

Univerzita Pardubice
Fakulta Filozofická

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

Jan Boček – H07199

Univerzita Pardubice
Fakulta Filozofická

Organizace knižního nakladatelství
Jan Boček – H07199

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan BOČEK**
Osobní číslo: **H07199**
Studijní program: **B6703 Sociologie**
Studijní obor: **Sociální antropologie**
Název tématu: **Výzkum organizace knižních nakladatelství**
Zadávací katedra: **Katedra sociálních věd**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

- 1) A) Seznámení s tématem B) nakladatelství - stručná problematika (statistika NKČR) ISBN
- 2) a) význam nakladatelství neperiodického tisku, historické shrnutí písmo, tisk nakladatelství b) Terénní výzkum c) Analýza výsledků výzkumu d) Současné poznatky-srovnání výsledků vztahy mezi autorem a nakladatelem, úloha nakladatele v lokálním nakladatelství neperiodického tisku, oslovení určitých skupin čtenářů 3) závěr

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**PISTORIUS V., Jak se dělá kniha, Praha-Litomyšl 2003 KNEIDL P.,
Z historie evropské knihy po stopách knih, knihtisku a knihoven, Praha
1989 FAJKUS, B., Současná filozofie a metodologie vědy , Praha 1997
HENDL, J., Úvod do kvalitativního výzkumu , Praha 1999**

Vedoucí bakalářské práce:

doc. MgA. Tomáš Petrůň, Ph.D.
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce:

30. dubna 2009

Termín odevzdání bakalářské práce:

31. března 2010



prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.

děkan

L.S.



Mgr. Petr Pabian, Th.D.

vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2009

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Katedra sociálních věd
Akademický rok : 2009/2010

BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení : Jan Boček
Osobní číslo : H07199
Studijní program : B6703 Sociologie
Studijní obor : Sociální antropologie

Název tématu : ORGANIZACE KNIŽNÍHO NAKLADATELSTVÍ

Datum změny zadání bakalářské práce : 16.3.2010
Skutečný termín odevzdání bakalářské práce : 30.6.2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jsem pouze podklady uvedené v příloženém seznamu.

Nemam závažný důvod proti užití tohoto školního díla ve smyslu §60 zákona č.121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).

V Pardubicích dne 30.června 2010.


.....
Jan Boček

Použitá literatura a informační zdroje :

(*1)František Horák – Česká kniha v minulosti a její výzdoba (František Novák, Praha, 1948)

(*2)Mirjam Bohatcová a kolektiv - Česká kniha v proměnách staletí (Panorama, 1990)

(*3)Vladimír Pistorius – Jak se dělá kniha (Paseka Litomyšl – Praha, 2005)

(*4)Jan Hendl – Kvalitativní výzkum (Portál s.r.o., 2008)

(*5)<http://cs.wikipedia.org/wiki/Nakladatelství>

(*6)<http://www.mkcr.cz/literatura-a-knihovny/granty-a-programy/default.htm>

(*7)<http://www.mkcr.cz/cz/literatura-a-knihovny/granty-a-programy/vydavani-neperiodickych-publikaci--vyhlaseni-dotacniho-rizeni-na-rok-2010-5439/>

(*8)<http://www.caat.cz/vyzkumy-a-analyzy/metodologie>

Název

Výzkum organizace knižních nakladatelství

Souhrn

Kniha je stále základním prostředkem vzdělanosti a nejběžnějším prostředkem zábavy. V knihách máme uchovány zkušenosti předků nebo nastíněny fantastické představy o naší budoucnosti. Na vzniku knihy se podílí celá řada profesí, z kterých si v této práci podrobně všímáme vydavatele. Jaké má pro tuto činnost podmínky, co jej ovlivňuje a jak vidí svoji budoucnost. Práce si speciálně všímá malých nakladatelství nízkonákladových knih nebo knih pro úzký okruh čtenářů. Průzkumem u tří vydavatelů takovýchto knih se bakalářská práce snaží zjistit, co vydavatele vede k jejich vydávání, jaké překážky musí překonávat a jaké mají pocity z výsledku své práce.

