

打造親民科普品牌： 中央研究院《研之有物》

黃詩雯 中央研究院秘書處公關科科長

《研之有物》建置經驗

1928年成立的中央研究院，2018年過了90歲生日。對一般民眾而言，著力於「基礎研究」的中研院，或許就像古代的翰林院，仰之彌高，鑽之彌堅，與你我的日常生活直接關聯甚少；對大多數人而言，與其詳讀繁複的數學方程式、幹細胞的分子機制，不如追最新的日劇「不能結婚的男人」，或是美國影集「The Big Bang Theory」的爆笑劇情來得療癒。

不論是去（2019）年人類首次拍到黑洞的照片，或是諾貝爾獎得主一公布後，社會大眾對於知識的好奇，藏在那雙晶亮的黑色眼珠之中，熱情不滅的炯炯有神，是人們的本能。

中研院在其中，能扮演甚麼角色？

儘管已快成為百年老店，仍時不時聽到院內的服務電話響起，話筒另一頭的民眾洽詢著這些問題：「有人說你們院內有輻射外洩，可以幫忙查一下嗎？」、「我想請教貴單位的節能標章、跟照明效率的問題……」。其實，這兩題分別要找的單位應是「中科院」和「工研院」。

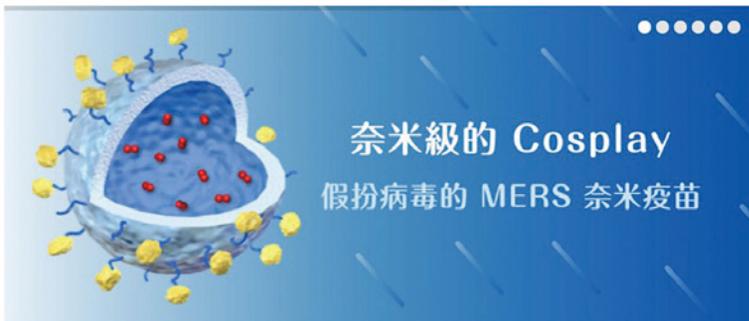
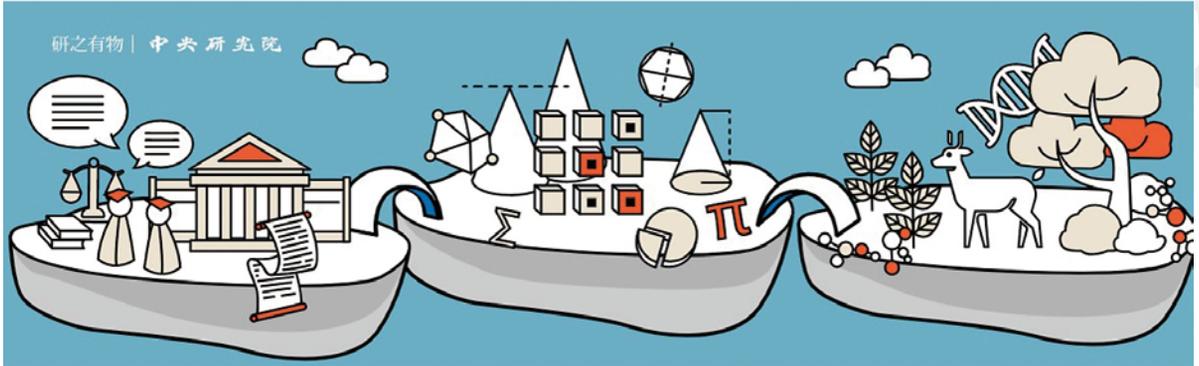
中研院這間蓄積90年瑰寶的學術殿堂，長

久以來選擇一條中規中矩的埋首前行之路，不外顯、不張揚。但在資訊繁雜、真假難辨的數位世代中，若持續選擇低調沉默，就無法透過互相理解，建立彼此的信任。眼見自製媒體、臉書直播、網路行銷、影音懶人包等等，逐漸成為人們瞭解一個政府機構、瞭解其營運理念的方式，起心動念，加上長官的支持、來自立法院的鞭策，我們決定跨出改變的第一步。

儘管腦海中，對於「中研院科普化」有各種想像如萬馬奔騰，但在公部門實際執行時，卻面臨著重重難關，尤其是學者們的觀點與喜好，與大眾的興趣取向之間，存在著看似可以跨過去、又不容易跨越的鴻溝。

