

Nápověda k administraci Severu

Při psaní textů je třeba dodržovat řadu pravidel, přičemž některá jsou takřka univerzální a jiná jsou specifická pro to které médium. V tomto autorském manuálu shrnujeme – pro přehlednost i pro to, abychom nemuseli řadu věcí stále dokola opakovat – některá základní pravidla univerzální a především pravidla související s redakčními postupy. Přečtěte si tedy tento manuál a dodržujte pravidla, která stanovuje – přinejmenším proto, že ulehčíte práci editorům (mezi něž ostatně sami můžete patřit).

- **Dbejte na to, aby vámi odevzdaný text měl vše, co mít má** (tedy titulek a perex, případně další informace, jako v případě rozhovorů či recenzí) a „odpovídal zadání“ (tedy aby měl patřičný rozsah i odpovídající strukturu atd.) – většinu toho, co v tomto ohledu potřebujete vědět, naleznete v oddílu *Struktura a rozsah textů*.
- **Pečlivě formátujte napsané texty podle pravidel uvedených v oddílu *Formátování textu*** – administrace Severu využívá vlastních formátovacích značek a částečně pravidel HTML. Pokud se s podobným způsobem formátování setkáváte vůbec poprvé, neděste se – je to jednodušší, než se zdá. A vzhledem k tomu, že se budeme řídit pravidlem o neplavcích a skoku do bazénu, naučíte se jej chápat a používat velmi rychle. (Detailní znalost formátování bude nicméně nutná pouze u redakčních technologií, pochopitelně.)

Struktura a rozsah textů

Titulek a perex

Každý text obsahuje *titulek* a *perex* (krátké uvedení článku, zobrazující se na vstupní straně Severu a v archivu pod titulkem; rozsah max. cca 200 znaků)

- uvědomte si, že prodávají vaši práci (jsou tím, podle čeho se čtenář rozhoduje, zda si článek vůbec otevře)
- současně váš text nějakým způsobem stylově a žánrově charakterizují (bulvárně laděné „narativní“ či jinak přiosřené titulky a perexy se jen málo hodí k argumentativnímu eseji – už jen proto, že působí jen velmi málo důvěryhodně...)

Struktura

Při psaní jakéhokoli textu nezapomínejte, že **každý text byste měli záměrně obdařit jistou strukturou** – jen začátečníci, géniové a naprostí idioti píšou zcela intuitivně a bez reflexe toho, že jakýkoli text má přinejmenším úvod, tělo a závěr.

Struktura jednotlivých žánrů (nepočítáme-li rozhovor, který je zcela specifický) pochopitelně není většinou nijak rigidně ustálená – jistá pravidla a jisté modely struktury lze nicméně vysledovat. Pokud nepatříte mezi suverénně vypsané autory (což je ostatně málokdo), nestyďte se využít některý z nabízených návrhů (některé jsou naznačené jsou níže, u základních severských publ. žánrů; k dalším se snad dopracujeme v praxi).

Vcelku praktické je rovněž uvědomit si, v případě argumentativního psaní (a názorová publicistika – tedy prakticky vše krom rozhovoru, reportáže a některých literárnějších fejetonů a glos – je vlastně vždy argumentativní) je struktura textu pevně spjatá právě s argumentací a její přehledností, s předkládáním názorů a protinázorů (tezí a antitezí).

A v neposlední řadě mějte na paměti to, že **jedním z dobrých nástrojů strukturace textu je odstavec**, který text nejenže rytmizuje, ale především logicky člení.

Styl

Stejně tak mějte na paměti, že ke každému žánru a každému ladění (od seriózního po pastišovitě rozhopsané) přísluší jistý jazykový styl – a každý jazykový styl vyžaduje určitou dávku autorské zkušenosti. Zvolit dobrý (záměru i zvyku odpovídající) styl je vedle volby vhodné struktury klíčem k dobře napsanému textu.

K tomu doplňme, že vizitkou dobrého profesionála je (v každém oboru) především určitá dávka sebekritičnosti a odhadu hranic vlastních schopností – chcete-li tedy blbnout, blbněte, ale vězte, že cennější (pro čtenáře, který vidí víc, než bychom si někdy přáli, ale nakonec i pro vás) jsou uměřené, ale řemeslně zvládnuté texty, spíše než nezvládnuté, ale „originální“ či „vtipné“ splodiny.

