

## Pravidla psaní online obsahu



Všichni již vyhledáváme informace online.

V online prostředí však čteme jinak než v tisku. Text pouze skenujeme a vybíráme si fakta, která nás zajímají, a do těch se začteme více do hloubky. Online text netoleruje **z\_d\_l\_o\_u\_h\_a\_v\_o\_s\_t**, na druhou stranu umožňuje **interaktivitu** 😊.

Spoustu věcí, které musíte v offline textu dlouze popisovat, můžete v online **ukázat** například pomocí videa, grafů nebo posuvníků.

Přečtěte si **základní pravidla** pro psaní online obsahu sestavená tak, aby uživatelé na internetu vyhledali právě váš článek, rychle se v něm zorientovali a našli pomocí něj to nejlepší řešení.

## Nejkratší cesta k úspěchu:

### 1. Najdi mě!

„Na internetu je dnes k dohledání nekonečné množství různě kvalitních informací. Jak zajistit, aby uživatelé našli právě váš text? Napište ho tak, aby ho Google a ostatní vyhledávače vyhodnotily jako relevantní a zobrazily ho na první stránce. Pomůže dodržení několika pravidel.“



#### Klíčová slova

**„Používejte klíčová slova v nadpisu, perexu i samotném článku. Uživatelé, kteří hledají pomocí Googlu a jiných vyhledávačů, tak najdou jako odpověď na svou otázku právě váš článek.“**

**Příklad:** Uživatel po novele zákoníku práce do Googlu zadává >> novela změny dohoda o provedení práce

Tyto vyhledávací pojmy se tedy musí objevit:

- v nadpisu
- v první větě
- v perexu
- v celém obsahu vašeho článku

#### Titulek

**„Titulek článku je často to jediné, podle čeho se uživatel ve výsledcích vyhledávání na Googlu rozhodne, zda na daný odkaz klikne a na obsah se podívá.“**

**Příklad:** Uživatel vidí na Googlu seznam článků a rozhoduje se, na který klikne. Dejte pozor na to, aby byl váš titulek:

- velmi konkrétní
- krátký (ideálně 55-60 znaků)
- jednoduchý
- obsahoval klíčová slova

### 2. Zůstaň a čti!

„Výborně, uživatel si vybral váš článek a kliknul na něj! Jako první ho ujistěte, že udělal dobře. Uživatel nemá čas, musíte ho rychle zaujmout a přesvědčit, že tento článek stojí za to přečíst.“



#### První věta

**„První věta by měla obsahovat to nejpodstatnější a ubezpečit uživatele, že je tady správně.“**

- Hned první větou dejte uživateli vědět, že našel odpověď.
- Shrňte podstatu, o čem článek je.
- Pohlíďte, že souvisí s nadpisem a obsahuje klíčová slova.

#### Perex

**„Jedná se o shrnutí toho nejdůležitějšího, co vyplývá z článku. Obsahuje klíčová zjištění, která uživatele zaujmou a přesvědčí, aby pokračoval ve čtení.“**

- Hned do perexu sepište klíčová zjištění z článku.
- Použijte například formu 3 nejdůležitějších bodů a závěrů, ke kterým jste dospěli.
- To v uživateli vzbudí zvědavost a začte se více do hloubky.

#### Princip pyramidy

Ráďte text obráceně

**„S obrácenou pyramidou nejprve uspokojíte čtenářovu touhu po informacích, a pokud ho téma zaujme, je velmi pravděpodobné, že článek dočte, aby se dozvěděl i méně podstatné detaily.“**

Nejdůležitější informace a shrnutí

Rozvedení důležitých informací (grafy, procenta, příklady, praxe)

Doplňkové informace

- Hned v perexu napište nejdůležitější informace a doporučení odborníků, které z textu vyplývají.
- Doplňte odbornou stať o data a výzkumy, které podpoří úvodní shrnutí.
- Na závěr nastiňte další otázky a odkazy k další literatuře, která se tématem zabývá více do hloubky.

### 3. Soustřed' se!

„Čtení online článků často probíhá v práci. Lidé obvykle nečtou text od začátku do konce, ale hledají v něm pouze konkrétní informaci. Očima skenují obrazovku a snaží se v textu rychle zorientovat.“

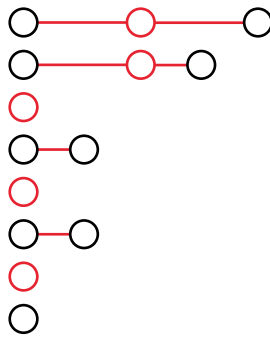


#### Skenovatelný obsah

„Při skenování obsahu uživatelé nejčastěji očima opisují tvar písmene F. Správné formátování a členění jim pomůže najít odpovědi rychleji.“

##### Použijte:

- Přehledný, jednoduchý text
- Popisné mezititulky
- Krátké odstavce
- Seznamy a odrážky
- Hypertextové odkazy (např. na weby oficiálních institucí, vlády, ministerstev)



#### Nadpisy a podnadpisy

„Pomáhají uživatelům skenovat text a vyhodnocovat, co je pro něj důležité.“

##### Pište je:

- Stručně
- K věci
- S pomocí klíčových slov
- Mohou rovnou obsahovat odpověď na hledaný výraz uživatele

#### Věty a odstavce

„Kratší, srozumitelné věty psané jednoduchým jazykem uživatelé v online prostředí snáze pochopí než dlouhá souvětí. Lépe se v textu orientovat a udržet pozornost také pomáhají kratší odstavce.“

##### Dodržujte:

- Maximální délku vět 20 až 25 slov
- Délku odstavce maximálně 150 slov
- Jeden odstavec = jedna myšlenka
- Délku článku max. 4 až 8 normostran (7 200 až 14 400 znaků s mezerami)

### 4. Prosím, neodcházej!

„Lidé v online prostředí potřebují rychle najít odpověď na svou otázku. Ujistěte se, že jazyk, kterým píšete, je čtivý a srozumitelný. Pokud se uživatel začne „utápět v textu“, obvykle odchází a hledá jinde.“



#### Tohle ano!



- Používejte přirozený, objektivní, nepolitický jazyk
- Mluvte přímo na uživatele a sami za sebe
- Mluvte hlasem cílové skupiny – jako by se bavili např. dva účetní mezi sebou
- Zaujměte a probuďte zvědavost
- Právní předpisy parafrázuje co nejjednodušeji
- Snažte se vžít do toho, koho popisované téma ovlivňuje a proč
- Popisujte dopady dané problematiky do praxe uživatele
- Pište konkrétně namísto abstraktních pojmů, i emotivně – ze života

#### Tohle ne!



- ~~Nepoužívejte podmiňovací způsob a trpný rod~~
- ~~Neopisujte definice pojmů z právních předpisů – pokud je definice relevantní, vysvětlete, co znamená~~
- ~~Vyhnete se závorkám (často se nečtou) a duplikování informací, které už v článku zazněly~~
- ~~Necitujte pasáže zákonů nebo jiných dokumentů, pokud to není nezbytně nutné~~
- ~~Vyhnete se používání poznámek pod čarou~~

### Chcete se dozvědět více?

Napište nám na e-mail:  
[zakaznicke@wolterskluwer.cz](mailto:zakaznicke@wolterskluwer.cz)

