

# Blog naukowy oraz inne narzędzia promocji nauki i naukowca w sieci

**Nauka jest naszą pracą i pasją. Planujemy eksperymenty, wykonujemy badania, prowadzimy analizy i piszemy publikacje. Czemu o tym nie opowiedzieć innym? Możemy w ten sposób pokazać, dlaczego nasza praca jest nie tylko interesująca, ale i ważna. To naprawdę przyniesie nam korzyści.**

Skoro jesteśmy zaangażowani w naukę i poświęcamy jej mnóstwo czasu, to efekty powinny przyjść same. Tak jednak niestety nie jest. **Badacz musi pokazać, że jego praca jest istotna.** Bo przecież jest! Tylko że naukowcy zbyt rzadko się tym chwala.

O takich działaniach musimy myśleć sami: kompleksowo nie zrobi tego za nas, ani nasza jednostka, ani dział promocji uczelni. Oczywiście mogą nam oni podsuwać ciekawe rozwiązania, wspomagać wiedzą, doświadczeniem i kontaktami, proponować szkolenia. To jednak my sami – naukowcy – musimy poświęcić dodatkowy czas na promocję siebie i wyników własnych badań. Nie chodzi jednak tylko o promocję w ramach – często hermetycznego – środowiska samych naukowców, choć taka komunikacja badawcza również jest bardzo istotna (pisałem o tym więcej w tekście „Nie tylko laboratorium i książki, czyli co naukowcy robią w sieci” w czasopiśmie „NIMB”). Powinniśmy starać się pomóc ludziom zrozumieć, czym się zajmujemy, dlaczego to jest ważne i czy może być przydatne.

## Po co promować naukę?

Na szczęście promocja nauki nie jest trudna i można się szybko nauczyć, jak realizować ją w sieci: w mediach społecznościowych, serwisach akademickich, mikroblogach.

Dlaczego naukowiec ma poświęcać dodatkowy czas na to wszystko? Bo mu się to po pro-

## Emanuel Kulczycki

Doktor w Instytucie Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

W pracy naukowej zajmuje się teorią komunikacji, historią idei komunikacji oraz komunikacją naukową.

Od kilku lat prowadzi blog „Warsztat badacza”, na którym pisze o narzędziach badawczych, programach komputerowych oraz przepisach prawnych regulujących pracę naukową. Prowadzi warsztaty z komunikacji naukowej i współpracuje z wydawcami akademickimi.

[emanuel@ekulczycki.pl](mailto:emanuel@ekulczycki.pl)

**Nasze wyniki i publikacje musimy czasami traktować jak towar, który trzeba wypozycjonować na rynku, a nasze nazwisko rozumieć jako markę, w którą inwestujemy.**



Numer 16 czasopisma NIMB poświęcony jest naukowcowi w internecie. Zobacz: [www.citru.uj.edu.pl/nauka-promocja/nimb](http://www.citru.uj.edu.pl/nauka-promocja/nimb)



stu opłaca: w ten sposób promuje swoje badania, udostępnia swoje publikacje oraz prezentuje się jako ekspert. Naukowcy muszą zrozumieć, że upowszechnianie nauki nie odbywa się poza nauką. Promowanie własnych badań nie jest czymś uwłaczającym etosowi „prawdziwego naukowca”. Wręcz przeciwnie, to jest właśnie element prawdziwej nauki.

Dlatego promocja jest realizowana na dwóch płaszczyznach: promując swoją pracę, nie tylko dbamy o własny wizerunek, ale również dokładamy kolejną cegiełkę do wizerunku nauki. A naukowcom chyba nie trzeba tłumaczyć, jak ważny jest pozytywny obraz nauki w społeczeństwie.

### Jaką strategię promocji wybrać?

W popularyzacji można wybrać dwie drogi. Pierwsza polega m.in. na pisaniu tekstów do serwisów popularnonaukowych. To jest w miarę

proste, ponieważ nasza rola ogranicza się „tylko” do napisania ciekawego tekstu – a resztą promocji mają się zająć redaktorzy i administratorzy portali. Głównym zadaniem będzie napisanie zajmujących opowieści o nauce – kilka wskazówek, jak to robić, podsuwam w dalszej części. Warto jednak obrać drugą drogę, jest trudniejsza i wymaga większego nakładu pracy, ale przynosi też dużo lepsze efekty. Decydując się na nią, doskonalimy swój warsztat pisarski, dzięki czemu nasze opowieści o nauce stają się bardziej zrozumiałe i przystępne. Promujemy w ten sposób nie tylko wyniki naukowe, ale również samych siebie. Chodzi o to, aby pisać interesujące teksty naukowe – i to się nie zmienia, ale tekst, którym reklamujecie siebie i naukę, trzeba po prostu... wypromować. A najlepiej zrobić to, pisząc blog naukowy.