Klíčová slova

Dílo, kniha, autor, vydavatel, prodejce, čtenář, náklady, cena, sponzoři, dotace, granty, marketing, distribuce knih, tradiční zdroj informací

Title

The research of organisation book publishers

Abstract

The book is still an essential means of education and the most common means of entertainment. The books have kept the experience of ancestors or the ambient fantastic ideas about our future. On a book involving a wide range of professions from which they detail in this work We observe publisher. What are the conditions for this activity, what it affects and how they see their future. Work he notes, specially low-cost small publisher of books or books for a narrow circle of readers. Exploration of the three publishers of such books, the work is trying to determine what publishers leads to the issue, what obstacles must be overcome and what are their feelings from their work.

Keywords

Work, book, author, publisher, seller, reader, cost, price, sponsors, subsidies, grants, marketing, distribution of books, the traditional source of information

Na tomto místě bych rád poděkoval Mg.A. Tomáši Petráňovi, Ph.D. za vedení mé bakalářské práce a nakladatelům panu Františkovi Šalému, panu Miloši Palatkoví a Karlu Hrubému za vstřícnost a otevřenost při formulaci odpovědí na otázky v rámci mého terénního průzkumu týkajícího se nakladatelské činnosti.

OBSAH

1. Úvod	9
2. Metodologická část	
2.1 Metodologie	9
2.2 Výběr respondentů	13
2.3 Výzkumné otázky	14
2.4 Teoretická část	
2.5 Historie písma a knihy	15
2.6 Postavení knihy v současné době	19
2.7 Základní terminologie týkající se knih	22
2.8 Týmová spolupráce při přípravě, výrobě a distribuci knihy	24
2.9 Hledisko rentability nakladatelské činnosti	25
2.10 Knihy a právní řád	25
2.10 Výzkumná část	
2.11 Průzkum v nakladatelství Miloš Palatka - ALMI Blansko	27
2.12 Průzkum v nakladatelství František Šalé – ALBERT Boskovice	38
2.13 Průzkum v nakladatelství ARA Brno	50
2.14 Anketní průzkum na téma : Já a kniha	51
3. Závěr	53
3.1 Okolnosti ovlivňující ediční plány nakladatelství	54
3.2 Společenská potřeba vydávání nízkonákladových knih	54
3.3 Závislost nakladatelství na dotacích a darech	54
3.4 Distribuce a prodej knih	55
3.5 Budoucnost malých a nízkonákladových nakladatelství	55

1. Úvod

Kniha je v naší společnosti stále základním prostředkem vzdělanosti a nejběžnějším prostředkem zábavy. V knihách máme uchovány zkušenosti předků nebo nastíněny fantastické představy o naší budoucnosti. Na vzniku knihy se podílí celá řada profesí, z kterých si v této práci podrobně všímám vydavatele. Jaké má pro tuto činnost podmínky, co jej ovlivňuje a jakou vidí svoji budoucnost. Práce především pojednává o malých nakladatelstvích nízkonákladových knih nebo knih pro úzký okruh čtenářů. Průzkumem u tří vydavatelů takovýchto knih se bakalářská práce snaží zjistit, co vydavatele vede k jejich vydávání, jaké překážky musí překonávat a jaké mají pocity z výsledku své práce.

Výsledný produkt činnosti vydavatele je kniha, což je sešitý nebo slepený svazek listů nebo skládaný arch papíru, kartonu, pergamenu nebo jiného materiálu, popsáný, potištěný nebo prázdný s vazbou a opatřený přebalem. Kniha je též literární práce nebo hlavní oddíl této práce. Kniha publikovaná v elektronické formě se nazývá elektronická kniha nebo e-book, která zvláště v poslední době má snahu nahradit knihu tištěnou. Knihovnictví a informační věda definuje knihu jako monografii pro její rozlišení od periodických publikací jako jsou časopisy nebo noviny. Osoba se zaujetím pro knihy je označována jako bibliofil nebo knihomil.

Česká republika a čeština neznámá pro knižní vydavatelství velký trh, pro který by se daly knihy běžně vydávat ve stotisícových nákladech. Přesto ale na našem území působí řada vydavatelství neperiodického tisku, které můžeme rozdělit do tří skupin. Velká nadnárodní vydavatelství se silným zázemím mateřské firmy. Takovým vydavatelstvím je například společnost Reader's Digest Association, která je mezinárodní korporace s rozmanitým spektrem aktivit v nakladatelské, vydavatelské a direkt-marketingové oblasti s pobočkami v 45 zemích světa. Druhou skupinou jsou velká nakladatelství mnohdy navazující na mnohaletou tradici, které vydávají i několik stovek knižních titulů ročně a svými edičními řadami pokrývají celou oblast knižního trhu. Poslední skupinou, kterou se bude hlavně týkat tato bakalářská práce, jsou malá vydavatelství, mnohdy regionálního významu, která vydávají ročně několik titulů v nízkých nákladech pro limitovaný okruh čtenářů.

