

Wbrew regułom, czyli poradnik jak konstruować tekst na stronę internetową

Marcin Fiedziukiewicz

Zapewne wiele osób zastanawia się nad tym, jaki jest sekret zapewnienia serwisu internetowego treścią. Recepta wydaje się dość prosta – meritum to przejrzystość i uschematyzowanie. Jednak jest coś o czym nie można zapomnieć. Osoby, które wcześniej nie zajmowały się publikowaniem tekstów czy dokumentów poza siecią Internet, będą miały ułatwione zadanie. Ponieważ ucząc się nowej sztuki, nie będą musiały wyzbyć się przyzwyczajęń ze swojej dotychczasowej pracy.

Z kolei doświadczeni publicyści muszą pogodzić się z tym, że prosto i przejrzystość nie znaczy tak jak dawniej. Zapewnianie treścią witryn internetowych musi się odbywać wbrew regułom, a także zasadom, które dotychczas często uznawali za mocne strony swojej publicystyki.

Wiedza na temat naszego audytorium

Przede wszystkim nie można zapominać, że strona internetowa to przekaz, który musi odpowiadać na potrzeby konkretnych osób. To zbiór treści przygotowany w ten sposób, aby zaspokoić głód informacji potencjalnych użytkowników naszego serwisu.

Im więcej wiemy na temat ludzi odwiedzających naszą witrynę tym lepiej jesteśmy w stanie dopasować teksty do ich potrzeb. Możemy na przykład:

- Dobrać tematy, które okażą się faktycznie interesujące dla naszego audytorium.
- Uporządkować te tematy w sposób czytelny i łatwy do odnalezienia na stronie.
- Konstruować tekst w oparciu o język używany przez ludzi odwiedzających naszą witrynę, a nie język naszych ekspertów.
- Dobrać styl pisanych tekstów, tak by był łatwy w zrozumieniu dla użytkowników.
- Ustalić stopień zażyłości z odbiorcą. Internet dopuszcza komunikaty bardziej nieformalne niż pozostałe media, jednak musimy przemyśleć czy i w jakim stopniu możemy sobie pozwolić na budowanie zażyłości. Do tego niezbędna jest gruntowna wiedza na temat odwiedzających naszą witrynę osób.

Na co dzień, rozmawiając z napotkanymi osobami zwracamy uwagę jak druga strona reaguje na nasze wypowiedzi. Dobieramy wtedy słowa, ton i styl wypowiedzi aby pokazać jak bardzo cenimy naszego rozmówcę. Tworzymy przekaz, który ma budzić zaufanie. Strona internetowa powinna budować dokładnie identyczną zażyłość, tylko zadanie przed nami o wiele trudniejsze. Musimy bowiem niejako zgadywać co ludzie o nas myślą, jak powinniśmy się do nich odnosić i co chcieliby usłyszeć.

Skaner czy czytelnik

Tekst, który wyświetla się na ekranie monitora jest słabiej przyswajalny przez oko człowieka. Dlatego czyta się go około 25% wolniej w stosunku do treści przekazywanych na papierze. Dodatkowo, nadmierna ilość wyników wyszukiwania powoduje, że Internauci częściej trafiają pod niewłaściwy adres, a nie chcą czytać niczego, co nie jest związane z interesującym ich tematem. Stąd też porównanie

Internauty do skanera. Zanim bowiem zacznie on czytać nasz tekst, przejrzy go od góry do dołu. Będzie zwracał uwagę na te fragmenty, które są wytłuszczone, na nagłówki i początki kolejnych akapitów. To ma przekonać go do zagłębienia się w lekturę. Dlatego musimy tak przygotować tekst, aby przekonał on już przy pierwszym kontakcie użytkowników naszej strony do dalszego czytania i szukania innych treści w obrębie naszego serwisu. Poniżej kilka porad na ten temat.

1. Strukturalne konstruowanie tekstu

- Przygotowując teksty na potrzeby Internetu częściej zaczynamy się zastanawiać nad strukturą tego, co piszemy. Zadajemy sobie wtedy pytanie o to, jak będzie wyglądał szablon, który następnie będziemy wypełniać. Przykładowo redagując tekst o produktach naszej firmy przygotujmy sobie schemat opisu. Może on wyglądać tak:

| |
|---|
| Nazwa produktu Problem Rozwiązanie Funkcje produktu Korzyści Cennik |
|---|

- Następnie opisujemy wszystkie produkty niejako wypełniając przygotowany szablon. Bądź konsekwentny i postaraj się, aby struktura stron określonego typu nie podlegała zmianom. Gdy czytelnik dostanie zestaw informacji o produkcie będzie oczekiwał takiego samego zestawu na każdej stronie opisującej kolejne produkty.