### Zaczynamy! O czym będziecie pisać?

Piszcie po prostu o tym, na czym się znacie i – najlepiej – o tym, co właśnie robicie. Wtedy będziecie sami czerpali przyjemność z popularyzowania. **Paradoksalnie to nie treść ma kluczowe znaczenie na samym początku, lecz forma. Musicie zainteresować czytelnika, sprawić, aby chciał przeczytać wasz tekst.**

Pisanie bloga naukowego jest swoistym projektem. Trzeba zaplanować, jak to robić, posta-



Pobierz z [www.mediaforscience.com](http://www.mediaforscience.com) publikację „Media for Science Forum”, która opisuje współpracę dziennikarzy i naukowców w procesie popularyzacji nauki.

Warto zobaczyć, jak inni postrzegają wagę tej kwestii:

- „Time to make science popularization popular” – [www.criticaltweeties.in/sciencetechnology/time-to-make-science-popularization-popular](http://www.criticaltweeties.in/sciencetechnology/time-to-make-science-popularization-popular)
- „Is Popularization of Science Possible?” – [www.bu.edu/wcp/Papers/Scie/ScieCorn.htm](http://www.bu.edu/wcp/Papers/Scie/ScieCorn.htm)

Wybrane polskie serwisy popularnonaukowe:

- Nauka w Polsce – [www.naukawpolsce.pap.pl](http://www.naukawpolsce.pap.pl)
- Dolina Biotechnologiczna – [dolinabiotechnologiczna.pl](http://dolinabiotechnologiczna.pl)
- Nauka i Postęp – [naukaipostep.pl](http://naukaipostep.pl)
- badania.net – [badania.net](http://badania.net)
- Archeowiesci – [archeowiesci.pl](http://archeowiesci.pl)



Każda dziedzina nauki może być interesująca: nieważne czy jest to bioetyka, fizyka teoretyczna, geologia, czy też zajmujecie się historią Ziemi Lubuskiej. Ważne jest to, jak zafrapujecie odbiorcę.

Foto: AlphaTangoBravo / Adam Baker. [CC-BY-2.0 ([creativecommons.org/licenses/by/2.0/](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/))].

## „Test rodziny”

Ile razy musieliście swojej rodzinie, przyjaciółom i znajomym, którzy nie mają nic wspólnego z nauką, tłumaczyć, czym się zajmujecie? W takiej sytuacji przerzucanie się wzorami, liczbami i terminami do niczego nie prowadzi. A przecież chcemy tylko, żeby oni wiedzieli, że robimy coś ważnego i właśnie w ten sposób staramy się im to powiedzieć. Jak to robimy? Najczęściej używamy różnych **metafor i analogii**, możemy odnieść się do wspólnych wyobrażeń, doświadczeń i wiedzy.

Podczas pisania tekstu na bloga, nie można zapominać o podstawowych sprawach, które ułatwiają lekturę. Trzeba stosować przemyślane nagłówki, które pozwalają czytelnikom „przeskanować” tekst wzrokiem. Każdy wpis powinien mieć wstęp, rozwinięcie i zakończenie. A ponieważ jest to tekst w sieci, to powinien mieć jeszcze linki do ciekawych materiałów na podobny temat. Z czasem, kiedy napiszecie już na swoim blogu więcej tekstów, będziecie stosować linki wewnętrzne, które będą odsyłać do waszych wcześniejszych prac. Wstawiajcie też zdjęcia, ilustracje, umieszczajcie filmiki z doświadczeń, pliki dźwiękowe.

Początkujący blogerzy często pytają: jak długi powinien być wpis na blogu? Nie ma na to jednej odpowiedzi, chociaż można powiedzieć, że **najczęściej czytane są krótkie informacje** (ok. 2-3 tysiące znaków). Jak napiszecie zajmujący tekst, to i 15 tysięcy znaków nikogo nie odstraszy. Pamiętajcie również, że wasz blog jest waszą wizytówką: musi być rzetelny. Jednak od

wić cele i zabrać się do pisania. Oczywiście potem należy obserwować, jak nasz blog jest odbierany i ewentualnie modyfikować działania. Dlatego warto zobaczyć, jak robią to inni blogerzy naukowcy.