Tato skupina vydavatelů je pro kulturu a literární obec nesmírně důležitá, protože je schopná za omezené finanční prostředky vydat díla, která by jinak zůstala v zapomnění nebo by o určité problematice nemohl zájemci vůbec možnost studovat nebo číst. Bakalářská práce má odpovědět na otázku, co tyto nakladatele vede k tomu, aby překonávali všechny těžkosti a překážky, aby nakonec vzniklo dílo mnohdy vysoké hodnoty, ale bez masové odezvy od čtenářů a odpovídajícího zisku.

2. Metodologická část

2.1 Metodologie

2.1.1 Teoretická část

V rámci výzkumných projektů, které realizujeme, využíváme mj. následujících metod sběru dat a jejich analýzy:

Analýza sociálních sítí (*8)

Analýza sociálních sítí (social network analysis) je metoda/přístup, jejímž předmětem zájmu je rozbor sociálních vazeb jedinců. Množina těchto vazeb tvoří sociální síť, v rámci které jsou aktéři pojímáni jako uzly (nodes) a vazby, které je spojují jako hrany (vertex). Prostřednictvím matematického vyjádření vlastností vazeb je možné sociální síť analyticky uchopit coby graf a podrobit jí analýze. Za tři hlavní proměnné popisující vlastnosti sítě lze považovat jejich reciprocitu, intenzitu a stálost, které je nutné doplnit o síťové atributy velikosti, hustoty, centralizace, konektivity, zakotvenosti a dostupnosti. K analýze sociálních sítí se využívají specializované počítačové programy.

CAQDAS

Computer assisted qualitative data analysis (CAQDAS). Tímto termínem je nazývána analýza kvalitativních dat, při které dochází k využití některého ze specializovaných počítačových programů. Mezi nejrozšířenější programy v současné době patří ATLAS.ti a NVivo, které umožňují efektivnější a rychlejší práci s větším množstvím dat (datovým souborem) v digitální podobě. Základním nástrojem těchto programů je kódování dat, kdy jsou jednotlivé části datového souboru označeny indexy (kódy), které si výzkumník stanoví. Indexování umožňuje výzkumníkovi řadit části datového souboru dle jejich významu, který jim přisoudil, vytvářet modely vztahů, koncepty atp.

Desk research

Desk research, neboli analýza sekundárních dat je přístup, který je založen na zpracování již existujících dat. Tyto data mohou mít podobu odborných publikací, zpráv z médií, výstupů z výzkumných projektů, formálních i neformálních dokumentů a databází státních a nestátních organizací, výročních zpráv atp. Desk research je ve své podstatě nezbytným krokem na počátku každého výzkumného projektu, neboť umožňuje získání základních znalostí o zkoumané problematice a zpřesnění designu výzkumu. V některých případech, pokud existuje dostatečné množství relevantních dat, lze využít tohoto přístupu bez nutnosti aplikace následného terénního šetření. Avšak v takovém případě se výzkumník vystavuje riziku, že získané výsledky nemusejí být validní.

Etnografie

Etnografie je termín, který má různé významy a jeho použití není ustálené. V kontextu metodologie sociální a kulturní antropologie se jím zpravidla označuje proces i výsledek sběru dat v rámci terénního výzkumu, který v sobě zahrnuje různé techniky sběru dat. Mezi ně patří především zúčastněné pozorování či genealogie. Etnografie, resp. terénní výzkum se v sociální a kulturní antropologii vyznačuje těmito charakteristikami:

- přímou interakcí výzkumníka (etnografa) s informátory v jejich přirozeném prostředí
- participací výzkumníka na běžném životě informátorů
- intenzivním a osobním vztahem s informanty
- holistickým přístupem
- flexibilitou a improvizací
- dlouhodobým stacionárním působením v terénu

Focus groups

Focus groups (též focus groups discussions či focused groups), do češtiny nepřesně překladané jako ohniskové skupiny, je metoda skupinového interview, která vznikla v oblasti výzkumu trhu na základě modifikace Mertonovi metody zaměřovaného interview a skupinových rozhovorů v klinické psychologii. Zpravidla se jedná o diskusi 6–10 respondentů, která je moderována výzkumníkem podle předem daného scénáře, jenž obsahuje základní okruhy otázek, jejichž cílem je odhalit subjektivní zkušenosti/názory respondentů. V rámci focus groups, jejichž délka se obvykle pohybuje kolem dvou hodin, může docházet k aplikaci projektivních technik.

