

TECHNICKÁ DOKUMENTARISTIKA

Copyright © 2025 Bc. Zuzana Lena Ansorgová. Všechna práva vyhrazena.

Žádná část této publikace nesmí být reprodukována, uložena ve vyhledávacím systému nebo přenášena v jakékoliv formě nebo jakýmkoliv prostředky, elektronickými, mechanickými, kopírováním, nahráváním nebo jinak, bez předchozího písemného souhlasu držitele autorských práv.

Kontakt na autorku

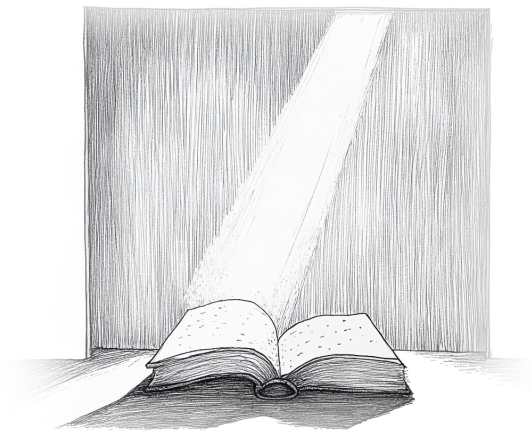
www.freesscribe.cz

OBSAH

1	Proč tato kniha vznikla	7
2	Technická komunikace	9
2.1	Jazyky, média, technologie	10
2.2	Specializace komunikátorů	10
2.3	Přesahy komunikátorů	11
2.4	Technický styl	12
3	Dokumentace	15
3.1	Přínosy dokumentace	16
3.1.1	Přínosy pro zákazníky	16
3.1.2	Přínosy pro organizaci	17
3.2	Typologie dokumentace	19
3.2.1	Procesní dokumentace	19
3.2.2	Produktová dokumentace	19
3.3	Cílové skupiny a účely	20
3.4	Odborní konzultanti	21
3.5	Struktura pro rychlé čtení	22
4	Aspekty software	23
4.1	Uživatelská zkušenost – UX	24
4.2	Uživatelská rozhraní – UI	25
4.3	Informační architektury pro UI	26
4.4	Mikropis	27
4.5	Jazykové varianty	28
5	Procesy dokumentování	29
5.1	Plánování	30
5.1.1	Faktory	30
5.1.2	Obsahová strategie a informační architektura	31

5.1.3	Způsob dodání a prezentování	31
5.2	Tvorba	32
5.2.1	Návrh	32
5.2.2	Koncipování	32
5.2.3	Redigování	33
5.2.4	Připomínkování	34
5.2.5	Testování	34
5.2.6	Publikování	34
5.2.7	Poměr činností	35
5.3	Udržování	35
5.4	Zlepšování	36
6	Kvalita dokumentace	39
6.1	Správnost	41
6.2	Srozumitelnost	42
6.3	Přehlednost	43
6.4	Dohledatelnost	43
7	Metodologie tvorby	45
7.1	Šablonování	46
7.2	Dokumentace jako kód	48
7.3	Publikování z jednoho zdroje	49
7.4	Modularizace	51
7.5	Příručka stylu	53
7.5.1	Veřejné příručky stylu pro angličtinu	55
7.5.2	Veřejné příručky stylu pro češtinu	55
7.5.3	Vlastní příručka stylu	55
7.6	Optimalizace pro SEO	56
7.7	Výběr nástrojů	58
8	Projektové řízení	61
8.1	Zúčastněné strany a týmy	62

8.2	Činnosti	62
8.3	Termíny	63
8.4	Naceňování a účtování práce	63
8.5	Rozpočet	64
8.6	Řízení verzí a edic	64
8.7	Řízení kvality	65
A	Přílohy	67
A.	Kompetenční model	68
B.	Organizace	70
C.	Elementární příručka stylu pro češtinu	71
B	Literatura	75
A.	Knižní publikace	75
B.	Online publikace	76



