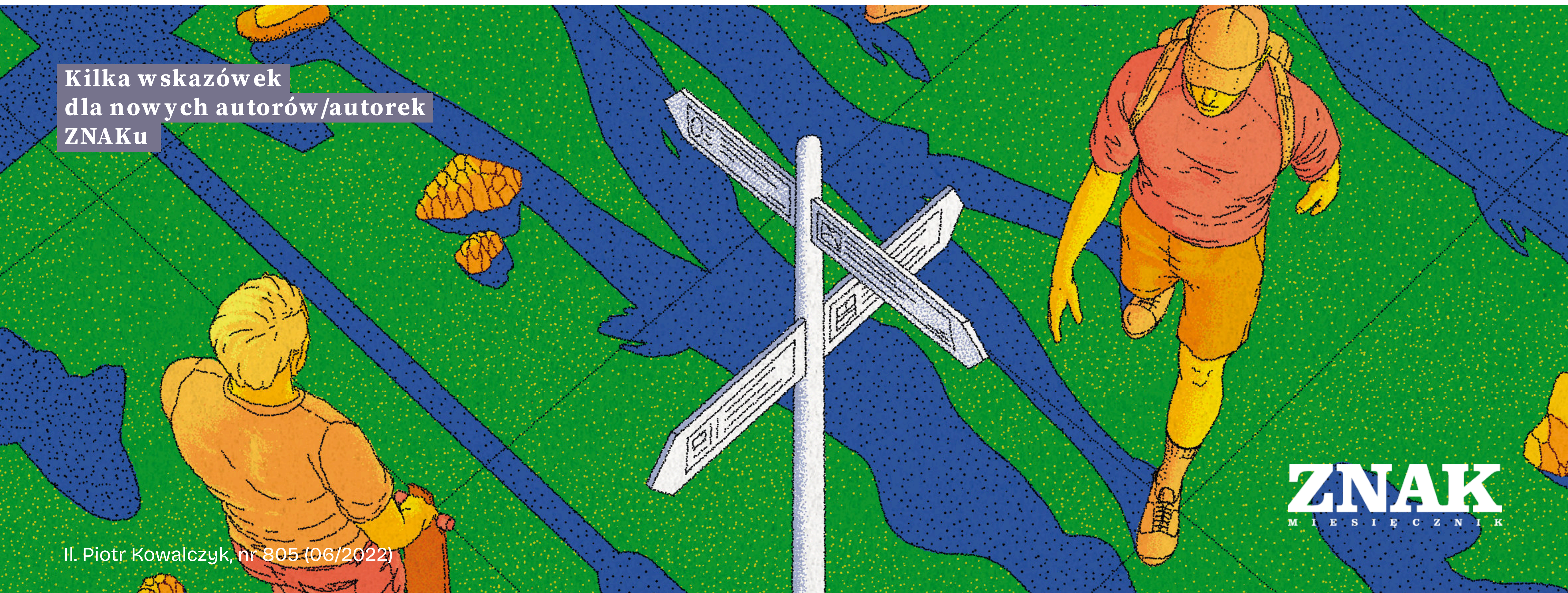


Co jest dla nas ważne?

Kilka wskazówek
dla nowych autorów/autorek
ZNAKu

Il. Piotr Kowalczyk, nr 805 (06/2022)

ZNAK
M I E S I Ę C Z N I K



- 1. Klarowność i siła przekazu**
- 2. Styl nie akademicki, ale intelektualnie ambitny**
- 3. Storytelling**
- 4. Fact-checking i rzetelność**
- 5. Wieloformatowość**
- 6. Korzystanie z AI**



Klarowność i siła przekazu

Chcemy, żeby nasze teksty przebijały się na rynku mediów – nie clickbaitami, ale oryginalnymi i jasno sformułowanymi tezami.

