

# Abychom si rozuměli

Technické obory mají svůj specifický styl vyjadřování, svůj charakteristický jazyk. Spisovatelé krásné literatury si mohou dovolit působit na čtenáře květnatými líčeními či opakujícími se pasážemi. Mohou se dokonce při vyprávění příběhů vracet do minulosti a umně před čtenářem skrývat pointu příběhu tak, aby vyšla najevo až v závěru díla. Lze podobné postupy využívat i v odborných technických textech? Nebo je příhodnější vést čtenáře přímočaře k jádru problému? Jaké vyjadřovací prostředky volit v odborném textu, ať již jde o článek v odborném tisku, příspěvek do sborníku odborné konference či technickou dokumentaci k výrobkům? To jsou otázky pro účastníky, kteří přijali pozvání k této diskusi.

## Jaký styl volíte při psaní odborných článků?

*Marek Voltner (Z Studio):*

Při psaní odborného textu rozlišuji, pro jaké čtenáře je určen a jaký je účel textu. Má-li článek informovat o přednostech či vlastnostech určité součástky nebo o jejím principu, raději volím „čtivě technický“. Jestliže ale píšu text, který má napomáhat k určité činnosti s produktem, zcela jistě využívám jednoduché a stručné věty v činném rodu a s akčními slovesy.



**Marek Voltner, vedoucí oddělení tvorby návodů Z Studio, spol. s r. o.**

„Některé anglicismy pomáhají češtině překonat nedostatek výstižného ekvivalentu, ale v mnoha případech je časté užívání anglicismů spíše módní záležitostí, kdy chce autor ukázat, že je „cool“ a „in“.“

*Jaromír Studený (Siemens):*

Čtenář by měl být po přečtení textu schopen odpovědět na tři základní otázky: Co?, Jak?, Proč?. Tedy jaký produkt nebo řešení článek popisuje, jak to funguje a proč by jej měl chtít (jaké výhody přinese jeho podnikání). Jestliže po přečtení textu neumí odpovědět na některou z těchto otázek, není text dokonalý.

*Petr Bartošik (Automa):*

Existuje množství publikací, které (lépe nebo hůře) seznamují čtenáře s tím, jak psát odborný text. Podle mého názoru je důleži-

té mít vždy na zřeteli, pro koho je text určen: text pro úzce zaměřenou vědeckou komunitu bude vypadat jinak než pro odborníky z praxe a jinak než popularizační odborný text určený např. mládeži. Rozhodně ale nemohu říci, že by některý z těchto stylů byl pro autory snazší než jiný, každý má svoje specifické požadavky.

## Jste spíše příznivcem textu, který vede přímo k jádru problému, nebo k odborným textům přistupujete jinak?

*Marek Voltner (Z Studio):*

Záleží na okolnostech. U odborných textů se snažím čtenáře co nejrychleji navést k podstatě myšlenky, snažím se volit množství informací tak, aby čtenáře neunavovaly zbytečnými podrobnostmi, a přitom jej uvedly do problematiky. Slangově lze tento postup nazvat „nehodit kolem horké kaše“.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Odborný článek stejně jako neoborný by se podle mě měl skládat z tří učebnicových částí: úvod, stať a závěr. Vůbec nejlepší způsob je tzv. spirálovitá struktura popisu, kdy se nejdříve téma popíše například pomocí velkých blokových částí, které se v dalším „závitu“ spirály popisují do větších detailů. V závěru by mělo následovat shrnutí celého článku, výsledky, uplatnění popisované věci a vize do budoucnosti.

*Jaromír Studený (Siemens):*

Důležitým atributem odborného textu jsou přehledně strukturované informace – na začátku článku bychom měli krátce popsat širší souvislosti popisovaného tématu, jeho prostřední část by měla vést „přímo k jádru problému“ a na závěr by mělo přijít stručné shrnutí obsahující odpovědi na výše zmíněné otázky Co?, Jak?, Proč?. Tento postup však samozřejmě není dogma a odlišná koncepce textu, z níž je cítit jasný záměr autora, může být přinejmenším příjemným zpestřením striktně technických článků.

*Petr Bartošik (Automa):*

Především nejsem příznivcem textů, které přímo ani nepřímo nevedou vůbec nikam.

## S jakými prohrěšky proti dobrému stylu článků se setkáváte jako čtenář odborného tisku?

*Marek Voltner (Z Studio):*

Převažujícím problémem jsou nevysvětlené neobvyklé technické výrazy, některé anglicismy nebo zkratky.

