقمية، خاصةً إذا كانت هذه الرسائل هي وسيلة التواصل الوحيدة بينك وبين جمهورك. من المرجح أن يُقارن الجمهور بين جودة كتابتك وجودة تفكيرك.

Lecture

05

Revising Your Message: Evaluating the First Draft

مراجعة رسالتك: تقييم المسودة الأولى

- ❑ Poor-quality messages create an impression of poor-quality thinking and can cause confusion, frustration, and costly delays.
- ❑ Particularly with important messages, try to arrange your work schedule so you can put your first draft aside for a day or two before you begin the revision process. Doing so will allow you to approach the material with a fresh eye. Then start with the “big picture,” making sure that the document accomplishes your overall goals before moving to finer points, such as readability, clarity, and conciseness.

❑ الرسائل رديئة الجودة تُعطي انطباعًا بسوء جودة التفكير، وقد تُسبب ارتباكًا وإحباطًا وتأخيرًا مكلفًا.

❑ خاصةً مع الرسائل المهمة، حاول تنظيم جدول عملك بحيث تُؤجل مسودتك الأولى ليوم أو يومين قبل بدء عملية المراجعة. سيُتيح لك ذلك النظر إلى المادة بنظرة جديدة. ثم ابدأ بالنظرة الشاملة، وتأكد من أن الوثيقة تُحقق أهدافك العامة قبل الانتقال إلى النقاط الدقيقة، مثل سهولة القراءة والوضوح والإيجاز.

Lecture

05

Evaluating your content, organization, style, and tone

تقييم المحتوى والتنظيم والأسلوب والنبرة

When you begin the revision process, focus your attention on content, organization, style. To evaluate the content of your message, ask yourself these questions:

- Is the information accurate?
- Is the information relevant to the audience?
- Is there enough information to satisfy the readers' needs?

عند بدء عملية المراجعة، ركّز على المحتوى والتنظيم والأسلوب. لتقييم محتوى رسالتك، اسأل نفسك الأسئلة التالية:

- هل المعلومات دقيقة؟
- هل المعلومات مناسبة للجمهور؟
- هل المعلومات كافية لتلبية احتياجات القراء؟

Lecture

05

Evaluating your content, organization, style, and tone

تقييم المحتوى والتنظيم والأسلوب والنبرة

- Is there a good balance between general information (giving readers enough background information to appreciate the message) and specific information (giving readers the details they need to understand the message)?

When you are satisfied with the content of your message, you can review its organization. Ask yourself another set of questions:

- هل هناك توازن جيد بين المعلومات العامة (إعطاء القراء معلومات أساسية كافية لفهم الرسالة) والمعلومات المحددة (إعطاء القراء التفاصيل التي يحتاجونها لفهم الرسالة)؟

عندما تكون راضيًا عن محتوى رسالتك، يمكنك مراجعة تنظيمها. اطرح على نفسك مجموعة أخرى من الأسئلة:

Lecture

05

Evaluating your content, organization, style, and tone

تقييم المحتوى والتنظيم والأسلوب والنبرة

- Are all the points covered in the most logical order?
هل جميع النقاط مُغطاة بالترتيب الأكثر منطقية؟
- Do the most important ideas receive the most space, and are they placed in the most prominent positions?
هل تحظى الأفكار الأكثر أهمية بأكبر مساحة، وهل وُضعت في أبرز المواضع؟
- Would the message be more convincing if it were arranged in a different sequence?
هل ستكون الرسالة أكثر إقناعًا إذا رُتبت بتسلسل مختلف؟
- Are any points repeated unnecessarily?
هل تكررت أي نقاط دون داعٍ؟
- Are details grouped together logically, or are some still scattered throughout the document?
هل التفاصيل مُجمّعة منطقيًا، أم أن بعضها لا يزال متناثرًا في جميع أنحاء الوثيقة؟

Lecture

05

Evaluating, editing, and revising the work of others

تقييم وتحرير ومراجعة أعمال الآخرين

At many points in your career, you will be asked to evaluate, edit, and sometimes revise the work of others. Whether you're suggesting improvements or making the improvements yourself.

Before you dive into someone else's work, recognize the dual responsibility that you have.

First, unless you've specifically been asked to rewrite something in your own style, keep in mind that your job is to help the other writer succeed at his or her task, not to impose your writing style.

في مراحل عديدة من مسيرتك المهنية، سيُطلب منك تقييم أعمال الآخرين وتحريرها، وأحيانًا مراجعتها. سواء كنت تقترح تحسينات أو تُجريها بنفسك.

قبل أن تتعمق في عمل شخص آخر، أدرك مسؤوليتك المزدوجة.