## Jak pisać i porzucić żargon?

Kiedy piszecie artykuł naukowy, tekst może być hermetyczny, ponieważ będą czytali go inni naukowcy. Kiedy chcecie promować naukę, sprawa wygląda inaczej: trzeba porzucić żargon oraz zawiłą terminologię i zacząć pisać w sposób nie tylko atrakcyjny, ale przede wszystkim zrozumiały. I każdy naukowiec to potrafi! Dlaczego? Ponieważ wiele razy przeszedł pewien test.

Emanuel Kulczycki

Blog naukowy oraz inne narzędzia promocji...

Wybrane polskie blogi naukowe:

- nic prostsze – blog Rafała Marszałka – [nicprostsze.wordpress.com](https://nicprostsze.wordpress.com)
- piękno neurobiologii – blog Jerzego Vetulaniego – [vetulani.wordpress.com](https://vetulani.wordpress.com)
- MathMed – blog lekarza medycyny – [mathmed.blox.pl](https://mathmed.blox.pl)
- Historia i Media – blog Marcina Wilkowskiego – [historiamedia.org](https://historiamedia.org)
- profesorskie gadanie – blog Stanisława Czachorowskiego – [czachorowski.blox.pl](https://czachorowski.blox.pl)
- Agregator Polskich Blogów Naukowych: [bloginaukowe2.blogspot.com](https://bloginaukowe2.blogspot.com)

Wskazówki dotyczące tego jak pisać teksty popularnonaukowe prezentuje również artykuł Bożeny Podgórni i Justyny Jaskulskiej-Schab zamieszczony w tej publikacji.



To jest dopiero początek blogowej drogi. Jeśli macie ochotę poczytać więcej, zerknijcie tu:

- „How I write about science 2013: Tim Radford” – [wellcometrust.wordpress.com/2013/03/06/how-i-write-about-science-2013-tim-radford](http://wellcometrust.wordpress.com/2013/03/06/how-i-write-about-science-2013-tim-radford)
- „Tips: „How I Write About Science” By Established Science Writers” – [blogs.scientificamerican.com/incubator/2012/08/15/tips-how-i-write-about-science-by-established-science-writers/](http://blogs.scientificamerican.com/incubator/2012/08/15/tips-how-i-write-about-science-by-established-science-writers/)
- „How to write about Science” – [www.decodingtheheavens.com/blog/post/2011/07/06/How-to-write-about-science.aspx](http://www.decodingtheheavens.com/blog/post/2011/07/06/How-to-write-about-science.aspx)

Z ang. What You See Is What You Get – na ekranie wyświetlany jest tekst, w taki sposób, w jaki będzie widoczny we wpisie czy na wydruku, jeśli używacie MS Worda, to w edytorze bloga szybko się odnajdziecie.



WORDPRESS

Czym są te licencje i jak się ich używa, możecie przeczytać na polskiej stronie projektu: [creativecommons.pl](http://creativecommons.pl)



blogera oczekuje się też, że **będzie wyrażał swoją opinię**. Zatem wiarygodności na pewno nie zaszkodzi stwierdzenia, że takie narzędzie świetnie nadaje się do analiz, a produkt innej firmy jest absolutnie nieprzydatny.

### Jak założyć bloga i o czym pamiętać

Do pisania bloga możesz wybrać jedno z dwóch rozwiązań: albo zdecydujesz się wykupić własną domenę i serwer, albo będziesz pisać bloga na platformie blogowej. Oba rozwiązania mają swoje dobre i złe strony. Ważne jest to, że w obu samo pisanie nie jest trudne, gdyż korzystamy z edytora WYSIWYG.

Pierwsze rozwiązanie daje największe możliwości konfiguracyjne, ale potrzebujemy do tego odpowiednich umiejętności. Własna domena oznacza, że blog może mieć adres **własnanazwa.pl**. Jest to ważne ze względów wizerunkowych (mamy dokładnie taką nazwę, jaka nam odpowiada) oraz konfiguracyjnych – możemy rozbudować bloga w taki sposób, w jaki tylko będziemy chcieli. Musimy jednak pamiętać, że jest to rozwiązanie płatne (zobacz przykładowe cenniki: [home.pl](http://home.pl) oraz [nazwa.pl](http://nazwa.pl)).

