شامل نویسنده نمی شود.

خلاصه باید یک پاراگراف باشد، به طول 150 تا 200 کلمه.

**کلمات کلیدی**

در همان صفحه ی خلاصه، لیستی از سه تا پنج کلمه موجود می باشد که به شناسایی موضوع اصلی نوشته کمک می کند.

قالب بندی متن

تمام متون در نوشته باید در فونت 12 و با فاصله ی دو برابر باشند (به انضمام زیرنگاشت (پاورقی))، یا همانطور که توسط مجله یا معلم دوره مشخص شد.

حاشیه ها

حاشیه ها باید حداقل در تمام جهات باید اینچ باشد، یا همانطور که توسط مجله یا معلم دوره مشخص شد.

صفحه ی اول

صفحه ی اول متن باید با تیتر شروع شود و در یک صفحه ی جدید از متن باشد (بعد از صفحه ی تیتر و خلاصه).

عناوین فرعی

از عناوین فرعی برای سازمان دهی بدنه ی نوشته استفاده کنید. معمولا، سه سطح مختلف از عناوین باید کافی باشد.

**این یک عنوان سطح اول است**

* عناوین سطح اول را تماما با حروف بزرگ و هم تراز از چپ قرار دهید.
* از فونت ضخیم استفاده نکنید.
* نوشته را با عنوانی مانند مقدمه شروع نکنید.

**این یک عنوان سطح دو است.**

* با حروف مورب نوشتن و هم تراز از چپ کردن عناوین سطح دو.
* از فونت ضخیم استفاده نکنید.
* از حالت عنوان استفاده کنید.

**این یک عنوان سطح سه است.**

* با حروف خوابیده نوشتن و هم تراز از چپ کردن عناوین سطح سه.
* از فونت ضخیم استفاده نکنید.
* تنها حروف اول عنوان را بزرگ بنویسید.

پانویس ها (پا ورقی ها) و انتها نویس ها

پانویس ها و انتها نویس ها برای ارجاع مطالب در دسترس محدود، بسط متن یا برای اضافه کردن اطلاعات ارائه شده در یک جدول استفاده می شوند.

انتها نویس ها اغلب نسبت به پانویس ها بیشتر استفاده می شوند، ولی هر دو باید به صورت مختصر استفاده شوند. به عنوان یک قانون کلی، از یکی یا دیگری در سرتاسر نوشته استفاده کنید ولی آن ها را ترکیب نکنید. (استثناء این قانون استفاده از یک پانویس، برای صفحه ی عنوان و جداول است، ولی از انتها نویس ها در سرتاسر باقی سند برای نوشته ای که به یک مجله جامعه شناسی ارائه شده است، استفاده کنید.)

در متن، پانویس ها و انتها نویس ها، هرکدام که استفاده شوند، باید به صورت پی در پی در تمام مقاله با بالا نویس اعداد عربی شماره گذاری شوند. اگر از انتها نویس ها استفاده می کنید، در انتهای مقاله در یک بخش جدا پیرو مراجع، پانویس ها را به ترتیب اعداد، فاصله ی دو برابر، به عنوان یک بخش مجزا با عنوان نکات یا پانویس ها تایپ کنید.

هر نکته را با عدد بالانویس شده ی استفاده شده در متن شروع کنید.

شماره گذاری صفحه

صفحات باید به صورت متوالی (1، 2، 3، ...) شماره گذاری شوند، که از صفحه ی عنوان شروع می شود و شامل صفحات مراجع می شود، یا همانطور که توسط مجله یا معلم دوره مشخص شد.

جداول و شکل ها

جداول را به صورت متوالی شماره گذاری کنید (جدول 1، جدول 2، جدول 3).

شکل ها را به صورت متوالی شماره گذاری کنید (شکل 1، شکل 2، شکل 3).

هر جدول یا شکل باید در یک صفحه ی جدا در انتهای نوشته قرار داده شود، و باید یک عنوان توصیفی داشته باشد که به اندازه ی کافی توضیح دهد که خواننده بتواند آن را بدون نیاز به ارجاع به متن مقاله درک کند.

در جداول، عناوین کاملی به هر ستون و ردیف بدهید، از استفاده ی اختصارات تا حد ممکن بپرهیزید. کلمه ی درصد را در عناوین بنویسید.

برای اطلاعات بیشتر، لطفا به راهنمای نگارش ASA، ویرایش پنجم مراجعه کنید.

**کتاب راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو، ویرایش هفدهم**

**خلاصه:**

این بخش شامل اطلاعات روش راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو برای قالب بندی و ارجاع دهی نوشته می شود. این منابع ویرایش هفدهم راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو را دنبال می کند، که در سال 2017 منتشر شد.

**همکاران**: جسیکا کلمنتز، الیزابت انجلی، کارن شیلر، اس.سی. گوچ، لاری پینکرت، الن بریز، رایان مورفی، ونسا یاکوکوا، رایان اشنور

**آخرین ویرایش**: 31-01-2018، 02:26:18

لطفا توجه داشته باشید مادامی که این منابع تازه ترین به روز رسانی ها در ویرایش هفدهم راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو در مورد روش های مستند سازی را بازتاب می کند، شما می توانید لیست کاملی از بروزرسانی ها درباره ی کاربرد، تکنولوژی، روش حرفه ای و غیره را در راهنمای شیوه ی نگارش آنلاین شیکاگو بررسی کنید.

برای مشاهده ی مقایسه ای در کنار هم از سه شیوه ارجاع دهی گسترده ی استفاده شده، شامل نموداری از تمام دستورالعمل های ارجاع دهی CMOS، نمودار شیوه ی نگارش ارجاع دهی را ببینید.

مقدمه:

راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو (CMOS) موضوعات مختلفی از آماده سازی و انتشار نوشته برای گرامر، کاربرد و مستندسازی را پوشش می دهد و به طور محبوب کتاب مقدس ویرایشگران نامیده می شود. اطلاعات در این منبع در درجه ی اول بر یکی از دو شیوه ی مستند سازی CMOS تمرکز می کند: سیستم نکات- کتاب شناسی (NB)، که توسط آن ها در پیشینه، تاریخچه و مقالات استفاده می شود. دیگر شیوه ی نگارش، سیستم نویسنده- تاریخ، تقریبا مطابق با محتوی ولی اندکی در شکل متفاوت است و در علوم اجتماعی ترجیح داده می شود.

علاوه بر مراجعه به راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو (ویرایش هفدهم) برای اطلاعات بیشتر، دانشجویان ممکن است این را نیز مفید بیابند که به کتابچه ی راهنما برای نویسنگان مقالات، قضیه ها و رساله های تحقیقاتی از کیت. ال. ترابیان (ویرایش هشتم) مراجعه کنند. این کتابچه ی راهنما، که ارائه می کند چه چیزی به طور معمول به عنوان شیوه ی ارجاع دهی ترابیان شناخته می شود، از دو الگوی استناد دهی CMOS پیروی می کند ولی تغییرات اندکی متناسب با متون دانشجویان پیشنهاد می دهد.

نکات و کتاب شناسی (NB) در شیوه ی نگارش شیکاگو

سیستم NB شیکاگو اغلب در علوم انسانی استفاده می شود و سیستمی در اختیار نویسندگان برای ارجاع دهی منابع آن ها سرتاسر ارجاع پانویس ها و انتها نویس ها در نوشته ی آن ها و سرتاسر صفحات کتاب شناسی قرار می دهد. هم چنین به نویسندگان روزنه ای برای اظهار نظر برای آن منابعی که ارجاع داده شد پیشنهاد می دهد. سیستم NB به طور معمول بیشتر در رشته ی تاریخ استفاده می شود.

استفاده ی مناسب از سیستم NB می تواند نویسندگان را در برابر اتهامات دزدی ادبی محافظت کند که استفاده ی عمدی یا تصادفی بدون اعتبار از مطلب منبع ایجاد شده توسط دیگران می باشد. مهمترین و مناسب ترین استفاده ی سیستم NB به طور قابل قبول توسط اظهار مسئولیت نسبت به مطلب منبع ساخته می شود.

اگر می خواهید از فرمت NB شیکاگو استفاده کنید، برای مراجعه به کتابچه ی راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو (ویرایش هفدهم) مطمئن باشید. دانشجویان همچنین باید به یک کتابچه ی راهنما برای نویسندگان مقالات تحقیقاتی، قضیه ها و رساله ها (ویرایش هشتم) نیز اشاره کنند. هر دو در بیشتر مراکز نویسندگی و کتابخانه های مرجع و در کتابفروشی ها در دسترس هستند.

مقدمه برای نکات

در سیستم NB، باید یک نکته (پانویس یا انتها نویس) را هر بار که از یک منبع استفاده می کنید در نظر بگیرید، چه در میان یک نقل قول مستقیم چه در میان یک تفسیر یا خلاصه. پانویس ها در انتهای یک صفحه که در آن منبع ارجاع داده شده است اضافه خواهد شد، و انتها نویس ها در انتهای هر فصل یا در انتهای کل نوشته تدوین خواهد شد.

در هر یک از دو مورد، یک عدد یالانویس در پاسخ به یک نکته با اطلاعات فهرست کتب برای آن منبع باید در متن به دنبال انتهای جمله یا عبارت که در آن به منبع ارجاع می دهد قرار گیرد.

اگر کاری شامل یک کتاب شناسی باشد، از این رو الزامی نیست که جزئیات منتشر شده ی کاملی در نکات ارائه کند. هرچند، اگر یک فهرست کتب با یک کار در نظر گرفته نشود، اولین نکته برای هر منبع باید شامل تمام اطلاعات مرتبط درباره ی منبع باشد: نام کامل نویسنده، عنوان منبع و اطلاعات چاپ. اگر دوباره منبع مشابه را ارجاع دهید، یا اگر یک فهرست کتب در کار در نظر گرفته شود، نکته نیاز دارد که تنها نام خانوادگی نویسنده، شکل خلاصه شده ای از عنوان (اگر بیشتر از چهار کلمه است) و شماره ی صفحات را در نظر بگیرد. هرچند، در کاری که شامل یک فهرست کتب نمی شود، توصیه شده است که ارجاع دهی زمانی که برای اولین بار در یک فصل جدید استفاده می شود کامل تکرار شود.

در تقابل با ویرایش های اخیر CMOS، اگر منبع مشابه را به طور پی در پی دو بار یا بیشتر ارجاع دهید، CMOS استفاده از ارجاع دهی های خلاصه شده را پیشنهاد می کند. در کاری با فهرست کتب، اولین منبع باید از یک ارجاع دهی خلاصه شده استفاده کند که شامل نام نویسنده، عنوان منبع و شماره ی صفحات می شود، و منابع متوالی برای کار مشابه ممکن است عنوان منبع را حذف کنند و به سادگی نویسنده و شماره ی صفحه را در نظر بگیرند. هم چنین توسط CMOS منع شده است، اگر منبع مشابه را و شماره ی صفحات از یک منبع منفرد دو بار یا بیشتر به طور متوالی ارجاع دهید، همچنین ممکن است از کلمه ی "در همان مرجع" استفاده شود، شکل خلاصه شده ی کلمه ی لاتین "ibidem"، که معنی در همانجا می دهد، به عنوان نمونه ی متناظر. اگر از یک منبع مشابه ولی یک شماره صفحه ی متفاوت استفاده کنید، نکته ی متناظر باید از همان مرجع که به دنبال یک کاما و شماره ی صفحه ی جدید می آید استفاده کند.

در سیستم NB، پانویس ها یا انتها نویس ها خودشان با یک عدد تمام سایز مناسب شروع می شوند، به دنبال یک دوره و سپس یک فاصله.

مقدمه برای فهرست کتب

در سیستم NB، کتابشناسی یک لیست الفبایی از تمام منابع استفاده شده در یک کار داده شده ارائه می کند. این صفحه، اغلب فهرست کتب عنوان داده می شود، معمولا در انتهای کار ماقبل فهرست قرار داده می شود. باید شامل تمام منابع ارجاع داده شده در کار باشد و ممکن است گاهی شامل منابع مرتبط دیگر که ارجاع داده نشدند ولی پیش از خواندن ارائه شدند، شود.

اگرچه اطلاعات فهرست کتب برای منابع مختلف ممکن است به طور متفاوتی فرمت بندی شوند، تمام منابع در نظر گرفته شده (کتاب ها، مقالات، وب سایت ها و غیره) به صورت الفبایی توسط نام خانوادگی نویسنده تنظیم می شوند. اگر هیچ نویسنده یا ویراستاری لیست نشده باشد، عنوان یا، به عنوان چاره ی آخر، یک عبارت توصیفی ممکن است استفاده شود.

با آنکه مفید است، یک فهرست کتب در کارهایی که اطلاعات فهرست کتب کامل را در نکات ارائه می کند مورد نیاز نمی باشد.

**عناصر معمول**

تمام اطلاعات در فهرست کتب شامل نویسنده (یا ویراستار، مفسر، مترجم)، عنوان و اطلاعات چاپ خواهد شد.

**اسامی نویسندگان**

نام نویسند در فهرست کتب وارون می شود، نام خانوادگی را در ابتدا قرار می دهند و نام خانوادگی و نام را با یک ویرگول جدا می کنند؛ برای مثال، جان اسمیت می شود اسمیت، جان. (اگر یک نویسنده ابتدا لیست نشود، این برای مفسران، مترجمان و غیره اعمال می شود.)

**عناوین**

عناوین کتاب ها و مجلات با حروف ایتالیک نوشته می شود. عناوین مقالات، فصول، اشعار و غیره در علامت نقل قول قرار می گیرد.

**اطلاعات چاپ**

سال چاپ بعد از ناشر یا نام مجله لیست می شود.

**نقطه گذاری**

در یک فهرست کتب، تمام عناصر اصلی توسط نقطه ها جدا می شوند.

برای اطلاعات بیشتر و مثال های مشخص، بخش های کتاب ها و نشریات دوره ای را ببینید.

لطفا توجه کنید که این منبع OWL اطلاعاتی اساسی درباره ی غالب بندی مطالب استفاده شده در کتابشناسی ارائه می کند. برای اطلاعات بیشتر درباره ی فهرست کتب انتخاب شده، فهرست کتب حاشیه نویسی شده و مقالات مربوط به فهرست کتب، لطفا به فصل 14.16 از کتابچه ی راهنمای شیوه ی نگارش شیکاگو (ویرایش هفدهم) مراجعه کنید.

**فهرست کتب حاشیه نویسی شده**

**خلاصه:**

این جزوه اطلاعاتی درباره ی فهرست کتب حاشیه نویسی شده در MLA، APA و CMS ارائه می کند.

**همکاران**: جف استکس، ارین کارپر، دانا بیسیگنانی، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 09-02-2018 12:16:22

تعاریف:

یک فهرست کتب لیستی از منابعی (کتاب ها، مجلات، وب سایت ها، مجلات دوره ای و غیره) است که برای جستجوی یک موضوع استفاده شده اند. فهرست کتب گاهی منابع یا ارجاعات کار بسته به فرمت شیوه ی نگارشی که استفاده می کنید نامیده می شوند. یک فهرست کتب معمولا تنها اطلاعات کتاب شناسی (یعنی نویسنده، عنوان، ناشر و غیره) را در نظر می گیرد.

یک حاشیه نویسی یک خلاصه و/یا یک ارزیابی است. از این رو، یک فهرست کتب حاشیه نویسی شده شامل یک خلاصه و/یا ارزیابی هر یک از منابع می باشد. بسته به پروژه یا تکلیف شما، حاشیه نویسی های شما ممکن است یکی یا بیشتر از موارد زیر را انجام دهد.

* **خلاصه کردن:** برخی خلاصه نویسی ها تنها منبع را خلاصه می کنند. بحث های اصلی چیست؟ هدف این کتاب یا مقاله چیست؟ چه موضوعاتی را پوشش می دهد؟ اگر کسی پرسید این کتاب/ مقاله درباره ی چیست، شما چه خواهید گفت؟ طول خلاصه نویسی های شما تعیین می کند که خلاصه ی شما چقدر با جزئیات است.
* **ارزیابی کردن:** بعد از خلاصه کردن یک منبع، ممکن است مفید باشد که آن را ارزیابی کنید. آیا این یک منبع مفید است؟ چگونه با دیگر منابع در فهرست کتب شما مقایسه می شود؟ آیا اطلاعات قابل اعتماد است؟ آیا این منبع جانبدارانه است یا هدفمند؟ هدف این منبع چیست؟
* **بازنگری کردن:** زمانی که شما یک منبع را خلاصه و ارزیابی کردید، نیاز دارید که بپرسید چگونه برای تحقیق شما مناسب است. آیا این منبع برای شما مفید بود؟ چگونه به شما کمک می کند که به مبحاث خود شکل دهید؟ چگونه می توانید از این منبع در پروژه ی تحقیقاتی خود استفاده کنید؟ آیا در مورد اینکه چگونه درباره ی موضوع فکر می کنید تغییر می کند؟

فهرست کتب حاشیه نویسی شده ی شما ممکن است شامل برخی از این ها، تمام این ها، یا حتی دیگران شود. اگر شما این را برای یک کلاس انجام می دهید، باید دستورالعمل های مشخصی از معلم خود بگیرید.

