

راهنمای بنیادین:

نویسندگی علمی در جهان آنلاین

چگونه یک وبلاگ علمی تاسیس کنیم؟

ویراستاران:

گریسی ویلکاکس

بتانی بروکشایر

جیسون جی. گولدمن

ترجمه: پوریا ناظمی



سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر:

مشخصات ظاهری:

شابک:

وضعیت فهرست نویسی:

یادداشت:

عنوان دیگر:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

موضوع:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

اطلاعات رکورد کتابشناسی:

فبیا

عنوان اصلی: [۲۰۱۶] Science blogging: the essential guide

چگونه یک وبلاگ علمی تاسیس کنیم؟

اخبار علمی — وبلاگها

Science news -- Blogs انگ

علوم — وبلاگها

Science -- Blogs انگ

ارتباط در علوم

Communication in science

ویلیکاکس، کریستی، ۱۹۸۵-۲۰۱۶

Wilcox, Christie, 1985-

بروکشایر، بتانی

Brookshire, Bethany

گلدمن، جیسون جی.

Goldman, Jason G.

ناظمی، پوریا، ۱۳۵۷ - مترجم

Q225

۲۵۷۶۵۸/۲۰۵

۸۵۰۸۲۳۰

فبیا



WWW.SANIEHPRESS.IR

@SANIEHPRESS

طراحی و گرافیک: حسین توکلی

چاپ، لیتوگرافی و صحافی: ناژو

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

راهنمای بنیادین:

نویسندگی علمی در جهان آنلاین

چگونه یک وبلاگ علمی تاسیس کنیم؟

نشانی:

تهران، سعادت آباد، خیابان علامه جنوبی

خیابان ۳۶ شرقی، پلاک ۲۰، واحد ۴

تلفن: ۰۹۱۲۳۰۹۵۴۵۱

ویراستاران:

کریستی ویلیکاکس، بتانی بروکشایر

جیسون جی. گولدمن

ترجمه: پوریا ناظمی

ناشر: تانیہ

چاپ اول: ۱۴۰۰

تعداد: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۵۹-۴۲-۹

فهرست

- ۱۱ پیوستار
- ۱۳ وبلاگ نویسی علمی مقدماتی
- ۱۴ داستان خود را روایت کنید
- ۱۵ من یک وبلاگ دارم حالا چه کنم؟
- ۱۹ ۱. وبلاگ بنویسیم یا ننویسیم / گریستی ویل کاکس
- ۲۰ بهتر کردن جهان برای علم: دیدگاه نوع دوستانه
- ۲۴ واقعاً همه چیز درباره خود من است؛ دیدگاه خود پرستانه
- ۳۱ بازی برد-برد وبلاگ نویسی علمی
- ۳۳ ۲. از کاغذ تا پیکسل / کارل زیمر
- ۴۵ ۳. چگونه یک وبلاگ علمی تأسیس کنیم؟ / خلیل ای. کسیمالی
- ۵۰ با محتوا آغاز کنید
- ۵۲ فهرست کردن و اشتراک گذاری
- ۵۳ به اجتماع وبلاگ نویسان بپیوندید
- ۵۷ ۴. استفاده از تصاویر و نقش‌های هنری علمی در وبلاگ / گلندون ملو
- ۵۹ تصویر فراتر از تزئین حاشیه
- ۶۱ به تصویری که می‌خواهید فکر کنید

- ۶۲..... جنبش هنر-علم.....
- ۶۳..... علم هنر چیست؟.....
- ۶۳..... علم هنر را از کجا پیدا کنیم؟.....
- ۶۴..... دنیای نه‌چندان ترسناک حق مؤلف.....
- ۶۷..... شفافیت همیشه مهم‌ترین قانون است.....
- ۶۸..... چطور تصاویر خودتان را در فضای آنلاین منتشر کنید؟.....

- ۷۱..... ۵. ساخت جامعه مخاطب برای وبلاگ / ادیانگ.....
- ۷۲..... هدف گذاری طولانی مدت.....
- ۷۵..... جایگاه خود را پیدا کنید.....
- ۷۶..... راه خود را بر مبنای توانایی خود و طبع خودتان انتخاب کنید.....
- ۷۹..... به خوانندگان بیندیشید.....

- ۸۵..... ۶. ملاحظات اخلاقی برای وبلاگ‌نویس‌های علم / جنت دی. استم‌ودل.....
- ۸۵..... وبلاگ‌نویسی با خود مسئولیت به همراه می‌آورد.....
- ۸۷..... پیش از انتشار: درباره بازتاب‌های اخلاقی کار خود فکر کنید.....
- ۸۸..... در برابر داستان خود احساس مسئولیت کنید.....
- ۸۹..... نسبت به مخاطبان خود مسئول باشید.....
- ۹۱..... در برابر جامعه بزرگ‌تر مسئول باشید.....
- ۹۴..... در مقابل خودتان احساس مسئولیت کنید.....