Drugie wyjście jest lepsze dla początkujących: bardzo szybko możecie założyć swojego pierwszego bloga. Warto wybrać jedno z dwóch dominujących rozwiązań: [WordPress.com](http://WordPress.com) albo [Blogspot](http://Blogspot) (ja polecałbym wam [WordPress.com](http://WordPress.com)). Pamiętajcie, że nazwa i adres bloga są bardzo ważne – dlatego warto to dobrze przemyśleć. Lepiej nazwać blog „Socjologia miasta” i adres [socjologiamiasta.wordpress.com](http://socjologiamiasta.wordpress.com), niż „Blog o nauce i innych ciekawych rzeczach autorstwa Jana Kowalskiego”, umieścić pod adresem: [janek124001.wordpress.com](http://janek124001.wordpress.com). Tytuł oraz adres bloga powinny współgrać ze sobą, trzeba też pamiętać, że nazwa ma bardzo duże znaczenie dla pozycjonowania strony w wynikach wyszukiwania.

Ważna rzecz: pozwólcie czytelnikom **legalnie korzystać z blogów** – przecież robicie to po to, aby dotrzeć do jak największej liczby osób. Dlatego warto zamiast informacji „wszelkie prawa zastrzeżone” umieścić na blogu notkę o licencjonowaniu waszych prac na wolnej lub otwartej licencji, np. [Creative Commons](http://Creative Commons). Dzięki temu wszystkie teksty i prace z bloga będą mogły być udostępniane i wykorzystywane z poszanowaniem praw autorskich.

### Przydatne narzędzia

Wiemy już, o czym chcemy pisać oraz jaką strukturę powinien mieć tekst. Pamiętamy o nagłówkach i zdjęciach. Ale wszystko trzeba ogarnąć, zaplanować i stworzyć. Bardzo rzadko siadamy do komputera i piszemy tekst od A do Z. Dlatego warto poznać kilka podstawowych narzędzi, które wspomagają tworzenie wpisów.

[Google Drive \(Google Docs\)](http://Google Drive (Google Docs)) – jest to jedna z usług Google, która pozwala nam **przecho-**

**wywać pliki w chmurze** (na start mamy za darmo 5 GB) i, co najważniejsze, dostajemy też komplet narzędzi do pisania (takie biuro w każdym miejscu). Wystarczy tylko założyć konto.

Chociaż same teksty często piszę w edytorze bloga albo w dokumentach Google, to wiadomo, że na pomysły, cytaty czy zdjęcia trafiam w różnych miejscach. Dlatego warto mieć narzędzie, dzięki któremu możemy **zbierać wszystkie takie notatki** w jednym miejscu. Do tego świetnie nadaje się Evernote, który działa w przeglądarce, na smartfonach i tabletach we wszystkich systemach. Idealne rozwiązanie.

Mamy tekst, mamy notatki – przydałyby się np. ciekawe **zdjęcia i materiały wideo**, które legalnie możemy wykorzystać. Do takich celów najlepiej użyć materiałów na licencji Creative Commons. Ja swoje poszukiwania zaczynam od wyszukiwarki Let's CC oraz strony otwartezasoby.pl. Kiedy wrzucam zdjęcia do wpisów, często muszę je wykadrować, pomniejszyć, przyciąć – do tego wszystkiego nie potrzebujecie osobnych narzędzi, ponieważ zrobicie to już w samym edytorze bloga.

Czasami chcemy **umieścić na blogu plik do pobrania** (tekst, skan, pliki źródłowe), które dużo ważą – mają np. 300 MB. Do wgrzywania i udostępniania takich plików używam bardzo prostego w obsłudze serwisu sendspace.

## Interakcja z czytelnikami

Na początku będziemy mieli niewielu czytelników. Nie można się tym zrażać – jest to normalne. Jednak już w tym momencie musimy zadbać o odpowiednią interakcję z naszymi czytelnikami oraz musimy zapewnić naszym potencjalnym odbiorcom dotarcie do nas.