چرا باید یک فهرست کتب حاشیه نویسی شده بنویسم؟

**برای اینکه درباره ی موضوع خود بدانید:** نوشتن یک فهرست کتب حاشیه نویسی شده ارائه ای عالی برای یک پروژه ی تحقیقاتی است. تنها منابع گرد آوری شده برای یک فهرست کتب مفید است، ولی وقتی شما باید حاشیه نویسی هایی برای هر منبع بنویسید، مجبورید هر منبع را دقیق تر بخوانید. شما شروع می کنید که به جای تنها جمع آوری اطلاعات منقدانه تر بخوانید. در سطوح حرفه ای، فهرست کتب حاشیه نویسی شده به شما اجازه می دهد تا ببینید چه چیزی در گذشته انجام شده است و تحقیق یا مطالعه ی شما کجا می تواند مناسب باشد. برای کمک به اینکه یک قضیه را تنظیم کنید: هر مقاله ی تحقیقی خوب یک بحث است. هدف تحقیق بیان یا حمایت یک قضیه است. بنابراین، بخش بسیار مهمی از تحقیق توسعه ی یک قضیه است که قابل بحث، جالب و رایج است. نوشتن یک فهرست کتب حاشیه نویسی شده می تواند به شما کمک کند تا چشم انداز خوبی بر آنچه که درباره ی موضوع شما گفته می شود بدست آورید. با خواندن و پاسخ به منابع مختلف برای یک موضوع، شما شروع خواهید کرد که ببینید که مشکلات چیست، چه کسانی درباره ی آن ها بحث می کنند، و و سپس شما قادر خواهید بود که نقطه نظر خود را توسعه دهید.

**برای کمک به دیگر محققان:** فهرست کتب وسیع و محققانه گاهی منتشر می شوند. آن ها یک بررسی فراگیر از هر چیز مهمی که در مورد موضوع گفته شده یا گفته خواهد شد ارائه می کنند. شما ممکن نیست هیچوقت فهرست کتب خلاصه نویسی شده خود را منتشر کنید، ولی به عنوان یک محقق، ممکن است بخواهید برای موردی که درباره ی موضوعتان منتشر شده جستجو کنید.

فرمت

فرمت یک فهرست کتب حاشیه نویسی شده می تواند متفاوت باشد، بنابراین اگر موردی را برای یک کلاس انجام می دهید، مهم است که برای دستورالعمل های خاص از معلم خود کمک بگیرید.

**اطلاعات فهرست کتب:** به طور کلی، با آنکه، اطلاعات فهرست کتب یک منبع (عنوان، نویسنده، ناشر، تاریخ و غیره) در فرمت MLA یا APA اخیر نوشته شده است. برای کمک بیشتر به قالب بندی، جزوه ی MLA ما را ببینید.

**حاشیه نویسی ها:** حاشیه نویسی ها برای هر منبع در شکل پاراگراف نوشته می شود. طول حاشیه نویسی ها می تواند به طور قابل ملاحظه ای از یک جفت جمله به یک جفت صفحه تغییر کند. طول به هدف بستگی خواهد داشت. اگر شما تنها خلاصه های منابع خود را می نویسید، حاشیه نویسی ها ممکن است خیلی طولانی نباشند. هرچند، اگر شما آنالیز وسیعی از هر منبع را می نویسید، فضای بیشتری نیاز خواهید داشت.

شما می توانید بر نیازهای خودتان تمرکز کنید. جملات کمی از خلاصه ی کلی به دنبال چندین جمله از اینکه چگونه می توانید کار را با مقاله یا پروژه ی بزرگتر خود که می توانند زمانیکه به طرح اولیه می روید به خوبی به کار روند.

**برای یک مقاله ی استدلالی یا وضعیتی:**

**توسعه ی اظهارات قضیه ی قوی**

**خلاصه:**

منابع OWL به شما کمک خواهد کرد که استدلال در متن خود را توسعه دهید یا بهبود بخشید.

**همکاران:** استیسی ویدا، کارل استولی

**آخرین ویرایش:** 31-01-2018 03:32:44

اظهاریه قضیه یا ادعای اصلی قابل بحث باید باشد

قسمت استدلالی یا متعاقد کننده ی نوشته باید با یک قضیه یا ادعای قابل بحث شروع شود. به عبارت دیگر، قضیه باید چیزی باشد که مردم به طور منطقی بتواند نظرات متفاوتی برای آن داشته باشند. اگر قضیه ی شما چیزی باشد که به طور معمول به عنوان یک حقیقت مورد قبول واقع یا پذیرفته می شود از این رو دلیلی برای تلاش برای متعاقد کردن مردم وجود ندارد.

**مثال یک اظهاریه ی قضیه ی غیر قابل بحث:**

آلودگی برای محیط زیست بد است.

این اظهاریه ی قضیه قابل بحث نیست. ابتدا، کلمه ی آلودگی به معنای چیز بد و یا در جهاتی منفی است. پیشتر، تمام مطالعات توافق کردند که آلودگی یک مشکل است؛ آن ها به سادگی بر روی اثری که خواهد داشت یا ناحیه ی مسئله مخالفت کردند. هیچکس به طور منطقی نمی توانند بحث کند که آلودگی خوب است.

**مثال یک اظهاریه ی قضیه ی قابل بحث:**

حداقل 25 درصد از بودجه ی فدرال باید صرف محدود کردن آلودگی شود.

این مثالی از یک قضیه ی قابل قبول است زیرا مردم منطقی می توانند با این مخالفت کنند. برخی مردم ممکن است فکر کنند که این حالتی است که ما باید پول ملی را خرج کنیم. دیگران ممکن است احساس کنند که ما باید پول بیشتری برای تحصیلات خرج کنیم. همچنان باقی خواهند توانست با آن شرکت ها بحث کنند، نه دولت، که باید پول برای محدود کردن آلودگی پرداخت کنند.

**مثالی دیگری از یک اظهاریه ی قضیه ی قابل بحث:**

تلاش های ضد آلودگی آمریکا باید بر اتومبیل های خصوصی متمرکز شوند.

در این مثال فضایی برای مخالفت بین افراد منطقی نیز وجود دارد. برخی شهروندان ممکن است فکر کنند تمرکز بر برنامه های بازیافت نسبت به اتومبیل های خصوصی موثرترین استراتژی است.

قضیه نیاز دارد که دقیق (عمیق) شود

اگرچه حیطه ی مقاله ی شما ممکن است در آغاز گیج کننده به نظر برسد، به طور کلی هرچه قضیه دقیق تر شود استدلال شما موثرتر خواهد بود. قضیه یا ادعای شما باید توسط مدرک پشتیبانی شود. هرچه ادعای شما گسترده تر باشد، که درک بیشتری برای متعاقد کردن خوانندگان نیاز خواهید داشت که نشان دهید موقعیتتان درست است.

**مثال از قضیه ای که بسیار گسترده است:**

مصرف مواد برای جامعه زیان آور است.

چندین دلیل وجود دارد که این اظهاریه گسترده تر از آن است که بحث شود. ابتدا، چه چیزی شامل دسته ی مواد می شود؟ آیا نویسنده درباره ی مصرف مواد غیرقانونی، مصرف مواد تفریحی (که ممکن است شامل الکل و سیگار شود)، یا تمام مصارف دارو به طور کلی صحبت می کند؟ در ثانی، در چه راه هایی مواد تفریحی هستند؟ آیا مصرف مواد منجر به مرگ می شود (و آیا نویسنده مرگ های ناشی از اوردز و مرگ های ناشی از خشونت مرتبط با مواد را معادل می داند)؟ آیا مصرف مواد حال و هوای اخلاقی را تغییر می دهد یا منجر به سقوط اقتصاد می شود؟ در نهایت، منظور نویسنده از جامعه چیست؟ آیا نویسنده تنها به آمریکا یا جمعیت جهانی اشاره می کند؟ آیا نویسنده هیچ تفاوتی بین اثرات برکودکان و بزرگسالان قائل می شود؟ سوالات بسیاری وجود دارد که ادعا را باز باقی می گذارد. نویسنده نمی تواند تمام موضوعات لیست شده ی فوق را پوشش دهد، تا کنون بخش کلی اظهاریه تمام این احتمالات را برای بحث باز باقی می گذارد.

**مثالی از یک قضیه ی دقیق یا متمرکز:**

مصرف مواد غیر قانونی خطرناک است زیرا خشونت گروهی را تقویت می کنند.

در این مثال موضوع مواد به طور واضح برای مواد غیر قانونی مشخص شده است و خسارت محدود به خشونت گروهی شده است. این یک موضوع با قالیت مدیریت بیشتر است.

ما می توانیم هر قضیه ی قابل بحث از مثال های پیشین را در راه های زیر محدود کنیم:

**محدود کردن قضیه ی قابل بحث 1:**

حداقل 25 درصد از بودجه ی فدرال باید صرف کمک به بهسازی تجارت تکنولوژی های نظافت، تحقیق درباره ی منابع انرژی تجدید پذیر و کاشت درختان بیشتر به منظور کنترل یا حذف آلودگی شود.

این قضیه حیطه ی استدلال را مشخص کرده است که نه تنها مقدار پول استفاده شده بلکه چگونه پول می تواند در واقع به کنترل آلودگی کمک کند، محدود می کند.

**محدود کردن قضیه ی قابل بحث 2:**

تلاش های ضد آلودگی آمریکا باید بر اتومبیل های خصوصی متمرکز شود زیرا به بیشتر شهروندان اجازه خواهد داد که برای تلاش های ملی تلاش کنند و درباره ی نتیجه ی آن اهمیت قائل شوند.

این قضیه حیطه ی استدلال را با مشخص کردن نه تنها اینکه تمرکز کمپین ضد آلودگی ملی چه باید باشد بلکه اینکه چرا این تمرکز مناسبی است محدود می شود.

کلمات توصیفی مانند به طور نمونهف به طور کلی، معمولا یا به طور میانگین کمک می کند که حیطه ی ادعا خود را با اجازه برای تقریبا استثناء اجتناب ناپذیر برای قانون محدود کنند.

انواع ادعا ها

ادعا ها به طور معمول به چهار دسته تقسیم می شوند. فکر کردن درباره ی اینکه چگونه می خواهید به موضوع خود نزدیک شوید، به عبارت دیگر چه نوع ادعایی می خواهید بسازید، یک راه برای تمرکز قضیه ی خود بر یک جنبه ی خاص از موضوع گسترده ترتان است.

**ادعای حقیقت یا تعریف:** این ادعاها درباره ی اینکه چه تعریفی از چیزی است یا چیزی که حقیقت را تعیین می کند بحث می کند. مثال:

چیزی که برخی مردم به عنوان گرمایش جهانی به آن اشاره می کنند در واقع چیزی بیشتر از سیکل های طولانی مدت و معمول تغییرات آب و هوایی نیست.

**ادعاهای دلیل یا تاثیر:** این ادعاها بحث می کند که یک شخص، چیز یا پدیده ای منجر به چیز یا پدیده ی دیگری برای رخ دادن شود. مثال:

محبوبیت SUV ها در آمریکا منجر به افزایش آلودگی شده است.

**ادعاهای درباره ی ارزش:** این ها ادعاهایی هستند که از چیزی که ارزش دارد ساخته می شوند، چه ما برای آن ارزش بگذاریم چه نه، چگونه چیزی را درجه بندی یا دسته بندی خواهیم کرد. مثال:

گرمایش جهانی تاثیرگذارترین چالش در مواجهه با جهان امروزه است.

**ادعاها درباره ی راه حل ها و سیاست ها:** این ها ادعاهایی هستند که برای یا علیه یک راه حل یا سیاست نزدیک به یک مسئله بحث می کنند. مثال:

به جای حفاری برای نفت در آلاسکا باید بر راه هایی برای کاهش مصرف نفت تمرکز کنیم، مانند تحقیق منابع انرژی تجدید پذیر.

**چه نوع ادعایی برای استدلال شما درست است؟** چه نوع قضیه یا ادعایی که برای استدلالتان استفاده می کنید که به موقعیت یا دانش موضوع شما، مخطبان شما و محتوی مقاله ی شما بستگی خواهد داشت. شما ممکن است بخواهید درباره ی اینکه تصویر کنید مخاطبانتان بر این موضوع باشند فکر کنید و با دقت تعیین کنید که فکر می کنید بزرگترین تفاوت در نقطه نظرات کجا ممکن است باشد. حتی اگر شما با یک نمونه از ادعا شروع کنید احتمالا از چند نوع در مقاله استفاده خواهید کرد. صرف نظر از نوع ادعایی که برای استفاده از انتخاب می کنید، این کلید شناسایی اختلاف یا بحثی است که مورد ملاحظه قرار می دهید و برای موقعیت اخیر خود در مقاله تعریف می کنید.

**منطق در نوشته ی استدلالی**

**خلاصه:**

این منبع استفاده از منطق در نوشته را پوشش می دهد- واژگان منطقی، اشتباهات منطقی و دیگر انواع دلایل بر اساس منطق.

**همکاران:** رایان وبر، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 09-02-2018 12:53:15

این جزوه برای کمک به نویسندگان برای توسعه و استفاده از استدلالات منطقی در نوشته ها طراحی شده است. این جزوه به نویسندگان کمک می کند که استدلال های دیگران را آنالیز کنند و استدلال های خودشان را تولید کنند. هرچند، مهم است به خاطر داشته باشید که منطق تنها جنبه ی یک استدلال موفق است. استدلال های غیر منطقی، اظهاراتی که نمی توانند به طور منطقی اثبات یا رد شوند، در نوشته ی استدلالی مهم هستند- مانند متوسل شدن به احساسات و ارزش ها. استدلالات نامعقول، در طرف دیگر، غلط هستند و باید از آن ها خود داری شود.

منطق یک سیستم رسمی آنالیز است که به نویسندگان کمک می کند که ابداع کنند، نشان دهند و استدلال ها را اثبات کنند. توسط آزمایش گزاره ها در مقابل یکدیگر برای تعیین درستی آن ها کار می کند. مردم اغلب فکر می کنند آن ها زمانی که از احساسات دوری می کنند یا استدلال هایی بر اساس حس معمول خود می سازند، مانند "هرکسی باید مواظب علائق شخصی خود باشد" یا "مردم حق دارند که آزاد باشند"، از منطق استفاده می کنند. هرچند، اظهارات غیر احساسی یا با حس معمول همیشه معادل با اظهارات منطقی نیستند. برای اینکه منطقی باشد، یک گزاره باید در یک توالی منطقی آزمایش شود.

معروف ترین توالی منطقی، **قیاس منطقی** نامیده می شود، که توسط فیلسوف یونانی ارسطو توسعه داده شد. معروف ترین قیاس منطقی وی به صورت زیر می باشد:

**فرضیه 1:** تمام انسان ها فانی هستند.

**فرضیه 2:** سقراط انسان است.

**نتیجه گیری:** بنابراین، سقراط فانی است.

در این توالی، فرضیه 2 در مقابل فرضیه 1 برای دستیابی به نتیجه گیری منطقی آزمایش می شود. در این سیستم، اگر هر دو فرضیه معتبر در نظر گرفته شوند، نتیجه گیری منطقی دیگری نسبت به تعیین اینکه سقراط فانی است وجود ندارد.

این راهنما برخی واژگان و استراتژی هایی برای تعیین نتیجه گیری های منطقی ارائه می کند.

**ارائه ی استدلال خود را سازمان دهی کنید**

* این ارائه برای معرفی دانشجویانتان به عناصر یک مقاله ی سازمان دهی شده، شامل مقدمه، قضیه، پاراگراف های اصلی، جملات موضوع، ضد استدلال ها و نتیجه گیری طراحی شده است.

گزارش (نوشته) 1

**مقدمه، پاراگراف های اصلی و نتیجه گیری برای یک مقاله ی استدلالی**

**خلاصه:**

دستورالعمل های این منبع ساختار مورد قبول کلی برای مقدمه ها، پاراگراف های اصلی و نتیجه گیری ها در یک مقاله ی استدلالی دانشگاهی می باشد. به خاطر داشته باشد که این منبع شامل دستورالعمل ها می باشد نه قوانین دقیق برای سازمان دهی. ساختار شما نیاز دارد که به انندازه ی کافی انعطاف پذیر باشد تا نیازهای هدف و مخاطب شما را ببیند.

**همکاران:** الن بریز

**آخرین ویرایش:** 09-02-2018 01:03:40

بخش های بعدی ساختار قابل قبول کلی برای یک مقاله ی استدلالی دانشگاهی را طرح ریزی می کنند. به خاطر داشته باشید که این ها دستورالعمل ها هستند و اینکه ساختار شما نیاز دارد که به اندازه ی کافی انعطاف پذیر باشد تا نیازهای هدف و مخاطب شما را ببیند.

شما همچنین ممکن است از منابع Purdue OWL برای کمک به مقاله ی استدلالی خود استفاده کنید:

**نکات و مثال هایی برای نوشتن اظهارات قضیه**

**خلاصه:** این منبع نکاتی برای ایجاد اظهاریه قضیه و مثال هایی از انواع مختلف اظهارات قضیه ارائه می کند.

**همکاران:** الیسا تاردیف، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 24-01-2018 02:29:37

نکاتی برای نوشتن اظهاریه قضیه ی شما

1. تعیین اینکه چه نوع مقاله ای می نویسید:

* یک مقاله ی **تحلیلی** یک موضوع یا ایده را به بخش های مولفه های خود تجزیه می کند، موضوع یا ایده را ارزیابی می کند و این تفکیک و ارزیابی را برای مخاطبان ارائه می کند.
* یک مقاله ی **تفسیری** (توضیحی) چیزی را برای مخاطبان توضیح می دهد.
* یک مقاله ی **استدلالی** ادعایی برای یک موضوع ایجاد می کند و این ادعا را با مدرک مشخصی توجیه می کند. **ادعا** می تواند یک نظر، پیشنهاد سیاسی، ارزیابی، اظهاریه علت و معلول یا یک تفسیر باشد. هدف مقاله ی استدلالی متقاعد کردن مخاطب است که ادعا بر اساس مدرک ارائه شده درست است.