要打造一個科普品牌，對於中研院這間老店而言，是全新的嘗試。逐步摸索的過程中，深刻體會到就像戴愛玲所唱，只要找到「對的人」，事情往往就成功了一半。

因緣際會下，數位經驗豐富的陳昇璋研究員看出我們的滿腔熱血，拔刀相助、擔綱主責，並從廣告及設計業界招募成員、打造《研之有物》團隊；而行政團隊則想辦法幫各種疑難雜症找到出路，並挹注所需的資源。



- 熱門文章
- 課堂裡的隱性需求：聽不清楚、不敢舉手
 - 新聞中文的鏈鍊！自然語言處理 (NLP)
 - 奈米級的 Cosplay：假扮病毒的 MERS 奈米疫苗
 - 人體基因編輯是在搞什麼？五分鐘搞懂基因剪 CRISPR

中央研究院《研之有物》。網址：<https://research.sinica.edu.tw/>

內部團隊營運，透過敏捷式開發的合作模式溝通更快速

公部門網站經常會找外包廠商承接，然而「外包」經常伴隨許多「溝通」的問題。有鑒於此，《研之有物》決定由團隊成員自行營運，包含網站架構、視覺設計、議題規劃、圖文產製、約訪流程、社群經營等等，而最初的主視覺、WordPress 模板客製化、前後端程式與資料庫，則與專業的外包人員及中研院資訊服務處合作。

儘管團隊合作的節奏很快，但《研之有物》

圖文產製不採取短打、衝刺瀏覽量的策略，而是重視文章本身的品質。一方面是人力資源有限，一方面是公部門不必肩負廣告利潤的業績壓力，於是選擇保留充裕的圖文產製、校稿時間，每週約產出 1 至 2 篇文章，確保每篇內容皆能言之有物且屬實。

除了內部編輯自行採訪寫文，更有賴來自傳播業、科普界、學生等客座編輯的鼎力協助，融入各自的專業觀點於《研之有物》的文章中。透過不同編輯的雙眼，帶領讀者看見不同面向的中研院。

秉持知識共享的精神、並尊重研究團隊的心血結晶，只要依照創用 CC 姓名標示 - 非商業性 - 禁止改作 4.0 國際條例，皆可轉載《研之有物》文章。

線上網站 X 串聯線下活動

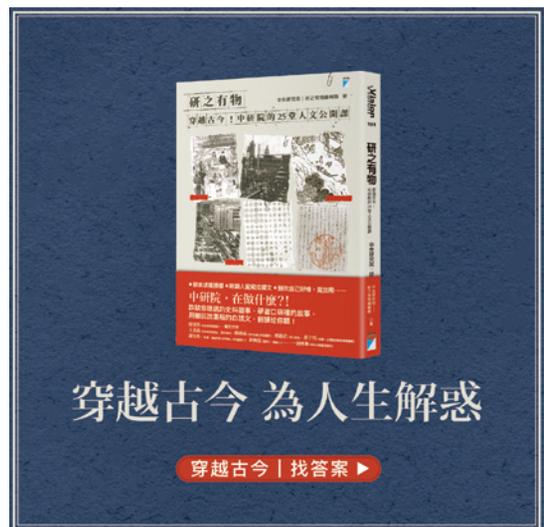
催生網站的過程彷彿《牧羊少年奇幻之旅》所寫：「當你真心渴望某件事時，全宇宙都會來幫你」，獲得中研院內、院外各種支持與協助，以及研究團隊慷慨分享各領域的知識與故事。一晃眼，歷經 5 個多月的籌備期，終於萬事俱備。

2016 年 11 月底從零開始，2017 年 4 月 6 日正式上線，《研之有物》官網流量、社群媒體的評價皆優於原本預期，這是美好的強心劑，讓我們可以放下心中大石。2018 年更接獲振奮人心的好消息，就在《研之有物》成立剛滿一年之際，獲得公共關係基金會「傑出公關獎——政府傳播獎」的入圍肯定，也讓中研院更有信心繼續朝這條科普之路前進。

透過各媒體的傳播支持與分享，也獲得教育界和出版界的合作邀請，將《研之有物》文章得以從線上延伸至線下，透過實體刊物走入人們的日常生活。2018 年首度出版了人文社會科學類的《研之有物：穿越古今！中研院的 25 堂人文公開課》，以系統性方式介紹給更多年輕讀者。目前，也正緊鑼密鼓地籌備另外兩冊——數理科學