- ۹۷..... ۷. تعامل با شبکه‌های وبلاگ‌نویسی / دنیل ان. لی.....
- ۱۰۰..... افزایش مشاهده پذیری وبلاگ.....
- ۱۰۲..... بستری وسیع‌تر برای پیام شما.....
- ۱۰۴..... فرصت‌های مالی.....
- ۱۰۶..... رشد حرفه‌ای.....

۸. درون دنیای وبلاگ‌نویسی: در باب «رونین» بودن / زن فاولکس ۱۰۹

۹. وبلاگ خود را تعاملی کنید / رز اولت ۱۲۱

چرا باید برایم مهم باشد؟ ۱۲۲

کدام یک از ابزارهای پر زرق و برق اینترنت را باید به کار ببرم؟ ۱۲۵

چه زمانی باید از زرق و برق های اینترنتی استفاده کنیم؟ ۱۲۸

۱۰. اختصار، روح خردوبلاگ‌نویسی / جو هانسون ۱۳۱

۱۱. علم و هنر داستان‌گویی شخصی / بن لیلیه ۱۴۳

اولویت علم ۱۴۵

اولویت با داستان ۱۴۷

داستان را در پایان خود پایان دهید ۱۵۰

پایان داستان را ندهید ۱۵۰

از پیش، زمینه سازی کنید ۱۵۱

کمان روایت خود را بشناسید ۱۵۱

اطمینان حاصل کنید که ما احساس شما را درک می‌کنیم ۱۵۱

۱۲. بازتاب صدای اقلیت‌ها در علم / آلبرتو ای روکا ۱۵۵

بنا کردن اتحادها ۱۶۱

۱۳. نمی‌گویم چطور یک زن وبلاگ‌نویس علمی باشید / کیت کلنسی ۱۶۹

۱۴. وبلاگ‌نویسی برای روزنامه‌نگاران تازه کار / کالین شولتز ۱۷۹

وبلاگ‌نویسی برای پیدا کردن شغل ۱۴۰

برداشت محصول غیر منتظره ۱۸۲

۱۸۳	وبلاگ‌نویسی در نقش یک شغل
۱۸۴	نوشتن با عجله
۱۸۵	داستانی در حاشیه داستان
۱۸۵	داده‌های موجود را به روش‌های تازه‌ترکیب کنید
۱۸۶	به تخصص خود اعتماد کنید
۱۸۷	وبلاگ‌نویس کارآمد بودن

۱۵. وبلاگ‌نویسی در موسسات / کارل بیتز

۱۸۹	
۱۹۰	وبلاگ‌نویسان سازمانی
۱۹۵	پیامتان را جلا دهید
۱۹۶	وبلاگ‌های مدیریتی
۱۹۷	وبلاگ‌نویسی همکاران وابسته
۱۹۸	مخاطباتان را به یاد داشته باشید

۲۰۱	۱۶. وبلاگ‌نویسی در نقش منبعی برای آموزش علم / ماری - کلیبر شاناهان
۲۰۷	فضاهای آنلاین در نقش کلاس‌های درس آنلاین
۲۰۹	وبلاگ‌های علمی و کلاس‌های درس: کارآمد بودن در همراهی

۲۱۱	۱۷. ارتباط‌گری علم برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی / جیسون جی. گلدمن
۲۱۳	وبلاگ‌نویسی برای توسعه حرفه

۲۲۱	۱۸. وبلاگ‌نویسی در مسیر قرارداد دائم (Tenure Track) / گرگ گیور
-----	--

۲۳۳	۱۹. سنجه‌ها و سنجش موفقیت وبلاگتان / مت شیپمن
۲۳۵	سنجه‌های رایج
۲۳۸	سنجه‌های رسانه‌های اجتماعی