اگر شما متنی می نویسید که تحت تاثیر این سه دسته (برای مثال داستانی) قرار نمی گیرد، یک اظهاریه قضیه در جایی در پاراگراف اول می تواند همچنان برای خواننده ی شما مفید باشد.

1. اظهاریه ی قضیه ی شما باید مشخص باشد- این باید تنها چیزی که در مقاله ی خود بحث خواهید کرد را پوشش دهد و باید با مدرک مشخصی حمایت شود.
2. اظهاریه قضیه معمولا در انتهای اولین پاراگراف مقاله پدیدار می شود.
3. موضوع شما ممکن است همانطور که می نویسید تغییر کند، بنابراین ممکن است نیاز داشته باشید که اظهاریه ی قضیه ی خود را برای بازنگری دقیق اینکه درباره چه چیزی باید در مقاله بحث کنید اصلاح کنید.

مثال های اظهاریه قضیه

مثال اظهاریه ی یک قضیه ی تحلیلی

آنالیز یک فرآیند پذیرش کالج چالش مواجه شدن با مشاوران را ظاهر می کند: پذیرش دانشجویان با نمرات آزمون بالا یا دانشجویان با زمینه ی فعالیت های فوق برنامه ی قوی.

مقاله ای که دنبال می شود باید:

* آنالیز فرآیند پذیرش کالج را توضیح دهد.
* چالش مواجه شدن با مشاوران پذیرش را توضیح دهد.

مثالی از اظهاریه یک قضیه ی تفسیری (توضیحی):

زندگی یک دانشجوی کالج معمولی توسط زمانی که برای مطالعه، حضور در کلاس و معاشرت با همسالان صرف می کند مشخص می شود.

مقاله که دنبال می شود باید:

* توضیح دهد که چگونه دانشجویان زمان خود را صرف مطالعه، حضور در کلاس و معاشرت با همسالان می کنند.

مثال یک اظهاریه ی قضیه ی استدلالی:

فارغ التحصیلان دبیرستان باید ملزم شوند تا یک سال مرخصی بگیرند تا پروژه های خدمات اجتماعی را قبل از ورود به کالج به منظور افزایش پختگی و آگاهی جهانی آن ها دنبال کنند.

مقاله ای که دنبال می شود باید:

* استدلالی را ارائه کند و مدرکی برای حمایت ادعا بدهد که دانشجویان باید پروژه هایی اجتماعی قبل از ورود به کالج را دنبال کنند.

**استدلال خود را سازمان دهی کنید**

**خلاصه:**

منابع OWL به شما برای توسعه و اصلاح استدلال ها در نوشته تان کمک خواهند کرد.

**همکاران:** استیسی ویدا، کارل استولی

**آخرین ویرایش:** 19-06-2017 09:33:00

چگونه می توانم به طور موثر استدلال خود را ارائه کنم؟

از یک ساختار سازمان دهی شده استفاده کنید که استدلال را در راهی که برای خواننده قابل درک خواهد بود تنظیم می کند. روش تولمین منطق یک فرمول معمول و آسان برای استفاده برای سازمان دهی یک استدلال است.

فرمت پایه برای روش تولمین از این قرار است.

**ادعا:** قضیه ی کلی که نویسنده برای آن بحث خواهد کرد.

**داده:** مدرک جمه آوری شده برای پشتیبانی از ادعا.

**توجیه** (هم چنین به عنوان پل نیز اشاره می شود): توضیح اینکه چرا یا چگونه داده ها ادعاها را پشتیبانی می کنند، فرض اصلی که داده های شما را به ادعایتان متصل می کند.

**پشتیبانی** (هم چنین به عنوان اساس نیز اشاره می شود): منطق یا دلیل اضافی که ممکن است برای پشتیبانی توجیه ضروری باشد.

**ادعای متقابل:** ادعایی که نفی می کند یا با قضیه/ ادعا مخالفت می کند.

**رد ادعا یا استدلال متقابل:** مدرکی که ادعای متقابل را نفی کند یا با آن مخالفت کند.

در نظر گرفتن یک توجیه که در مورد آن خوب فکر شده یا پل برای نوشتن یک تالیف یا مقاله ی استدلالی خوب، ضروری است. اگر شما به مخاطب داده ارائه کنید بدون توضیح اینکه چگونه قضیه ی شما را پشتیبانی می کند خواننده ی شما ممکن است ارتباطی بین دو مورد ایجاد نکند یا ممکن است نتیجه گیری های مختلفی را ترسیم کنند.

از جنبه ی مخالف یک استدلال خودداری نکنید. به جای آن، جنبه ی مخالف را به عنوان یک ادعای متقابل در نظر بگیرید. کشف کنید که جنبه ی دیگر چه می گوید و به آن با استدلال خودتان پاسخ دهید. این مهم است که مخاطب تحت تاثیر استدلال ضعیف ولی ناراضی قرار نگیرد. این همچنین باعث می شود که شما قابل اعتمادتر به نظر برسید زیرا شما درباره ی مشارکت در بحث نسبت به اینکه تنها بی طرف یا بی اطلاع باشید، آگاه ظاهر می شوید. ممکن است شما بخواهید چندین ادعای متقابل را در نظر بگیرید تا نشان دهید که به طور کامل به موضوع دست یافته اید.

مثال:

**ادعا:** ماشین های هیبریدی استراتژی موثری برای مبارزه با آلودگی هستند.

**داده 1:** راندن یک ماشین شخصی فعایت معمولی آلوده کردن هوای یک شهروند است.

**توجیه 1:** چون ماشین ها بزرگترین منبع شخصی هستند، در مقابل صنعت تولید شده، آلودگی هوا، تغییر به ماشین های هیبریدی باید اثری بر آلودگی هوا داشته باشد.

**داده 2:** هر ماشین تولید شده در جاده برای تقریبا 12 تا 15 سال باقی خواهد ماند.

**توجیه 2:** ماشین ها به طور کلی طول عمر بلندی دارند، به این معنی که تصمیمی برای تغییر به یک ماشین هیبریدی اثر طولانی مدتی بر سطوح آلودگی خواهد گذاشت.

**داده 3:** ماشین های هیبریدی یک موتور بنزینی را با یک موتور الکتریکی با منبع تغذیه باتری ترکیب می کنند.

**توجیه 3:** این ترکیب تکنولوژی ها این معنی را می دهد که آلودگی کمتری تولید می شود. طبق indeedknow.org موتور هیبریدی پریوس، ساخته شده توسط تویوتا، 90 درصد انتشارات مضر کمتر از یک موتور بنزینی قابل مقایسه تولید می کند.

**ادعای متقابل:** به جای تمرکز بر ماشین ها، که همچنان فرهنگ رانندگی را تقویت می کند حتی اگر آلودگی را کاهش دهد، کشور باید بر ساختمان و ترغیب به استفاده از سیستم های انتقال توده تمرکز کند.

**رد ادعا یا استدلال متقابل:** مادامی که انتقال توده یک ایده ی محیط زیستی به نظر می رسد که باید تقویت شود، د بسیاری از مناطق روستایی و حومه ی شهر امکان پذیر نیست، یا برای مردمی که باید برای کار جابه جا شوند؛ از این رو ماشین های هیبریدی راه حل بهتری برای اکثر جمعیت کشور است.

**سازمان دهی ارائه ی استدلال شما**

این ارائه برای معرفی دانشجویانتان برای عناصر یک مقاله ی سازمان دهی شده، شامل مقدمه، قضیه، پاراگراف های اصلی، جملات موضوع، استدلال های متقابل و نتیجه گیری می باشد.

نوشته 2

**منطق در نوشته ی استدلالی**

**خلاصه:**

این منبع استفاده از منطق در نوشته را پوشش می دهد- واژگان منطقی، اشتباهات منطقی و دیگر انواع دلیل آوردن بر پایه ی منطق.

**همکاران:** رایان وبر، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 09-02-2018 12:53:15

این جزوه برای کمک به نویسندگان برای توسعه و استفاده از استدلال های منطقی در نوشته طراحی شده است. این جزوه به نویسندگان کمک می کند تا استدلال های دیگران را آنالیز کنند و استدلال های خودشان را تولید کنند. هرچند، مهم است که به خاطر داشته باشید که منطق تنها یک جنبه از یک استدلال موفق است. استدلال های غیر منطقی، اظهاراتی که نمی توانند به طور منطقی اثبات یا رد شوند، در نوشته ی استدلالی مهم هستند- مانند توسل به احساسات یا ارزش ها. استدلال های نامعقول، در طرف دیگر، اشتباه هستند و باید از آن ها خودداری شود.

منطق یک سیستم رسمی از آنالیز است که به نویسندگان کمک می کند ابداع کنند، بیان کنند و استدلال ها را اثبات کنند. این توسط آزمایش گزاره ها در مقابل یکدیگر برای تعیین درستی آن ها کار می کند. مردم اغلب فکر می کنند آن ها زمانی که از احساسات خود داری می کنند یا استدلال ها را بر اساس حس معمول خودشان می سازند از منطق استفاده می کنند، مانند اینکه هر کس باید علائق شخصی خود را پیدا کند یا مردم حق دارند آزاد باشند. هرچند، اظهارات غیر احساسی یا حس معمول همیشه معادل اظهارات منطقی نیستند. اگر بخواهیم منطقی باشیم، یک گزاره بایددر یک توالی منطقی آزمایش شود.

معروف ترین توالی منطقی، قیاس منطقی نامیده می شود، که توسط فیلسوف یونانی ارسطو توسعه داده شد. معروف ترین قیاس منطقی وی به صورت زیر می باشد:

**فرضیه 1:** تمام انسان ها فانی هستند.

**فرضیه 2:** سقراط انسان است.

**نتیجه گیری:** بنابراین، سقراط فانی است.

در این توالی، فرضیه 2 در مقابل فرضیه 1 برای دستیابی به نتیجه گیری منطقی آززمایش می شود. در این سیستم، اگر هر دو فرضیه معتبر در نظر گرفته شوند، نتیجه گیری منطقی دیگری نسبت به تعیین اینکه سقراط فانی است وجود ندارد.

این راهنما برخی واژگان و استراتژی هایی برای تعیین نتیجه گیری های منطقی ارائه می کند.

**در پاراگراف ها**

**خلاصه:**

هدف این جزوه این است که دستورالعمل ها و توصیه هایی با در نظر گرفتن ایجاد پاراگراف های قابل درک و پیوسته بدهد.

**همکاران:** دانا لین دریسکول، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 07-07-2017 10:28:52

پاراگراف چیست؟

یک پاراگراف مجموعه ای از جملات مرتبط درباره ی یک موضوع منحصر به فرد است. یادگیری نوشتن پاراگراف های خوب به عنوان یک نویسنده به شما کمک خواهد کرد که در مسیر طی طرح اولیه ی خود و حالت های بازبینی خود بمانید. پاراگراف بندی خوب همچنین به شدت به مخاطبانتان در دنبال کردن یک بخشی از نوشته کمک می کند. شما می توانید ایده های عالی داشته باشید، ولی اگر آن ایده ها در یک سبک سازمان دهی شده ارائه نشود شما خوانندگانتان را از دست خواهید داد (و برای دستیابی به اهدافتان در نوشتن با شکست مواجه خواهید شد).

قانون پایه: یک ایده برای یک پاراگراف نگه دارید

قانون پایه ی پاراگراف بندی نگه داشتن یک ایده برای یک پاراگراف است. اگر شما شروع به انتقال یک ایده ی جدید کنید، متعلق به یک پاراگراف جدید است. چند راه ساده وجود دارد که بگوید آیا شما در موضوع مشابه یا جدید آن هستید. شما می توانید یک ایده و چندین ذره از مدرک پشتیبانی در یک پاراگراف منحصر به فرد داشته باشید. شما می توانید همچنین چندین نکته در یک پاراگراف منحصر به فرد تا زمانی که به تمام موضوع مرتبط هستند داشته باشید. اگر نکات منحصر به فرد شروع به طولانی شدن کردند، از این رو شاید شرح مبسوط هر یک از آن ها و قرار دادن آن ها در پاراگراف های خودشان مسیر رفتن است.

عناصر پاراگراف

برای موثر بودن تا جای ممکن، یک پاراگراف باید شامل هر یک از موارد زیر باشد: پیوستگی، انسجام، یک جمله ی عنوان و توسعه ی کافی. همانطور که خواهید دید، تمام این ویژگی ها هم پوشانی دارند. استفاده و انتخاب آن ها برای اهداف منحصر به فردتان به شما کمک خواهد کرد تا پاراگراف های موثری بسازید.

پیوستگی

کل پاراگراف باید راجع به تمرکزی منحصر به فرد برای خودش باشد. اگر با یک تمرکز یا نکته ی اصلی بحث شروع شود، نباید با دیگری به پایان برسد یا در ایده های مختلفی منحرف شود.

انسجام

انسجام ویژگی است که پاراگراف را برای یک خواننده به آسانی قابل درک می سازد. شما می توانید به ایجاد انسجام در پاراگراف هایتان با ایجاد پل های منطقی و پل های لفظی کمک کنید.

**پل های منطقی**

* ایده ی مشابه یک موضوع از جمله ای به جمله ی دیگر انتقال داده می شود
* جملات متوالی می توانند به شکل های موازی ساخته شوند

**پل های لفظی**

* کلمات کلیدی می توانند در چندین جمله تکرار شوند
* کلمات مترادف می توانند در چندین جمله تکرار شوند
* ضمایر می توانند به اسم ها در جملات پیشین اشاره شوند
* کلمات انتقالی می توانند برای پیوند ایده ها از جملات مختلف استفاده شوند.

یک جمله ی عنوان

یک جمله ی عنوان جمله ای است که در یک راه کلی مشخص می کند که پاراگراف با چه ایده یا قضیه ای ارتباط خواهد داشت. اگرچه تمام پاراگراف ها جملات عنوان روشنی ندارند و به جز این حقیقت که جملات عنوان می توانند هر جایی در پاراگراف رخ دهند (به عنوان جمله ی اول، جمله ی آخر یا جایی در میان)، یک راه ساده که مطمئن شوید خواننده ی شما موضوع پاراگراف را درک می کند این است که جمله ی عنوان را نزدیک به آغاز پاراگراف قرار دهید. (این یک قانون کلی خوب برای نویسندگان با تجربه ی کمتر است، اگرچه این تنها راه انجام آن نیست). صرف نظر از اینکه چه شما یک جمله ی عنوان واضح را در نظر بگیرید چه نگیرید، باید قادر باشید که به آسانی اینکه پاراگراف در چه موردی است را خلاصه کنید.

توسعه ی کافی

عنوان (که با جمله ی عنوان معرفی می شود) باید به طور کامل و کافی مورد بحث قرار گیرد. دوباره، این از پاراگراف به پاراگراف تغییر می کند، بسته به هدف نویسنده، ولی نویسندگان باید نسبت به پاراگراف هایی که تنها دو یا سه جمله دارند بسیار محتاط باشند. این یک شرط بسیار خوب است که به طور کامل توسعه داده نمی شود اگر آنقدر کوتاه باشد.

**بعضی روشهایی برای اینکه مطمئن شوید پاراگراف شما به خوبی توسعه داده شده است:**

* استفاده از مثال ها و توضیحات (تصاویر)
* ارجاع داده ها (حقیقت، آمار، مدرک، جزئیات و دیگران)
* آزمایش مدرک (مردم دیگر چه چیزهایی گفتند مانند نقل قول ها و تفاسیر)
* استفاده از یک حکایت یا داستان
* تعریف عبارات در پاراگراف
* مقایسه و تقابل
* ارزیابی علل و دلایل
* آزمایش اثرات و نتایج
* آنالیز موضوع
* توصیف موضوع
* ارائه ی شرح وقایع به ترتیب زمانی (بخش های زمانی)

چطور باید بدانم که چه زمانی یک پاراگراف جدید شروع کنم؟

باید یک پاراگراف جدید را شروع کنید هنگامی که:

* **هنگامی که یک ایده یا نکته ی جدید را شروع می کنید.** ایده های جدید همیشه در پاراگراف های جدید شروع می شوند. اگر شما یک ایده ی بسط داده شده دارید که چندین پاراگراف را پوشش می دهد، هر نکته ی جدید در آن ایده باید پاراگراف خودش را داشته باشد.
* **برای تقابل با اطلاعات یا ایده ها.** جدا کردن پاراگراف ها می تواند برای ایده های متقابل در یک بحث، نکات مختلف در یک بحث یا هر اختلاف دیگری به کار رود.
* **وقتی خواننده های شما نیاز به یک مکث دارند.** فاصله ی بین پاراگراف ها مانند یک استراحت کوتاه برای خواننده هایتان عمل می کند- اضافه کردن آن ها کمک خواهد کرد که نوشتن شما قابل خواندن تر شود. شما اگر پاراگراف بسیار بلند شود یا نوشته پیچیده شود یک مکث ایحاد خواهید کرد.
* **هنگامی که شما مقدمه ی خود را به پایان می رسانید یا نتیجه گیری خود را شروع می کنید.** نوشته ی مقدمه و نتیجه گیری باید همیشه در یک پاراگراف جدید باشد. بسیاری از مقدمه ها و نتیجه گیری ها چندین پاراگراف بسته به محتوی، طول و هدف نویسنده دارند.

