

## 1. Splošni napotki pri pisanju besedil

- Pišemo podobno, kot da bi se pogovarjali s prijateljem (ne preveč strokovno, a tudi ne preveč "slengovsko" oz. narečno. Ker gre za lokalni medij, lahko uporabimo tudi narečne besede, vendar v omejenem obsegu. Tekst si na koncu preberemo na glas.
- Naslovi morajo biti informativni – podatki morajo informacijo (ker bralec stran zgolj preleti in se ustavi samo pri slikah in naslovih/podnaslovih)
- Odstavki in stavki naj bodo kratki (odstavki: 5-6 vrstic, med njimi pa 1 prazna vrstica)
- Če se kaj našteva, so alineje/bulleti v redu (tako bralci dosti boljše absorbirajo in razumejo vsebino)
- Pri pisanju se oziroma tudi na podatke o tem, kaj ljudje dejansko berejo v Sloveniji (Google Insights/Vpogledi v iskanje za lokacijo Slovenija)

## 2. Nadnaslov

Veliko novic ima nadnaslov, ki naj nedvoumno opredeli predmet novice. (Primer: če pišemo o prireditvi ob kulturnem prazniku, bo nadnaslov »Kulturni praznik«; če pišemo o sodelovanju osnovne šole v mednarodni izmenjavi učencev, bo nadnaslov "Mednarodni projekt", itd.) V polju »Nadnaslov« je torej nek okvir v katerega umestimo novico, ki poleg naslova (ki pritegne) bralcu pove, o čem bo govora. Nadnaslov je viden le pri izvozu v tiskano glasilo. Količinsko je omejen na 55 znakov: ob presežku se tekst obarva rdeče.

## 3. Naslov

V polje »Naslov« vnesemo točen naslov, ki bo prikazan na spletni strani, če pa se urednik tako odloči, pa tudi v reviji. **Naslov je zelo pomemben**, ker je to bralčev prvi stik z novico – to je tisto, kar pritegne. Naslov mora biti populističen - malce mora pretiravati. Bralca mora pritegniti tako, da nadaljuje z branjem. Spet pa ne gre pretiravati v stilu portala 24ur!

Nadnaslov je viden tako na spletu, kot tudi v reviji.

## 4. Uvod

Polje »Uvod« lahko uporabimo kot povzetek, ki bo na spletu viden kot **poudarjen (bold)** tekst med naslovom in vsebino članka. To je v bistvu nekakšen povzetek članka, oziroma odstavka, ki bralca dodatno prepriča v branje (ni pa obvezen).

## 5. Vsebina

Besedilo naj bo levo poravnano, morebitni mednaslovi pa naj bodo označeni z »Slog« »h3« in »oblika« »Naslov 3«. To vpliva na optimizacijo članka (spletni iskalci ga lažje najdejo). Pomembna stvar je tudi poudarjanje ključnih besed (bold). Besede, za katere predvidevamo, da so pomembne, so torej boldane. Besede ne boldamo večkrat (torej ključna beseda »kulturni praznik«, ki se sicer v članku pojavi večkrat, naj bo boldana samo enkrat).

## 6. Priprava besedil za objavo

### -dolžina:

700 do 1500 znakov brez presledkov.

### -stil:

Pri stilu sporočila je najbolje, da je napisano v tretji osebi, torej: »Društvo X je organiziralo prireditev Y, namesto Pri pri društvu X smo organizirali prireditev Y«. Izogibati se moramo prepogostemu in preočitnemu neutemeljenemu hvaljenju. Vse nepotrebne presežnike je bolje odstraniti, saj je sporočilo tako tudi lažje berljivo in bolj verodostojno.

## 7. Optimizacijski (SEO) napotki – Napotki za optimizacijo vsebine

Poleg primerne stila, vsebine, slik, vnosa, povezav, itd. pa je zelo pomembno tudi, da so sporočila za javnost dobro optimizirane. To pomeni, da jih iskalci, kot so Google in Najdi.si lažje najdejo. Najbolj pomembno je, da si predstavljamo, kaj bodo uporabniki vpisali v iskalnik – in te besede moramo čim večkrat vključiti v takšni obliki v Nadnaslov, naslov, vsebino ter podpise slik.

### Nadnaslov

V nadnaslovu naj bo točen naziv izdelka / storitve, ki je hkrati tudi najbolj primerna ključna beseda.