*Luděk Barták (Panasonic Electric Works):*

Problémem je neexistující metodika označování odborných textů. Teprve až po přečte-

ní několika odstavců zjišťuji, že text je příliš odborný anebo naopak velmi plytký. V neposlední řadě se může jednat o neoznačený PR článek, což přináší jiný úhel pohledu. Technická sdělení zde budou pravděpodobně jednostranná, a jestliže se článek na první pohled „tváří“ nestranně, čehož samozřejmě docílit lze, může tato placená inzerce nasekat paseku v hlavách mnoha techniků i širší odborné veřejnosti.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Základními problémy bývají nevysvětlené zkratky, příliš velké myšlenkové skoky a nebo naopak rozvrklý text se spoustou nepodstatných informací.



**David Slepíčka, Product Manager, Endress+Hauser Czech s. r. o.**

„Při psaní odborného článku je nejlepší použít tzv. spirálovitou strukturu popisu, kdy se nejdříve téma popíše například pomocí velkých blokových částí, které se v dalším „závitu“ spirály popisují do větších detailů.“

*Jaromír Studený (Siemens):*

Za největší prohrěšek v odborných článcích považuji nevyrovnanost mezi jeho formální a odbornou částí. Jsou-li texty, jež napsal špičkový odborník, nepřehledné, stylisticky nedokonalé a nesrozumitelné, čtenáři je číst nebudou. Stejně tak přelstují či překliknou článek, který je napsán brilantním jazykem, ale je obsahově prázdný. V praxi se nejlépe osvědčuje model napsání článku odborníkem-technikem, který následně projde jazykovou a stylistickou úpravou ze strany technicky poučeného odborníka-korektora. Při tomto stylu práce je však naprosto nezbytná poměrně úzká a konstruktivní spolupráce obou zmíněných stran.

## Technik se nejlépe vyjádří obrázkem. Jakou roli v textech přikládáte schémátům či tabulkám a s jakými problémy se setkáváte při jejich vytváření?

*Marek Voltner (Z Studio):*

Obrázek okamžitě upoutá pozornost – ovšem za předpokladu, že je přehledný a jednoduchý. Spleť čar, kót a množství nevysvětlených symbolů jsou spolehlivým odpuzovačem čtenářů. Stejně tak působí i přerámečovaná tabulka s jednotnou tloušťkou čar a velikostí písma. Při vytváření ob-

rázků se držím pořekadla „v jednoduchosti je síla“, a kde to jde, tam i pravidla „jedna ilustrace-jedna informace“. Jestliže obrázek vyžaduje doprovodný text, musí být umístěn co nejbližší k obrázku, ke kterému se vztahuje.

Největším problémem při vytváření obrázků je asi jednoduché vystihnouti myšlenky. Ne vždy se ilustrace povede napoprvé, a tak je třeba obrnit se trpělivostí, než naleznete tu správnou podobu.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Zejména obrázky mají zásadní roli. Jsou totiž tím prvním, co čtenář z článku vnímá. Velmi dobrý článek je sestaven tak, že již z obrázků se čtenář dozví jádro problematiky a stěžejní body článku. Více než tabulky jsou většinou vhodné grafy, pro které platí podobné zásady jako u obrázků. Problémy obrázků a tabulek bývají stejné jako u vlastního textu – přílišná strohost, nevýstižnost, nebo příliš mnoho informací. Navíc se u obrázků často vyskytují příliš malá písma, málo kontrastní barevné motivy a užitečná informace na příliš malé ploše (zejména u grafů).

*Jaromír Studený (Siemens):*

Schémata, tabulky a obrázky jsou nejméně důležité a jejich úlohu bych rozdělil do dvou rovin – emoční a informační. I striktně technický článek lze oživit a atraktivnět hezky nafoceným produktem, konec konců právě v době informačního přetlaku zprostředkovává první kontakt s potenciálním čtenářem právě grafické provedení textu. Mezi nejčastější nedostatky patří nedostatečná kvalita fotografií v prozvozech, nepřehledná



**Jaromír Studený, Communication manager, Siemens s. r. o.**

„V některých textech je užívání anglických termínů přehnané. Naproti tomu křečovitá snaha o počešťování zavedených a všem srozumitelných anglicismů působí občas až komicky. Myslím, že bychom měli některé cizí termíny přijmout „bez boje“ a nevymýšlet nové „čistonosopleny“ a „klapkobřinkostroje.“

a příliš složitá schémata převzatá bez úpravy z technické dokumentace a nákresy, u nichž se autor neobtěžoval přeložit popisky z cizího jazyka do češtiny.