انتقال ها و علائم

دو مولفه ی بسیار مهم پاراگراف بندی علائم و انتقالات است و علائم حمایت های داخلی برای کمک به خواننده است؛ آن ها معمولا شامل چندین جمله یا یک طرح پاراگراف که مقاله چه چیزی را پوشش می دهد و مقاله به کجا می رود، می شوند.

انتقالات معمولا یک یا چندین جمله هستند که از یک ایده به بعدی انتقال می یابند. انتقالات می توانند در انتهای اکثر پاراگراف ها استفاده برای کمک به جریان یک پاراگراف به دیگری شوند.

**انتقالات نوشته**

**خلاصه:**

یک بحث استراتژی های انتقال و دستگاه های انتقالی مشخص.

**همکاران:** رایان وبر، کارل استولی

**آخرین ویرایش:** 01-03-2013 10:35:20

* انتقالات خوب می توانند پاراگراف ها را متصل کنند و نوشته ی منفصل را به یک مجموعه یکپارچه تبدیل کنند. به جای مورد بررسی قرار دادن پاراگراف ها به عنوان ایده های مجزا، انتقالات می توانند به خوانندگان کمک کنند که درک کنند چگونه پاراگراف ها با هم کار می کنند، به یکدیگر ارجاع داده می شوند و به یک نکته ی بزرگتر تبدیل می شوند. کلید تولید انتقالات خوب پر رنگ کردن ارتباطات بین پاراگراف های متناظر است. با ارجاع دادن در یک پاراگراف مطلب مرتبط از پاراگراف های پیشین، نویسندگان می توانند نکات مهم برای خوانندگلن خود را توسعه دهند.
* این ایده ی خوبی برای ادامه ی یک پاراگراف در جاییکه که دیگری قطع می شود می باشد. (مثال ها جاییکه این به طور ویژه ای چالش برانگیز است ممکن است پیشنهاد شود که پاراگراف ها اصلا به یکدیگر متعلق نیستند) برداشتن عبارات کلیدی از پاراگراف پیشین و پر رنگ کردن آن ها در بعدی می تواند پیشرفت واضحی برای خوانندگان ایجاد کند. اکثر اوقات، این تنها کلمات کمی برای ترسیم این اتصالات می گیرد. به جای انتقالات نوشته که می تواند هر پاراگرافی را به پاراگراف دیگر متصل کند، یک انتقالی بنویسید که می تواند تنها یک پاراگراف مشخصی را به پاراگراف مشخص دیگر متصل کند.
* **مثال:** به طور کلی، سیستم های مدیریت بین المللی فروش های افزایش یافته در هر بخش را ثبت کرده اند که منجر به یک افزایش چشمگیر در منافع سه-چهارم شده است.
* یک مورد دیگر که باید به آن توجه شود این است که شرکت ها تاثیر بین المللی خود را گسترش داده اند.
* **بازبینی:** به طور کلی، سیستم های مدیریت بین المللی فروش های افزایش یافته در هر بخش را ثبت کرده اند که منجر به یک افزایش چشمگیر در منافع سه-چهارم شده است.
* این منافع موثر اکثرا به علت گسترش تاثیر بین المللی شرکت ها می باشد.
* **مثال:** با ترس از دست دادن زمین های دانمارکی، کریستین چهارم معاهده ی لوبک را امضا کرد، در حقیقت عملیات دانمارکی جنگ 30 ساله را خاتمه داد.
* اما پس از آن چیز چشمگیر دیگری اتفاق افتاد. مداخله ی سوئدی ها شروع شد.
* **بازبینی:** با ترس از دست دادن زمین های دانمارکی، کریستین چهارم معاهده ی لوبک را امضا کرد، در حقیقت عملیات دانمارکی جنگ 30 ساله را خاتمه داد.
* اندکی بعد از اینکه نیروهای دانمارکی عقب نشینی کردند، مداخله ی سوئدی ها آغاز شد.
* **مثال:** ایمی تن بعد از رمان، باشگاه خوش شانسی شادی، که به لیست پرفروش ترین ها صعود کرد، نویسنده ی مشهوری شد.
* همچنین چیزهای دیگری درباره ی تن وجود که می توان به آن ها توجه کرد. ایمی تن همچنین در گروه گاراژ طنز آمیز باقی ماندگان تحت راک با استفان کینگ و دیو بری مشارکت می کرد.
* **بازبینی:** ایمی تن بعد از رمان، باشگاه خوش شانسی شادی، که به لیست پرفروش ترین ها صعود کرد، نویسنده ی مشهوری شد.
* با آنکه داستان وی شناخته شده بود، کار او با گروه گاراژ طنز آمیز باقی ماندگان تحت راک شهرت بسیار کمتری دریافت کرد.

مقدمه

مقدمه آغاز جامع مقاله است که سه سوال مهم را پاسخ می دهد:

1. این چیست؟
2. چرا من این را می خوانم؟
3. از من می خواهی چه کار کنم؟

شما باید به این سه سوال با انجام موارد زیر پاسخ دهید:

1. متن را تنظیم کنید- اطلاعات کلی درباره ی ایده اصلی ارائه کنید، وضعیت را شرح دهید تا خواننده بتواند موضوع و ادعاها یی که ایجاد و پشتیبانی می کنید را درک کند
2. بیان کنید که چرا ایده ی اصلی مهم است- به خواننده بگوئید چرا باید توجه کند و به خواندن ادامه دهد. هدف شما ایجاد یک موضوع قانع کننده، واضح و کامل کننده است که مردم می خواهند بخوانند و به آن عمل کنند
3. قضیه/ ادعای خود را بیان کنید- یک یا دو جمله را با بیان موقعیتی که با عقل سلیم (معقول به نظر رسیدن: قیاس و استنتاج)، ترحم (درخواست احساسات متعادل) و خصلت (قابل قبول بودن نویسنده) حمایت خواهد شد، ترکیب کنید.

برای مقاله های تحقیقی، سوال تحقیق اولیه ی شما اظهاریه ی قضیه ی شما را جایگزین می کند تا مخاطب درک کند که چرا شما تحقیقتان را آغاز کردید. یک بررسی انواع منابعی که کشف کردید ممکن است سوال تحقیق شما را دنبال کند.

اگر مقاله ی استدلالی شما طولانی باشد، ممکن است بخواهید پیش بینی کنید که چگونه قضیه ی خود را توسط طرح ساختار مقاله ی خود، منابعی که در نظر خواهید داشت و مخالفت با موقعیت شما پشتیبانی خواهید کرد. شما می توانید پیش بینی کنید که مقاله ی شما در بسیاری راه های مختلف بسته به نوع مقاله ای که می نویسید دارد. پیش بینی شما می تواند چیزهایی مانند این را بخواند:

ابتدا، عبارات کلیدی برای استدلال های خودم تعریف خواهم کرد، و سپس برخی زمینه های وضعیت را ارائه خواهم کرد. بعد، موقعیت های مهم استدلال را طرح ریزی خواهم کرد و توضیح می دهم که چرا یکی از این موقعیت ها را پشتیبانی می کنم. در آخر، موقعیت های مخالف را در نظر خواهم گرفت و بحث خواهم کرد که چرا این موقعیت ها منسوخ شده اند. من با برخی ایده ها برای گرفتن عمل و مسیرهای ممکن تحقیق آینده نتیجه گیری خواهم کرد.

هنگامیکه یک مقاله ی تحقیقی می نویسید، ممکن است نیاز به استفاده از یک لحن رسمی تر و کمتر شخصی داشته باشید. پیش بینی شما ممکن است مانند زیر خوانده شود:

این مقاله با ارائه ی عبارات کلیدی برای استدلال، پیش از ارائه ی زمینه ی وضعیت شروع می شود. بعد، موقعیت های مهم طرح ریزی و حمایت می شود. برای ارائه ی توضیحی کامل تر از این موقعیت های مهم، موقعیت های مخالف مورد بحث قرار می گیرند. مقاله با برخی ایده ها برای گرفتن عمل و مسیرهای ممکن برای تحقیق آتی نتیجه گیری می کنند.

از معلم خود درباره ی اینکه چه لحنی باید هنگامی که یک پیش بینی برای مقاله تان ارائه می کنید استفاده کنید، بپرسید.

این ها مثال های بسیار کلی هستند، ولی با اضافه ی برخی جزئیات بر موضوع مشخصتان، یک پیش بینی به طور موثر ساختار مقاله ی شما را طرح ریزی خواهد کرد بنابراین خواننده ها می توانند آسان تر ایده های شما را دنبال کنند.

فهرست بازبینی قضیه

قضیه شما بیشتر از یک اظهاریه کلی درباره ی ایده ی اصلی شماست. این نیاز دارد که یک موقعیت که با اثبات های (منطق، ترحم، خصلت) متعادل شده حمایت خواهید کرد را تعیین کند. از لیست بازبینی زیر استفاده کنید تا به شما برای ایجاد یک قضیه کمک کند.

این بخش از نوشتن با یک قضیه: یک خواننده ی سخن شناسی توسط دیوید اسکوایر و سارا اسکوایر انتخاب شده است:

مطمئن شوید که از موارد زیر هنگام ایجاد قضیه خود، خود داری می کنید:

* قضیه یک عنوان نیست: خانه ها و مدارس (عنوان) در مقابل باید بیشتر در آموزش فرزندانشان مشارکت کنند (قضیه ی خوب).
* یک قضیه اعلام کننده ی موضوع نیست: موضوع من عدم صلاحیت دادگاه عالی در مقابل دادگاه عالی هنگامی که به لطف جرج. دبلیو. بوش در انتخابات سال 2000 قانون گذاری کرد اشتباهی مرتکب شد.
* یک قضیه اظهاریه ای از یک حقیقت مطلق نیست: جین آستن نویسنده ی غرور و تعصب است.
* یک قضیه کل مقاله نیست: یک قضیه در ایده اصلی/ ادعا/ رد استدلال/ حل مسئله در یک جمله ی منحصر به فرد یا ترکیبی از جملات می باشد.
* لطفا توجه کنید که طبق کتابچه ی راهنمای MLA برای نویسندگان مقالات تحقیقاتی، ویرایش هفتم، یک بیان قضیه، جمله ی منحصر به فردی است که هم موضوع و هم نقطه نظر شما را تنظیم می کند (گیبالدی 42). هرچند، اگر مقاله ی شما پیچیده تر باشد و نیاز به یک بیان قضیه داشته باشد، قضیه شما ممکن است نیاز به ترکیبی از جملات داشته باشد.

مطمئن شوید که از این دستورالعمل ها هنگامی که قضیه خود را ایجاد می کنید پیروی می کنید:

* یک قضیه ی خوب یکپارچه است:
* خیر: داستان های کارآگاهی شکل بالایی از ادبیات نیستند، ولی مردم همیشه با آن ها مسحور می شوند، و بسیاری از نویسندگان خوب آن ها را تجربه کردند.
* بهتر: داستان های کارآگاهی متوسل به تمایل اساسی بشر برای هیجان (مختصر) می شوند.
* یک پایان نامه ی خوب خاص است:
* خیر: جیمز جویس اولیسس بسیار خوب است.
* بهتر: جیمز جویس اولیسس کمک می کند که راهی جدید برای ارتباط ناخود آگاه ایجاد شود.
* سعی کنید تا جای ممکن خاص باشید (بدون ارائه ی جزئیات زیاد) هنگامی که قضیه خود را ایجاد می کنید:
* خیر: جیمز جویس اولیسس کمک کرد راه جدیدی برای نویسندگان برای مقابله با ناخودآگاه ایجاد شود.
* بهتر: جیمز جویس اولیسس کمک کرد راه جدیدی برای نویسندگان ایجاد شود تا با ناخودآگاه با استفاده از یافته های روانشناسی فرویدی و معرفی تکنیک های جریان آگاهی ادبیات محور، رابطه برقرار کند.

لیست بازبینی سریع:

* قضیه / ادعا از دستورالعمل های طرح ریزی شده ی فوق پیروی می کند
* قضیه / ادعا مطابق با الزامات و اهداف این تکلیف است
* قضیه / ادعا روشن و به راحتی قابل تشخیص است
* قضیه / ادعا استدلال / داده های خوب قابل حمایت است، درخواست عاطفی به نظر می رسد

برای یک گزارش کتاب یا بررسی کتاب:

**نوشتن یک گزارش کتاب**

**خلاصه:**

این منبع، گزارشات کتاب و چگونه نوشتن آن ها را مورد بحث قرار می دهد.

**همکاران:** پوردو اول

**آخرین ویرایش:** 14-02-2018 03:42:15

گزارش های کتاب گزارش های آموزنده هستند که در مورد یک کتاب از موضع هدف مورد بحث قرار می گیرند. آنها شبیه به بررسی های کتاب هستند، اما بیشتر بر خلاصه ای از کار تمرکز می کنند تا ارزیابی آن. گزارش های کتاب معمولا شرح می دهند چه اتفاقی در یک کار می افتد؛ تمرکز آنها در ابتدا به ارائه یک گزارش از طرح اصلی، ویژگی ها، قضیه، و / یا ایده اصلی کار است. اغلب، گزارش های کتاب یک تکلیف K-12 هستند و دامنه آن 250 تا 500 کلمه است.

بررسی های کتاب اغلب یک تکلیف کالج هستند، اما آنها در بسیاری از آثار حرفه ای نیز ظاهر می شوند: مجلات، روزنامه ها، و مجلات علمی. اگر به دنبال یک بررسی کتاب به جای یک گزارش کتاب هستید، لطفا از منابع OWL، نوشتن نقد کتاب دیدن کنید.

قبل از خواندن

قبل از شروع به خواندن، در نظر بگیرید که به چه چیزهایی نیاز خواهید داشت تا در گزارش کتاب خود بنویسید. ابتدا، به دریافت برخی اطلاعات اساسی کتاب نیاز خواهید داشت:

* نویسنده
* عنوان
* مکان ناشر، نام ناشر، سال انتشار
* تعداد صفحات

شما هم چنین می توانید گزارش خود را با برخی از انواع ارجاع دهی شروع کنید، یا می توانید بعضی از این موارد را با خود گزارش ترکیب کنید.

بعد، سعی کنید به سوالات زیر پاسخ دهید تا تفکر در مورد کتاب را آغاز کنید:

* نویسنده: نویسنده چه کسی است؟ آیا آثار دیگر این نویسنده را خوانده اید؟
* ژانر: نوع این کتاب چیست؟ داستانی، غیر داستانی، بیوگرافی و غیره؟ چه نوع افرادی مایل به خواندن این نوع کتاب هستند؟ آیا شما معمولا این نوع از کتاب ها را می خوانید؟ آیا آنها را دوست دارید؟
* عنوان: چه عنوانی برای شما کار می کند؟ آیا علاقه شما را تحریک می کند؟ آیا با متن کتاب متناسب است؟
* تصاویر / جلد کتاب/ کاور / چاپ: جلد کتاب یا کاور کتاب چه می گوید؟ آیا دقیق است؟ آیا شما به این علت می خواهید این کتاب را بخوانید؟ آیا عکس دارد؟ چه نوع هستند؟ آیا جالب هستند؟

آنچانکه می خوانید

در حالی که خواندن یک کار داستانی، شخصیت های اصلی را در مسیر نگه می دارد. شما همچنین می توانید با بیوگرافی نیز همین کار را انجام دهید. هرچند، هنگام خواندن آثار غیر داستانی، ایده های اصلی را جستجو کنید و آماده باشید که در مورد آنها صحبت کنید.

* شخصیت ها: شخصیت های اصلی چه کسانی هستند؟ برای آنان چه اتفاقی می افتد؟ آیا آن ها را دوست داشتید؟ آیا شخصیت های خوب و بد وجود داشتند؟
* ایده های اصلی: ایده اصلی کتاب چیست؟ چه اتفاقی می افتد؟ چه چیزی یاد گرفتید که قبلا نمی دانستید؟
* نقل قول: چه بخش هایی را بیشتر دوست داشتید؟ آیا قسمت هایی وجود دارد که شما می توانید نقل قول کنید تا گزارش خودتان لذت بخش تر شود؟

زمانی که آماده ی نوشتن هستید

کتاب و نویسنده را اعلام کنید. سپس، آنچه را که از کتاب یاد گرفته اید خلاصه کنید. توضیح دهید که در کتاب چه اتفاقی می افتد و در مورد عناصری که دوست داشتید، دوست نداشتید یا تغییر خواهند کرد یا اگر این کتاب را به دیگران توصیه می کنید و چرا بخث کنید. موارد زیر را نیز در نظر بگیرید:

* اصول / شخصیت ها: چه عناصری را بیشتر دوست داشتید؟ کدام شخصیت ها را بیشتر دوست داشتید و چرا؟ نویسنده چگونه داستان یا ایده اصلی کتاب را باز می کند؟
* سازماندهی: اطمینان حاصل کنید که بیشتر مقاله شما کار را خلاصه می کند. سپس شما ممکن است شخصیت ها یا تم های کار را تجزیه و تحلیل کنید.
* ارزیابی شما: یک یا چند نکته را برای بحث درباره ی کتاب انتخاب کنید. چه چیزی برای شما به خوبی کار می کند؟ این کار چگونه با همان نویسنده یا کتابهای دیگر در یک ژانر مشابه با دیگران مقایسه می شود؟ کدامیک از موضوعات اصلی، مضامین، یا اصطلاحات، کتاب را معرفی می کند و چقدر موثر هستند؟ آیا این کتاب به شیوه عاطفی یا منطقی به شما متوسل شده است؟
* پیشنهاد: آیا شما این کتاب را به دیگران توصیه می کنید؟ چرا؟ قبل از اینکه آن را بخوانند چه پیشنهادی به آن ها می دهید؟ بعد از خواندن آن درباره ی چه چیزی صحبت می کنید؟

بازبینی/ کپی نهایی

یک بررسی سریع از مقاله خود انجام دهید:

* املاء نام (ها) نویسنده، نام شخصیت، عبارات ویژه و ناشر را دوبار بررسی کنید.
* به آرامی نشانه گذاری و گرامر را بررسی کنید.
* اطمینان حاصل کنید که خلاصه کافی ارائه می کنید تا خواننده یا مربی شما بتواند بگوید که شما این کتاب را خواندید.
* برخی نقل قول های جالب را از مطالعه در نظر بگیرید.