### Naslov

V naslovu naj se pojavljajo ključne besede (o izdelku/storitvi, ki jo opisujemo) v imenovalniku ednine, oziroma v takšni obliki, kot bi jo nekdo vpisal v iskalnik.

### 3. Vsebina

V polju Vsebina (besedilo novice, prispevka) prav tako gledamo, da se te besede čim večkrat ponovijo – pretiravati pa ne smemo, saj potem sam tekst ni berljiv. Spretno moramo zapakirati zadevo! Ključno besedo, ki se prvič pojavi boldamo (okrepljeno), saj ji tako povečamo težo, vsako naslednjo ponovitev pa ne (ker iskalci niso neumni, pa še berljivo ni potem).

Za morebitne mednaslove v novici uporabljamo stile H2 ali H3, ki naj prav tako vsebujejo ključne besede.

## 4. Slike

Imena slik naj vsebujejo ključne besede, presledke pa nadomestimo z – ali \_ . Nepotrebne znake v imenu slike izpustimo.

### Primer:

dnevi-kulture-veseli-muzikanti.jpg

Tudi v polje podpis slike moramo vključimo ključne besede – tukaj pa zopet pazimo na berljivost.

## 7. Najpogostejši novinarski žanri na spletu

### Vest

- Dogodki, s katerih boste poročali v kratki in dolgi vesti, so na primer: odprtje fotografske razstave, tiskovna konferenca športnega društva ali seja šolskega sveta. **Kratka vest:** 5 vrstic, **dolga vest:** 10 vrstic. **Naslov:** kratek in informativen, brez komentiranja in brez pomožnega glagola biti (npr. Rudi Zavrl ponovno predsednik NZS)

### Poročilo (z dogodka)

- Sem lahko vključite tako poročilo s proslave kot tudi poročilo o tem, kako je bilo na nekajdnem taboru ali šolski ekskurziji, ter zraven dodate fotografije. Predmet poročila je dogajanje, osnovna značilnost poročila je, da zajema širše kot vest, a ne gre zelo v globino in v potankosti.
- V poročilu se je treba vprašati **Kje, Kdaj, Kdo, Kako** in **Zakaj**. Nizanje dejstev se poveže v celoto, kako se je vse skupaj dogajalo, saj tako pri bralcu ustvarja občutek povezanega, nepretrganega dogajanja. Pripoved teče linearno in je strukturirana relativno šablonizirano, npr. kdo je kaj rekel, o čem so govorili, kaj so poudarili v razpravi, kaj so se dogovorili.
- V poročilu lahko tudi citirate kakšnega pomembnega govornika in besedilo napišete v ležeči obliki. Priporočljivo je tudi, da je s kakšne prireditve več različnih govorcev (učiteljica, nastopajoči učenec, ravnateljica, starš) in njihovo mnenje o dogodku.

### Intervju

- Na intervju se je treba dobro pripraviti. Pred tem se je potrebno pozanimati o intervjuvancu in pridobiti čim več informacij o njem. Avtor pripravi večje število vprašanj, ki zadevajo obravnavano tematiko in sorodne tematike. Poznamo dve vrsti intervjuja, in sicer osebnostni (intervjuvanca sprašujemo o življenju, vtisih, ...) ali tematski (sprašujemo ga o njegovem poklicu oziroma področju, na katerem je dober, ne zanima nas kot osebnost, ampak so vprašanja osredotočena na njegovo delo). Avtor mora biti tudi pripravljen med intervjujem prilagoditi vprašanja, če zazna, da se zgodba nagiba v drugačno smer, kot je načrtoval.
- Poleg intervjuja seveda sodijo fotografije, posnetih v običajnem okolju intervjuvanca, oziroma v kakšnem drugem pomenljivem okolju (se pripravi ustrezno ozadje ... ipd).
- Za naslov lahko uporabite tudi intervjuvančev citat oziroma kakšno zanimivo izjavo, ki jo pove.

### Vabilo

- Vabilo je besedilo, v katerem sporočevalec vabi naslovnika, naj se udeleži kakšnega dogodka (prireditve, sestanka, občnega zbora, podelitve ...). Sporočevalec uporablja glagole v 1. os. ednine oziroma 1. os. množine, kadar vabi v imenu ustanove. **Naslov:** ime besedilne vrste (Vabilo na ...) **Jedro:** navedba, na kateri dogodek vabite, kraj in čas dogodka, program, vabilo na sestanke ipd. vsebuje tudi dnevni red. **Zaključek:** Vljudno vabljeni!