أولاً، ما لم يُطلب منك تحديدًا إعادة كتابة شيء ما بأسلوبك الخاص، تذكر أن وظيفتك هي مساعدة الكاتب الآخر على النجاح في مهمته، وليس فرض أسلوبك الكتابي.

Lecture

05

Evaluating, editing, and revising the work of others

تقييم وتحرير ومراجعة أعمال الآخرين

Second, make sure you understand the writer's intent before you begin suggesting or making changes. With those thoughts in mind, ask yourself the following questions as you evaluate someone else's writing:

ثانيًا، تأكد من فهمك لهدف الكاتب قبل البدء باقتراح أو إجراء تغييرات. مع وضع هذه الأفكار في الاعتبار، اسأل نفسك الأسئلة التالية أثناء تقييمك لكتابات الآخرين:

- ✓ What is the purpose of this document or presentation?
- ✓ Who is the target audience?
- ✓ What information does the audience need?
- ✓ Can the readability be improved?

✓ ما الغرض من هذه الوثيقة أو العرض التقديمي؟

✓ من هو الجمهور المستهدف؟

✓ ما المعلومات التي يحتاجها الجمهور؟

✓ هل يُمكن تحسين سهولة القراءة؟

Lecture

05

Evaluating, editing, and revising the work of others

تقييم وتحرير ومراجعة أعمال الآخرين

- ✓ Are there any special circumstances or sensitive issues that the writer had to consider (or should have considered)?
✓ هل هناك أي ظروف خاصة أو مسائل حساسة كان على الكاتب مراعاتها (أو كان ينبغي عليه مراعاتها)؟
- ✓ Does the document provide this information in a well-organized way?
✓ هل تُقدم الوثيقة هذه المعلومات بطريقة منظمة؟
- ✓ Does the writing demonstrate the “you” attitude toward the audience?
✓ هل يُظهر النص موقف "أنت" تجاه الجمهور؟
- ✓ Is the tone of the writing appropriate for the audience and the situation?
✓ هل أسلوب الكتابة مناسب للجمهور والموقف؟

Lecture

05

Evaluating, editing, and revising the work of others

تقييم وتحرير ومراجعة أعمال الآخرين

- ✓ هل الكتابة واضحة؟ إن لم تكن كذلك، فكيف يمكن تحسينها؟
✓ Is the writing clear? If not, how can it be improved?
- ✓ هل الكتابة مُختصرة قدر الإمكان؟
✓ Is the writing as concise as it could be?
- ✓ هل يدعم تصميم الصفحة أو الشاشة الرسالة المقصودة؟
✓ Does the page or screen design support the intended message?

Lecture
05

Revising to Improve Readability

المراجعة لتحسين قابلية القراءة



Lecture

05

Varying the length of your sentences

تغيير طول جُملك

Varying the length of your sentences is a creative way to make your messages interesting and readable. By choosing words and sentence structure with care, you can create a rhythm that emphasizes important points, enlivens your writing style, and makes information more appealing to your reader. For example, a short sentence that highlights a conclusion at the end of a substantial paragraph of evidence makes your key message stand out. Try for a mixture of sentences that are short (up to 15 words or so), medium (15–25 words), and long (more than 25 words).

يُعد تنويع طول جملك طريقة إبداعية لجعل رسائلك شيقة وسهلة القراءة. باختيار الكلمات وبنية الجمل بعناية، يمكنك خلق إيقاع يُبرز النقاط المهمة، ويُنعش أسلوب كتابتك، ويجعل المعلومات أكثر جاذبية للقارئ. على سبيل المثال، الجملة القصيرة التي تُبرز خاتمة في نهاية فقرة طويلة من الأدلة تُبرز رسالتك الرئيسية. حاول استخدام مزيج من الجمل القصيرة (حتى 15 كلمة تقريبًا)، والمتوسطة (15-25 كلمة)، والطويلة (أكثر من 25 كلمة).

Lecture

05

Keeping your paragraphs short

الحفاظ على فقراتك قصيرة

Large blocks of text can be visually daunting, particularly on-screen and even more so on small mobile devices, so the optimum paragraph length is short to medium in most cases. Unless you break up your thoughts somehow, you'll end up with lengthy paragraphs that are guaranteed to intimidate even the most dedicated reader. Short paragraphs, generally 100 words or fewer, are easier to read than long ones, and they make your writing look inviting. You can also emphasize ideas by isolating them in short, forceful paragraphs.