**نوشتن یک بررسی کتاب**

**خلاصه:**

این منبع درباره ی بررسی های کتاب و چگونه نوشتن آن ها بحث می کند.

همکاران: الن بریز

آخرین ویرایش: 15-11-2017 10:34:49

بررسی کتابها معمولا به ارزیابی آثار نوشته شده اخیر می پردازند. آنها شرح مختصری از نکات کلیدی متن را ارائه می دهند و اغلب ارزیابی کوتاهی از قوت و ضعف کار را ارائه می دهند.

خوانندگان گاهی بررسی های کتاب را با گزارش های کتاب اشتباه می گیرند، اما این دو یکسان نیستند. گزارش های کتاب معمولا شرح می دهد چه اتفاقی در یک کار می افتد؛ تمرکز آنها در ابتدا به ارائه ی یک حساب از طرح اصلی، شخصیت ها و / یا ایده ی اصلی کار است. اغلب گزارش های کتاب یک تکلیف K-12 هستند و دامنه آن ها از 250 تا 500 کلمه است. اگر می خواهید یک گزارش کتاب را بنویسید لطفا منابع OWL را ببینید، یک گزارش کتاب بنویسید.

در مقابل، بررسی های کتاب اغلب یک تکلیف کالج است، اما آنها نیز در بسیاری از آثار حرفه ای ظاهر می شوند: مجلات، روزنامه ها، و مجلات علمی. آنها معمولا بین 500 تا 750 کلمه هستند، اما ممکن است طولانی تر یا کوتاه تر باشند. یک بررسی کتاب به خوانندگان یک نگاه زیرچشمی در آنچه که شبیه یک کتاب است می دهد، در همه حال نظریه پرداز از آن و جزئیات در مورد خرید کتاب لذت برد.

قبل از اینکه بخوانید

قبل از اینکه شروع به خواندن کنید، عناصر مورد نیاز را که نیاز خواهید داشت در نظر بگیرید. موارد زیر ممکن است کمک کند:

* نویسنده: نویسنده چه کسی است؟ چه چیز دیگری نوشته است؟ آیا این نویسنده جایزه ای برده است؟ سبک معمول نویسنده چیست؟
* ژانر: این کتاب چه نوعی است: داستانی، غیر داستانی، عاشقانه، شعر، داستان جوانان و غیره؟ برای این کار مخاطبان مورد نظر چه کسانی هستند؟ هدف این کار چیست؟
* عنوان: کدام عنوان مناسب است؟ چگونه در کار استفاده می شود؟ آیا متن پیام به طور کافی خلاصه شده است؟ آیا جالب است؟ جالب نیست؟
* پیش گفتار / مقدمه / فهرست مطالب: آیا نویسنده هر گونه اطلاعات فشرده در مورد متن در پیش گفتار / مقدمه ارائه می کند؟ آیا "نویسنده مهمان" مقدمه را ارائه می کند؟ کدام قضاوت ها یا پیش فرض ها را نویسنده و / یا «نویسنده مهمان» را ارائه کرده اند؟ کتاب چگونه مرتب شده است: بخش ها، فصل ها؟
* جلد کتاب / کاور / چاپ: جلد کتاب مانند بررسی کوچک است. آیا جلد کتاب جزئیات جالبی ارائه می دهد یا علاقه شما را به نوعی تحریک می کند؟ آیا تصاویر، نقشه ها یا نمودار هایی وجود دارد؟ آیا صحافی، برش صفحه، و یا نوشتار مطابقت دارند یا از کار خارج می شوند؟

آنچنانکه می خوانید

همانطور که می خوانید، تعیین کنید که چگونه بخش ساختار خلاصه یا ساختار زمینه بررسی خود را ساختید. آماده باشید یادداشت ها را در مورد نقاط کلیدی، شخصیت ها و / یا تم ها یاد بگیرید.

* شخصیت: آیا شخصیت هایی در کار وجود دارد؟ شخصیت اصلی چه کسی است؟ چگونه روی داستان تاثیر می گذارد؟ آیا با آنها همدردی دارید؟
* تم / موضوع / سبک: چه تم یا موضوعی برجسته است؟ چگونه به کار کمک می کنند؟ آیا موثر هستند یا نه؟ چطور سبک خاص این نویسنده را توصیف می کنید؟ آیا برای همه خوانندگان قابل دسترسی است یا فقط برخی از آنها؟
* استدلال: استدلال کار چگونه تنظیم می شود؟ چه حمایتی نویسنده برای او / یافته ها ارائه می دهد؟ آیا کار اهداف خود را برآورده می کند / استدلال آن را پشتیبانی می کند؟
* ایده های کلیدی: ایده اصلی کار چیست؟ چه چیزی خوب، متفاوت و یا پیشگامانه است؟
* نقل قول: چه نقل قولی برجسته است؟ چگونه می توان استعداد نویسنده یا احساس کتاب را از طریق نقل قول نشان داد؟

زمانیکه آماده ی نوشتن هستید

با یک خلاصه کوتاه یا پیش زمینه ای از کار شروع کنید، اما بیش از حد دور نمانید. بسیاری از بررسی ها خودشان تنها به دو فصل اول محدود میشوند یا خواننده را به سمت افزایش فعالیت کار می برند. بررسی کنندگان متون غیر داستانی، ایده ی پایه ی استدلال کتاب را بدون جزئیات زیاد ارائه خواهند داد.

بخش نهایی بررسی شما جزئیات نظر شما را درباره کار توضیح خواهد داد. هنگامی که شما آماده آغاز بررسی خود هستید، موارد زیر را در نظر بگیرید:

 ایجاد زمینه، مخاطبان خود را به یاد بیاورید: به یاد داشته باشید که مخاطبان شما این کار را انجام نداده اند با وجود این موضوع در ذهن، مطمئن شوید که شخصیت ها و اصول را به دقت و با تامل معرفی می کنید. چه نوع خلاصه ای را می توانید از نکات اصلی یا شخصیت های اصلی ارائه دهید که به خوانندگان کمک خواهد کرد تا علائقشان را تنظیم کنند؟ آیا متن نویسنده به اندازه کافی به مخاطب مورد نظر می رسد؟ آیا برخی خوانندگان گم می شوند یا متن را خیلی آسان می یابند؟

* اصول و شخصیت های فرعی: تنها با موضوعات فوری در کتاب مطرح می شود. شما نخواهید توانست هر شخصیت یا ایده را پوشش دهید. شما با چه اصول / شخصیت ها موافق یا مخالف هستید؟ نویسنده چه چیزهایی دیگری را ممکن است را تحقیق کند یا در نظر بگیرد؟
* سازماندهی: هدف بررسی ارزیابی منتقدانه ی متن است نه فقط اطلاع دادن به خوانندگان درباره آن. فضای زیادی برای ارزیابی خود با اطمینان بخشیدن به آن بگذارید که خلاصه شما کوتاه است. تعریف کنید که چه نوع توازنی بین اطلاعات خلاصه و ارزیابی شما قرار می گیرد. اگر بررسی خود را برای یک کلاس نوشتید، از مدرس خود سوال کنید. اغلب این نسبت نصف و نصف است.
* ارزیابی شما: یک یا چند نکته را برای بحث درباره کتاب انتخاب کنید. چه چیزی برای شما خوب است؟ این کار چگونه با همان نویسنده یا کتابهای دیگر در یک ژانر مشابه مقایسه می شود؟ کدامیک از موضوعات اصلی، مضامین، یا اصطلاحات، کتاب را معرفی می کند و چقدر موثر هستند؟ آیا این کتاب به شیوه احساسی یا منطقی به شما متوسل شده است؟
* ناشر / قیمت: اکثر بررسی های کتاب شامل ناشر و قیمت کتاب در انتهای مقاله است. برخی از بررسی ها شامل سال انتشار و ISBN نیز می باشد.

بازبینی

هنگام ایجاد تماس های نهایی برای بررسی خود، به دقت موارد زیر را بررسی کنید:

* املاء نام (ها) نویسنده، نام کاراکتر، شرایط ویژه و ناشر را دوبار بررسی کنید.
* سعی کنید از نقطه نظر مخاطب خود بخوانید. آیا خلاصه ی بیش از حد / به اندازه کافی وجود دارد؟ آیا استدلال شما در مورد متن قابل فهم است؟
* آیا باید نقل قول های مستقیم از خواندن را در نظر بگیرید؟ آیا آنها به پشتیبانی از استدلال های شما کمک می کنند؟ نقل قول های خود را برای دقت دوباره بررسی کنید.

برای نامه تجاری یا نامه ی درخواستی

**نوشتن نامه ی تجاری پایه**

این منبع توسط یک فایل پی دی اف Acrobat پشتیبانی می شود.

بخشی از یک نامه ی تجاری

این منبع به منظوری سازمان دهی می شود که در آن باید یک نامه تجاری بنویسید، از آدرس فرستنده شروع کنید، اگر نامه بر روی سرنامه نوشته نشده باشد.

آدرس فرستنده

آدرس فرستنده معمولا در سرنامه در نظر گرفته می شود. اگر از سرنامه استفاده نمی کنید، آدرس فرستنده را یک خط تاریخ قرار دهید. نام یا عنوان فرستنده را ننویسید، همانطور که در بستن نامه در نظر گرفته شده است. فقط آدرس خیابان، شهر، و کد پستی را شامل می شود.

تاریخ

خط تاریخ برای نشان دادن تاریخ نامه نوشته شده است. با این حال، اگر نامه شما چندین روز تکمیل شده باشد، از تاریخ تاریخ خط پایان آن استفاده کنید. هنگامی به شرکت ها در ایالات متحده می نویسید، از فرمت تاریخ آمریکا استفاده کنید. (قرارداد مبتنی بر ایالات متحده برای قالب بندی یک تاریخ ماه قبل از روز قرار می دهد. به عنوان مثال: 11 ژوئن 2001.) ماه، روز و سال را دو اینچ از بالای صفحه بنویسید. بسته به اینکه از چه فرمتی برای نامه تان استفاده می کنید، تاریخ را از چپ همتراز کنید یا به نقطه ی مرکزی تب کنید و تاریخ را تایپ کنید.

آدرس داخلی

آدرس داخلی آدرس گیرنده است. همیشه بهتر است برای نوشتن به یک فرد خاص در شرکتی بنویسید که در آن می نویسید. اگر نام فردی را نداشته باشید، با فراخوانی شرکت یا صحبت با کارکنان شرکت تحقیقاتی انجام دهید. یک عنوان شخصی مانند Ms.، Mrs.، Mr.، یا Dr. در نظر گرفته می شود. که برتری زن در آدرس به عنوان Miss، Mrs. یا Ms. دارد را دنبال می کند. اگر که از برتری زنان آدرس دادن مطمئن نیستید، از Ms. استفاده کنید. اگر این امکان وجود دارد که فردی که در حال نوشتن به آن هستید یک دکتر یا دارای عنوان دیگری باشد، از این عنوان استفاده کنید. معمولا، افراد با ذکر عنوان بالاتر از آنچه در واقع دارند، اهمیتی نخواهند داد. برای نوشتن آدرس، از فرمت دفتر پست ایالات متحده استفاده کنید. برای آدرس های بین المللی، نام کشور را در کلیه حرف های بزرگ در آخرین خط تایپ کنید. آدرس داخلی یک خط زیر تاریخ شروع می شود. این باید از چپ همتراز شود، مهم نیست که ازکدام فرمت استفاده می کنید.

خطاب محترمانه

از نام مشابه آدرس داخلی، عنوان شخصی را استفاده کنید. اگر شخص را می شناسید و به طور معمول به اسم اولشان برایشان می نویسید، قابل قبول است که فقط از نام اول در خطاب محترمانه استفاده شود (برای مثال لوسی عزیز). در موارد دیگر، با این حال، از عنوان شخصی و نام خانوادگی پس از دو نقطه استفاده کنید. بعد از خطاب محترمانه یک خط خالی بگذارید.

اگر جنس خواننده را نمی دانید، از خطاب محترمانه بدون جنسیت، مانند عنوان شغلی آن ها به دنبال نام گیرنده استفاده کنید. همچنین اگر نمی توانید جنس را تعیین کنید، قابل قبول است که نام کامل را در یک خطاب محترمانه استفاده کنید. برای مثال، ممکن است کریس هارمون عزیز بنویسید: اگر شما از جنس کریس مطمئن نبودید.

متن اصلی

برای قالب بلوک و اصلاح بلوک، هر پاراگراف را در متن نامه فضای تک و همتراز از چپ ایجاد می کند. یک خط خالی بین هر پاراگراف را هنگام نوشتن یک نامه تجاری بگذارید، مراقب باشید که به یاد داشته باشید نکته بسیار مهمی باشد. در اولین پاراگراف، آغازی دوستانه و سپس یک اظهاریه از نقطه اصلی را در نظر بگیرید. پاراگراف بعدی باید اهمیت نقطه اصلی را توجیه کند. در چند پاراگراف بعدی، توجیه با اطلاعات پس زمینه و جزئیات پشتیبانی ادامه پیدا می کند. پاراگراف بسته باید هدف را در انتها بازنویسی کند و بعضی انواع عمل را تقاضا می کند.

بسته شدن

بسته شدن از نقطه عمودی مشابه به عنوان تاریخ خود و یک خط بعد از آخرین پارگراف متن اصلی شروع می شود. تنها کلمه اول را با حروف بزرگ بنویسید (به عنوان مثال: از شما متشکرم) و چهار خط بین بسته شدن و نام فرستنده برای یک امضا بگذارید. اگر یک دو نقطه خطاب محترمانه را دنبال کند، یک کاما باید بسته شدن را دنبال کند؛ در غیر اینصورت، پس از بسته شدن، نقطه گذاری وجود ندارد.

ضمایم

اگر هر نوشته ای در طول نامه، مانند یک رزومه را پیوست کرده اید، این را فقط با تایپ ضمایم در زیر اتمام جمله نشان می دهید. به عنوان یک گزینه، شما می توانید نام هر نوشته را لیست کنید که در پاکت در نظر می شود. به عنوان مثال، اگر شما بسیاری از نوشته ها را در نظر بگیرید و نیاز داشته باشید اطمینان حاصل کنید که گیرنده از هر نوشته آگاه است، ممکن است یک لیست خوب از اسامی باشد.

حروف اول تایپیست

حروف اول تایپیست برای نشان دادن فردی که نامه را تایپ کرده است، استفاده می شود. اگر خودتان نامه را تایپ کرده اید، حروف اول تایپیست را حذف کنید.

یک یادداشت در مورد فرمت و قلم

**فرمت بلوک**

هنگام نوشتن نامه های تجاری، باید توجه خاصی به فرمت و فونت مورد استفاده داشته باشید. معمول ترین طرح نامه ی تجاری، به عنوان فرمت بلوک شناخته می شود. با استفاده از این فرمت، تمام نامه از چپ همتراز می شود و فاصله ی منفرد جایگزین جفت فاصله بین پاراگراف ها می شود.

**بلوک اصلاح شده**

یکی دیگر از فرمت های استفاده شده ی گسترده به عنوان فرمت بلوک اصلاح شده شناخته می شود. در این نوع، متن اصلی نامه و آدرس های فرستنده و گیرنده از چپ همتراز می شوند و دارای تک فاصله هستند. هرچند، برای تاریخ و خاتمه، به نقطه مرکزی تب و شروع به تایپ کنید.

**نیم بلوک**

سبک نهایی و کمتر استفاده شده نیمه بلوک است. این بسیار شبیه به سبک بلوک اصلاح شده است به جز اینکه هر پاراگراف به جای همترازی از چپ برجسته می شوند.

به خاطر داشته باشید که سازمان های مختلف فرمت الزامات مختلفی برای ارتباط حرفه ای خود را دارند. در حالی که نمونه های ارائه شده توسط OWL شامل عناصر رایج برای نامه تجاری پایه ای (انتظارات ژانر) می شوند، فرمت نامه تجاری شما ممکن است انعطاف پذیر باشد تا منعکس کننده متغیرهایی مانند سر نامه ها و نمونه ها باشد. مثالهای ما صرفا راهنمایی است.

اگر رایانه شما با مایکروسافت آفیس 2000 مجهز شده باشد، Wizard Letter می تواند مورد استفاده قرار گیرد تا حدس و گمان در قالب نامه های کسب و کار. برای دسترسی به Letter Wizard، روی منوی Tools کلیک کنید و سپس Letter Wizard را انتخاب کنید. Wizard سه سبک ذکر شده در اینجا را ارائه می دهد و تاریخ، آدرس فرستنده و آدرس گیرنده را به فرمت انتخابی وارد می کند. نامه Wizard فقط باید مورد استفاده قرار گیرد اگر شما یک درک ساده از چگونگی نوشتن یک نامه تجاری داشته باشید. قالب های آن در هر محیط قابل اجرا نیست. بنابراین، اگر شما هر گونه سوال و یا شک دقیق نامه Wizard، شما باید با یک کتاب راهنمای نوشتن کسب و کار مشورت کنید.