2. Redukuj tekst, bo nikt go nie przeczyta

- Jeśli chcesz mieć pewność, że ktoś w Sieci przeczyta to, co napisałeś, pisz mniej! Skróćmy zatem nasz tekst o połowę zachowując tylko główny sens.
- Rzeczy ważne, lecz nie dotyczące głównego nurtu przenieśmy do materiałów dodatkowych. Lepiej, żeby nie znalazły się one w głównym tekście, gdyż jak już wiemy, zbyt długie wypowiedzi rzadko czytane są przez Internautów.
- Dbajmy o umieszczanie każdej nowej myśli w nowym akapicie, ale nie zapominajmy, że te nie powinny być zbyt długie. Jest to ważne w odniesieniu do powyższej uwagi o skanowaniu tekstu przez użytkownika przed jego przeczytaniem. Krótkie akapity pozwolą na szybkie ocenienie przydatności tekstu. Idealny akapit składa się z 2-3 zdań.

3. Tekst skanowalny

- Badania wykazują, że 79% Internautów najpierw przegląda stronę, a dopiero ewentualnie później ją czyta. Należy zatem tworzyć jasne nagłówki, informujące o czym jest następujący po nich tekst. Stosowanie nagłówek i śródtytułów, musi wejść nam w nawyk w czasie pisania tekstów na potrzebę Internetu.
- Kiedy zależy nam na podkreśleniu fragmentu tekstu, bądź słowa, używajmy wytłuszczenia. Jest to w Internecie sposób najlepszy. Zatem nie żadne wersaliki, kursywa czy tym bardziej podkreślenie (w Internecie podkreślenie zazwyczaj oznacza odnośnik). Jeśli wyróżnimy kolorem, niech to będzie zawsze ten sam kolor.

- Nie przesadzaj z ilością wyróżnień. Jedna lub dwie frazy na akapit wystarczą. Jeśli chcesz podkreślić wiele elementów, możesz ułożyć je w listę. Jednak pamiętajmy też o tym, że nie może być ona zbyt długa. Przyjmuje się, że nie powinna mieć więcej niż dziewięć elementów i nie więcej niż dwa poziomy zagłębienia. Jeśli mamy długą listę warto podzielić ją na kilka sekcji z której każda będzie opatrzona własnym nagłówkiem.
- O ile jest to możliwe pomagajmy odbiorcy wyobrazić sobie dane, poprzez stosowanie tabel, schematów i wykresów.

4. Akapity – krótkie i treściwe. Tekst – pisany od końca

- Pamiętajmy, że akapit to początek nowej myśli. Dlatego pisząc wciskaj Enter za każdym razem kiedy, zaczynamy nowy wątek. Niech każdy akapit będzie zorganizowany wokół innego problemu i niech odpowiada na kolejne pytania Internauty. Zaczynaj od rzeczy zrozumiałych dla czytelnika aby w dalszej części przejść do spraw nowych i bardziej złożonych.
- Cały czas pamiętajmy, że jest to tekst na potrzebę sieci. Dlatego aby użytkownik naszej witryny łatwiej i szybciej zrozumiał o czym jest tekst i chciał go przeczytać w całości, musimy najważniejsze wnioski i myśli przekazywać już na początku. Nie trzymajmy Internauty w niepewności. Użytkownicy są leniwi, oczekują prostej i szybkiej informacji.
- Postawmy treść na głowie. Rozpocznijmy, inaczej niż w tekście publikowanym na papierze, czyli od podsumowania lub konkluzji. Internauta powinien wiedzieć z wyprzedzeniem co takiego ciekawego jest dla niego wewnątrz tekstu. Musimy pamiętać, że mamy do czynienia z użytkownikiem, który wpierw skanuje treść a dopiero później staje się czytelnikiem.

Jak więc widzimy spełnianie oczekiwań użytkownika sieci nie jest łatwe. Jednak możliwe i co ważne sami jako użytkownicy Internetu możemy odpowiedzieć sobie na pytanie, czy to co tworzymy zainteresowałoby nas samych? Jeśli zaś mamy co do tego wątpliwości to zacznijmy od początku i jeszcze raz dokładnie przyjrzyjmy się zasadom opisanym w powyższym poradniku.

Marcin Fiedziukiewicz jest kierownikiem projektów w firmie OPCOM.pl.

www.opcom.pl