以及生命科學的公開課，預計將於今（2020）年出版。

《研之有物》除了從中研院各類研究成果取材之外，許多線下活動也都成為線上文章的泉源。不論是民國 93 年開始，每個月都會舉辦的「知識饗宴」科普演講，或是連續舉辦 22 年，近幾年眾多學子趨之若鶩的「院區開放」活動（Open House），《研之有物》從中精選，將演講內容轉換為網路圖文，與不克出席的網友分享；也透過直擊中研院的實驗室、院區開放的盛況，帶著網友鍵盤遊覽中研院。甚至配合時下年輕人喜愛打卡的特性，規劃了〈中研院私房景點！6 個知青網紅的 IG 打卡新聖地〉，果真吸引不少人前來詢問這些私房景點在哪裡！



出版《研之有物：穿越古今！中研院的 25 堂人文公開課》實體書

《研之有物》 台北國際書展講座

如果古人有「臉書」

#當皇帝好累
#徵求諸葛亮

#日記boy
#臺南第一中學校

#臺灣鋼琴女神
#心の日記

#大家不要起爭議
#正統繼承者

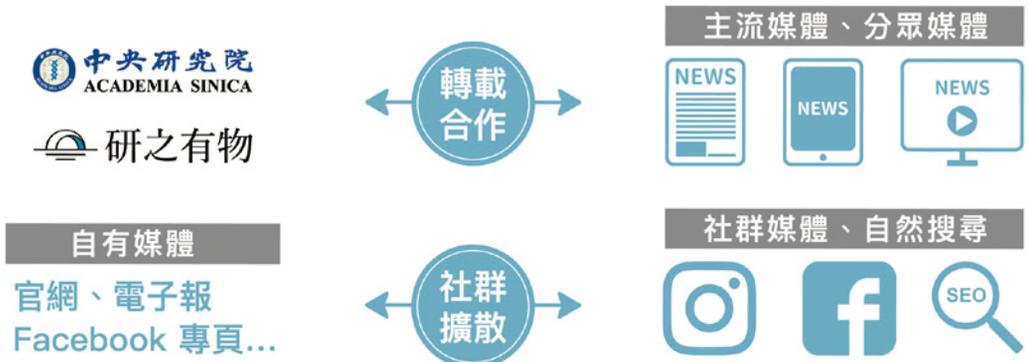
講座時間：
2019年2月16日
(六) 19:30-21:00

《研之有物》搭配 2019 台北國際書展辦理的線下活動

也因《研之有物》文章備受喜愛，從 2018 年起，中研院為使更多年輕學子能更加親近科普知識，首度走出臺北，目前已跨足臺中、臺南、花蓮、屏東等縣市，舉辦科普演講，邀請曾接受《研之有物》採訪的研究人員，從線上走入線下。頓時，網路上的一字一句化身成為能實際對話的現場，從前來參加演講的聽眾眼中，我們又看到了那一雙雙充滿好奇心的求知眼神。

《研之有物》內容行銷

除了透過敏捷式開發、自行營運打造質量兼具的科普品牌外，來自業界的編輯團隊，更善用各種行銷策略讓知識性文章變得更親民。其中包含：品牌人物設定、從使用者行為思考的選題策略、主動為媒體著想、SEO 搜尋引擎優化、網路下標與防禦性寫作。



《研之有物》行銷管道

「反差萌」的品牌人物設定

為跳脫中研院給人正經、嚴肅的形象，編輯團隊決定讓《研之有物》走一個輕鬆、活潑的風格。而透過這樣的「反差萌」，引起大眾關注。當品牌的人物設定定調後，視覺設計、報導選題、文章的用字遣詞，也就有了依據的方向。而在社群媒體的互動上，小編的人物設定和發言方式也多了一份「人味」，藉此拉近與網友間的距離。

研之有物的科普報導，是如何選題？

既然《研之有物》成立的目的是希望讓大眾了解中研院在做什麼，就必須將「大眾的興趣與閱讀行為」擺在做決策的第一順位。因此，編輯群的任務，就是將中研院的學術研究成果，結合網路時事梗，轉譯包裝成「故事趣聞、最新知識」，並運用媒體策略主動送到大眾的手機螢幕上。

我們也尊重編輯團隊選題的專業，不論是從關注網路紅什麼，或是探索現代人有什麼問題，來進行取材。例如，宮廷劇是歷久不衰的題材，每過一段時間就會有新的宮廷劇掀起網路話題。觀察到這點，編輯群約訪中研院史語所的陳熙遠研究員，解說明清檔案工作室裡的詔書藏品，從字裡行間剖析皇帝的心機。

主動為媒體著想

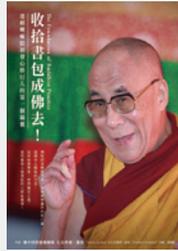
對政府部門來說，最困難的往往是如何將完成的作品有效地推廣出去。文章上線完成後，並非刊登到《研之有物》網站就會有人主動來觀看，需要透過社群媒體將之推廣出去。若是一開始編輯群選題就有從「大眾對什麼內容感興趣？」來思考，那麼到了社群媒體推廣這一步，其實不會太難運作。