اگر رایانه شما با مایکروسافت آفیس 2000 مجهز شده باشد، Letter Wizard می تواند مورد استفاده قرار گیرد تا بسیاری از حدس و گمان را از فرمت نامه های تجاری بگیرد. برای دسترسی به Letter Wizard، روی منوی Tools کلیک کنید و سپس Letter Wizard را انتخاب کنید. Wizard سه سبک ذکر شده در اینجا را ارائه می دهد و تاریخ، آدرس فرستنده و آدرس گیرنده را به فرمت انتخابی وارد می کند. اگر شما درکی ساده از چگونگی نوشتن یک نامه تجاری داشته باشید تنها نامه Wizard باید مورد استفاده قرار گیرد. فرمت های آن در هر محیط قابل اجرا نیست. بنابراین، اگر شما هر گونه سوال و یا شک درباره درستی نامه Letter Wizard دارید، باید به یک کتابچه ی راهنمای نوشتن تجاری مراجعه کنید.

**فونت**

یکی دیگر از عوامل مهم در خواندن نامه، فونت است. فونت کلی پذیرفته شده Times New Roman، اندازه 12 است، اگر چه فونت های دیگری مانند Arial ممکن است استفاده شود. هنگام انتخاب یک فونت، همیشه مخاطبان خود را در نظر بگیرید. اگر شما برای یک شرکت محافظه کار نوشتید، ممکن است بخواهید از Times New Roman استفاده کنید. با این حال، اگر شما برای یک شرکت لیبرال تر نوشتید، هنگام انتخاب فونت، کمی آزادی بیشتری دارید.

**نقطه گذاری**

علامت گذاری پس از خطاب محترمانه و خاتمه - بعد از خطاب محترمانه (هیچگاه از ویرگول استفاده نکنید) از یک دو نقطه (:) و بعد از خاتمه ، از کاما (،)استفاده کنید. در بعضی شرایط، شما همچنین ممکن است از یک فرمت کمتر معمول استفاده کنید که به عنوان علامت گذاری آزاد شناخته شده است. برای این سبک، علائم و نشانه گذاری بعد از خطاب محترمانه و خاتمه حذف می شوند.

نوشته 3

**نامه های تجاری: به مثبت نگری ها توجه کنید**

**خلاصه:**

این جزوه اطلاعاتی را در مورد توجه بر مثبت نگری در نوشتن نامه های تجاری ارائه می دهد.

مشارکت کنندگان: دان لین دیسكول

آخرین ویرایش: 2010-04-21 08:21:37

نامه های شما موفق تر خواهند بود، اگر شما بر روی کلمات مثبت تمرکز کنید، نه منفی، به این دلیل که اکثر مردم به ایده های مثبت نسبت به واکنش های مثبت به ایده های مثبت به طور مطلوب پاسخ می دهند. واژه هایی که خواننده شما را تحت تأثیر قرار می دهد، احتمال دارد که پاسخ مورد نظر شما را در شرایط نوشتن نامه ایجاد کنند. تاکید مثبت خواننده را متقاعد خواهد ساخت و حسن نیت ایجاد می کند. در مقابل، کلمات منفی ممکن است مقاومت و واکنش نامطلوب دیگری ایجاد کنند. بنابراین باید مراقب باشید که از کلمات با مفهوم منفی اجتناب کنید. این کلمات نیز نفی می شوند- برای مثال، نه، خیر، رد کردن و متوقف کردن- یا رابطه های ناراضی یا ناخوشایند را معنی می دهند- به عنوان مثال، متاسفانه، این نمی تواند، نمی تواند، اشتباه، مشکل، خطا، آسیب، از دست دادن، و شکست.

هنگامی که نیاز به ارائه اطلاعات منفی دارید، اثرات آن را با اضافه کردن یک تصویر مثبت بر یک تصویر منفی کاهش دهید.

1. برای چیزی که هست به جای آن چه که نیست استرس بگذارید.

2. تأکید بر آنچه که شرکت یا محصول می تواند به جای آن چیزی که نمی تواند انجام خواهد داد.

3. با عمل به جای عذرخواهی یا توضیح آن را آغاز کنید.

4. از کلماتی که حقایق ناخوشایند را منتقل می کند اجتناب کنید.

مثالهای زیر را مقایسه کنید. کدام یک بیشتر احتمال پاسخ مثبت خواننده را افزایش خواهد داد؟

منفی: در پاسخ به سوال شما در مورد اینکه چند پوشش Chem-Treat برای پوشش سطوح جدید مورد نیاز است، متاسفم گزارش دهم که معمولا دو مورد لازم است. برای چنین سطوحی باید حدود 200 فوت مربع در هر گالن برای یک پوشش سنگین خوب که پنج سال یا بیشتر از حفاظت زیبا را به شما خواهد داد، حساب کنید.

مثبت: در پاسخ به سوال شما در مورد اینکه چند پوشش Chem-Treat برای پوشش سطوح جدید مورد نیاز است: یک گالن معمولا برای پوشش یک تک پوش از 500 فوت مربع از سطح رنگ شده ی قبلی کافی است. برای بهترین نتایج در سطوح جدید، شما می خواهید دو پوشش اعمال کنید.

منفی: ورق های Penquot ناقص نیستند، ورق های با بافت بدون دقت که معمولا در این کلاس قیمت یافت می شوند.

مثبت: ورق های Penquot با 186 تار به اینچ مربع برای دوام بافته می شوند و حتی بعد از 3 اینچ حاشیه، ابعاد بزرگ 72 در 108 اینچ را اندازه می گیرند.

منفی: ما نمی توانیم تعداد کمتری از 12 را تحمل کنیم.

مثبت: برای کاهش هزینه های بسته بندی و کمک به مشتریان در ذخیره ی هزینه حمل و نقل، ما مقدار تعداد 12 یا بیشتر را حمل می کنیم.

علاوه بر این، باید بر موقعیت جاسازی شده ی مثبت و استفاده موثر از فضای مجددا تاکید کنید.

موقعیت جاسازی شده

اخبار خوب را در موقعیت هایی با تاکید زیاد قرار دهید: در آغاز و پایان پاراگراف ها، نامه ها و حتی جملات.

اخبار بد را در موقعیت های ثانویه قرار دهید: در مرکز پاراگراف ها، نامه ها و در صورت امکان، جملات.

استفاده موثر از فضا

فضای بیشتری به خبر خوب و کمتر به اخبار بد بدهید.

مثالهای زیر را ارزیابی کنید تا تعیین کنید که آیا آن ها به طور مطلوب اطلاعات منفی ارائه می کنند یا خیر.

1. برای پایدار تر کردن رونوک نسبت به سایر لامپ های این اندازه، طراحان ما شش پنجه پا به جای چهار معمول در پایه قرار داده و در نتیجه نیاز به وزن را از بین می برند. همانطور که می دانید، پنجه پا مشخصه طراحی قرن هجدهم است.

2. هیچ برنامه آموزشی ویژه ای به طور معمول به غیر از دوره آموزش چرخشی فارغ التحصیلی آموزشی کالج ارائه نمی شود. ما انتظار نداریم که کارمندان ما آموزش خود را ادامه دهند، اما ما برنامه پرداخت مجدد شهریه ی عالی برای کمک به این موضوع داریم (کار با General Motors را ببینید، صفحه 8). در صورتی که درجه پیشرفته ضروری باشد، افراد با آن درجه های پیشرفته خاص استخدام می شوند. هم باتلر و هم IUPUI دوره های آموزشی برای مدرک MBA ارائه می دهند.

3. با استانداردهای کیفیت سفت و سخت ما، اجرای اصلاحات کالای آدیداس کمتر از 02/0 درصد از کل خط ما است. به دلیل نظارت در بخش دوخت ما، یک سوزن آسیب دیده سهوا مورد استفاده قرار گرفت و باعث شد که نارها در این کیسه های خاص شل شود. از آنجایی که در حال حاضر قبل از کار هر روز تمام سوزن های ماشین خود را بررسی می کنیم، می توانید اطمینان حاصل کنید که دوخت کیسه های حمل آدیداس ما تا طول عمر کیسه ها ادامه خواهد داشت. با تشکر از توجه شما به دوخت شل.

4. ما متاسفیم که نمی توانیم صندلی های باشگاه را تا 16 اوت فراهم کنیم.

5. من هیچ تجربه ای جز پیشخدمتی در فروشگاه مواد غذایی پدرم ندارم.

6. بیسکویت های سگ ABC به سگ شما در برابر بیمار شدن کمک خواهد کرد.

**ارائه نامه ی درخواستی**

این منبع توسط یک فایل پاورپوینت بهبود یافته است.

این ارائه برای کمک به دانشجویان با نامه درخواستی آن ها طراحی شده است.

موارد زیر منابع PURDUO OWL اضافی برای کمک به نوشتن نامه ی درخواستی شما هستند:

کارگاه نامه درخواستی - قالب بندی و سازمان دهی

این منبع توسط یک فایل پی دی اف Acrobat پشتیبانی می شود.

نامه ی درخواستی یکی از نوشته های بسیار پیچیده است که شما همیشه می توانید آن را بنویسید: شما باید خودتان را بدون اینکه خودخواه به نظر برسید و خود را مرکز توجه ببینید درباره ی خود بنویسید. راه حل این است که توضیح دهید که چگونه ارزش ها و اهداف شما با چشم انداز سازمان در یک راستا می باشد و بحث اینکه چگونه تجربه شما، الزامات شغلی را عملی می کند. هرچند، قبل از اینکه بتوانیم به محتوا دسترسی داشته باشیم، باید بدانید که چگونه نامه ی درخواستی خود را بصورت حرفه ای فرمت کنید.

**فرمت بندی نامه ی درخواستی شما**

نامه درخواستی شما باید یک پیام حرفه ای باشد. البته، انتظارات خاص یک فرمت حرفه ای، به سازمان هایی که شما به دنبال پیوستن به آن هستید، بستگی دارد. برای مثال، یک موقعیت حسابداری در یک شرکت حقوقی، یک فرمت نوشته ی سنتی نیاز دارد. موقعیت به عنوان یک تصویرگر در دیزنی ممکن است نیاز به یک روش کاملا متفاوت داشته باشد. باز هم، تجزیه و تحلیل نزدیک مخاطبان شرکت و موقعیت اطلاعات مهم در مورد انتظارات نوشته ها را ارائه خواهد داد. اجازه دهید ارتباطات سازمان کار شما را هدایت کند.

برای این مثال، ما از رویکرد سنتی برای نامه ی درخواستی استفاده می کنیم:

* نامه ی خود را تک فاصله کنید
* بین هر پاراگراف فاصله ای بگذارید
* بین خاتمه ی خود سه فاصله بگذارید (مانند "احتراما" یا "با احترام به شما") و نام را تایپ کنید
* بین عنوان خود (اطلاعات تماس) و سلام و تعارف (از قبیل " آقای رابرتس عزیز ") یک فاصله بگذارید
* تمام پاراگراف ها را در سمت چپ صفحه قرار دهید یا خط اول هر پاراگراف را به سمت راست بکشید
* از حاشیه های استاندارد برای نامه درخواستی خود، از جمله حاشیه های یک اینچی در تمام جهات نوشته استفاده کنید
* نامه خود را در وسط صفحه قرار دهید؛ به عبارت دیگر، اطمینان حاصل کنید که فضای بالا و پایین صفحه یکسان است
* نام خود را در بین خطاب محترمانه خود و نام تایپ شده امضا کنید

سازمان دهی نامه ی درخواستی شما

یک نامه درخواستی چهار بخش اساسی دارد: عنوان، مقدمه، استدلال، و خاتمه.

عنوان

در عنوان شما، اطلاعات تماس خود را در نظر بگیرید:

* نام
* آدرس
* شماره تلفن
* آدرس ایمیل

تاریخ و اطلاعات تماس شرکت باید به طور مستقیم اطلاعات تماس شما را دنبال کند. از فاصله به طور موثر به منظور حفظ سازماندهی شده تر و قابل خواندن تر این اطلاعات استفاده کنید. از لینک بالای این منبع برای مشاهده یک نامه درخواستی نمونه استفاده کنید - لطفا توجه داشته باشید که نامه فقط برای اهداف قابل خواندن دارای فاصله ی یک در میان است.

آدرس دهی نامه ی درخواستی شما

هر گاه امکان دارد، شما باید نامه خود را به یک فرد خاص، شخص مسئول مصاحبه و استخدام (مسئولیت استخدام) بفرستید. شرکت های بزرگ تر اغلب روش های استاندارد برای رسیدگی به رزومه های درخواستی و غیر درخواستی و نامه های درخواستی دارند. ارسال نوشته های استخدامی به یک فرد خاص، شانس هایی را که به طور جدی توسط شرکت مورد بررسی قرار خواهند داد، افزایش می دهد.

هنگامی که یک تبلیغات شغلی به نام مسئولیت استخدام را برای شما مهیا نمی کند، با شرکت تماس بگیرید تا اطلاعات بیشتری درخواست کنید. حتی اگر مخاطب شما نمیتواند نام مسئولیت استخدام را بگوید، می توانید از این زمان برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرکت استفاده کنید.

اگر نمیتوانید نام اختیارات استخدام را بیابید، ممکن است نامه خود را به «استخدام متخصصین» - مثلا " استخدام کنندگان حرفه ای عزیز" بفرستید.

مقدمه

مقدمه باید شامل یک جمله از قبیل " آقای رابرتز عزیز:"باشد، اگر شما از جنسیت مخاطبتان مطمئن نیستید، از استفاده ی آقای یا خانم به سادگی با استفاده از نام کامل شخص خودداری کنید.

متن اصلی مقدمه شما می تواند به روش های مختلف سازمان دهی شود. با این حال، مهم است که در نظر بگیرید، چه کسی هستید و چرا در حال نوشتن هستید. همچنین می تواند بیان کند که چگونه در مورد موقعیت می دانید و چرا به آن علاقه مند هستید. (این ممکن است فرصتی مناسب باشد تا به طور خلاصه آموزش و / یا تجربه خود را به الزامات موقعیت مرتبط کنید.)

بسیاری از مردم در مورد فرصت های شغلی از مخاطبین مرتبط با این شرکت می شنوند. اگر می خواهید نام شخص را در نامه درخواستی خود در نظر بگیرید، اطمینان حاصل کنید که خواننده شما رابطه مثبت با شخص دارد.

در بعضی موارد، ممکن است قبلا خواننده نامه درخواستی خود را دیده باشید. در این موارد، قابل قبول است که از مقدمه خود برای یادآوری به خواننده از اینکه چه کسی که هستید صحبت کنید و به طور مختصر درباره یک موضوع خاص گفتگو قبلی خود صحبت کنید.

مهمترین نکته این است که به طور خلاصه نگاه کنید که چرا ارزش ها و اهداف شما با سازمان سازگاری دارد و چگونه به آنها کمک خواهید. شما همچنین باید در مورد اینکه چگونه الزامات موقعیت را مطابقت می دهید، صحبت کنید. با بررسی چگونگی هماهنگی با سازمان و نحوه تطابق مهارت های خود با آنچه که دنبال می کنید، می توانید محتویات نامه ی درخواستی خود را قبل از اینکه به استدلال خود بپردازید.

استدلال

استدلال شما بخش مهمی از نامه کتبی شماست، زیرا به شما اجازه می دهد خواننده خود را متقاعد کنید که چرا شما برای شرکت و کار مناسب هستید. به دقت انتخاب کنید که چه چیزی را در استدلال خود در نظر می گیرید. شما می خواهید استدلال شما به اندازه ی ممکن قدرتمند باشد، اما نباید نکات اصلی خود را با در نظر گرفتن جزئیات بیش از حد و یا بی ربط در مورد گذشته خود پوشش دهید. علاوه بر این، از رزومه خود (و به آن اشاره کنید) به عنوان منبع «داده» در نامه درخواستی خود استفاده کنید و گسترش دهید.

در استدلال شما باید سعی کنید:

* به خواننده خود نشان دهید که دارای مهم ترین مهارت هایی هستید که او می خواهد (شما برای ماموریت / اهداف و الزامات شغلی به خوبی سازگار هستید).
* خواننده خود را متقاعد کنید که این شرکت از استخدام شما سود خواهد برد (چطور به آنها کمک می کنید).
* در هر پاراگراف، یک دلیل قوی برای اینکه کارفرمای شما باید شما را استخدام کند و از این رابطه بهره مند خواهد شد، در نظر بگیرید.
* لحن خوش بینانه / خوشایندی را حفظ کنید.
* از توضیح کل رزومه خود اجتناب کنید، اما از رزومه خود به عنوان یک منبع داده برای حمایت از استدلال خود استفاده کنید (دو نوشته باید با هم کار کنند).

یادآوری: هنگام نوشتن استدلال خود، ضروری است که در مورد شرکت و شغل تا جای ممکن یاد بگیریم (نگاه کنید به کارگاه نامه درخواستی - منبع مقدمه).

