

# Als wetenschapper een verhaal vertellen op [www.eoswetenschap.eu](http://www.eoswetenschap.eu)

[kim.verhaeghe@eos.be](mailto:kim.verhaeghe@eos.be)

Laat je inspireren

<https://www.eoswetenschap.eu/eosblogs>

<https://theconversation.com/uk>

<http://nautil.us/blog>

<https://www.quantamagazine.org/>

Schakel academische autopiloot uit

Bewerk geen vakpublicatie. De academische schrijfstijl is compleet het tegenovergestelde van de populaire stijl:

- Eerst het nieuws, dan de achtergrond
- Van gedetailleerd naar grote lijnen
- Van volledig naar beheersbaar en representatief
- Van voorzichtig naar gedurfd
- Van lange naar korte zinnen
- Van passieve (wordt veroorzaakt door) naar actieve zinnen (veroorzaakt)
- Van zwaar (kan mogelijk het gevolg zijn van) naar licht (veroorzaakt)
- Maak het niet onnodig moeilijk

Hou het persoonlijk

Ja, je streeft naar wetenschappelijke correctheid, maar een populairwetenschappelijke tekst is ook een gesprek van vlees en bloed

- Wie is je publiek? Praat ermee!
- Waarom zou iemand luisteren?
- Je praat niet met collega's, maar ook niet met leerlingen
- Gebruik af en toe een persoonlijke anekdote
- Schrijf zoals je zou vertellen
- Vakjargon: pathogeen of ziekteverwekker? Prokaryoten of bacteriën?
- Geef af en toe je mening
- Humor mag
- Laat je lezers af en toe binnen in je lab

## Titels: duidelijk, helder, eerlijk, volledig

Je titel is op sociale media vaak de enige koppeling naar je artikel. Wees dus veelzeggend en verleidelijk. Vermijd een literaire, anderstalige of vergezochte titel. Gebruik sleutelwoorden. En stel jezelf de vraag: zou ik op deze titel klikken?

## Inleiding: korte verleiding

De inleiding is geen samenvatting van je tekst, maar trekt de aandacht en is een uitnodiging om verder te lezen. Maak hier je punt, de rest van de uitleg volgt in je tekst. Maximum 25 woorden!

## Laat het publiek eerst verkennen

- Maak je **tekst scanbaar** (diagonaal leesbaar):
- Gebruik veelzeggende tussentitels
- Gebruik streamers
- Beeldmateriaal: foto, video, grafiek
- Beter te veel dan te weinig paragrafen
- Maak eventueel gebruik van vette kernwoorden
- Maak een 'in het kort', de drie belangrijkste zinnen om te onthouden
- Maak lijstjes

## Maak een tekstplan

- **Begin met het belangrijkste.** Schrijf een korte inleiding en plaats de essentie van het bericht in de eerste alinea. Of start met een persoonlijke anekdote, een voorbeeld, quote, een straf cijfer, link naar de actualiteit
- Schrijf kort neer wat je in elke alinea wil zeggen. Elke alinea gaat over 1 feit, voorbeeld, probleem, oplossing
- Orden alinea's van noodzakelijk naar steeds minder belangrijk
- Begin met oplossingen of nieuwigheden, de problemen of achtergrond volgen later in je tekst
- Respecteer de rode draad door je verhaal: te verre zijsprongen zijn misschien materiaal voor een ander artikel
- Ga na of alle vragen waar een lezer mee kan zitten zijn beantwoord
- Het slot hoeft geen conclusie te zijn
- Schrijf in vragen, geef **antwoorden**. Mensen zoeken in Google vooral antwoorden op concrete vragen.

## Hou het kort

- Een alinea telt niet meer dan 2-3 zinnen.

- Korte zinnen zijn beter, breek lange zinnen desnoods in stukken (vermijd woorden zoals “en”, hierna kan je vaak zinnen splitsen)
- Schrap zoveel mogelijk, zonder aan betekenis te verliezen
- Plaats extra informatie in tooltips, kaderstukken die verschijnen als je met je muis over een woord gaat
- Ga je over de 2.000 woorden? Overweeg dan je blog in twee of meerdere afleveringen te splitsen.

## Kies niet zomaar een plaatje

- Het openingsbeeld is minstens even belangrijk als je titel
- Gebruik veel (relevante) afbeeldingen, video en infographics
- Beelden en video's van “achter de schermen” (van het lab, een onderzoekopstelling...) bieden een grote meerwaarde. Foto's gemaakt met een smartphone zijn dan voldoende, zolang ze een basiskwaliteit hebben (scherp, duidelijk, niet te donker...).
- Er zijn ook gratis stocksites, zoals <https://unsplash.com/>.
- Als je niets vindt, mail me dan gerust wat je zoekt en dan kijk ik ook nog eens in Belga Images (voor die foto's betalen wij).

## Gebruik het internet waarvoor het gemaakt is

- Het internet is zoveel meer dan papier.
- Voeg links naar bronnen, nieuwsartikels en andere blog toe aan je eigen blog
- Gebruik foto's en video's om je verhaal te ondersteunen
- Onbeperkt in aantal woorden: misbruik die luxe niet (maximaal 2000 woorden)
- Kort mag ook: hou het kort als dat kan

## Zorg voor tempo / Maak het niet te moeilijk

- Vermijd jargon of leg het uit
- Gebruik metaforen om moeilijke zaken uit te leggen
- Niemand is onder de indruk van moeilijke woorden
- Gebruik actieve spreektaal

## Wacht niet op lezers

**Deel je blogs** op Facebook, Twitter, LinkedIn. Dat doen wij natuurlijk ook, maar een beetje zelfpromotie kan nooit kwaad.

## Vermijd blog-out

- Neem jezelf voor om op **vaste momenten** te bloggen (bijvoorbeeld één keer per maand) en zet dit in je agenda. Wacht niet tot je vindt dat je ‘iets interessants te

melden hebt', want dan begin je te twijfelen en vind je plots niks interessant genoeg. Vaste momenten helpen je om je ogen en oren open te houden voor leuke ideeën.

- Schrijf geen blog als je er geen zin in hebt
- Laat een idee niet te lang liggen, anders wordt het een sleur (leg jezelf een deadline op)
- Plaats eens een foto of video met een paar zinnen tekst
- Maak contact met je lezers: stel hen een vraag