KAPITOLA 1

PROČ TATO KNIHA VZNIKLA

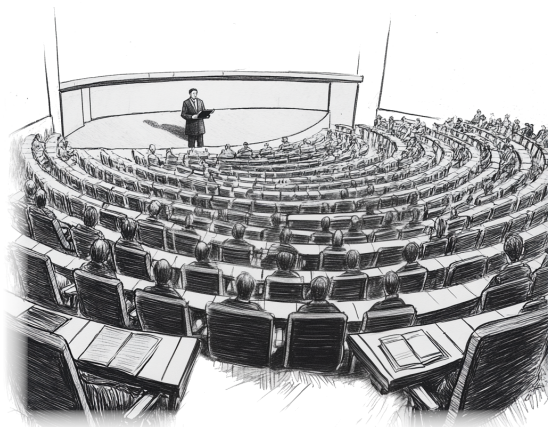
Technická dokumentace bývá v mnoha softwarových firmách přehlížená. Produktový management ji často zapomíná zahrnout do vývojového procesu. Přitom právě dokumentace může být klíčovým faktorem při rozhodování zákazníka, zda produkt vůbec vyzkouší, a může hrát zásadní roli při škálování firmy.

Když jsem tuto knihu začala psát, neexistoval v češtině žádný ucelený materiál, který by se tématu věnoval systematicky a srozumitelně. Cítila jsem, že je načase to změnit.

Tato kniha je určena produktovým a projektovým manažerům, produktovým vlastníkům, i začínajícím technickým dokumentaristům. Může sloužit jako úvod, orientační mapa i argumentační opora všude tam, kde se o dokumentaci rozhoduje.

Chci čtenářům předat nejen základy toho, jak technickou dokumentaci tvořit, ale především vědomí, že má ve vývoji své právoplatné místo. Ve světě, kde většina lidí v Česku ani netuší, že profese technického autora existuje, je nejvyšší čas to změnit.

Tato kniha není akademická. Je psaná pro lidi v praxi – stručně, věcně a s důrazem na použitelnost. Věřím, že každý projekt může těžit z kvalitní dokumentace. A doufám, že vám tato kniha pomůže ten váš posunout zase o kus dál.



KAPITOLA 2

TECHNICKÁ KOMUNIKACE

Technická komunikace se zaměřuje na přenos informací mezi lidmi v oblasti techniky a technologií. Je to proces, ve kterém se využívají různé formy komunikace, jako jsou prezentace, školení, diskuse, písemnosti a další.

Cílem technické komunikace je sdílet a vysvětlit technické informace, řešit problémy a koordinovat součinnost týmu.

2.1 Jazyky, média, technologie

Technická komunikace je mezioborová a komplexní expertní oblast, která zahrnuje a kombinuje znalosti z mnoha vědních oborů. Ty bychom mohli shrnout do tří oblastí:

- **jazyků** jako slovního způsobu komunikace a lingvistiky,
- **médií** ve smyslu technik předkládání informací ve vztahu k lidskému smyslovému vnímání, tedy text, statický obraz, zvuk, video či kombinované. Média zohledňují aspekty nad rámec slovní komunikace.
- **technologií** jakožto současně téma komunikace i její prostředek.

Dobrá komunikace je věda i umění. Ačkoli lze její jednotlivé složky uchopit vědecky, schopnost efektivně komunikovat lze zdokonalit především praxí a reflektováním zpětné vazby.

Ideálem komunikace je správné pochopení přijímající stranou (komunikantem) a o to se musí zasloužit hlavně strana, která informace sděluje (komunikátor).

2.2 Specializace komunikátorů

V oblasti technické komunikace se ve větších týmech mohou jeho členové specializovat na následující role:

- **Technický pisář/spisovatel/autor**

Vytváří technickou dokumentaci, jako jsou uživatelské příručky, manuály, a specifikace.