خاتمه ی شما

خاتمه ی شما، نکات اصلی خود را دوباره بیان می کند و نشان می دهد که پس از اینکه خوانندگان رزومه و نامه را دریافت کردند چه کاری باید انجام دهید. ما به شما توصیه می کنیم که در خاتمه ی خود موارد زیر را دنبال کنید:

* دوباره بیان کنید که چرا شما با مأموریت / اهداف سازمان سازگار هستید.
* دوباره بیان کنید که چرا مهارت های شما مطابق با نیازهای موقعیت و تجربه شما به سازمان کمک خواهد کرد.
* هنگامی که با خوانندگان خود تماس می گیرید، آن ها را مطلع سازید.
* شماره تلفن و آدرس ایمیل خود را وارد کنید.
* از خوانندگان خود برای ملاحظات آنها سپاس گزار باشید.

یک خاتمه ی نمونه:

من اعتقاد دارم که دوره های کارشناسی و تجربه کاری در مهندسی برق به بخش Baltimore شما کمک می کند تا به اهداف خود برسد، و من منتظر ملاقات با شما برای بحث بیشتر در مورد موقعیت شغلی هستم. بنده قبل از 5 ژوئن با شما تماس خواهم گرفت تا در مورد درخواست خود بحث کنم. اگر می خواهید با من تماس بگیرید، بنده در آدرس 765-555-6473 یا ایمیل jwillis3@e-maillink.com در دسترس هستم. از وقت و توجه شما ممنونم.

اگر چه این خاتمه ممکن است برجسته به نظر برسد، اگر کارفرمایان بالقوه بدانند که شما در آینده با آن ها تماس می گیرید مدارک شما را با علاقه بیشتر خواهند خواند. همچنین، بسیاری از مقامات استخدامی، کاندیدانی را ترجیح می دهند که پیگیر باشند. علاوه بر این، با دنبال کردن آن، شما قادر خواهید بود که به کارفرمایان آینده نگر اطلاع دهید که هنوز به موقعیت علاقه مند هستید و تعیین کنید که شرکت در فرآیند استخدام است. هنگامی که به مخاطبان می گویید با آنها تماس می گیرید، ضروری است که این کار را انجام دهید. اگر فراموش کردید که با یک کارفرمای بالقوه تماس خواهید گرفت، بازتاب خوبی از شما نشان نمی دهد. بهتر است که دقت و علاقه خود به شرکت را با تماس گرفتن زمانی که می گویید تماس می گیرید نشان دهید.

اگر احساس راحتی با خوانندگان خود نمی کنید زمانی که با آنها تماس خواهید گرفت، از خوانندگان خود بخواهید که با شما در تماس باشند و از زمان خود از آنها سپاسگزار شوید. به عنوان مثال: لطفا با من در 765-555-6473، یا با ایمیل در jwillis3@e-mail-link.com. تماس بگیرید منتظرم تا با شما صحبت کنم. از وقت و توجه شما ممنونیم.

قبل از فرستادن نامه درخواستی

همیشه نامه درخواستی خود را با دقت بررسی کنید. پس از اتمام کار، اگر زمان اجازه می دهد، چند روز دیگر آن را کنار بگذارید و سپس آن را دوباره بخوانید. به احتمال زیاد، شما جملات را که می توانند بهبود یابند یا اشتباهات گرامری که می توانید جز این اثبات کنید که برای توانایی های نوشته ی شما غیر قابل توصیف است کشف خواهید کرد. علاوه بر این، توصیه می کنیم نامه ی درخواستی خود را به دوستان و همکاران ارسال کنید. از آنها راه هایی برای بهبود آن بخواهید؛ به پیشنهادات آن ها گوش دهید و نوشته ی خود را بازنویسی کنید.

اگر شما دانشجوی پوردو هستید، ممکن است برای کمک به نامه ی درخواستی شما به آزمایشگاه نوشتن یا CCO بروید. شما می توانید یک قرار ملاقات برای صحبت در مورد نامه خود، که آیا نیاز دارید که تهیه پیش نویس آن را شروع کنید و یا می خواهید بازنگری و ویرایش کمک بگیرید.

برای ارسال نامه درخواستی نمونه، بر روی لینک بالای این منبع کلیک کنید. لطفا توجه داشته باشید که این نمونه فقط برای خواندن جفت فاصله دارد. در غیر اینصورت، همیشه ارتباطات حرفه ای خود را تک فاصله بگذارید.

منابع زیر PURDUO OWL اضافی برای کمک به نوشتن نامه ی درخواستی شما هستند:

نوشته 4

**کارگاه نامه درخواستی - مقدمه**

**خلاصه:**

این منبع کارگاه نامه درخواستی توضیح دقیقی از اهداف نامه درخواستی و اطلاعات مربوط به هر بخش نامه درخواستی را ارائه می دهد. OWL تعدادی از منابع موجود در نامه های درخواستی را در نظر می گیرد که حاوی مطالب مختصر و پاورپوینت است. لطفا اگر این اطلاعات را در این کارگاه پیدا نکردید، به این موارد مراجعه کنید.

همکاران: جنا هولت، کلینت بلوم و الن بریز

آخرین ویرایش: 2010-04-25 08:59:07

منابع زیر باید به شما کمک کنند تا تحقیقات خود را انجام دهید و نامه ی درخواستی خود را (همچنین به عنوان نامه درخواست شغل شناخته می شود) نوشته شود.

هدف نامه درخواستی چیست؟

یک نامه درخواستی:

* شما و رزومه شما را به یک کارفرما معرفی می کند
* توضیح می دهد که چرا شما در حال نوشتن یا درخواست کار هستید
* جزئیات اینکه چرا شما برای سازمان خوب و موقعیتی مناسب هستید
* توانایی های شما را نشان می دهد و به اعتبار شما کمک می کند
* توجه خوانندگان شما را به صلاحیت های ویژه جلب می کند
* نمونه ای از مهارت های ارتباطی نوشته شده شما را ارائه می کند
* هنگامی که قصد دارید با کارفرمای احتمالی خود تماس بگیرید توضیح می دهد.

نامه درخواستی خود را به موارد زیر سازگار کنید:

* نیازهای خاص کارفرمایان و چگونگی ملاقات با آن ها را نشان دهید
* متقاعد کنید که اهداف شما با اهداف سازمان (مأموریت) سازگاری دارد و مهارت های خود را با نیازهای موقعیت سازگار سازید (همچنین منابع نوشتاری موثر در محل کار ما را ببینید).

یک نامه درخواستی مؤثر:

* مشخصه های مربوط به موقعیت را مطابق با معیارهای شغلی مشخص می کند
* ثابت می کند که شما با سازمان سازگاری دارید و نیازهای کاری را برآورده می کنید
* اطلاعات تماس و برنامه ای برای تماس های آینده فراهم می کند.

یادگیری در مورد شغل

توانایی شما برای یادگیری نیازهای خوانندگان به شما کمک می کند تا به طور موثر نامه ای درخواستی بنویسید. قبل از نوشتن نامه کتبی، باید در مورد مخاطبان خود (کارفرمای احتمالی خود) تا آنجا که ممکن است بدانید. هدف شما این است که در مورد سازمان، اهداف و نیازهای آن بدانید. سپس، شما باید در مورد اینکه چه نوع کارمند سازمانی نیاز دارید و چه کاری انتظار می رود انجام دهید بدانید.

پس از خواندن یک آگهی شغلی، سؤالاتی را مطرح کنید تا بتوانید بدانید که چه کارفرمای احتمالی شما را می خواهد. در نهایت، فکر کنید که چه کسانی مدارک درخواست کار شما را می خوانند - منابع انسانی، کارفرمایان احتمالی، و غیره. در مورد چگونگی حرکت مدرک شما از طریق سازمان مورد نظر برای پیوستن فکر کنید (همچنین به منابع تجزیه و تحلیل مخاطبان ما نگاه کنید).

برخی از سوالات با آن ها شروع می شوند به صورت زیر هستند:

* "چه ارزش ها و مهارت ها برای سازمان / شغل آینده مناسب است؟"
* "چه نوع شخصیتی دارم؟"
* "چه میزان تحصیلاتی لازم دارم؟"
* "چه نوع تجربه کاری لازم دارم؟"

آگهی شغل را با دقت بخوانید. اکثر آگهی ها به دو قسمت تقسیم می شوند، بخش مدارک و توضیحات مربوط به وظایف نامزدهای انتخاب شده است.

**با سازمان تماس بگیرید**

راه دیگر دانستن در مورد یک تطابق خوب برای سازمان و شغل تماس با کسی با "اطلاعات داخلی" (خودی) می باشد.

داخلی ها شامل، اما محدود به وارد زیر می شوند:

* استاد
* کارفرمای بالقوه شما
* متخصص در زمینه شما
* فردی که موقعیتی را که می خواهید در یک شرکت متفاوت نگه دارد.

داخلی ها ممکن است بتوانند به شما بگویند کار مستلزم چه چیزی است، و کارفرما چه کسی را احتمال دارد استخدام کند.

اگر تصمیم به برقراری ارتباط با داخلی ها دارید، لازم است که در هر زمانی، مهربان و صادق باشید. مهربان بودن به شما کمک می کند تا از بدرفتاری با فردی که ممکن است در آینده با هم کار کنید جلوگیری کند. برای شما بهتر است تا هر یک از مخاطبین شرکت به عنوان یک فرصت برای ایجاد یک تصور خوب ببینید.

هنگام تماس با داخلی ها، سعی کنید جریان مکالمه خود را پیشتر برنامه ریزی کنید.

* با توضیح دادن اینکه چه کسی هستید و چرا تماس می گیرید، شروع کنید.
* سوالاتی بپرسید که یک گفتگو آموزنده و دوستانه را تسهیل می کند.
* قبل از تماس سؤالات را بنویسید تا از کمبود مکالمه جلوگیری شود.

سوالاتی مانند موارد زیر به شما کمک می کنند تا یک مکالمه موثر را شروع کنید:

* "اهداف / مأموریت سازمان چیست؟"
* " شرکت شما به دنبال چه کسی است؟"
* "چه صلاحیت هایی برای این موقعیت مهم است؟"
* آیا شخص دیگری هست که من بتوانم با آن تماس بگیرم تا بیش تر درمورد شرکت شما بدانم؟
* آیا شما فکر میکنید کاری هست که شخصی با تجربه من باید انجام دهد تا کیفیت کارش بهبود یابد؟

سعی کنید مکالمه را ادامه دهید و صدای دلپذیری داشته باشید. همچنین به یاد داشته باشید که از مخاطب خود برای گفتگو با شما تشکر کنید، حتی اگر او نتوانسته باشد اطلاعات مفیدی برای شما فراهم کند.

**وبسایت سازمان را بخوانید**

یکی دیگر از راه های خوب برای آنالیز مخاطبانتان این است که وبسایت سازمان را بخوانید.

وبسایت های شرکت-سازمان ایده خوبی از ارزش های یک شرکت-سازمان را برای شما فراهم می کند. به دنبال کلماتی باشید که شرکت و کارکنانش را توصیف می کند. کلمه هایی که در طول وبسایت تکرار شده اند از اهمیت ویژه ای برخورداراند. برخی از وبسایت های سازمان ممکن است حتی یک "بیانیه ماموریت" داشته باشند که شما می توانید بخوانید تا در مورد آنچه آنان می خواهند به دست بیاورند مطلع شوید. از زبان در وبسایت و بیانیه ماموریت استفاده کنید تا به شما کمک کند که زبانتان را در پوشه کاریتان جهت دهی کنید.

**از مراکز شغلی کالج استفاده کنید**

اگر در کالج هستید اطلاعاتی که در مرکز شغلی دانشگاهتان در دسترس هست را ببینید. ببینید آیا دانشگاه ارتباطی با این شرکت دارد یا خیر. مراکز شغلی باید اطلاعاتی درمورد بازدید های آینده شرکت ها از نمایشگاه های شغلی داشته باشند. در مرکز دانشگاه پردو ، مرکز فرصت های شغلی( CCO) تعدادی از منابع نگهداری می شود که برای دانشجویانی که به دنبال کاراموزی و اشتغال هستند مفید می باشند.

* **نمونه هایی از مدارک استخدامی**

نمونه های یادداشت شده از مدارک استخدامی

مدارک موجود در PDF از مدیا باکس فوق نمونه هایی از رزومه ها، CV ها و نامه های وابسته را برای رشته های مختلف ارایه می دهد. نمونه ها همچنین شامل لینک هایی با سایر منابع OWL می شود که به شما در جستجوی شغلتان کمک می کند.

**کارگاه نامه وابسته-قالب بندی و سازماندهی**

این منبع به وسیله این فایل PDF بهبود یافته است.

نامه وابسته یکی از اساسی ترین چالش های ممکن است که شما می توانید بنویسید. شما باید درمورد خودتان بدون انکه خودخواهانه بنظر بیایید بنویسید. راه حل این مساله این است که توضیح دهید که چگونه اهداف و ارزش های شما با چشم انداز سازمان مطابقت دارد و بحث کنید درمورد اینکه چگونه تجربیات شما نیازهای این شغل را براورده می کند. با این حال قبل از اینکه به محتوی بپردازیم شما باید بدانید که چگونه نامه وابسته خود را به صورت حرفه ای فرمت کنید.

**فرمت کردن نامه درخواستی**

نامه درخواستی شما باید یک پیام حرفه ای باشد. البته انتظارات خاص از یک فرمت حرفه ای به شرکتی بستگی دارد که شما به دنبال پیوستن به ان هستید. برای مثال یک موقعیت حسابداری در یک شرکت حقوقی یک فرمت مدرک سنتی تر نیاز دارد. یک موقعیت به عنوان یک تصویرگر در دیزنی ممکن است نیاز به یک رویکرد کاملا متفاوت داشته باشد. باز هم یک تجزیه و تحلیل نزدیک از مخاطبان شرکت و موقعیت، اطلاعات مهمی را از مدارک مورد انتظار ارایه می دهد.

اجازه دهید ارتباطات سازمان کار شما را هدایت کند

برای این مثال، ما از یک رویکرد سنتی برای نامه درخواستی استفاده می کنیم:

* نامه درخواستی تک فاصله باشد
* بین هر پاراگراف یک فاصله باشد
* بین هر خاتمه سه فاصله قرار دهید
* بین هر سر تیتر یک فاصله قرار دهید
* یا تمام پاراگراف ها را در سمت چپ صفحه قرار دهید یا خط اول هر پاراگراف را به سمت راست بکشید
* استفاده از حاشیه های استاندارد برای نامه کتبی شما مانند حاشیه ی یک اینچ در همه ی قسمت های نوشته
* مرکز نامه خود را در وسط صفحه قرار دهید. به عبارت دیگر اطمینان حاصل کنید که فضای بالا و پایین صفحه یکسان است
* نام خود را به صورت مرکب بین سلام و تعارف و نام تایپ شده امضا کنید

یک نامه به همراه خود چهار بخش اساسی دارد: عنوان، معرفی، بحث و نتیجه گیری.

**عنوان**

این بخش شامل اطلاعات تماس شما می باشد.

* نام
* آدرس
* شماره تلفن
* آدرس ایمیل

تاریخ و اطلاعات تماس شرکت باید به طور مستقیم از اطلاعات تماس شما پیروی کند. استفاده از فاصله به طور موثر به منظور حفظ این اطلاعات، سازماندهی و قابل خواندن می شوند. از لینک در بالای این منبع برای مشاهده یک نمونه نامه استفاده کنید. توجه داشته باشید که نامه فقط برای اهداف قابل خواندن فقط دوبرابر فاصله است.

**در ارتباط با نامه کتبی شما**

هرگاه ممکن بود شما باید نامه خود را به یک فرد خاص، شخص مسئول مصاحبه و استخدام(مسئولیت استخدام) بفرستید. شرکت های بزرگ تر اغلب روش های استاندارد برای رسیدگی به درخواست های بازجویی و درخواست های ناخواسته و نامه ها را دارند. ارسال مدارک استخدامی به یک فرد خاص، شانس هایی را که به طور جدی مورد بررسی شرکت قرار می گیرد را افزایش می دهد.

هنگامی که یک تبلیغات شغلی، شما را به نام مسئولیت استخدام تامین نمی کند، با شرکت تماس بگیرید تا اطلاعات بیش تری را بدست آورید. حتی اگر مخاطب شما نمی تواند نام مسئول استخدام را بگوید، می توانید از این زمان برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد شرکت استفاده کنید. اگر نمی توانید نام مسئول استخدام را بفهمید، ممکن است نامه خود را به آدرس "استخدام حرفه ای" – به عنوان مثال، "استخدام حرفه ای عزیز" بنویسید.

**مقدمه**

مقدمه یا معرفی باید شامل یک جمله از قبیل "آقای رابرتز عزیز" باشد. اگر شما نسبت به جنسیت مخاطب مطمئن نیستین از نوشتن اقای یا خانم خودداری کنین و تنها از نوشتن اسم کامل استفاده کنید.

ساختمان معرفی شما می تواند به روش های مختلف سازماندهی شود. با این حال مهم است که شامل، چی کسی هستید و چرا شما در حال نوشتن هستید باشد. همچنین می تواند بیان کند که چگونه در مورد موقعیت یادگرفته اید و چگونه به آن علاقه مند هستید. ( این ممکن است فرصت مناسبی باشد تا به طور خلاصه آموزش و یا تجربه خود را با توجه به شرایط مورد نیاز مرتبط کنید).

بسیاری از مردم در مورد فرصت های شغلی از مخاطبین مرتبط با این شرکت شنیده اند. اگر می خواهید نام شخص را در نامه کتبی خود وارد کنید، اطمینان حاصل کنید که خواننده شما رابطه مثبت با شخص دارد. در بعضی موارد ممکن است قبلا خواننده نامه همراهتان را دیدید. در این موارد، قابل قبول است که از معرفی شما برای یاداوری خواننده خود از کسی که هستید صحبت کنید و به طور مختصر درباره یک موضوع خاص گفتگوی قبلی خود صحبت کنید.