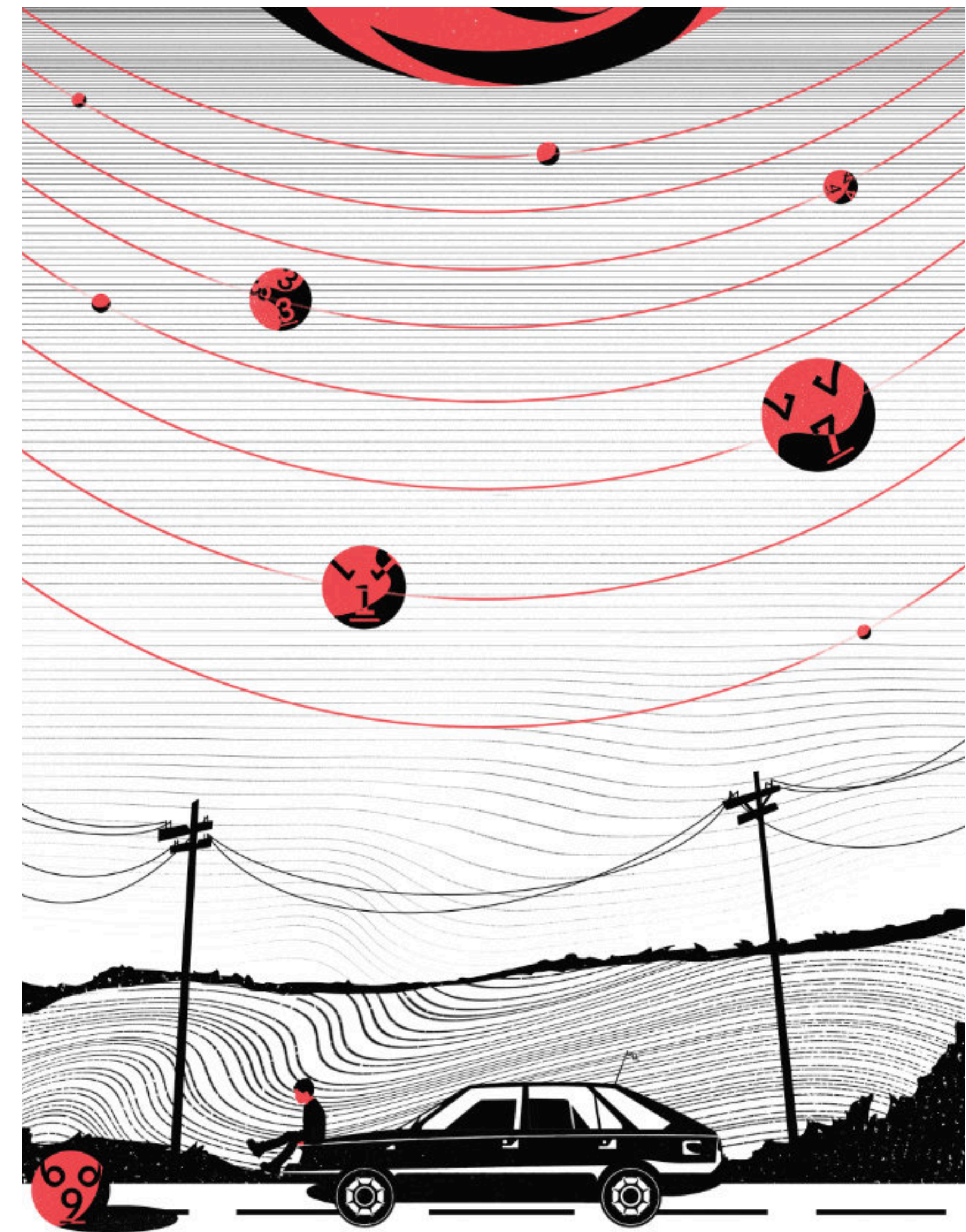
- Zanim usiądziesz do pisania, przygotuj konspekt tekstu z najważniejszymi тезami.
- Stosuj śródtytuły (zwykle co 4-5 akapitów), które budują strukturę tekstu. Nie konstruuj zbyt długich zdań i akapitów.
- Unikaj dygresji, które mają być tylko popisem Twojej erudycji. Dygresje mają swoją siłę, ale tylko jeśli ostatecznie służą głównym myślom tekstu.
- Zrób test windy: zastanów się, jak streścić(-a)byś swój tekst w 90 sekund (czyli w czasie jednego przejazdu windą), jakie są najważniejsze trzy rzeczy, które chcesz przekazać – sprawdź potem, czy najistotniejsze treści są dobrze wyeksponowane.
- Na zakończenie przeczytaj tekst jeszcze raz – zwykle „odchudzenie” go o 10-20% wzmacnia klarowność przekazu. Unikaj np. nadmiaru przymiotników, które nie wnoszą dodatkowej treści.
- Zastanów się, do jakiej reakcji zachęca Twój tekst czytelnika/czytelniczkę: czy daje wiedzę, mobilizuje do działania, ma alarmować, pozwala zaakceptować sytuację, inspiruje do zmiany własnego życia? Na tej podstawie zbuduj puentę.



Styl nie akademicki, ale intelektualnie ambitny

**Piszemy dla szerokiej publiczności,
nie specjalistów z dziedziny.**

- Uważaj na „klątwę wiedzy”, czyli przekonanie, że czytelnicy wiedzą to samo co Ty. Unikaj żargonu, trudne pojęcia naukowe bądź slangowe staraj się zwięźle wyjaśnić.
- Nie dodawaj przypisów, najważniejsze informacje pozwalające zlokalizować źródło podaj w tekście głównym bądź w formie komentarza z linkiem.
- Unikaj języka akademickiego („Niniejszy artykuł podejmuje próbę...”).
- Nie mnoż encyklopedycznych wyjaśnień czy niepotrzebnych wyliczeń (np. list wszystkich książek czy nagród autora), jeśli nie są istotne dla tekstu.