要冀望網路文章能獲得各大媒體轉載、網友分享，這樣的廣大曝光可說可遇不可求，需要機緣，而緣分來自於文章本身要能引起共鳴。這就是為什麼編輯群需時時刻刻將「大眾對什麼內容感興趣？」放在心裡，從選題開始，提早為大眾和媒體著想，而非到了社群行銷這步才開始苦思。只有當《研之有物》產出的圖文，能切合大眾的興趣與生活，並為主動轉載的合作媒體帶來流量，才能形成一個互助共生的媒體生態系，推動知識普及的正向循環。

SEO 搜尋引擎優化

除了社群媒體，現在許多人的電腦或手機打開第一頁就是：Google 搜尋。考量 SEO 搜尋引擎優化，編輯群在編採文章時，就要在標題和內文佈局。而做法，就是 SEO；可分成兩部分：讓機器人文字可以爬、幫搜尋者寫工具文。

收拾書包成佛去！達賴喇嘛給初發心修行人的第一個錦囊



比丘丹增·嘉措，比丘尼圖丹·卻准 作；項慧齡中 譯
 眾生文化 / 10807/424 面 / 22 公分 / 480 元 / 平裝
 ISBN 9789869785907/226

自稱就像「半個科學家，坐在法座上」的達賴喇嘛，對於學習佛法，抱持理性的態度，他鼓勵佛法素人，一定要觀察、思辨、面對疑慮、解決問題，要像個科學家一樣，客觀理性、實事求是。迷信盲信，絕非佛陀教我們面對生命的態度，尊者教我們，從認識身心是什麼，決定自己要怎麼活，到找個好老師，幫自己安排禪修，開始鍛煉自心，磨練智慧，邁向解脫，請這麼清楚理性的學佛。（眾生文化）

對於搜尋機器人而言，網站有一些程式碼基本功要做到，例如：設定文章頁面的 title, description, h1, h2 等重要的內容。對於搜尋者而言，編輯群需要規劃一些「工具文」主題，幫搜尋者解決問題。這些工具文，就像你我身邊的工具人一樣，平時不會想到、但需要的時候就會被找。

例如，近來 AI 蓬勃發展，其中「自然語言處理」這個領域，在網路上的文章資料尚不多，而中研院卻累積了很豐富的研究成果。觀察到這點，編輯群約訪中研院資訊所的馬偉雲助研究員，解釋如何教電腦學會「斷詞」和「理解詞的意思」，並且撰寫編輯報導時，刻意地在文章標題、內文佈局「自然語言處理、NLP」這些網友會搜尋的關鍵字。

網路下標與防禦性寫作

通常使用者閱讀一篇網路文章，最先看標題，而且 3 秒之內就會判斷讀或不讀。因此網路文章的下標，必須快速地引起興趣、提供暗示，並吸引點擊閱讀。

傳統的學術論文，為求精準，論文標題通常會寫得清楚嚴謹。但轉譯成網路文章下標時，《研之有物》編輯群是以「使用者行為」來思考。例如，有篇文章的初稿標題為〈找到語言學習的關鍵開關——專訪語言學所長林若望〉，

彩虹的壇城



恭秋瑟牟 著
 樂果文化 / 10809/268 面 / 23 公分 / 350 元 / 平裝
 ISBN 9789579036184/226

「佛法就是愛，一種真愛！學佛法就是學習怎麼去愛人、愛所有生命。」這是仁波切修行時獲得的最大領悟。作者以清淨的動機，希望此書能幫助對佛法有興趣以及想學習佛法的人。佛法就是一種愛，當看到自己的愛，如何去感動別人、給予他人快樂的時候，那將成為自己快樂的來源，這就是所謂的「加持」！感受自己的心開始擴展，變得很開闊、很寬廣，有如廣大的海洋或無盡的虛空，這就是佛法給世上眾人最好的體驗及福慧。（樂果文化）

初稿標題

找到語言學習的關鍵開關 — 專訪語言學所長林若望



調整標題



世上不存在「最難」的語言？專訪語言學家林若望

網路下標範例

是具有知識性的標題，只是網友在3秒內可能較不容易理解。因此，編輯群討論後，將之調整為〈世上不存在「最難」的語言？專訪語言學家林若望〉。

標題調整的考量為：通常大眾都覺得學語言很難，但竟有一篇文章強調「世上不存在最難的語言」，就能快速引起人們的興趣。接著，在標題後半段暗示這篇文章將由「語言學家」來解答，網友就能想像內文可能會有的內容，並做出點擊閱讀的動作。