مهمترین نکته این است که به طور خلاصه ببینید که چرا ارزش ها و اهداف شما با سازمان سازگاری دارد و چگونه به آن ها کمک می کنید. شما همچنین باید برسین به اینکه چگونه نیازهای موقعیت را مطابقت می دهید. با بررسی چگونگی هماهنگی با سازمان و نحوه برخورد با مهارت های خود در آنچه که دنبال می کنید، می توانید محتویات نامه ای را پیش بینی کنید قبل از اینکه به بحث خود بپردازید.

**بحث**

استدلال شما بخش مهمی از نامه کتبی شماست، زیرا به شما اجازه می دهد خواننده خود را متقاعد کنید که چرا شما برای شرکت و کار مناسب هستید. به دقت انتخاب کنید چه چیزی را در بحث خود قرار دهید. شما میخواهید که بحث شما با قدر کافی قدرت داشته باشد، اما نباید اهداف اصلی خود را با اضافه کردن جزئیات بیش از حد و یا بی ربط در مورد گذشته خود نادیده بگیرید. علاوه بر این از رزومه خود (و به آن اشاره کنید) به عنوان منبع داده در نامه کتبی خود استفاده کنید و گسترش دهید.

**در بحث شما باید سعی کنید که:**

* خواننده خود را در اختیار داشته باشید، مهم ترین مهارت هایی که او می خواهد ( شما یک ماموریت خوب/ اهداف و الزامات شغلی است).
* خواننده خود را متقاعد کنید که این شرکت از استخدام شما سود خواهد برد(چگونه به آن ها کمک می کنید)
* در هر پاراگراف، یک دلیل قوی برای اینکه کارفرمای شما باید شما را استخدام کند و از روابط شما بهره مند شود، در نظر بگیرید.
* لحن خوش بینانه / خوشایندی داشته باشید.
* از توضیح کل رزومه خود اجتناب کنید، اما از رزومه خود به عنوان یک منبع داده برای حمایت از استدلال خود استفاده کنید (دو نوشته باید با هم کار کنند).

یادآوری: هنگام نوشتن استدلال خود، ضروری است که در مورد شرکت و شغل بیشتر بدانیم (نگاه کنید به کارگاه نامه درخواستی - منابع مقدمه).

خاتمه

خاتمه شما، نکات اصلی شما را دوباره بیان می کند و پس از اینکه خوانندگان رزومه و نامه را دریافت می کنند نشان می دهد که چه کاری انجام می دهید. توصیه می کنیم در خاتمه خود موارد زیر را انجام دهید:

* دوباره بیان کنید که چرا شما با مأموریت / اهداف سازمان سازگار هستید.
* دوباره بیان کنید که چرا مهارت های شما مطابق با نیازهای موقعیت است و تجربه شما به سازمان کمک می کند.
* هنگامی که با مخاطبان خود تماس می گیرید، آن ها را مطلع سازید.
* شماره تلفن و آدرس ایمیل خود را وارد کنید.
* از مخاطبان خود برای بررسی آنها سپاسگزار باشید.

نمونه خاتمه:

من اعتقاد دارم که دوره های کارشناسی و تجربه کاری در مهندسی برق به بخش Baltimore کمک می کند تا به اهداف خود برسد، و من منتظر ملاقات با شما برای بحث بیشتر در مورد موقعیت شغلی هستم. بنده قبل از 5 ژوئن با شما تماس خواهم گرفت تا در مورد درخواست خود صحبت کنم. اگر می خواهید با من تماس بگیرید، می توانید به بنده در 765-555-6473 یا ایمیل jwillis3@e-maillink.com دسترسی داشته باشید. از وقت و توجه شما ممنونم.

اگر چه این خاتمه ممکن است برجسته به نظر برسد، کارفرمایان بالقوه اسناد شما را اگر بدانند که در آینده با آن ها تماس می گیرید با علاقه بیشتر خواهند دید. همچنین، بسیاری از مقامات استخدامی، کاندیدانی را ترجیح می دهند که پیگیر باشد. علاوه بر این، با دنبال کردن، شما قادرید به اطلاع کارفرمایان آینده نگر برسانید که هنوز به موقعیت علاقه مند هستید و تعیین کننده ی شرکت در روند استخدام باشید. هنگامی که به مخاطبان می گویید با آنها تماس می گیرید، ضروری است که این کار را انجام دهید. اگر زمانی که گفتید تماس می گیرید را فراموش کردید، با یک کارفرمای احتمالی تماس بگیرید، وجهه ی خوبی از شما نشان نمی دهد. بهترین زمان برای نشان دادن دقیق بودن و علاقه شما به شرکت با تماس گرفتن زمانی است که می گویید.

اگر احساس راحتی با اطلاع دادن به مخاطبان خود ندارید زمانی که با آنها تماس می گیرید، از آن ها بخواهید که با شما تماس بگیرند و از زمان خود از آنها سپاسگزار شوید. مثلا:

لطفا با من در 765-555-6473، یا از طریق پست الکترونیکی در jwillis3@e-mail-link.com تماس بگیرید. منتظرم تا با شما صحبت کنم. از وقت و توجه شما ممنونم.

قبل از فرستادن نامه درخواستی

همیشه نامه درخواستی خود را با دقت بررسی کنید. پس از اتمام کار، اگر زمان اجازه می دهد، چند روز دیگر آن را کنار بگذارید و سپس آن را دوباره بخوانید. به احتمال زیاد، می توانید جملات و یا اشتباهات دستوری را بهبود دهید که در غیر این صورت ممکن است توانایی های نوشتن شما غیرقابل توصیف باشد، کشف کنید. علاوه بر این، توصیه می کنیم نامه ی درخواستی خود را به دوستان و همکاران ارسال کنید. از آنها راه هایی برای بهبود آن بخواهید ؛ به پیشنهادات خود گوش دهید و نوشته خود را بازنویسی کنید.

اگر شما دانشجوی پوردو هستید، ممکن است برای کمک به نامه ی درخواستی به آزمایشگاه نوشتن یا CCO بروید. شما می توانید یک قرار ملاقات برای صحبت در مورد نامه خود، که آیا نیاز به شروع تهیه ی پیش نویس آن دارید و یا برای بازنگری و ویرایش نیاز به کمک دارید.

برای ارسال نامه درخواستی نمونه، بر روی لینک بالای این منبع کلیک کنید. لطفا توجه داشته باشید که این نمونه فقط برای خواندن جفت فاصله دارد. در غیر اینصورت، همیشه ارتباطات حرفه ای خود را به اشتراک بگذارید.

**چگونه می توانم آنچه را که کارفرمایان آینده نگر را تحت تأثیر قرار می دهد یاد بگیرم؟**

**خلاصه:**

قبل از اینکه شروع به نوشتن یک نامه درخواست کنید، باید اطلاعات مربوط به خودتان، شرکت و کار را جمع آوری کنید. این صفحه به شما کمک خواهد کرد که بدانید چه اطلاعاتی را باید بیابید، چه جایی باید آن ها را بیابید، و چگونه و چرا باید از این اطلاعات برای «فروش خود» در یک نامه درخواست استفاده کنید.

**همکاران:** آنجی اولسون، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 2018-03-09 02:17:27

به منظور تاثیر گذاشتن بر کارفرمایان آینده نگر در هنگام نوشتن یک نامه ی درخواستی، ابتدا باید بدانید که کاندیدا ها چه کسانی هستند. اطلاعات بیشتر در مورد خود شرکت - و آنچه که برای آن ارزش قائلند- می تواند به شما در انجام این کار کمک کند. در اینجا چند پیشنهاد وجود دارد:

* آگهی شغل را با دقت بخوانید
* در وب سایت شرکت تحقیق کنید، بخوانید و سعی کنید مأموریت آنها را درک کنید (گاهی اوقات مأموریت سازمان ممکن است به طور واضح بیان شود)
* تماس با "داخلی ها" (افرادی که با این شرکت کار می کنند)
* اگر در کالج هستید، به مرکز شغلی دانشگاه مراجعه کنید

 اطلاعات مربوط به هر پیشنهاد در بخش هایی که دنبال می شوند پوشش داده می شود.

**چه چیزی را در نامه ی درخواستی خود در نظر می گیرم؟**

**خلاصه:**

"نوشتن نامه درخواستی شما" مجموعه ای از مدارک کوتاه است که شما را از طریق ایجاد یک نامه درخواستی همراهی می کند. در اینجا می توانید اطلاعاتی را که در «نکات سریع برای نامه های درخواستی» و «آماده سازی برای نوشتن نامه درخواستی» استفاده می کنید را مشاهده کنید. این صفحه شما را از طریق تطبیق تجربیات شما با محتوا در نامه درخواستی شما و بخش های مختلف آن هدایت می کند.

**همکاران:** آنجی اولسون، الن بریز

**آخرین ویرایش:** 2010-04-25 08:58:10

این عنوان اطلاعات تماس شما، تاریخی که در حال نوشتن هستید، و آدرس شرکتی که درخواست می دهید را ارائه می کند.

برای اطلاعات تماس شما، موارد زیر را بایددر نظر بگیرید:

* نام شما
* آدرس که در آن می توانید در دسترس باشید (اگر در کالج زندگی می کنید، آیا امکان دسترسی بیشتر به آن برای آدرس محلی یا آدرس دائمی شما وجود دارد؟)
* شماره تلفن
* شماره ی فکس (اگر کاربردی است)
* آدرس ایمیل

سپس، یک خط را پر کنید و تاریخ کامل (ماه، روز، سال) را بنویسید. با پرش یک فاصله و نوشتن اطلاعات مخاطب فردی که در حال نوشتن به آن هستید، این را دنبال کنید:

* نام شخص خاص
* عنوان آن شخص (در صورت موجود بودن)
* آدرس شرکت

دلیل اینکه شما شماره تلفن و شماره تلفن و آدرس ایمیل خود را می نویسید این است که شرکت بتواند با شما ارتباط برقرار کند. شما لازم نیست این اطلاعات را برای خود شرکت قرار دهید.



* ارائه ی نامه درخواستی
* این ارائه برای کمک به دانشجویان برای نامه های درخواستی آن ها طراحی شده است.
* موارد زیر منابع اضافی Purdue OWL برای کمک به نوشتن نامه ی درخواستی شما هستند:

نوشته 6

* مدارک جستجوی شغل برای موقعیت های کار در کلاس

منابع جستجوی شغل CWEST (رزومه، درخواست ها، و نامه ها)

**مقدمه**

به ناحیه ی منبع ایستگاه آموزشی و نوشتن جامعه (CWEST) برای نوشتن جستجوی شغلی خوش آمدید. این منبع CWEST اطلاعاتی در مورد تعداد اسناد جستجوی شغلی را فراهم می کند. کارمندان WorkOne Express مهم شناخته شده اند. این منابع با مدارک جستجوی دیگر Purdue OWL متفاوت است، زیرا آنها به طور خاص برای موقعیت های طبقه کارگر طراحی شده اند. در اینجا اطلاعاتی پیدا خواهید کرد:

خواندن و استفاده از آگهی های شغلی

این منبع توسط الن بریز نوشته شده است.

آخرین ویرایش توسط الن بریز در تاریخ 7 اوت 2009.

**خلاصه:**

این صفحات به شما در خواندن و استفاده از تبلیغات شغلی کمک می کند تا بتوانید رزومه و نامه ی خود را بنویسید یا درخواست شغل را پر کنید.

**مقدمه**

این صفحات به شما در خواندن و استفاده از تبلیغات شغلی کمک می کند تا بتوانید رزومه و نامه ی خود را بنویسید یا درخواست شغل را پر کنید. برای استفاده از این صفحات، می توانید لینک ها را در نوار مسیریابی سمت چپ انتخاب کنید، می توانید لینک ها را از لیست زیر انتخاب کنید، یا می توانید از طریق صفحات با استفاده از لینک ها در پایین هر صفحه پیشرفت کنید. اینجا را برای دانلود فایل PDF حاوی نمونه رزومه و نامه اشتغال کلیک کنید.

صفحات آگهی شغل به بخش های زیر ختم می شوند:

* چگونه آگهی های شغلی را بخوانیم و از آن ها استفاده کنیم قسمت 1
* نام شرکت
* اطلاعات تماس شرکت
* توضیحات شرکت
* عنوان شغل (و شماره شغل در صورت لزوم)
* الزامات شغلی
* چگونه آگهی های شغلی را بخوانیم و از آن ها استفاده کنیم قسمت 2
* تماس با شخص
* الزامات برنامه
* درک بخش آگهی شغلی 1
* درک آگهی سازمان شغل
* درک بخش آگهی شغل 2
* درک شرایط آگهی شغلی

**پر کردن درخواست های شغلی**

این منبع توسط الن بریز نوشته شده است.

آخرین ویرایش توسط الن بریز در تاریخ 7 اوت 2009.

**خلاصه:**

این منابع به شما در درک و پر کردن درخواست های شغلی کمک خواهند کرد. این منابع همچنین به شما کمک می کنند تا یک برگه ی اطلاعات درخواست کار را که می توانید در هنگام تکمیل درخواست ها یا نوشتن رزومه و نامه ها استفاده کنید به عنوان مرجع استفاده کنید.

**مقدمه**

این منابع به شما کمک می کند تا درخواست های شغلی را پر کنید. برای استفاده از این صفحات، می توانید لینک ها را در نوار مسیریابی سمت چپ انتخاب کنید، می توانید لینک ها را از لیست زیر انتخاب کنید، یا می توانید از طریق صفحات با استفاده از لینک ها در پایین هر صفحه پیشرفت کنید. اینجا را برای دانلود فایل PDF حاوی نمونه رزومه و نامه اشتغال کلیک کنید.

صفحات درخواست شغل به بخش های زیر سازمان دهی می شوند:

* مرور کلی برنامه کاربردی
* یک درخواست شغلی چیست؟
* چرا باید یک درخواست پر کنم؟
* اگر یک جانباز وارد زندگی غیرنظامی شود چه باید بکنم؟
* اگر من از صنعت خودرویی نقل مکان کنم چه کار باید بکنم؟
* در مورد زمانی که من کار نکردم چه باید بکنم؟
* اگر من زندانی شدم چه باید بکنم؟
* چه درخواستی باید ظاهر شود؟
* برگه ی کار درخواست 1
* اطلاعات شخصی
* برگه ی کار درخواست 2
* اطلاعات استخدامی / تاریخچه کار
* برگه ی کار درخواست 3
* آموزش و پرورش و آموزش
* برگه ی کار درخواست 4
* منابع

**نوشتن رزومه**

رزومه

این منبع توسط الن بریز نوشته شده است.

آخرین ویرایش توسط الن بریز در تاریخ 6 ژوئیه 2011.

**خلاصه:**

این منابع به شما کمک خواهد کرد رزومه خود را بنویسید. این صفحات همچنین به شما کمک می کنند رزومه خود را طراحی کنید تا حرفه ای به نظر برسد.

**مقدمه**

این منابع به شما کمک خواهد کرد رزومه خود را بنویسید. این صفحات همچنین به شما کمک می کنند رزومه خود را طراحی کنید تا حرفه ای به نظر برسد. برای استفاده از این صفحات، می توانید لینک ها را در نوار مسیریابی سمت چپ انتخاب کنید، می توانید لینک ها را از لیست زیر انتخاب کنید، یا می توانید از طریق صفحات با استفاده از لینک ها در پایین هر صفحه پیشرفت کنید. اینجا را برای دانلود فایل PDF حاوی نمونه رزومه و نامه اشتغال کلیک کنید.

صفحات رزومه به بخش های زیر سازمان دهی می شوند:

* مرور کلی رزومه قسمت 1
* رزومه چیست؟
* چرا باید یک رزومه کاری داشته باشم؟
* اگر یک جانباز وارد زندگی غیرنظامی شود چه باید بکنم؟

مرور کلی رزومه قسمت 1

این منبع توسط الن بریز نوشته شده است.

آخرین ویرایش توسط الن بریز در تاریخ 31 ژوئیه 2009.

خلاصه:

این منبع توضیح می دهد که رزومه چیست، چرا شما باید رزومه بنویسید، و چه گام های ویژه ای برای بازگشت جانبازان برای تکمیل رزومه کاری برای کار غیرنظامی مناسب است.

رزومه چیست؟

رزومه مدرکی است که تحصیلات و تاریخ شغلی شما را نشان می دهد. رزومه همچنین ممکن است شامل تجارب زندگی مرتبط با شغل مورد نظر شما باشد.

چرا باید یک رزومه کاری را انجام دهم؟

بسیاری کارفرمایان از کارگران می خواهند رزومه ای بنویسند. کارفرمایان برای بررسی اینکه چه کسی می تواند یک کار را انجام دهد از رزومه استفاده می کنند. کارفرمایان نیز از رزومه ها برای خواندن کارهای گذشته شما استفاده می کنند. رزومه شما مهم است، زیرا به کارفرمایان نشان می دهد که چه کاری انجام داده اید و چه کاری می توانید انجام دهید. رزومه شما باید یک کارفرما را متقاعد کند که به شما یک مصاحبه بدهد.

حتی اگر برای کار خاصی نیازی به رزومه نداشته باشید، بهتر است که یکی را به روز نگه دارید، زیرا اگر در مورد رزومه کاری دارید، ساده تر است که برنامه های شغلی را پر کنید.

اگر من یک جانباز هستم که وارد زندگی غیر نظامی شدم؟