- **Technický redaktor**

Rediguje a upravuje technické texty, aby byly srozumitelné, konzistentní a přesné.

- **Technický překladatel**

Překládá technickou dokumentaci do různých jazyků, přičemž dbá na odbornou terminologii a přesnost.

- **Technický kreslíř/ilustrátor**

Vytváří technické ilustrace a diagramy, které doplňují a vysvětlují textovou část dokumentace.

- **Technický školitel**

Poskytuje školení a vzdělávání zaměřené na technické produkty nebo systémy. Vytváří školící materiály.

- **Informační architekt**

Organizuje a strukturuje informace, aby byly uživatelsky přívětivé a snadno přístupné.

- **Obsahový stratég**

Plánuje a řídí obsahovou strategii, aby byl obsah relevantní, konzistentní a efektivně doručený.

V menších firmách se obvykle zaměstnává jeden člověk mající všechny tyto role a říká se mu **technický dokumentarista**.

2.3 Přesahy komunikátorů

Technické komunikace se účastní i další role v rámci organizace a mohou k ní přispívat následujícími způsoby:

- **Produktový management**

Spolupracuje na tvorbě dokumentace, aby byla v souladu s požadavky trhu a potřebami zákazníků.

- **Produktový vývoj**

Poskytuje technické informace a specifikace pro vytváření přesné a aktuální dokumentace.

- **Softwarový vývoj**

Přispívá detailními technickými informacemi a aktualizacemi, které jsou klíčové pro správnost dokumentace.

- **Návrh UX**

Navrhuje uživatelské rozhraní a celkový uživatelský zážitek, aby byl intuitivní a efektivní.

- **Komunitní management**

Zajišťuje zpětnou vazbu od uživatelů, která může být použita k vylepšení a aktualizaci dokumentace.

- **Copywriting**

Technický copywriter může psát obsah pro technický marketing. Narozdíl od dokumentaristy však pracuje také s citovým zabarvením textu a píše za jiným účelem.

2.4 Technický styl

Psaní akademické a technické se významně liší v cílovém publiku i účelu.

Akademické psaní je zaměřeno na demonstraci znalostí autora čtenáři, který je často zkoušejícím nebo učitelem. V tomto případě autor, jako student, ukazuje, co se naučil.

Naproti tomu **profesionální a technické psaní** se zaměřuje na prezentaci problémů a nabídku jejich řešení čtenáři, který je uživatelem informací. Autor v tomto případě funguje jako učitel, který poskytuje praktické a užitečné informace.

Profesionální psaní bývá charakterizováno jako čestné, přesné, správné a kompletní. **Technické psaní** musí být navíc také stručné, věcné, strukturované a konzistentní.

Používá se prozaická forma jazyka s běžnou gramatickou strukturou a přirozeným tokem řeči, která je jednoduchá a nemá rytmickou strukturu, na rozdíl od poezie.

Účelem technického psaní je předložit fakta – vysvětlit, popsat, definovat, navést, provést nebo informovat. Tón a hlas dokumentace tudíž bývá obvykle strohý bez citového zabarvení a názoru.

Při psaní technické dokumentace je důležité dbát na volbu slov, aby byla jednoznačná a co nejkonkrétnější. Je vhodné se vyhnout používání synonym, která mohou zmást čtenáře a způsobit pochybnost o tom, zda dva různé pojmy označují tutéž věc či nikoliv. Při definování pojmů je nejvhodnější mapování pojem:význam v poměru 1:1.

Doporučuji použít **příručku stylu** pro udržení konzistence v terminologii, volbě slov, větné stavbě, formátování a celkové formě komunikovaného materiálu, obzvláště v *týmech s více autory*. Konzistence napomůže čtenáři se lépe zorientovat v psaném materiálu, porozumět vztahům mezi jeho částmi a využít poskytované informace.