Pamiętajcie, że **jedną z największych zalet blogów są komentarze**. Czytajcie wszystkie i odpowiadajcie na nie. Musicie dbać o poziom dyskusji, zatem czasami będzie trzeba też je

moderować. Jednak jak pokazuje doświadczenie, częściej niż komentarze będziecie otrzymywali maile od zainteresowanych czytelników: będą wam gratulować, prosić o radę, krytykować. Musicie się zatem przygotować, że w pewnym momencie również na tę czynność poświęćcie trochę czasu. To wszystko zależy od widoczności i popularności waszego bloga. Co można zrobić, aby ją zwiększyć?



Foto: mhmarketing. [CC-BY-2.0 ([creativecommons.org/licenses/by/2.0/](https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/))].

Emanuel Kulczycki

Blog naukowy oraz inne narzędzia promocji...



Witryna ze zdjęciami i grafikami Flickr.com posiada w zaawansowanych opcjach wyszukiwania możliwość znalezienia plików na licencji Creative Commons. Podobną opcję dysponuje też wyszukiwarka grafiki Google.



Jak założyć fanpage przeczytacie tutaj:  
[www.facebook.com/pages/create.php](http://www.facebook.com/pages/create.php)

Możecie założyć fanpage na [Facebooku](#) – wystarczy, że macie tam swoje konto. Warto również prowadzić konto w serwisie mikroblogowym [Twitter](#). Jest to bardzo popularne medium społecznościowe używane przez naukowców (na konferencjach, do informowania o nowych tekstach oraz do wyliczania wskaźników webometrycznych).

Wszystkie te aktywności są wartością dodaną. Naturalnie wystarczy po prostu pisać bloga, a jak będzie wartościowy, to na pewno ktoś na niego trafi. Jednak warto pomóc naszym przyszłym czytelnikom. Jeśli posiadacie konto na [Academia.edu](#) (serwisie społecznościowym stworzonym specjalnie dla naukowców), możecie informować tam o swoich nowych wpisach. A gdy już będziecie się czuli bardziej pewni w pisaniu, możecie swoje wpisy dołączyć do agregatora wpisów naukowych [ResearchBlogging.org](#).

W ten sposób promujemy swoją działalność i popularyzujemy naukę. Pamiętajcie o bardzo ważnej sprawie: w grupie siła! Nic tak nie rozwija bloga jak współpraca z innymi blogerami i portalami. Nie bójcie się pisać tekstów dla innych serwisów. Jeśli ich czytelnicy przeczytają tekst i im się spodoba, to przyjdą również na waszego bloga.

### **Blogowanie to ważna część mojej działalności naukowej**

Naukowcy są blogerami „przy okazji”. Nie jest to ich zawód, a raczej obszar dodatkowej działalności. Można zatem zadać sobie pytanie: **jak często pisać?** Codziennie, raz w tygodniu, raz w miesiącu? Najważniejsza – jak w wielu innych sprawach – jest **konsekwencja i regularność**. Lepiej pisać raz na dwa tygodnie, niż zamieszczać pięć wpisów w tydzień, potem trzy miesiące przerwy i znów kanonada postów. Czytelnicy muszą się przyzwyczaić do waszego rytmu. Blogowanie jest czasochłonne – nie ma co tego ukrywać. Trzeba tekst przemyśleć, zebrać notatki, napisać, umieścić na blogu. Później zacząć promować w mediach społecznościowych. A na końcu zobaczyć – np. w usłudze [Google Analytics](#) – czy nasze starania przyniosły skutek: czy zwiększa się liczba czytelników, komentarzy, interakcji.

Jako naukowcy powinniśmy edukować społeczeństwo i pokazywać, że nauka jest ważna. Istotne są dobre praktyki i wzorce, które należy tworzyć i wdrażać.

Taka promocja to też **rozwój własnych umiejętności**: po napisaniu kilkuset wpisów na blogu oraz wielu tekstów popularnonaukowych, mogę powiedzieć, że łatwiej pisze mi się teksty naukowe. Co ważniejsze: są one bardziej przejrzyste, ustrukturyzowane i przyjaźniejsze w odbiorze – nic nie tracą w ten sposób na swojej naukowej rzetelności.

Wiem, że moje wpisy czytają nie tylko naukowcy, ale także moi znajomi i osoby obce, które nie są uczonymi. Wiele razy słyszałem, że dzięki tekstom, które piszę w końcu, choć trochę, rozumieją, czym się zajmuję i co robią „tacy naukowcy”. I chyba o to chodzi w popularyzacji.