قد تُرهق النصوص الكبيرة بصريًا، خاصةً على الشاشات، بل وأكثر من ذلك على الأجهزة المحمولة الصغيرة، لذا يُفضّل أن يكون طول الفقرة قصيرًا إلى متوسط في معظم الحالات. ما لم تُقسّم أفكارك بطريقة ما، فستحصل في النهاية على فقرات طويلة تُرهب حتى أكثر القراء تفانيًا. الفقرات القصيرة، التي عادةً ما تكون 100 كلمة أو أقل، أسهل قراءةً من الطويلة، وتجعل كتابتك تبدو جذابة. يمكنك أيضًا التأكيد على الأفكار من خلال فصلها في فقرات قصيرة وقوية.

Lecture

05

Using lists and bullets to clarify and emphasize

استخدام القوائم والنقاط للتوضيح والتأكيد

An effective alternative to using conventional sentences is to set off important ideas in a list—a series of words, names, or other items. Lists can show the sequence of your ideas, heighten their visual impact, and increase the likelihood that a reader will find key points. In addition, lists help simplify complex subjects, highlight main points, visually break up a page or screen, ease the skimming process for busy readers, and give readers a breather. Compare these two treatments of the same information.

يُعدُّ عرض الأفكار المهمة في قائمة - سلسلة من الكلمات أو الأسماء أو غيرها من العناصر - بديلاً فعالاً عن استخدام الجمل التقليدية. تُظهر القوائم تسلسل أفكارك، وتُعزز تأثيرها البصري، وتزيد من احتمالية وصول القارئ إلى النقاط الرئيسية. بالإضافة إلى ذلك، تُساعد القوائم على تبسيط المواضيع المعقدة، وإبراز النقاط الرئيسية، وتقسيم الصفحة أو الشاشة بصرياً، وتسهيل عملية القراءة السريعة للقراء المشغولين، ومنحهم استراحة. قارن بين هاتين المعالجتين لنفس المعلومات.

Adding headings and subheadings

إضافة العناوين والعناوين الفرعية

A heading is a brief title that tells readers about the content of the section that follows. Subheadings are subordinate to headings, indicating subsections within a major section. Headings and subheadings serve these important functions:

- **Organization.** Headings show your reader at a glance how the document is organized. They act as labels to group related paragraphs and organize lengthy material into shorter sections.

العنوان هو عنوان موجز يُطلع القراء على محتوى القسم التالي. أما العناوين الفرعية فهي تابعة للعناوين، وتشير إلى أقسام فرعية ضمن قسم رئيسي. تؤدي العناوين والعناوين الفرعية الوظائف المهمة التالية:

- **التنظيم.** تُظهر العناوين للقارئ في لمحة سريعة كيفية تنظيم المستند. كما أنها بمثابة عناوين لتجميع الفقرات ذات الصلة وتنظيم المواد الطويلة في أقسام أقصر.

Adding headings and subheadings

إضافة العناوين والعناوين الفرعية

- **Attention.** Informative, inviting, and in some cases intriguing headings grab the reader's attention, make the text easier to read, and help the reader find the parts he or she needs to read—or skip.

- **Connection.** Using headings and subheadings together helps readers see the relationship between main ideas and subordinate ones so that they can understand your message more easily. Moreover, headings and subheadings visually indicate shifts from one idea to the next.

- **جذب الانتباه.** تجذب العناوين المفيدة والجذابة، وفي بعض الحالات المثيرة للاهتمام، انتباه القارئ، وتجعل النص أسهل قراءة، وتساعد على العثور على الأجزاء التي يحتاج إلى قراءتها - أو تخطيها.

- **الربط.** يساعد استخدام العناوين والعناوين الفرعية معًا القراء على رؤية العلاقة بين الأفكار الرئيسية والفرعية، مما يُسهّل عليهم فهم رسالتك. علاوة على ذلك، تُشير العناوين والعناوين الفرعية بصريًا إلى الانتقال من فكرة إلى أخرى.

Lecture
05

Editing for Clarity and Conciseness

التحرير من أجل الوضوح والإيجاز



Lecture

05

Editing for Clarity
التحرير من أجل الوضوح

Check to see that every sentence conveys the message you intend and that readers can extract that meaning without needing to read it more than once.

To ensure clarity, look closely at your paragraph organization, sentence structure, and word choices. Can readers make sense of the related sentences in a paragraph? Is the meaning of each sentence easy to grasp? Is each word clear and unambiguous (meaning it doesn't have any risk of being interpreted in more than one way)? **for examples of the following tips:**

تأكد من أن كل جملة تُوصل الرسالة التي تقصدها، وأن القراء يستطيعون استخلاص هذا المعنى دون الحاجة إلى قراءتها أكثر من مرة.