**Setkáváte se s terminologickými nejasnostmi? Vnímáte rozdíly např. mezi výrazy snímač, čidlo, senzor, převodník?**

*Marek Voltner (Z Studio):*

Než s nejasnostmi se spíše setkávám s nedodržením jednou nastoleného názvu. Pokud určitou součástku nazvu „snímač“, musím ji tak nazývat v celém textu a nemám čtenáře třemi dalšími výrazy pro jeden a ten-

## Port USB nebo USB port – otázka pro Ústav pro jazyk český

Návod na to, jak pracovat s výrazy uvedenými v nadpisu, lze najít v Internetové jazykové příručce Ústavu pro jazyk český. Odborná pojmenování typu *C-vitamin*, *Rh-faktor*, *pH-metr*, *UV-filtr*, *alfa-zářění*, *SWOT-analýza*, *PC-karta*, *USB-disk*, *IP-adresa*, *FTP-server*, *HTML-kód* apod. doporučuji Pravidla českého pravopisu psát se spojovníkem. Praxe však ukazuje, že se od psaní spojovníku upouští (*Rh faktor*, *DNA kyselina*, *HTML kód*). V opačném pořadí slov se spojovník nepoužívá (*faktor Rh*, *kyselina DNA*, *kód HTML*). Skutečnost, že se názvy vyskytují ve třech různých podobách, je způsobena tím, že struktura těchto výrazů není po gramatické stránce dostatečně jednoznačná. Specifikující výrazy typu *C*, *Rh*, *pH*, *UV*, *DNA* apod. totiž dovolují, aby byly mluvnicky chápány buď jako neshodné přívlasky substantivní (*faktor Rh*), nebo jako první, určující složka složeného slova (*Rh-faktor*), anebo jako přívlasky adjektivní (*Rh faktor*). Za spisovně nezbytvá než pokládat všechny tři uvedené způsoby (z nichž žádný není vlastně zcela nový), přestože tato nejednotnost není z hlediska praxe příliš vhodná.

Obdobným způsobem lze zapsat i spojení *CD-disk / CD disk / disk CD*, *SMS-zpráva / SMS zpráva / zpráva SMS*, *LCD-displej / LCD displej / displej LCD*. Ze slovtvorného hlediska jde v těchto případech o redundantní spojení (*CD* – compact disc, *SMS* – short message service; krátká textová zpráva, *LCD* – liquid crystal display), nicméně českým mluvčím, kteří angličtinu neovládají (a někdy i těm, kteří ji ovládají), je často původní motivace těchto pojmenování neznámá. Velkou roli hraje navíc i ustálenost těchto spojení, konvence. (mk)

týž předmět. Volba správného termínu záleží na konkrétním účelu a funkci součástky.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Terminologie by se měla dodržovat v ustálené podobě, přestože to někdy znamená použití anglikanismů. Drobné terminologické prohřešky mohou navozovat dojem neodbornosti autora, ale když jsou na začátku ujasněny a v článku nejsou měněny, není to velký nedostatek.

*Jaromír Studený (Siemens):*

Ano, nejdůležitější je, aby bylo používání odborných termínů konzistentní, tedy aby se v jednom textu (ideálně ve všech člancích z jedné firmy) používal pro jeden typ přístroje ustálený termín.

**Jak se díváte na slangové výrazy používané v našem oboru, např. „polní instrumentace“?**

*Marek Voltner (Z Studio):*

Je zcela pochopitelné, že každý obor má své „slangosloví“ a znalci se v něm orientují, ale v odborných textech se snažím slangovým výrazům vyhýbat. Význam slova či funkce má být pro všechny jednoznačný, a jestliže to opravdu jinak nejde, snažím se jej nějak opsat a do závorky uvést, že dále se bude nazývat třeba zrovna „polní instrumentace“.

*Jaromír Studený (Siemens):*

Se slangovými výrazy by autoři odborných textů měli pracovat velmi opatrně. To, že je známi oni, případně kolegové z firmy, ještě neznamená, že se v nich orientují i čtenáři. A jestliže autor chce či potřebuje v textu slangový výraz použít, i v tomto případě by nemělo chybět vysvětlení v závorce.

