

Co je duplicitní obsah

Poslední aktualizace 15 září, 2025

Duplicitní obsah (*duplicate content*) je obsah, který se ve stejném nebo velmi podobném znění vyskytuje na více než jedné [URL adrese](#) – ať už na jednom webu, nebo na různých webech. Pro vyhledávače to může znamenat problém, protože nevědí, kterou verzi mají upřednostnit v [indexaci](#) a výsledcích vyhledávání.

Duplicitní obsah nemusí být vždy záměrný – často vzniká technicky (např. kvůli parametrům v URL nebo verzím stránek). Pokud je ale používán cíleně k manipulaci výsledků (např. kopírováním textů z jiných webů), může vést k [penalizaci](#).

Typy duplicitního obsahu

Duplicitní obsah se objevuje v různých podobách, mezi nejčastější typy patří:

- **Interní duplicity** – stejný obsah se nachází na více URL v rámci jednoho webu (např. `/produkt?barva=modra` a `/produkt?barva=cervena`).
- **Externí duplicity** – stejný text se objevuje na různých webech (např. e-shopy, které kopírují popisy produktů od výrobce).
- **Částečné duplicity** – části textu se opakují napříč více stránkami (např. dlouhé úvodní odstavce nebo stejné meta popisy).
- **Technické duplicity** – různé verze stránek: [HTTP](#) vs. [HTTPS](#), s `www` vs. bez `www`, tiskové verze stránek apod.

Proč je duplicitní obsah problém

Vyhledávače chtějí uživatelům nabízet **unikátní a hodnotné výsledky**. Duplicitní obsah jim ale práci komplikuje, protože musí rozhodnout, kterou z podobných stránek zařadit do indexu.

Možné důsledky duplicit:

- snížení viditelnosti webu v [SERPu](#)
- [kanibalizace klíčových slov](#)
- plýtvání [crawl budgetem](#)
- v krajním případě penalizace

Jak duplicitní obsah řešit

Ne všechny duplicity jsou škodlivé – některé jsou pro web přirozené. Důležité je nastavit správně technická pravidla, aby vyhledávače chápaly, která stránka je ta hlavní.

1. Používejte [kanonické URL](#) pro označení preferované verze stránky.
2. Nasazujte [přesměrování 301](#) tam, kde jsou duplicity zbytečné.
3. Dbejte na unikátní [meta tagy](#) (title, description) pro každou stránku.
4. Kontrolujte duplicity v nástrojích jako [Screaming Frog](#), [Ahrefs](#) nebo [SEMrush](#).
5. Vyhněte se kopírování textů z jiných webů – vytvářejte vlastní obsah.
6. Pokud publikujete obsah z jiných zdrojů (např. tiskové zprávy), používejte [tag rel="canonical"](#) nebo [noindex](#), abyste předešli duplicitám.