لضمان الوضوح، راجع تنظيم فقراتك، وبنية جملتك، واختيار الكلمات بعناية. هل يستطيع القراء فهم الجمل ذات الصلة في الفقرة؟ هل معنى كل جملة سهل الفهم؟ هل كل كلمة واضحة لا لبس فيها (أي أنها لا تُفسر بأكثر من طريقة)؟ إليك أمثلة على النصائح التالية:

Editing for Clarity

التحرير من أجل الوضوح

- ❑ **Break up overly long sentences.** If you find yourself stuck in a long sentence, you're probably trying to make the sentence do more than it reasonably can, such as expressing two dissimilar thoughts or peppering the reader with too many pieces of supporting evidence at once. (Did you notice how difficult this long sentence was to read?)

❑ **تجزئة الجمل الطويلة جدًا.** إذا وجدت نفسك عالقًا في جملة طويلة، فربما تحاول جعل الجملة تؤدي أكثر مما تستطيع، مثل التعبير عن فكرتين مختلفتين أو إغراق القارئ بالعديد من الأدلة الداعمة في آن واحد. (هل لاحظت مدى صعوبة قراءة هذه الجملة الطويلة؟)

Editing for Clarity

التحرير من أجل الوضوح

❑ **Rewrite hedging sentences.** Hedging means pulling back from making an absolutely certain, definitive statement about a topic. Granted, sometimes you have to write may or seems to avoid stating a judgment as a fact. When you hedge too often or without good reason, however, you come across as being unsure of what you're saying.

❑ **أعد كتابة جمل التحوّط.** التحوّط يعني التراجع عن صياغة جملة مؤكدة وحاسمة حول موضوع ما. صحيح أنه قد يبدو عليك أحياناً تجنب صياغة حكم ما كحقيقة. لكن عندما تُكثر من التحوّط أو دون سبب وجيه، ستبدو غير متأكد مما تقوله.

Editing for Clarity

التحرير من أجل الوضوح

❑ **Impose parallelism.** As noted earlier, making your writing parallel means expressing two or more similar ideas using the same grammatical structure. Doing so helps your audience understand that the ideas are related, are of similar importance, and are on the same level of generality. Parallel patterns are also easier to read. You can impose parallelism by repeating a pattern in words, phrases, clauses, or entire sentences.

❑ **افرض التوازي.** كما ذكر سابقًا، فإن جعل كتابتك متوازية يعني التعبير عن فكرتين متشابهتين أو أكثر باستخدام البنية النحوية نفسها. يساعد ذلك جمهورك على فهم أن الأفكار مترابطة، ولها أهمية متشابهة، وعلى نفس المستوى من العمومية. كما أن الأنماط المتوازية أسهل في القراءة. يمكنك فرض التوازي بتكرار نمط في الكلمات أو العبارات أو الجمل أو الجمل بأكملها.

Lecture

05

Editing for Clarity

التحرير من أجل الوضوح

- ❑ **Reword long noun sequences.** When multiple nouns are strung together as modifiers, the resulting sentence can be hard to read. See whether a single, well-chosen word will do the job. If the nouns are all necessary, consider moving one or more to a modifying phrase.

❑ **أعد صياغة تسلسلات الأسماء الطويلة.** عند ربط عدة أسماء معًا كمُعَدِّلات، قد يصعب قراءة الجملة الناتجة. حاول أن تُحدِّد ما إذا كانت كلمة واحدة مُختارة بعناية ستفي بالغرض. إذا كانت جميع الأسماء ضرورية، ففكِّر في نقل واحد أو أكثر إلى عبارة مُعَدِّلة.

Editing for Clarity

التحرير من أجل الوضوح

- ❑ **Clarify sentence structure.** Keep the subject and predicate of a sentence as close together as possible. Similarly, adjectives, adverbs, and prepositional phrases usually make the most sense when they're placed as close as possible to the words they modify.
- ❑ **Clarify awkward references.** Try to avoid vague references such as the above mentioned, as mentioned above, the aforementioned, the former, the latter, and respectively.

❑ **وضّح بنية الجملة.** حافظ على تقارب الفاعل والمسند في الجملة قدر الإمكان. وبالمثل، عادةً ما تُعطي الصفات والظروف والعبارات الجرّية معنىً أكبر عند وضعها في أقرب مكان ممكن من الكلمات التي تُعَدّلها .

❑ **وضّح الإشارات غير المفهومة.** حاول تجنّب الإشارات الغامضة مثل: المذكور أعلاه، كما ذُكر أعلاه، السابق، الأخير، وعلى التوالي.