Genealogie

Genealogie je analytický nástroj určený ke studiu příbuzenství, jehož základním výstupem je grafické vyobrazení příbuzenských vztahů v podobě rodokmenu, resp. genealogického stromu. Jedná se o základní nástroj etnografa během terénního výzkumu při studiu těch sociálních skupin, u nichž je příbuzenství důležitým organizačním principem.

Narativní (biografické) interview

Narativní, též někdy biografický rozhovor je typ nestandardizovaného kvalitativního dotazování, které rozpracoval německý sociolog Fritz Schütze. Jeho základní charakteristikou je, že dotazovaný respondent je ponechán aby volně vyprávěl na téma určené výzkumníkem, aniž by se mu kladly přímé otázky. Zvolené téma vyprávění se přitom týká části či celku respondentovi biografie. Tento typ rozhovoru je založen na předpokladu, že volné vyprávění odhalí subjektivní zkušenosti, které by prostřednictvím přímého dotazování zůstali skryté.

Obsahová analýza

Obsahová analýza (content analysis) je metoda, kterou lze obecně definovat jako rozbor obsahu záznamu určité komunikace. Někdy je tato metoda úžeji vymežována jako analýza textu či souboru textů. V takovém případě se lze setkat též s označením textuální analýza. Hlavním účelem této metody, která vychází z tradic pozitivistické metodologie, je vyhledávání konkrétních slov a konceptů v analyzované komunikaci a stanovit četnost jejich výskytu, významu, vzájemné vztahu atp. Nejčastěji je tato metoda využívána při analýze mediálních sdělení.

Projektivní techniky

Projektivní techniky jsou využívány v individuálních či skupinových interview v případech, kdy výzkumník potřebuje odhalit skryté či obtížně vyjádřitelné emoce respondenta, které nejsou zjistitelné prostřednictvím přímého dotazování. Tyto techniky, vycházející z tradic interview v klinické psychologii, mohou být verbální či nonverbální. Mezi nejčastěji využívané projektivní techniky v kvalitativním výzkumu patří: tzv. Tématický apercepční test (Thematic Apperception Test, TAT), doplňování významů, hraní rolí, vyprávění příběhů, slovní asociace, interpretace obrázků atp.

Zaměřované interview

Zaměřované interview (focussed interview) je kvalitativní metoda dotazování formulována Robertem K. Mertonem. Od ostatních forem interview se liší v tom, že dotazování respondenti společně sdílejí konkrétní zkušenost s předmětem šetření, jehož celková struktura byla předem analyzována a na jejímž základě byla vyhotovena osnova interview, které je zaměřeno na subjektivní zkušenosti respondentů se zkoumanou problematikou. K aplikaci zaměřovaného interview by mělo ideálně docházet v kombinaci s kvantitativním šetřením.

Zúčastněné a nezúčastněné pozorování

Pozorování je základní metodou etnografa během terénního výzkumu. Dle míry participace výzkumníka na dění, které je předmětem analýzy se zpravidla rozlišuje pozorování zúčastněné a nezúčastněné. Dále viz Etnografie.

2.1.2 Vlastní postup rozbor tématu, příprava a provedení terénního průzkumu

Svému vedoucímu bakalářské práce jsem přednesl záměr psát bakalářskou práci na téma Organizace knižních nakladatelství. Ten můj záměr odsouhlasil. Svůj záměr jsem také konzultoval s docentem Kašparem. Po výběru vhodného tématu pro svou bakalářskou práci a po konzultaci s vedoucím dané bakalářské práce se mi podařilo najít vhodné respondenty k provedení terénního výzkumu, na jehož základě budu psát bakalářskou práci. Nejprve jsem napsal pracovní verzi abstraktu, která obsahovala základní body daného výzkumu, které budu zkoumat v terénu. Informace a poznání z průzkumu budou potom abstrakt doplňovat a upřesňovat. Abstrakt jsem konzultoval s respondentem a on mi nastínil skutečné věci, které se týkají výzkumu. Na začátku bylo důležité definovat druh nakladatelství. Asociace českých nakladatelů a knihkupců rozděluje knihy do 10 druhů. Budu zkoumat knižní nakladatelství zabývající se neperiodickou literaturou. Abstrakt byl rozdělen na několik částí, tyto části jsme společně rozebrali, a tím dostali základní struktury výzkumu. Z těchto struktur budeme vycházet.