*Petr Bartošík (Automa):*

Jazyk je nástroj komunikace, a proč tedy nepoužít tam, kde je to účelné a vede to k lep-

ší srozumitelnosti, slangový výraz? Hranice mezi technickým slangem a spisovným profesionálním jazykem je neostrá a v čase proměnná; slang je podhoubím, z něž se spisovný technický jazyk vyvíjí. Já osobně ale



**Petr Bartošík, šéfredaktor časopisu Automa**

„Jazyk je nástroj komunikace, a proč tedy nepoužít tam, kde je to účelné a vede to k lepší srozumitelnosti, slangový výraz? Hranice mezi technickým slangem a spisovným profesionálním jazykem je neostrá a v čase proměnná; slang je podhoubím, z něž se spisovný technický jazyk vyvíjí.“

od slangu odlišuji žargon – zatímco slang je byt nespisovný, ale přece jen nástroj komunikace v určité profesní skupině, cílem žargonu je dát sdělení punc určité výjimečnosti (právnícký žargon, marketingový žargon atd.).

**Nevádí vám v odborných textech příliš mnoho anglicismů?**

*Jaromír Studený (Siemens):*

Pokud pro anglický výraz existuje srozumitelný český ekvivalent, měli bychom se v česky psaných textech snažit o jeho používání. V některých textech je užívání anglických termínů přehnané a je z nich cítit autora snaha ohromit svou vysokou odborností. Naproti tomu křečovitá snaha o počešťování zavedených a všem srozumitelných anglicismů působí občas až komicky. Myslím, že bychom měli některé cizí termíny přijmout „bez boje“ a nevymýšlet nové „čistonosopleny“ a „klapkobřinkostroje“. Vývoj jazyka a asimilace termínů z jazyků jiných je zcela přirozený proces. Kdo se dnes při čtení technic-

kého textu pozastaví nad termíny „on-line“ či „upload“? I zde podle mého názoru platí, že by měl člověk používat jazykový cit a zdravý selský rozum.

*Marek Voltner (Z Studio):*

Uznávám, že některé anglicismy pomáhají češtině překonat nedostatek výstižného ekvivalentu (například software, hardware, upgrade a podobně), ale v mnoha případech je časté užívání anglicismů spíše módní záležitostí (user-friendly, meeting, team building, fieldbus apod.), kdy chce autor ukázat, že je „cool“ a „in“. Anglicismy by se měly omezit obzvláště v návodech k výrobkům. Jestliže je jejich použití nevyhnutelné, nemělo by k němu chybět dostatečně české vysvětlení.

*Jan Vaculík (BHV senzory):*

I já si myslím, že je nutné rozlišovat anglicismy užitečné od nadbytečných, ale ta hranice je nejednoznačná a zkušenost svědčí o tom, že se posouvá. Ač zprvu s odporem, jsou nová slova postupem času přijata i puri-



**Jan Vaculík, ředitel firmy BHV senzory s. r. o.**

*„Je třeba rozlišovat anglicismy užitečné od nadbytečných, ale ta hranice je nejednoznačná a zkušenost nasvědčuje tomu, že se posouvá. Ač zprvu s odporem, jsou nová slova postupem času přijata i puritány.“*

tány. Vzpomínám na odpor proti termínu donut, který jeho průkopníci obhajovali: „Vždyt přece kobliha s dírkou v češtině opravdu nemá žádný jiný název!“ Určitě nás bude mnoho lidí přesvědčovat, že k *user-friendly* anebo *team bulding* nelze nalézt plně ekvivalentní český výraz. A nakonec nás přesvědčí. Používání daného výrazu především prozradí cosi o člověku, který je používá. Čeština (naštěstí) nikdy plně nepřijala slovo chozrasčot, přesto může nastat situace, že žádné jiné tak výstižné nebude.

*Roman Cagaš (Moravské přístroje):*

Je zajímavé, že čeština v oboru informačních technologií a průmyslové automatizace je plná terminologických nejasností. Přitom terminologie v anglických textech je ustálená a zcela zřejmá. Problémy často plynou především z „národně obrozené“ snahy vymýšlet pro celosvětově zavedené pojmy nová, „lepší“ slova. Jazyk ale není cílem, je pouhým nástrojem a prostředkem dorozumění. Jazyk musí být živý, tak jako v minulosti všechny jazyky přijímaly pojmy z řečtiny, poté z latiny, dnes je nutné přijímat slova z angličtiny. Jinak si v informačních technologiích nedokážeme rozumět.

