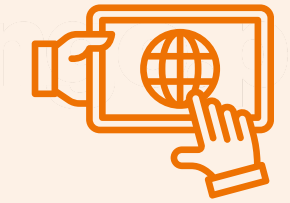
Wskazówki dla osób tworzących materiały do ngo.pl

ngo.pl

Cieszymy się, że chcesz razem z nami współtworzyć ngo.pl. Mamy dla Ciebie kilka porad, które sprawią, że Twój tekst będzie chętniej czytany.

ngo.pl to portal skierowany do osób, które działają w organizacjach społecznych lub są aktywne społecznie. Jakie artykuły cieszą się więc największym powodzeniem? Takie, które pozwalają naszym czytelnikom i czytelniczkom lepiej działać.



Dodany przez Ciebie artykuł opublikujemy, kiedy sprawdzimy, czy nie narusza naszej polityki redakcyjnej i regulaminu portalu ngo.pl. Jeśli zaistnieje potrzeba, poprawimy w nim błędy ortograficzne, językowe etc. W razie wątpliwości skontaktujemy się z Tobą.

O czym warto pamiętać przed dodaniem tekstu?

Upewnij się, czy tekst jest zgodny z misją i tematyką portalu ngo.pl. Pamiętaj o wartościach, które nam przyświecają.

Zadaj sobie pytanie: „Czy ten tekst komuś pomoże, coś wyjaśni, kogoś zainspiruje?".

Przeczytaj swój tekst raz jeszcze.
Zadbaj o styl, język, strukturę.

Podaj imię i nazwisko autorki, autora, ich afiliację.

Dodaj materiał przez stronę moje.ngo.pl.
W wyjątkowych sytuacjach, po uzgodnieniu z redakcją, wyślij na adres: redakcja@portal.ngo.pl.

Przygotowujesz tekst? Oto kilka praktycznych porad.

Tytuł

To od tytułu często zależy, czy ktoś zacznie czytać Twój artykuł. Zastanów się, czy jest dla odbiorców i odbiorczyń zrozumiały i wciągający?

- Nie dodawaj emoji.
- Nie stawiaj kropki na końcu.
- Wykrzyknik dodaj tylko, kiedy jest uzasadniony.
- Nie korzystaj z WIELKICH LITER.
- Wyrazów w środku zdania nie zaczynaj wielką literą (np. Wolontariat jako Strategia Rozwoju).
- Używaj dwukropka zamiast myślnika (np.: Prezent od ngo.pl: pobierz kalendarz ngo.pl na 2026 rok).

Wprowadzenie do artykułu (lead)

Wprowadzenie to tekst, który pojawia się między tytułem a zdjęciem głównym artykułu.

Dobre wprowadzenie powinno przede wszystkim przyciągnąć uwagę czytelnika i czytelniczki i zachęcić ich do dalszej lektury. Musi być nie tylko interesujące, ale też informacyjne i zwięzłe, stanowiąc esencję całego tekstu. Może też podpowiedzieć, komu najbardziej przyda się Twój artykuł.

Treść artykułu

Wiemy, że specjalizujesz się w tematyce, o której piszesz, ale sprawdź, czy Twój artykuł na pewno będzie zrozumiały dla osób, do których piszesz. Czytelnicy i czytelniczki są zapracowani tak samo jak Ty, więc warto zadbać o prosty język i tłumaczenie trudniejszych pojęć.

- Zwracaj się do czytelnika bezpośrednio. Podkreśl, do kogo skierowany jest tekst.
- Pisz językiem żywym, w stronie czynnej.

> *Zamiast „Coroczny festyn dla całej dzielnicy został zorganizowany przez mieszkańców", napisz: „Mieszkańcy zorganizowali coroczny festyn dla całej dzielnicy".*

- Formułuj krótkie, pojedyncze zdania.
- Unikaj równoważników zdań.

> *Zamiast „Nastąpiło zakończenie dyskusji", napisz: „Była to bardzo pouczająca dyskusja".*

- Nie nadużywaj imiesłowów.

> *Zamiast „**Ludzie, domagający się** zmian, zorganizowali marsz", napisz: „**Ludzie, którzy domagali się** zmian, zorganizowali marsz" .*

> *Zamiast „Nowy park, **sfinansowany** z funduszy unijnych, jest już dostępny dla mieszkańców", napisz: „Nowy park **został sfinansowany** z funduszy unijnych. Teraz **jest już dostępny** dla mieszkańców".*

- Używaj tych samych kluczowych wyrażeń, żeby ułatwić zrozumienie i połączenie wątków.