Editing for conciseness

التحرير من أجل الإيجاز

- ❑ **Delete unnecessary words and phrases.** To test whether a word or phrase is essential, try the sentence without it. If the meaning doesn't change, leave it out.
- ❑ **Replace long words and phrases.** Short words and phrases are generally more vivid and easier to read than long ones.
- ❑ **Eliminate redundancies.** In some word combinations, the words say the same thing. For instance, "visible to the eye" is redundant because visible is enough without further clarification; "to the eye" adds nothing.

❑ **احذف الكلمات والعبارات غير الضرورية.** لاختبار مدى أهمية الكلمة أو العبارة، جرب الجملة بدونها. إذا لم يتغير المعنى، فاحذفها.

❑ **استبدل الكلمات والعبارات الطويلة.** الكلمات والعبارات القصيرة عادةً ما تكون أكثر وضوحًا وأسهل قراءة من الطويلة.

❑ **تجنب التكرار.** في بعض تركيبات الكلمات، تُشير الكلمات إلى الشيء نفسه. على سبيل المثال، "مرئي للعين" زائد عن الحاجة لأن المرئي كافٍ دون مزيد من التوضيح؛ بينما "للعين" لا يُضيف شيئًا

Lecture

05

Editing for conciseness

التحرير من أجل الإيجاز

❑ Recast It is/There are starters. If you start a sentence with an indefinite pronoun such as it or there, odds are the sentence could be shorter and more active. For instance, “We believe . . .” is a stronger opening than “It is believed that . . .” However, there are times when using it is/there are is the simplest and most direct way to start a sentence, so don’t be afraid to use this construction if it works.

❑ إعادة صياغة الجمل التي تبدأ بـ "إنه" أو "هناك". إذا بدأت جملةً بضمير غير محدد مثل "It" أو "There" فمن المرجح أن الجملة يمكن أن تكون أقصر وأكثر فعالية. على سبيل المثال، "نحن نعتقد..." هي بداية أقوى من "يُعتقد أن...". ومع ذلك، هناك أوقات يكون فيها استخدام it is/there are هي الطريقة الأبسط والأكثر مباشرة لبدء الجملة، لذا لا تتردد في استخدام هذا التركيب إذا كان مناسباً.

Lecture
05

Producing Your Message
إنتاج رسالتك



Lecture

05

Producing Your Message

إنتاج رسالتك

Now it's time to put your hard work on display. The production quality of your message—the total effect of page or screen design, graphical elements, typography, and so on—plays an important role in its effectiveness. A polished, inviting design not only makes your material easier to read but also conveys a sense of professionalism and importance

حان الوقت الآن لعرض جهودك. جودة إنتاج رسالتك - التأثير الكلي لتصميم الصفحة أو الشاشة، والعناصر الرسومية، والطباعة، وما إلى ذلك - تلعب دورًا مهمًا في فعاليتها. فالتصميم الأنيق والجذاب لا يجعل مادتك أسهل قراءة فحسب، بل ينقل أيضًا إحساسًا بالاحترافية والأهمية.

Designing for readability

التصميم لسهولة القراءة

Design affects readability in two important ways.

First, if used carefully, design elements can improve the effectiveness of your message. In contrast, poor design decisions, such as using distracting background images behind text, pointless animations, or tiny typefaces, act as barriers to communication.

Second, the visual design sends a nonverbal message to your readers, influencing their perceptions of the communication before they read a single word. Effective design helps you establish the tone of your document and helps guide your readers through your message.

يؤثر التصميم على سهولة القراءة بطريقتين مهمتين.

أولاً، إذا استُخدم بعناية، يمكن لعناصر التصميم أن تُحسّن فعالية رسالتك. في المقابل، تُشكّل قرارات التصميم السيئة، مثل استخدام صور خلفية مُشتتة للانتباه خلف النص، أو رسوم متحركة بلا معنى، أو خطوط صغيرة، عوائق أمام التواصل.

ثانياً، يُرسل التصميم المرئي رسالة غير لفظية إلى قرائك، مما يؤثر على تصوراتهم للتواصل قبل قراءة كلمة واحدة. يساعدك التصميم الفعال على تحديد أسلوب مستندك وتوجيه قرائك خلال رسالتك.

Lecture

05

Designing for readability

التصميم لسهولة القراءة

To achieve an effective design, pay careful attention to the following design elements:

❑ **Consistency.** Throughout each message, be consistent in your use of margins, typeface, type size, spacing, color, lines, and position. Being consistent from message to message is beneficial as well, because it helps audiences recognize your documents and know what to expect.