*Petr Bartošík (Automa):*

V češtině to vůbec není s anglicismy tak zlé. Před časem jsem byl v Německu na přednášce z oboru průmyslových informačních systémů, kde jeden z posluchačů po pár minutách požádal přednášejícího, aby si tedy konečně vybral a přednášel buď německy, nebo anglicky. Speciálně němčina, odborná i hovorová, přebírá mnohem více anglicismů než čeština.

Stojí-li otázka, zda mi anglicismy vadí, musím odpovědět podobně jako u slangu: jde-li o účelný nástroj komunikace, nevidím v přebírání anglických termínů problém. Vadí mi jejich zneužívání ve snaze vytvořit jakýsi tajemný a nesrozumitelný žargon.

**S jakými jinými problémy se v odborných textech setkáváte?**

*Marek Voltner (Z Studio):*

Autoři odborných textů velmi často chybují v tom, že předpokládají, že čtenář je znalec a v oboru se orientuje minimálně stejně dobře jako oni. A tak v článku trouse jeden termín za druhým, uvádějí zkratky, ale nikdy je nevysvětlují. Průměrně technicky orientovaný čtenář se v textu brzy začne ztrácet, až ztratí zájem.

*Roman Cagaš (Moravské přístroje):*

Nemohu se zde nezmínit o zvláštním jazykové fenoménu prosazovaném redakcí magazínu Automa. Tím je přehazování slovosledu u všeobecně přijatých termínů obsahujících zkratky, a takových je v informačních technologiích skutečně velmi mnoho. Můžeme pak číst např. server OPC, server



**Roman Cagaš, ředitel společnosti Moravské přístroje**

*„Čeština v oboru informačních technologií a průmyslové automatizace je plná terminologických nejasností. Přitom terminologie v anglických textech je ustálená a zcela zřejmá. Problémy často plynou především z „národně obrozené“ snahy vymýšlet pro celosvětově zavedené pojmy nová, „lepší“ slova.“*

HTTP, kamera TV, senzor CCD, ovladač WDM atd. atp. Není lepší zůstat u zažitých a jasných pojmů OPC server, http server, TV kamera, CCD senzor? Přehození slovosled je často matoucí a navozující mylné souvislosti. Například zkratka WDM u ovladače popisuje jeho druh, jeho API, zde se nejedná o ovladač nějakého zařízení, jež by neslo označení WDM. Přehazování slovosledu nejen že není přínosem, ale je velmi matoucí a v řadě případů vede ke změně významu. A to je v technické literatuře vždy považováno.

*Jan Vaculík (BHV senzory):*

Ano, OPC server, anebo také USB port – zvykli jsme si na to a rozumíme tomu tak lépe než výrazu port USB, což by bylo gramaticky správné. Tady půjde asi o to, zda tomu tak rozumíme skutečně lépe (tedy stal se z toho už obecně přijatý terminus technicus), anebo zda jde o snahu působit správně světácky – tím, že budu do češtiny zavádět vazby z angličtiny. Určitým vodítkem by mohlo být, když si zkusíme z onoho nesprávně umístěného neshodného přívlastku udělat shodný. Například: „Kontaktujte svého nejbližšího volvového dealera!“ A protože USBový port je nesmysl, neboť zkratky se neskloňují ani nepřijímají přípony, tak proč ne USB port?

*Milena Kočišová (jazyková korektorka):*

Problém, zda psát například port USB nebo USB port, je v češtině velmi živý. Z výňatku z příručky Ústavu pro jazyk český (viz vlože-



**Milena Kočišová, jazyková korektorka časopisu Automa**

*„Problém, zda psát například port USB, nebo USB port, je v češtině velmi živý. Jednoznačné řešení se dosud neustálilo žádné, a proto odborníci na český jazyk doporučují zvolit si jednu z podob, a té se v textu důsledně držet.“*

ný rámeček) je zřejmé, že se dosud neustálilo žádné jednoznačné řešení. Odborníci na český jazyk doporučují zvolit si jednu z podob, a té se v textu důsledně držet. A protože již dříve, v začátcích časopisu Automa, jsme vybrali jednu z nich, tj. přívlastek neshodný, v této praxi kontinuálně pokračujeme. Nejednotnost není žádoucí. Ovšem lze o tomto problému stále diskutovat a nakonec se třeba přiklonit k jiné podobě psaní. Ale je třeba mít na paměti, že některé výrazy v opačném pořadí nebudou po chuti jinému autorovi či čtenáři.