Obrázky

Obrázek oživuje text – a i když se ne vždy hodí jej zařadit (např. k úvodníku či některým fejetonům atd.), ve většině případů je text s obrázkem čtenářsky přijatelnější (někdy je dokonce „nelogické“ obrázky zcela vynechat – u rozhovorů, recenzí filmů a divadelních her apod.).

Hleďte tedy ke svým textům obrázky – a to nejlépe nikoli jeden, ale rovnou povícero (je férové dát editorům možnost výběru).

Jaký formát by obrázky měly mít?

- JPG nebo GIF
- rozlišení 72 dpi (tedy bodů na palec)
- vhodně zvolené jméno (takové, aby editoři a technici věděli, oč jde)
- vhodnou velikost (s velkými obrázky si poradí malé dítě, ale s prřavými shluky pixelů se štěstí nenadělá)

Odkazy

Sever je internetové médium – a proto **linkujte, co linkovat lze** (tzn. vkládejte odkazy na to, nač odkazy vkládat lze – na zdroje, z nichž vycházíte, na instituce, o nichž píšete, na osobní stránky lidí, kterými se zabýváte atd.).

Linkování je

- je férové vůči zdrojům, ze kterých vycházíte a které vytěžujete; při nelinkování se snadno můžete dostat do podezření z „informační krádeže“, což je nepěkné;
- je férové vůči čtenářům – a navíc dává textům textuálně „prostorovou“ dimenzi;
- je vedle přímého zapojení čtenářů do tvorby média jednou z jedinečných charakteristik internetového média.

Za odevzdávané texty navíc, prosím, připojujte seznam všech odkazů, které jste do článku vložili.

Články

Shrňme klíčové charakteristiky některých typů článků:

- **Úvodník** – cca 1500–3500 znaků, fejeton/sloupek s případným informačním přesahem
- **Komentář**
 - Politický
 - Společenský
 - ...apod.
- **Recenze** – rozsah 2500–4500 znaků
 - **Ke struktuře:** Struktura recenze je vždy spojená s tím, co je má recenze sdělit; recenze by měla
 - (pragmaticky) vtáhnout do textu
 - informovat o autorovi/autorech díla
 - informovat o žánru a obsahu díla
 - identifikovat čtenáře/diváka/posluchače/konzumenta
 - zhodnotit, nakolik dílo naplňuje standardy (dané žánrem i zvoleným publikem), příp. nakolik je překonává
 - zasadit do širšího, obecnějšího kontextu
 - sdělit cosi o osobním postoji a vkusu autora recenze
 - **Divadelní recenze** – v závěru obsahuje tyto informace: | *Režie: xxx; scénář: xxx; hrají: xxx, xxx, xxx, ...; Divadlo XXX, datum* |
 - **Filmová r.** – v závěru obsahuje tyto informace: | *Režie: xxx; scénář: xxx; hrají: xxx, xxx, xxx, ...; země rok, stopáž* |
 - **Knížní r.** – v závěru obsahuje tyto informace: | *Autor(ka): Název knihy, město: vydavatelství, rok* |

Další informace budou postupně doplňovány – bude-li potřeba či bude-li zájem...

Mgr. Jakub Macek, vyučující
jmacek@fss.muni.cz

Formátování textu

1. Odstavec je souvislý text, ukončený jednou prázdnou řádkou.
2. Pokud je první znak "#", odstavec se umístí do rámečku.
3. Pokud obklopíte nějaký text složenými závkami, předradí se před něj "http://" a vygeneruje se internetový odkaz. Tj. zápis "{www.sever.cz}" vygeneruje "http://www.sever.cz"
Pokud do závorek napíšete znak "#", pak slovo "clanek", dvojtečku a pak číslo článku, vygeneruje se odkaz na daný článek a do textu se umístí datum a název článku. Tj. zápis "{#clanek:20}" vygeneruje "25.2.1998: Kontakt: kniha a film".
4. Další formátování se provádí pomocí tzv. prefixů odstavce. Následuje seznam prefixů.
5. \$image left|right img.gif
prefix "image" vloží do textu obrázek a zarovná ho na horní okraj následujícího odstavce buď doleva nebo doprava, podle toho, jestli je uvedeno "left" nebo "right" - pokud není uvedeno nic, předpokládá se automaticky "left".
Pokud za obrázkem následuje prázdná řádka, obrázek se umístí doprostřed ve zvláštním odstavci - bez ohledu na parametr "left" nebo "right".
6. \$style xxxxx;
prefix aplikuje na text odstavce tzv. kaskádní styly.