لتحقيق تصميم فعال، انتبه جيدًا لعناصر التصميم التالية:

❑ **الاتساق.** في كل رسالة، كن متسقًا في استخدامك للهوامش، ونوع الخط، وحجم الخط، والتباعد، واللون، والأسطر، والموضع. كما أن الاتساق بين الرسائل مفيد أيضًا، لأنه يساعد الجمهور على التعرف على مستنداتك ومعرفة ما يمكن توقعه.

Designing for readability

التصميم لسهولة القراءة

❑ **Balance.** Balance is an important but sometimes subjective design issue. One document may have a formal, rigid design in which the various elements are placed in a grid pattern, whereas another may have a less formal design in which elements flow more freely across the page—and both could be in balance. Like the tone of your language, visual balance can be too formal, just right, or too informal for a given message.

❑ **التوازن.** يُعدّ التوازن مسألة تصميمية مهمة، ولكنها قد تكون ذاتية في بعض الأحيان. قد يكون لدى أحد المستندات تصميم رسمي وصارم، حيث تُوضع العناصر المختلفة في نمط شبكي، بينما قد يكون لدى مستند آخر تصميم أقل رسمية، حيث تتدفق العناصر بحرية أكبر عبر الصفحة - ويمكن أن يكون كلاهما متوازنًا. ومثل نبرة لغتك، قد يكون التوازن البصري رسميًا جدًا، أو مناسبًا تمامًا، أو غير رسمي جدًا لرسالة معينة.

Designing for readability

التصميم لسهولة القراءة

- ❑ **Restraint.** Strive for simplicity. Don't clutter your message with too many design elements, too many colors, or too many decorative touches. Anything that doesn't support your message should be removed, if possible.
- ❑ **Detail.** Pay attention to all the details that affect readability. For instance, extremely wide columns of text can be difficult to read, so it may be better to split the text into two narrower columns.

❑ **ضبط النفس.** اسع إلى البساطة. لا تُرهق رسالتك بالكثير من عناصر التصميم، أو الكثير من الألوان، أو الكثير من اللمسات الزخرفية. يجب إزالة أي شيء لا يدعم رسالتك، إن أمكن.

❑ **التفاصيل.** انتبه لجميع التفاصيل التي تؤثر على سهولة القراءة. على سبيل المثال، قد يكون من الصعب قراءة الأعمدة العريضة للغاية من النص، لذا قد يكون من الأفضل تقسيم النص إلى عمودين أضيق.

Designing messages for mobile devices

تصميم الرسائل للأجهزة المحمولة

In addition to making your content mobile-friendly using the writing tips in, you can follow these steps to format that content for mobile devices:

- ❑ **Think in small chunks.** Remember that mobile users consume information one screen at a time, so try to divide your message into independent, easy-to-consume bites. If readers have to scroll through a dozen screens to piece together your message, they might miss key points or just give up entirely.

بالإضافة إلى جعل محتواك متوافقًا مع الأجهزة المحمولة باستخدام نصائح الكتابة المذكورة، يمكنك اتباع الخطوات التالية لتنسيقه:

- ❑ **فكر في أجزاء صغيرة.** تذكر أن مستخدمي الأجهزة المحمولة يستهلكون المعلومات على شاشة واحدة في كل مرة، لذا حاول تقسيم رسالتك إلى أجزاء منفصلة وسهلة الفهم. إذا اضطر القراء للتنقل بين عشرات الشاشات لربط رسالتك ببعضها، فقد يغفلون عن النقاط الرئيسية أو يستسلمون تمامًا.

Designing messages for mobile devices

تصميم الرسائل للأجهزة المحمولة

- ❑ **Make generous use of white space.** White space is always helpful, but it's critical on small screens because readers are trying to get the gist of every message as quickly as possible. Keep your paragraphs short (four to six lines) and separate them with blank lines so the reader's eyes can easily jump from one point to the next.
- ❑ **Format simply.** Avoid anything that is likely to get in the way of fast, easy reading, including busy typefaces, complex graphics, and complicated layouts.

❑ **استخدم المساحات الفارغة بكثرة.** المساحات الفارغة مفيدة دائماً، لكنها بالغة الأهمية على الشاشات الصغيرة لأن القراء يحاولون فهم جوهر كل رسالة بأسرع ما يمكن. اجعل فقراتك قصيرة (من أربعة إلى ستة أسطر) وافصل بينها بأسطر فارغة ليسهل على القارئ التنقل بين النقاط.

❑ **نسّق ببساطة.** تجنب أي شيء قد يعيق القراءة السريعة والسهولة، بما في ذلك الخطوط المزدحمة والرسومات المعقدة والتصميمات المعقدة.