除了下標費功夫，《研之有物》編輯群介紹中研院的學術研究時，也相當重視「防禦性寫作」，這有助政府單位維持公共關係。

中央研究院的研究領域相當豐富，其中政治、社會、經濟這些領域，容易引起網路各種立場網友的關注討論。因此，編輯群在報導這類議

題時，會小心地用字遣詞。例如，描述新發表的資料分析結果、或政策建議時，避免「一定、絕對」這種會讓網友感覺「你是在大聲什麼啦！」的詞彙，而是調整成「最重要、應該」這種具有討論空間的用詞；此外，並減少使用「我覺得」這種主觀詞彙，而是根據客觀的資料來說話。

說到大家懂，也是我們該做的事

《研之有物》推出至今已快三年，除了感激，中研院也不斷關注網友讀者們的想法，透過持續考量大眾的興趣與閱讀行為，籌備後續計畫。2020年，無論每天睜開眼會面對什麼，希望《研之有物》可以讓讀者有「原來世界上有這種事！」的驚喜，一起永保好奇心認識世界。

原來，公部門出版品，也能這麼親民。



亞當與夏娃興衰

史蒂芬·葛林布萊 著；梁永安 譯
立緒文化 / 10811/416 面 / 23 公分 / 450 元 / 平裝
ISBN 9789863601449/241

縱深六千年，橫跨哲學、神學、文學、藝術、歷史、人類學六大領域，全面性探討「亞當與夏娃」的重量級人文專書。亞當和夏娃的故事，映照出漫長歷史中的人類恐懼與人類欲望。哈佛大學教授史蒂芬·葛林布萊，藉由探索這經久不衰的人類原祖故事，重新梳理了西方文明的緣起，揭示幾世紀以來龐大的神學、藝術與文化資產；並論及伊甸園故事的許多不同後嗣：豐富的寓意、惡毒的厭女症、深邃的道德洞見，以及一些最偉大的藝術與文學作品。（立緒文化）

宗教



提著大包小包 怎麼進窄門？

學會割捨才有真自由

瑪莉·施沛黎 著；左婉薇 譯
上智文化 / 10810/238 頁 / 21 公分 / 280 元 / 平裝
ISBN 9789866036552/244

第一本從天主教觀點探討整理物品與整頓心靈的靈修書，將整理雜物轉變為充滿平安、開拓心靈的靈修經驗。人生是趨去蕪存菁的旅程，擁有的物品越多，離理想的生活越遠。本書提供實用的整理方法，從信仰的眼光檢視雜亂如何影響日常生活和人際關係。作者以風趣幽默的筆觸，分享從聖經、聖人生活及教會教導中獲得的體悟。透過祈禱、守齋、施捨等靈修操練，擺脫物欲的束縛，為天主騰出空間，留下餘裕迎接生命的美好，找回真正的自由快樂。（上智文化）

宗教

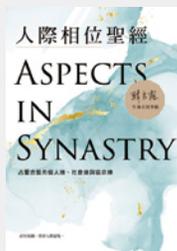


孫保羅書法 附書信日記

孫保羅 著；孫康宜 編註
秀威資訊科技 / 10808/590 面 / 23 公分 / 890 元 / 平裝
ISBN 9789863267065/249

本書由耶魯大學孫康宜教授親自整理父親孫保羅的書法、書信、日記、手跡及照片，並以親切的口吻寫下精彩的文字及註解。孫保羅在走過「白色恐怖」十年囚刑生活，一生三次撕毀聖經後，最後卻奇跡般地成為虔誠教徒，並把渴慕神的心，用傳統的書法藝術表現得淋漓盡致。本書除了見證他在歷經「白色恐怖」後破繭重生的使徒歲月，更是上個世紀獨特的歷史記錄。（秀威資訊科技）

宗教



人際相位聖經

占星合盤的個人緣、社會緣與宿命緣

韓良露 著
南瓜國際 / 10810/631 面 / 21 公分 / 600 元 / 平裝
ISBN 9789869599474/292

本書為大家介紹雙人合盤中太陽、月亮、水星、金星、火星、木星、土星、天王星、海王星、冥王星的各種相位。包含太陽相位的日常人際關係，月亮相位的親密感、安全感，水星相位的學習與商業合作，金星、火星相位的情感、性欲與活動力，木星相位的社會資源，天王星、海王星相位的靈感，土星、冥王星相位的業力牽引。（南瓜國際）

宗教