۲۳۹.....سنجه‌های غیر رایج

۲۴۳ ۲۰. بنندگوی خود باشید - خود تبلیغی در رسانه‌های اجتماعی / لیز نیلی

۲۴۴.....چرایی خود تبلیغی

۲۴۶.....چگونگی

۲۴۹.....اصیل باشید

۲۵۰.....بر گفتگو تمرکز کنید

۲۵۱.....افزودن به ارزش

۲۵۱.....اندیشیدن به شبکه خودتان

۲۵۵ ۲۱. وبلاگ‌نویسی در همایش‌های علمی / تراویس ساوندرز و پیتز جنیسوزکی

۲۵۶.....وبلاگ‌نویسی همایش‌ها یعنی چه؟

۲۵۷.....پیش از کنفرانس

۲۵۹.....در طول همایش

۲۶۰.....پس از همایش

۲۶۱.....ابزارهای ضروری برای وبلاگ‌نویسی در همایش‌ها

۲۶۳.....به اشتراک گذاری عکس

۲۶۴.....ویدیو کست و پاد کست‌ها

۲۶۵.....مراقب قانون اینجلفینگر باشید

۲۶۹ ۲۲. پرداختن به علوم سخت / رت الیان

۲۷۰.....گزارشگری

۲۷۱.....توضیح دادن

۲۷۲.....تحلیل

۲۷۳.....جمع‌آوری لینک‌ها

۲۷۴.....فراسوی متن

پیشگفتار

چرا اینجا هستید؟ نه! منظور ما سوالی هستی شباهانه نیست؛ اما اینجا چه کار می‌کنید؟ دقیقاً الآن چرا این کتاب را در دست گرفته‌اید یا به احتمال بیشتر روی ابزاری الکترونیکی در حال مطالعه آن هستید؟ و چه چیزی را می‌خواهید درباره‌ی وبلاگ‌نویسی علمی بدانید؟

ارتباطات علمی آنلاین از روزهای نخستین خود و دوران لایو ژورنال و یوزنت تا کنون راه طولانی را طی کرده است. بلاگ‌ها دیگر فقط به ارسال پیام‌هایی درون بطری بسنده نمی‌کنند. پیام‌هایی که تنها شامل فهرستی از لینک‌ها و هایپرلینک‌ها بود تا ما را، که هر یک ساکن جزیره پرت و دورافتاده در گوشه‌ای از اینترنت بودیم، باهم مرتبط کنند. زیرساخت‌هایی نظیر توییتر و فیس‌بوک اگرچه دیگر چندان جدید به ششمار نمی‌روند؛ اما ابزارهایی انقلابی هستند که به ما این امکان را می‌دهند که نه تنها با یکدیگر ارتباط و تعامل داشته باشیم که به مخاطبانی وسیع‌تر و متنوع‌تر دسترسی پیدا کنیم. بسیاری از ما- وبلاگ‌نویسان - امروزه زیر چتر بزرگ‌تر روزنامه یا مجله‌ای جریان اصلی و در قالب شبکه‌های رسمی گرد هم آمده‌ایم. برخی از

بلاگرهای مستقل، اکنون صاحب وبسایت‌هایی با ترافیک و بازدید بالا هستند و به مقاصدی برای مخاطبان تبدیل شده‌اند. وبلاگ‌نویس‌های علمی دیگر تنها محدود به پست‌های مکتوب و بلاگی خود نیستند. آن‌ها به نوشتن کتاب، ضبط یادکست و ارسال ویدیو روی سرویس‌هایی مانند یوتیوب می‌پردازند. برای بسیاری، ارتباطات علم شغل و حرفه‌ای قابل قبول است.

زمانی که ما سه نفر وبلاگ‌نویسی را شروع کردیم جمعیت اجتماع وبلاگ‌نویسان علمی کمتر بود. تعداد کمتری وبلاگ علمی وجود داشت که به معنی این بود که راحت‌تر می‌توانستیم خودمان را از دیگر بلاگرها متمایز کنیم. کار ساده‌تری بود که لحن خود را پیدا کرده و شنیده شویم. زمانی بود که اگر کسی به اندازه کافی انگیزه داشت می‌توانست هر روز، همه پست‌های هر وبلاگ جدیدی را که درباره علم منتشر می‌شد مطالعه کند.

چنین چیزی دیگر موضوعیت ندارد. امروز ورود به دنیای ارتباطات علم آنلاین و شناخته شدن در آن به نظر غیرممکن می‌رسد. انگار هر روز دوجین وبلاگ علمی جدید - اگر کانال‌های یوتیوب و یادکست‌های مختلف را به حساب نیاوریم - در گوشه‌ای از اینترنت سر بر می‌آورند. باین حال اینترنت هنوز هم تا حد بسیار زیادی سرحدات ارتباطات علم به شمار می‌رود. هنوز هم اینترنت مثل غرب وحشی است. هر بار که به نظر می‌رسد صحنه و فضا در حال آرام شدن و ثبات گرفتن است چیزی یا کسی تازه ظهور می‌کند و همه ما را به رقص بر سرانگشتانمان وامی‌دارد. زمانی چالش اصلی این بود که صدای ما اصلاً به گوش کسی برسد و شنیده شود. امروز چالش اصلی این است که موضوعیت و دلیل وجودی خود در این فضا را حفظ کنیم. شاید شما به این دلیل این کتاب را می‌خوانید چون می‌خواهید آن شخص نوظهور در این عرصه باشید. کسی که وضع موجود را بر هم خواهد زد؛ یا شاید هم اینجا هستید تا چشم‌اندازهای تازه‌ای کسب کنید. شاید اینجا هستید تا وبلاگ خود را به سطحی بالاتر ارتقا دهید و وبلاگ‌نویسی را از یک تفریح به شغل خود بدل کنید. یا شاید هم اینجا هستید تا سر از این موضوع درآورد که صدا و حضور شما در کجای این جهان آنلاین قرار می‌گیرد و برای کجا مناسب است.