Lecture

05

Designing messages for mobile devices

تصميم الرسائل للأجهزة المحمولة

- ❑ **Consider horizontal and vertical layouts.** Most phones and tablets can automatically rotate their screen content from horizontal to vertical as the user rotates the device. A layout that doesn't work well with the narrow vertical perspective might be acceptable at the wider horizontal perspective.
- ❑ **ضع في اعتبارك التصميمات الأفقية والرأسية.** معظم الهواتف والأجهزة اللوحية قادرة على تدوير محتوى الشاشة تلقائيًا من الأفقي إلى الرأسي عند تدوير المستخدم للجهاز. قد يكون التصميم الذي لا يعمل بشكل جيد مع المنظور الرأسي الضيق مقبولًا عند استخدام المنظور الأفقي الأوسع.

Lecture
05

Proofreading Your Message
تدقيق رسالتك



Lecture

05

Proofreading Your Message

تدقيق رسالتك

Proofreading is the quality inspection stage for your documents, your last chance to make sure that your document is ready to carry your message—and your reputation—to the intended audience. Even a small mistake can doom your efforts, so take proofreading seriously.

To be most effective, proofreading should be a methodical procedure in which you look for specific problems. Here is some advice from the pros:

التدقيق اللغوي هو مرحلة فحص جودة مستنداتك، وفرصتك الأخيرة للتأكد من جاهزية مستندك لنقل رسالتك - وسمعتك - للجمهور المستهدف. حتى خطأ بسيط قد يُفسد جهودك، لذا خذ التدقيق اللغوي على محمل الجد.

لتحقيق أقصى قدر من الفعالية، يجب أن يكون التدقيق اللغوي إجراءً منهجيًا تبحث فيه عن مشاكل محددة. إليك بعض النصائح من المحترفين:

Proofreading Your Message

تدقيق رسالتك

- ❑ **Make multiple passes.** Go through the document several times, focusing on a different aspect each time. For instance, look for content errors the first time and layout errors the second time.
- ❑ **Use perceptual tricks.** To keep from missing errors that are “hiding in plain sight,” try reading pages backward, placing your finger under each word and reading it silently, covering everything but the line you’re currently reading, or reading the document aloud.
- ❑ **راجع المستند عدة مرات.** راجعه عدة مرات، مع التركيز على جانب مختلف في كل مرة. على سبيل المثال، ابحث عن أخطاء المحتوى في المرة الأولى وأخطاء التصميم في المرة الثانية.
- ❑ **استخدم حيلًا إدراكية.** لتجنب إغفال الأخطاء "الظاهرة للعيان"، حاول قراءة الصفحات بشكل عكسي، بوضع إصبعك تحت كل كلمة وقراءتها بصمت، مع تغطية كل شيء باستثناء السطر الذي تقرأه حاليًا، أو قراءة المستند بصوت عالٍ.

Lecture

05

Proofreading Your Message

تدقيق رسالتك

- ❑ **Focus on high-priority items.** Double-check names, titles, dates, addresses, and any The types of details to look for number that could cause grief if incorrect.
 - ❑ **Get some distance.** If possible, don't proofread immediately after finishing the document. Let your brain wander off to new topics and then come back fresh later.
 - ❑ **Take your time.** You're more likely to miss things if you rush.
- ❑ ركّز على العناصر ذات الأولوية العالية. تحقق جيدًا من الأسماء والألقاب والتواريخ والعناوين وأي تفاصيل أخرى قد تُسبب لك مشكلة إذا كانت غير صحيحة.
 - ❑ ابتعد قليلًا. إن أمكن، لا تُراجع المستند فور الانتهاء منه. دع عقلك يتجول في مواضيع جديدة ثم عد إليه منتعشًا لاحقًا.
 - ❑ خذ وقتك. من المرجح أن تفوتك بعض الأشياء إذا استعجلت.

Proofreading Your Message

تدقيق رسالتك

- ❑ **Stay focused and vigilant.** Block out distractions and focus as completely as possible errors. on your proofreading. Avoid reading large amounts of material in one sitting and try not to proofread when you're tired.
- ❑ **Review complex digital documents on paper.** Some people have trouble proofreading webpages, online reports, and other digital documents on-screen. If you have trouble, print the materials so you can review them on paper.

❑ **حافظ على تركيزك وبقظة ذهنك.** ابتعد عن أي مشتتات وركز قدر الإمكان على التدقيق اللغوي. تجنب قراءة كميات كبيرة من المواد في جلسة واحدة، وحاول ألا تراجعها وأنت متعب.