Viz také *Příručka stylu* (str. 53).



KAPITOLA 3

DOKUMENTACE

Dokumentace je druh technické komunikace, který slouží jako zdroj strukturovaných informací pro různé zájmové strany.

Zahrnuje veškeré záznamy, informace a materiály, které slouží k zachycení, uchování a sdílení informací o produktu, projektu nebo procesech. Může se jednat o textové dokumenty, grafické výkresy, návody, manuály, specifikace, tabulky nebo jiné formy zaznamenávání informací. Dokumentace má obvykle textovou formu.

Na technickou dokumentaci bývají kladeny požadavky, aby byla organizována a strukturována v souladu s technickými standardy nebo normami, což závisí na požadavcích a potřebách konkrétního projektu.

Školící materiály, vč. tutoriálů, nejsou dokumentace.

3.1 Přínosy dokumentace

Proč je kvalitní dokumentace důležitá?

Především umožňuje a usnadňuje osvojení produktu nebo pracovního postupu.

Zanedbání tvorby dokumentace nebo její kvality může mít dopady jak na efektivitu fungování organizace, tak na důvěryhodnost produktu.

Podívejme se tedy na přínosy dokumentace detailněji.

3.1.1 Přínosy pro zákazníky

V kontextu zákaznické zkušenosti lze na přínosy dokumentace pohlížet dvěma způsoby:

- **Nový zákazník** hledá vhodný produkt, například softwarový nástroj.

Provede rešerši dostupných produktů potřebného typu, zhodnotí každý z nich a nakonec si nějaký vybere.

Pokud během zhodnocení má možnost nahlédnout do dokumentace produktu, zvyšuje se tím důvěryhodnost tohoto produktu. Zákazník vidí, že má podporu při osvojování produktu, a tudíž se ho snadno, rychle a efektivně může naučit používat.

Pokud však dokumentace produktu je například nestrukturovaná, nesrozumitelná, příliš zdlouhavá, nebo úplně chybí, proces osvojení by se tím naopak zpomaloval.

Vybírá-li zákazník mezi dvěma velmi podobnými produkty, je pravděpodobné, že zvolí ten, který mu umožňuje se ho rychleji naučit používat. To znamená, že jako firma mám konkurenční výhodu.

- **Stávající zákazník** již produkt má a potřebuje vyřešit problém, na který při užívání produktu narazil.

Nemusí ztrácet čas čtením zdlouhavé a nestrukturované dokumentace. Nemusí kvůli maličkosti kontaktovat uživatelskou podporu. Nepřechází kvůli těmto ztrátám času na konkurenční produkt. To znamená, že jako firma neztrácím zákazníky.

Celkově řečeno, dokumentace je důležitou součástí produktu, která přispívá k jeho důvěryhodnosti, efektivnímu osvojení, používání a údržbě.

Kvalitní a uživatelsky orientovaná dokumentace může významně zvýšit hodnotu a konkurenceschopnost produktu na trhu.

3.1.2 Přínosy pro organizaci

V kontextu organizace je dokumentace základním prvkem pro její efektivní fungování:

- **Menší náklady na uživatelskou podporu**

Dobrá produktová dokumentace ušetří práci pracovníkům podpory, protože si zákazníci více vystačí se samoobsluhou.

- **Přenos znalostí**

Interní dokumentace zajišťuje kontinuitu práce v případě personálních změn. Když zaměstnanec opustí organizaci nebo se přesune na jiné oddělení, interní dokumentace poskytuje cenné informace a vedení pro nového zaměstnance. Tím se minimalizuje ztráta know-how a umožňuje plynulý přechod a pokračování pracovních procesů.

- **Produktivita**

Díky interní dokumentaci se zvyšuje efektivita a produktivita práce. Zaměstnanci mají přístup k informacím, které potřebují, a nemusí se opakovaně ptát kolegů nebo hledat informace na různých místech. To šetří čas a umožňuje se plně soustředit na své úkoly.