Storytelling

Naszym celem jest opowiadanie o świecie w pasjonujący sposób.

- Wymyśl intrygujące otwarcie, które pokaże czytelnikowi, że masz coś ważnego i ciekawego do powiedzenia. Możesz zacząć np. od:
 - 1) sceny z życia/filmu/książki;
 - 2) osobistej historii;
 - 3) wskazania paradoksu, ciekawego pytania bez oczywistej odpowiedzi, zaskakującej statystyki.
- Podawaj przykłady, konkretne sytuacje, w których idee/badania naukowe mają konsekwencje. Zamieniaj abstrakcje w konkret. To przykłady zwykle najmocniej „zostają w głowie”.
- Spróbuj spersonalizować problem przez bohatera. Wiele złożonych tematów

najłatwiej opowiedzieć przez historię konkretnej osoby, która ma swój cel i przeszkody do pokonania. Zanim pojawi się teza, niech pojawi się człowiek.

- Zbuduj napięcie – tekst może mieć np. strukturę „śledztwa”, poszukiwania, gdzie autor razem z czytelnikiem szuka odpowiedzi na pytanie, zastanawia się, rozważa kolejne argumenty. Czytelnik może odpuścić, jeśli nie zostanie co jakiś czas „obudzony” detalem, nieoczekiwanym zwrotem myśli, zawieszeniem wyводу w miejscu wysokiego napięcia.
- Jeśli masz dobry pomysł, eksperymentuj – może narratorem tekstu o meduzach stanie się sama meduza? Masz prawo do własnego głosu i własnej perspektywy.



Fact-checking i rzetelność

Chcemy oferować czytelnikom wiarygodne i sprawdzone informacje.

- Opieraj tezy na badaniach naukowych, raportach, wypowiedziach ekspertów.
- Sprawdź, czy są to „najlepsze możliwe” badania: zweryfikuj wielkość próby, sprawdź, czy badania nie zostały zdyskredytowane, podważone etc.
- Jeśli opinie naukowców/expertów na dany temat są podzielone, zaznacz to w tekście.
- Nie buduj „chochołów” (uproszczonych wizerunków poglądów adwersarza). Staraj się odpowiedzieć na najmocniejszy możliwy argument swojego polemisty.
- Dbaj o precyzję języka, zwłaszcza przy tematach wrażliwych. Pamiętaj, że język może ranić lub wykluczać. Zwracaj uwagę na to, czy nie powielasz stereotypów lub uproszczeń.





WielofORMATowość

Czytelnicy zapoznają się z treściami ZNAKu w różnych formatach (papier, audio, www).

- Po postawieniu ostatniej kropki przeczytaj swój tekst na głos – postaw się w roli lektora, który będzie musiał wypowiedzieć Twoje zdania (czy nie są niepotrzebnie skomplikowane? czy ich konstrukcje nie są zbyt powtarzalne? Czy wyliczenia są konieczne? Czy potrzebne są wyrazy obce?) oraz słuchacza (czy utrzymasz jego uwagę?). Wszyscy dystrybutorzy audio

podkreślają, że najistotniejsze jest pierwsze 10% Twoich treści.

- Jeśli podczas pracy nad tekstem, trafiłeś/trafiłaś na obrazy, ilustracje, zdjęcia, wideo, które stanowią istotny kontekst dla Twojego tekstu, załącz informację o nich redakcji; być może wykorzystamy je w druku, być może na stronie www.

Korzystanie z AI

Z Twoim tekstem nie będzie pracować AI. Chcemy, żeby ZNAK był przestrzenią twórczej, ludzkiej pracy – autorskich tekstów i grafik. AI może być pomocniczym narzędziem, lecz nie współautorem.

- Jeśli korzystasz w pracy z narzędzi AI, to wytycz wyraźne pola, na których jest dla Ciebie wsparciem (np. przy tworzeniu konspektu i struktury tekstu, poprawie stylu i korekcie, sugestii tytułów i śródtytułów).
- Nie generuj fragmentów tekstów przy pomocy AI, wszystkie informacje podawane przez AI zweryfikuj w innym źródle.
- Jeśli jakiś przykład czy argument pochodzi od AI, ujawnij tę informację redakcji – być może będzie potrzebna odpowiednia adnotacja pod tekstem.



**Jeśli masz pytania,
wątpliwości, nietypowe
pomysły, dawaj znać –
redaktorzy są Twoimi
partnerami, którzy
mają pomóc Ci
stworzyć najlepszy
możliwy tekst.
Powodzenia!**