**Jak mají podle vašeho názoru vypadat články propagující v odborných časopisech výrobky firem? Mají uvádět pouze přednosti výrobků a silné stránky jejich výrobce, nebo mají obsahovat odborný výklad principů a funkcí a možností použití výrobku?**

*Marek Voltner (Z Studio):*

Tak trochu směs všeho. Propagující firma by měla na prvním místě vysvětlit, proč výrobek vznikl, proč je tím nevhodnějším, a porovnat jeho výhody s konkurencí. Stručný popis principu či funkce nejsou na škodu. Jediné, co bych osobně v časopisech zcela vypustil nebo omezil, je popis silných stránek výrobce – to by mělo být předmětem spíše marketingových materiálů na firemních webových stránkách.

*Roman Cagaš (Moravské přístroje):*

I tyto články mohou mít vysokou hodnotu. Píší je zástupci firem aktivních v daném oboru. Tito lidé toho obvykle vědí o technologiích, které sami vyvíjejí, opravdu hodně. Text ale musí přinášet zajímavé a nové informace, popisovat nové technologie a principy. Je dobré se z článku dozvědět i obecně platné informace. Články s pouhým popisem produktu na úrovni prospektu jsou k ničemu. Stejně tak články, které se každý rok, obvykle před veletrhem, s malými změnami opakují a sdělují např. jen to, že určitá firma má novou verzi svého programu, odrazují čtenáře již po několika větách. Tyto plytké reklamní texty jen dokumentují nepřítomnost zajímavých technologií v prezentovaném produktu a jejich čtení je ztráta času.

*Luděk Barták (Panasonic Electric Works):*

PR články jsou placené marketingové nástroje plně hrazené konkrétní firmou. Stejně jako inzercie mohou tedy PR články, jsou-li



**Luděk Barták, manažer marketingu, Panasonic Electric Works Czech s. r. o.**

„Problémem je neexistující metodika označování odborných textů. Neoznačený PR článek bude pravděpodobně

obsahovat jednostranná stanoviska. Jestliže se na první pohled „tváří“ nestranně, může tato placená inzercie nasekat paseku v hlavách mnoha techniků i širší odborné veřejnosti.“

srozumitelně odlišeny od článků redakčních, neomezeně propagovat libovolný atribut produktu (funkčnost, tvar, barevnost, použitelnost) či výrobek nebo službu jako celek, pokud budou dodržena obecně platná pravidla inzercie.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Přednosti výrobků i principy by se v propagaci měly objevovat. Pro technicky orientovaného čtenáře bude zajímavý výklad principu

a navíc článek nevyzní pouze jako sebechvála. Velmi oceňuji, je-li přednost výrobku v článku demonstrována technickými výhodami nebo zlepšením technologického postupu. Propagace je tak i věrohodnější. Fungující aplikace výrobků je také důkazem o použitelnosti a v těžkých podmínkách i spolehlivosti výrobku.

*Jaromír Studený (Siemens):*

Propagační články by měly být vyvážené ve smyslu marketingově-technickém. Pokud jsou vlastnosti výrobku jedinečné ve srovnání s konkurenčními produkty, mělo by to v článku zaznít. Koneckonců tyto články mají podpořit prodej výrobků. Za poměrně velký prohrěšek však považuji tzv. hurá-styl některých článků. Je velmi zajímavé sledovat odlišnou citlivost na přehnané sebechvalné texty v různých zemích – text přijatelný pro čtenáře v anglosaských zemích přijímá tuzemský čtenář často s nevolí (o důvodech by bylo možné napsat rozsáhlou socio-psychologickou studii). Nedílnou součástí článků propagujících výrobky v oblasti B2B (*business to business* – zde jsem výstižný český ekvivalent hledal marně) by měl být také zasvěcený odborný výklad o principech jejich fungování a možnostech použití. Ideálním doplněním článků, které pomáhají uvést produkt na trh, jsou texty, které posléze na praktických příkladech ukazují teoreticky popisované vlastnosti, tedy referenční články. Na nich ale musí spolupracovat více stran – minimálně odborník-technik, odborník-korektor a zástupce zákaznické firmy. Zřejmě proto jsou mezi čtenáři tolik ceněné.