7. \$format BTICnX

do prefixu "format" se může uvést libovolná kombinace písmen "B" (jako bold - tučně), "I" (jako italic - kurzívou), "T" (jako type-writer - psací stroj) nebo "C" (jako centered - tj. vystředit). Následující odstavec je pak zformátován podle uvedeného nastavení.

"n" znamená číslo a s jeho pomocí se dá nastavit velikost písma odstavce - povolené

hodnoty jsou 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, přičemž 1 je nejmenší, 3 standardní a 7 největší písmo (pro srovnání: odstavec typu H1 vyrobíte nyní formátem B6).

Formátovací vlastnost "X" má speciální chování: vloží na konec odstavce nikoliv značku </p>, ale
, takže následující odstavec bude "přilepený". Kromě toho se vynechá velké první písmeno.

8. \$color xxxxxx

prefix "color" změní barvu následujícího odstavce. Povoleny jsou názvy barev (**black**, **maroon**, **green**, **olive**, **navy**, **purple**, **teal**, **gray**, **silver**, **red**, **lime**, **yellow**, **blue**, **fuchsia**, **aqua** - white prosím nepoužívejte) nebo znak "#" a šestimístný RGB kód. (Zajímavé budou asi především kódy barev Severu. Ty jsou #c0c0ff a #e0e0ff.) Jinak hlavně pamatujte, že papouškovi hodně barev sluší, ale novinám ne. Takže: s rozvahou!

9. \$image-title LA-xxxxxx Několik slov textu...

prefix "image-title" rozšiřuje možnosti formátování obrázků o popisky a barevné rámování. První slovo slouží k informaci o formátování, další slova se automaticky použijí jako slova titulky. Struktura a význam formátovacího parametru je následující: před pomlčkou může být A (pak se titulka dá do vlastnosti "alt" tagu "img") nebo L (pak se titulka objeví pod obrázkem přímo v textu. Pozor - v tomto případě se na uvedený text aplikují formátovací prefixy "style", "format" a "color"!). Může se samozřejmě použít oboje - jak ve tvaru LA, tak ve tvaru AL. Za pomlčkou se uvádí barva, kterou se obrázek orámovat (barva se uvádí stejně jako v prefixu "color"). Pokud se ve formátovacím parametru pomlčka neobjeví, zůstane rámování průhledné. Naopak: pokud formátovací parametr bude "-navy", obrázek se orámuje tmavě modrou a nevygeneruje se ani titulka, ani alt.

10. \$include typ code

prefix "include" slouží ke vkládání starších "severských" dat do článku. Jediný zatím podporovaný typ je "clanek" a jako code se očekává číslo článku v databázi.

11. \$amazon typ code

prefix "amazon" vloží do textu článku nakupovací odkaz na Amazon. Musíte uvést jedním slovem typ artiklu (kniha, cédé, dvd apod. - má význam jen kvůli zobrazení na Severu) a pak ASIN kód, který si musíte zjistit přímo na Amazonu...

Formátování odkazů

Kromě normálních odkazů - tzn. že v řádce uvedete celý text odkazu pěkně od http až po konečný slash - existuje ještě interní formátování odkazů pro různé potřeby. Seznam následuje:

1. #clanek:cislo - vloží odkaz na jiný článek na Severu
2. #tyden:cislo - vloží odkaz na položku Týdne v hrsti (pozn. - to je zatím současně hudba minulosti a budoucnosti současně, tato rubrika fungovala, ale zatím nefunguje)
3. #imdb:imdb-kód - vloží odkaz na film do Internet Movie Database

Pokud máte zájem o nějaké další odkazovací zkratky, ozvěte se...

Mgr. Tomáš Burger, webmaster

tomas@burger.cz

ICQ: 3908757