- Używaj śródtytułów: ułatwiają osobie czytającej poruszanie się po tekście. Śródtytuł powinien jasno mówić, co będzie w danym akapicie. Przy śródtytułach stosuj takie same zasady redakcyjne, jak w tytułach artykułów.
- Unikaj języka branżowego i slangu. Jeśli jednak korzystasz z branżowych określeń, zadbaj o wyjaśnienie pojęć.
- Jeśli tekst dotyczy trudnego tematu, wykorzystaj przykłady, które wytłumaczą zagadnienie.
- Unikaj kursywy. Jeśli jednak jest taka potrzeba, to w przypadku cytatu nie łącz jej z cudzysłowem.
- Boldowanie (czyli pogrubienie fragmentu tekstu) stosuj z umiarem: do podkreślenia kluczowych słów i wyrażeń, które mają przyciągnąć uwagę czytelnika. Unikaj pogrubiania długich fragmentów tekstu. Nie pogrubiaj nazwisk osób, o których wspominasz w tekście.
- Wyjaśnij skróty. Używaj ich tylko wtedy, kiedy musisz.
- Unikaj w tekście skrótów (zwłaszcza bez wyjaśnienia), które mogą być różnie rozumiane, np.: KRS – Krajowy Rejestr Sądowy lub Krajowa Rada Sądownictwa.
- Nie nadużywaj WIELKICH LITER. Można je użyć do zapisu skrótów nazw własnych np. OPP, RDPP.
- Używaj wyliczeń:

  - punktowanych – lista, w której wszystkie elementy mają takie samo znaczenie;
  - numerowanych – lista, która ma hierarchię, chronologię.

- W miarę możliwości stosuj feminatywy i język inkluzywny. Język inkluzywny to sposób mówienia i pisania, który świadomie unika dyskryminacji lub wykluczania jakichkolwiek osób ze względu na ich płeć, wiek, pochodzenie, orientację seksualną, sprawność czy inne cechy.

- Jeśli piszesz o konkretnej osobie – używaj nazwy stanowiska lub tytułu, których życzy sobie ta osoba lub jak o sobie pisze np. na swojej stronie internetowej.
- Nie używaj formy jedynie męskiej. Nie używaj form z podkreślnikiem _ czy gwiazdką * w treści wyrazu.

> *Zamiast „ekspert_ka", napisz: „ekspert, ekspertka".*

> *Zamiast „pracownic*y/czki", napisz: „pracownicy i pracowniczki".*

Ilustracja

- Jako główna ilustracja artykułu najlepiej sprawdzi się poziome zdjęcie, na którym nie będzie dodatkowych napisów. Artykuły pojawiają się w różnych miejscach i teksty na zdjęciach nie zawsze będą czytelne.
- Maksymalny rozmiar pliku graficznego to 1,5 MB. Dobrze sprawdzi się rozdzielczość 1200×800 pikseli.
- Nie masz ilustracji do swojego artykułu? Pobierz ilustrację z darmowych banków zdjęć, np.:

unsplash.com
pixabay.com
pexels.com
pl.freepik.com.

- Dodając ilustrację, w podpisie podaj jej źródło i/lub autora oraz tekst alternatywny (to krótki opis obrazu, zdjęcia lub grafiki, który pomaga osobom niewidomym lub niedowidzącym w ich zrozumieniu).

- Jeśli twoja ilustracja powstała przy pomocy AI, zamieść informację o tym w podpisie.
- Jeśli Twoja ilustracja nie pochodzi z ogólnodostępnych banków zdjęć, musisz mieć zgodę osób przedstawionych na zdjęciu na publikację ich wizerunku.

Zastrzeżenia redakcyjne

Zastrzegamy sobie prawo do:

- redakcji i skrótów tekstów,
- odmowy publikacji, jeśli tekst nie jest zgodny z naszym regulaminem i polityką redakcyjną.

Dziękujemy, że tworzysz z nami ngo.pl: miejsce, w którym organizacje społeczne mają głos, inspirują się nawzajem i wpływają na rzeczywistość.

Zespół redakcji ngo.pl