

Beste Onderzoeker, Liefste Expert,

Alvast bedankt voor jouw interesse in wtnschp.be! Wtnschp.be is een online wetenschapsplatform waar we wetenschap en onderzoek in de kijker zetten en vertalen naar een breed non-expertenpubliek. Op die manier brengen we wetenschap en maatschappij dicht bij elkaar. Meer dan ooit, in deze 'post-truth' tijden, is het belangrijk om wetenschap en wetenschappers een authentieke, positieve en herkenbare stem te geven. En wie weet planten we intussen wel een zaadje in het hoofd van een lezer, dat kan ontkiemen en uitgroeien tot het wetenschappelijk gebladerte van morgen ...

Al is elke bijdrage of suggestie welkom, doorgaans verschijnen er vooral blogberichten, fotoreportages en interviews van onze onderzoekers. Momenteel zijn er meer dan 100 experts en onderzoekers die bijdragen aan de website, waaronder toponderzoekers aan de Vrije Universiteit Brussel en de Erasmushogeschool Brussel.

Om je alvast op weg te helpen geven we graag wat blogtips mee die gebaseerd zijn op de meest voorkomende feedback op populairwetenschappelijke artikelen uit het verleden. Dit is een werkdocument dat wordt aangevuld naarmate de tijd verstrijkt. Jouw input en feedback zijn dus zeker altijd welkom.

Kies je boodschap. Als je vreest dat jouw onderwerp of onderzoek te specifiek is, kan je de invalshoek verbreden. Hou in dit geval de maatschappelijke relevantie in gedachten: wat betekent jouw onderzoek voor de lezer, welke toepassingen kunnen er zijn, is er een historische achtergrond of omwenteling die tot dit onderzoek leidde, hoe ziet de toekomst van dit soort onderzoek eruit, is er ander relevant onderzoek met een complementaire benadering ...? Als jouw onderwerp of onderzoek te breed is, of de toepassingen heel talrijk zijn, kies je er best één bepaald onderdeel uit, of ga je voor een heuse blogreeks met verschillende afgelijnde artikels.

Bedenk op voorhand een structuur die het artikel in grote lijnen uittekent, dat helpt vaak om de argumenten logisch op te bouwen, wat de aandacht van de lezer bevordert. Experimenteer met verschillende structuren. Artikels hoeven niet per se van nul op te bouwen naar een kernboodschap die op het einde komt. Je kan bijvoorbeeld ook in de eerste paragraaf schrijven wat die kernboodschap is om vervolgens over te gaan naar andere aanvullende belangrijke info, en vervolgens naar details. Die structuur van een 'inverted pyramid' werkt goed voor artikels met nieuwswaarde (recente onderzoeksresultaten, een recente ontdekking ...).

Maak het persoonlijk. Jouw blogpost komt uit jouw pen. Jij bent diegene die de data, het onderzoek of het onderwerp betekenis geeft vanuit jouw expertise. Aarzel niet om een persoonlijke schrijfstijl te gebruiken. Mensen lezen immers graag een persoonlijk verhaal. Lijst niet alleen je onderzoekresultaten op, maar vertel gerust ook verhalen en anekdotes over jezelf en het soort werk dat je doet. Interessante dingen die je tijdens het veldwerk zijn opgevallen, lastige vragen die je kreeg na een presentatie op een conferentie, of die ene slapeloze nacht dat je zat te broeden op een nieuwe doorbraak ...

Pas de boodschap aan naargelang het publiek. De lezer staat centraal. We schrijven in functie van hen, want we vragen in feite of ze jouw boodschap aannemen. Dat betekent dat ze soms zelfs eigen opvattingen (tijdelijk) zullen moeten verlaten. Als je moeite hebt met het laagdrempelig houden van jouw boodschap, denk dan aan een kennis zonder wetenschappelijke achtergrond (je glazenwasser, je oma?), en schrijf zodat hij/zij het zou begrijpen. Concreet:

- **Ga er niet vanuit dat iets 'algemene kennis' is.** Veel van de concepten en processen die evident zijn voor jou, je collega's of andere wetenschappers, zijn niet vanzelfsprekend voor iemand die er misschien 30 jaar geleden op school over heeft geleerd.