#### Vnímáte rozdíl v tom, jak se vyjadřovat v tištěných médiích a na internetu?

*Marék Voltner (Z Studio):*

Neměl by být rozdíl. Proč volit odlišný styl vyjadřování pro čtenáře časopisu a pro internetovou komunitu? Odborný text je prostě odborný text, ať už je prezentován v tištěném časopise, na internetu nebo na přednáškách.

*Roman Cagaš (Moravské přístroje):*

Ani já tam nevidím rozdíl.

*Luděk Barták (Panasonic Electric Works):*

Internet „snese“ leccos. Uvolněnost jazyka na internetu je dána jednak obecnou anonymitou účastníků a jednak mnohaletou absencí možnosti používat českou diakritiku. Tyto obecně zakořeněné prokřížené návyky přerůstající v jakýsi internetový slang prosakují, bohužel, i do odborného textu. Podle mého názoru je třeba vnímat internet jako jedno z mnoha srovnatelných médií, které lze využívat pro šíření myšlenek a názorů. Vzhledem k tomu, a právě proto by měly být druh jazyka a vyjadřování ve všech médiích obdobné.

*David Slepíčka (Endress+Hauser):*

Větší rozdíl zde není, na internetu by se jen měly využívat i hypertextové odkazy. Možná, že na čtení z obrazovky je čtenář ochoten vydat méně času než v případě tištěného materiálu.

*Jaromír Studený (Siemens):*

I já se domnívám, že princip psaní článků pro tištěná média a internet je stejný. Výhodou elektronických médií je, že autory tolik nelimitují délkou textu a množstvím obrázků. Tato přednost se ale může snadno změnit v nevýhodu, protože příliš dlouhé texty, vydvíhující i ty nejmenší detaily a nepodstatné vlastnosti produktu, mohou hlavní sdělení článku oslabit. Tištěná média mají naproti tomu výhodu ve větší přehlednosti na papíře zalomeného textu. Tento pohled je však větší ovlivněn věkem čtenářů, ti mladší dávají stále častěji přednost médiím elektronickým.

*Petr Bartošík (Automa):*

Specialitou webových magazínů jsou stručné aktuální zprávy. Ty mají svůj specifický, zkratkovitý styl. Rozhodne-li se ale někdo na webu publikovat například rozsáhlejší analýzu nebo komentář, je styl stejný jako u tištěného média. Podle mých zkušeností si čtenáři takový článek zpravidla stejně vytisknou, chtějí-li si jej přečíst opravdu celý. Já si navíc v časopise zvýrazňuji důležité texty, píšu si na okraj poznámky – prostě si článek, který mě zaujme, „personalizuji“ – a to na webu zatím nedokážu.

*diskusi vedla Eva Vaculíková*

## ► Systém pro lokalizaci majetku a osob

Společnost Barco oznámila dokončení první etapy vývoje systému RTLS (*Real-Time Locating System*) s obchodním názvem Westico Visibility System. Tento systém, využívající aktivní transpondéry RFID a síť WiFi, je určen k lokalizaci majetku, zboží, zařízení či osob v reálném čase.

Systémy RTLS nacházejí uplatnění všude tam, kde je užitečná aktuální přesná zna-

lost polohy sledovaného objektu: ve zdravotnictví ke sledování polohy mobilních zařízení či ke zvýšení bezpečnosti pacientů; v logistice ke sledování zboží, zásilek, kontejnerů a monitorování přepravních podmínek; v automobilovém průmyslu ke sledování aut ve výrobě i distribuci či v maloobchodě ke sledování nákupních vozíků a analýze chování zákazníků. Systém podporuje rovněž efektivní sběr dat ze senzorů, kterými jsou transpondéry vybaveny.

Odborné veřejnosti byl systém prezentován na konferenci RFID Journal Live! Europe

2009, která se konala 19. až 21. října 2009 ve Frankfurtu nad Mohanem (SRN). Systém je nyní ve fázi testů, komerčně dostupný bude do konce roku.

Na dalším rozvoji tohoto produktu budou pracovat odborníci ve společnosti Westico Technologies, a. s., která byla založena se záměrem úzké technické i obchodní specializace na tento systém.

Projekt vývoje systému RTLS byl finančně podporován z prostředků státního rozpočtu prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. (ed)