- **Standardizace a kvalita**

Interní dokumentace pomáhá organizaci dosáhnout standardizace a zachování kvality v rámci procesů a výstupů. Obsahuje specifikace, standardy, postupy a směrnice, které slouží jako referenční bod pro zaměstnance. To zajišťuje jednotnost a konzistenci v práci a minimalizuje riziko chyb.

- **Audit a řízení rizik**

Interní dokumentace hraje klíčovou roli při auditu a řízení rizik. Poskytuje důkazy o tom, že organizace dodržuje předepsané postupy a směrnice. Díky dokumentaci lze snadno identifikovat a řídit rizika spojená s procesy, systémy a projekty.

- **Jednotná komunikace firmy**

Různá oddělení ve větších organizacích mají rozdílné specializace a tudíž i zájmy. Jednotný terminologický slovník přemostí komunikaci mezi odděleními a umožní například, aby se každý vyjadřoval o produktu konzistentně vůči zákazníkům.

Důkladně zpracovaná a aktualizovaná interní dokumentace přináší organizaci mnoho výhod a zajišťuje její stabilitu a úspěch.

3.2 Typologie dokumentace

Rozlišujeme dva základní typy dokumentace: procesní a produktová.

3.2.1 Procesní dokumentace

Procesní dokumentace se týká firemních procesů a pracovních postupů. Říká **Jak vyrábíme produkty**. Může zahrnovat procesní a projektové řízení.

Obvykle slouží k zajištění kvality při výrobě. Toho se dosahuje vymezením rolí a jejich odpovědností a pravomocemi v procesech nebo projektu.

Obsahuje také zvyklosti pro pracovní činnosti, které slouží pro dosažení konzistence, např. konvence psaní zdrojového kódu. Mezi zvyklosti patří i *Grafický manuál* pro způsob použití firemního designu nebo *Příručka stylu* pro tvorbu dokumentace. Více najdete v části *Příručka stylu* (str. 53).

3.2.2 Produktová dokumentace

Produktová dokumentace se již týká konkrétního produktu. Říká **Co vyrábíme a Jak se s tím zachází**.

- *Výrobní dokumentace produktu* slouží k zadání výroby budoucího produktu a upřesnění všech požadovaných charakteristik výsledného produktu. Patří sem požadavky, specifikace a technické návrhy.
- *Uživatelská dokumentace produktu* slouží k adopci existujícího produktu koncovým uživatelem. Patří sem návody, příručky a bezpečnostní pokyny k užívání produktu.

Uživatelská dokumentace je nedílnou součástí produktu.

3.3 Cílové skupiny a účely

Cílová skupina představuje typovou charakteristiku zamýšleného čtenáře, podobně jako persona v marketingu.

U každého typu čtenáře lze obvykle předpokládat nějakou úroveň znalosti nebo neznalosti určité oblasti. Podle toho pak lze rozhodovat o tom, zda uvést či vynechat konkrétní informaci nebo v jaké míře a úrovni detailu se obsahově pohybovat.

Účel dokumentu říká, proč by měl tomuto dokumentu někdo věnovat pozornost a čeho by tím chtěl dosáhnout.

Každý dokument musí mít jednoznačný funkční účel, aby se zamezilo nadbytečnému dokumentování. Pokud ho nemá, jedná se pravděpodobně o zbytečný dokument. Pokud účel není jasný, dokument byl pravděpodobně nesprávně navržen.

Tabulka 1: Typické cílové skupiny a účely

Koncový uživatel bez hlubších technických znalostí	Použití koncového produktu
Systémový administrátor technický uživatel	Správa koncového produktu
Vývojář technický uživatel	Vývoj koncového produktu
Nákupčí	Obchodní nabídky a výběrová řízení
Prodejce, Marketér	Marketing a prodej produktu
Zaměstnanec	Interní podpora procesů a projektů organizace