- Schrijf **afkortingen voluit** en **verduidelijk eigennamen**, zeker wanneer je ze de eerste keer gebruikt. Wie Coca-Cola kent, zal niet struikelen als je 'frisdrankproducent Coca-Cola' schrijft. Wie Coca-Cola niet kent, baat bij die verduidelijking.
- Probeer **jargon of vaktaal te vermijden**. Als je toch jargon gebruikt, definieer duidelijk wat je bedoelt. Het vermijden van jargon is vaak moeilijker dan we denken. Al kan een 'model' een proefdier zijn voor een gedragsbioloog of een klimaatvoorspelling in de ogen van een geoloog, voor de lezer doet het denken aan hippe kleding op een catwalk.

Gebruik metaforen. Een goede metafoor werkt een beetje als een caravan (niet toevallig ook een metafoor): ze haken de lezer aan jouw auto en je kan ze overal mee naartoe slepen zonder dat het opvalt. Metaforen werken op verschillende manieren:

- Ze kunnen de aandacht van de lezer trekken in het begin van een artikel.
- Ze kunnen abstracte dingen voorstellen op een tastbare en vertrouwde manier.
- Ze kunnen grote getallen betekenis en perspectief geven. Ter illustratie: een standaard 3x3 Rubix' cube heeft 43×10^{18} permutaties. Dat getal zegt op zich niet veel, zelfs voluit geschreven (43 000 000 000 000 000 000). Om dat getal visueel te maken, kan het helpen als je schrijft dat je de aarde 275 keer zou kunnen bedekken als je elke mogelijke configuratie zou maken, en die zij aan zij zou leggen.

... maar overdrijf niet. De boodschap blijft het belangrijkste en die mag niet teloor gaan. Je kan de lezer verliezen als hij niet meer weet of hij nu als vijf konijnen in een tweedimensionale zeepkist van een driedimensionale helling bolt of als drie-en-halve lieveheersbeestjes met darmklachten door een kosmische soep zonder sliertjes met planeten als gehaktballen zwemt.

Breek de tekst. Grote blokken tekst schrikken af. Foto's helpen, bij voorkeur foto's van het onderzoek en als dat niet mogelijk is, andere relevante foto's. Figuren of infographics kunnen ook, zolang het niet té technisch wordt. Idealiter spreken de afbeeldingen voor zich en is er weinig verduidelijking nodig. Aarzel niet om onze hulp in te schakelen om de juiste visuals te vinden! We kunnen databases van stockfoto's voor jou doorzoeken of helpen om jouw data in een handige infographic te gieten.

Quotes breken de tekst ook. Probeer verder gevatte korte ondertitels te gebruiken die de tekst niet alleen breken maar de structuur ook duidelijker maken. Een samenvattende zin die de kerngedachte van een paragraaf weerspiegelt, maakt de post aantrekkelijker en zorgt ervoor dat de boodschap langer blijft nazinderen.

En verder ...

- Mik op **500 à 1000 woorden**.
- **Gebruik geen lange zinnen**. De kans dat de lezers ellenlange zinnen een tweede kans geven, is klein. Als een zin meer dan twee regels lang is, overweeg dan om ze in twee of drie kortere stukken te verknippen.
- Als jouw artikel over een **wetenschappelijke publicatie** gaat, **verwijs ernaar** als hyperlink en/of onderaan het artikel. Dat bevordert transparantie en versterkt de link tussen jouw toegankelijk artikel en het wetenschappelijk onderzoek.
- **De titel kan je best pas achteraf bedenken**. Misschien gebruikte je ergens een toepasselijke zin of kreeg je gaandeweg inspiratie.
- **Wij zijn er om jou te begeleiden!** Kan je niet meteen een klinkende titel bedenken? Twijfel je over de structuur of de toegankelijkheid van je tekst? Geen nood. Wij nemen je tekst door met een onbevagen en kritische blik. Vaak gaat jouw artikel een aantal keer heen weer met track changes en suggesties, voor we hem effectief publiceren. En jij behoudt daarbij als auteur altijd het laatste woord.

Op zoek naar aanvullende ideeën of feedback? Aarzel niet om contact op te nemen.

Veel schrijfplezier en hopelijk tot gauw!

VUB Science Outreach Office
Research and Datamanagement - Gebouw M, lokaal M401
Pleinlaan 2
1050 Elsene
contact@wtnschp.be