❑ **راجع المستندات الرقمية المعقدة على الورق.** يواجه بعض الأشخاص صعوبة في تدقيق صفحات الويب والتقارير الإلكترونية والمستندات الرقمية الأخرى على الشاشة. إذا واجهت صعوبة، اطبع المواد حتى تتمكن من مراجعتها على الورق.

Lecture
05

Distributing Your Message
توزيع رسالتك



Lecture

05

Distributing Your Message

توزيع رسالتك

With the production finished, you're ready to distribute your message. As with every other aspect of business communication, your options for distribution multiply with every advance in technology. In some cases, the choice is obvious: Just click or tap the Send button in your email program or the Publish button on your blog. In other cases, such as when you have a 100-page report with full-color graphics or a massive multimedia file, you need to plan the distribution carefully so that your message is received by everyone who needs it. When choosing a means to distribute messages, consider the following factors:

بعد انتهاء الإنتاج، تصبح جاهزًا لتوزيع رسالتك. وكما هو الحال مع أي جانب آخر من جوانب التواصل التجاري، تتزايد خيارات التوزيع المتاحة لك مع كل تطور تكنولوجي. في بعض الحالات، يكون الخيار واضحًا: ما عليك سوى النقر على زر "إرسال" في برنامج بريدك الإلكتروني أو زر "نشر" في مدونتك. في حالات أخرى، كما هو الحال عند إعداد تقرير من 100 صفحة برسومات ملونة أو ملف وسائط متعددة ضخم، عليك التخطيط للتوزيع بعناية لضمان وصول رسالتك إلى كل من يحتاجها. عند اختيار وسيلة توزيع الرسائل، ضع في اعتبارك العوامل التالية:

Lecture

05

Distributing Your Message

توزيع رسالتك

❑ **Cost.** Cost isn't a concern for most messages, but for multiple copies of lengthy reports or multimedia productions, it may well be. Printing, binding, and delivering reports can be expensive, so weigh the cost versus the benefits. Be sure to consider the nonverbal message you send regarding cost as well. Overnight delivery of a printed report could seem responsive in one situation but wasteful in another, for example.

❑ **التكلفة.** لا تُعدّ التكلفة مشكلة في معظم الرسائل، ولكنها قد تكون كذلك في حالة النسخ المتعددة من التقارير المطولة أو إنتاجات الوسائط المتعددة. قد تكون طباعة التقارير وتجليدها وتسليمها مكلفة، لذا قارن التكلفة بالفوائد. تأكد من مراعاة تكلفة الرسالة غير اللفظية التي ترسلها. على سبيل المثال، قد يبدو تسليم تقرير مطبوع في نفس اليوم أمرًا مُرضيًا في بعض الحالات، ولكنه مُبذر في حالات أخرى.

Distributing Your Message

توزيع رسالتك

- ❑ **Convenience.** Make sure your audience can conveniently access and use the material you send. For instance, sending huge files may be fine on a fast office network, but receiving such files might be a major headache for remote colleagues trying to download them over home networks.
- ❑ **الراحة.** تأكد من سهولة وصول جمهورك إلى المواد التي ترسلها واستخدامها. على سبيل المثال، قد يكون إرسال ملفات ضخمة أمرًا جيدًا على شبكة مكتب سريعة، ولكن استلام مثل هذه الملفات قد يُسبب صدامًا كبيرًا للزملاء عن بُعد الذين يحاولون تنزيلها عبر الشبكات المنزلية.
- ❑ **Time.** How soon does the message need to reach the audience? Don't waste money on overnight delivery if the recipient won't read a report for a week.
- ❑ **الوقت.** ما المدة التي تحتاجها الرسالة للوصول إلى الجمهور؟ لا تهدر المال على التسليم السريع إذا لم يقرأ المستلم التقرير لمدة أسبوع.

Distributing Your Message

توزيع رسالتك

❑ **Security and privacy.** The convenience offered by digital communication needs to be weighed against security and privacy concerns. For the most sensitive messages, your company will probably restrict both the people who can receive the messages and the means you can use to distribute them. In addition, astute computer users are wary of opening attachments these days.

❑ **الأمان والخصوصية.** يجب الموازنة بين الراحة التي توفرها الاتصالات الرقمية ومخاوف الأمان والخصوصية. بالنسبة للرسائل الأكثر حساسية، من المرجح أن تُقيّد شركتك كلاً من الأشخاص الذين يمكنهم استلام الرسائل والوسائل التي يمكنك استخدامها لتوزيعها. بالإضافة إلى ذلك، يحذر مستخدمو الكمبيوتر الأذكياء من فتح المرفقات هذه الأيام.



Thank You