V knihovnách jsem vyhledal odbornou literaturu k tématům – kniha, historie knihy, vydavatelství. Studium těchto knih jsem se seznámil s problematikou vydávání knih. Z literatury jsem také pochopil názvosloví používané v tomto prostředí. Pomocí tohoto názvosloví se mi lépe podařilo včlenit do komunity vydavatelů a literátů. Dohodli jsme se pomocí e-mailu na informativním setkání. Získal jsem pro mne důležité informace o provozování knižních nakladatelství. Zaujala mne interpersonální komunikace mezi autorem a nakladatelem. Většinu současných českých nakladatelství tvoří pouze tři následující osoby: nakladatel, redaktor a grafik. Nakladatel se stará o obchodní řízení podniku a vydavatelskou politiku nakladatelství. Redaktor se stará o jazykovou a obsahovou náplň jednotlivých knih nebo edic. Náplň práce odborného redaktora je jazyková i odborná redakce knih. Odborný redaktor je obvykle také odpovědným redaktorem. Grafik (dříve výtvarný redaktor) se stará o grafickou stránku knihy a její přípravu pro tisk. V nízkonákladových nakladatelstvích jsou často tyto funkce spojeny v jednu. Autorův rukopis si přečte vydavatel, který určí literární hodnotu díla formou posudku, který obsahuje jeho subjektivní pohled na předložené literární dílo. Toto je rozhodující moment pro vydání autora rukopisu. Začíná tím interpersonální komunikace mezi autorem a nakladatelem. Na jejím základě budu provádět samotný výzkum. Před začátkem vzájemné komunikace autora a nakladatele se musí

sepsat smlouva o budoucí smlouvě. Má charakter formuláře, který obsahuje především technické věci. Vše v ní je seřazeno přehledně pro další zpracování. Jedná se o velikost písma, druh fontu, číslování stránek, velikost knihy, druh vazby a další podstatné technické informace.

Velice důležitou částí této smlouvy je datum vydání knihy a doba provedení. Na smlouvu o budoucí smlouvě navazuje smlouva o díle. Budu zkoumat různé podmínky a představy autora na nakladatele. Tyto představy mohou být reálné nebo hlavně ekonomická hlediska mnohdy vyžadují kompromisy a jiná řešení. Může se stát, že na základě autorových požadavků se jejich spolupráce nenaplní a rozejdou se. Budou mne zajímat skutečné podmínky, za kterých vydavatel vyjde vstříc autorovi k oboustranné spokojenosti. Každý vydavatel si za nějaký čas vytvoří chronologický řád postupů, z kterých vychází při vydávání dané knihy. Na každou z částí procesu vydání knihy se vyčleňuje určitý časový rámec. Tento časový rámec nemá pevně stanovený čas. Vždy bude analýzou procesu vzájemné komunikace autora a nakladatele, kde se zjistí vzájemné požadavky pro proces vydání knihy. Autor má jistě své osobní představy o vydání knihy. Vzájemné požadavky pro vydání knihy se musí shodovat s filozofií knižního nakladatelství. Knižní nakladatelství zodpovídá za určitou integritu dané knihy, protože mimo jméno autora nese kniha i jméno nakladatele. Terénní výzkum je zaměřen na setkání se s autory, kteří využili právě lokální nakladatelství n neperiodického tisku.

2.1.3 Použité metody sběru dat při terénním průzkumu

Pro získání potřebných informací jsem v rámci terénního průzkumu využil metodu strukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami a zúčastněného pozorování. Rozhovory jsem zaznamenával se svolením respondentů na magnetický nosič, záznam jsem poté převedl do písemné formy.

2.2 Výběr respondentů

Výběr respondentů pro můj výzkum o organizaci knižních nakladatelství jsem provedl podle vydavatelů tří knih, které svým charakterem patří do skupiny nízkonákladových určených pro málo početnou skupinu čtenářů. Jedná se vydavatele a knihy s tematikou :

Kniha 1: Přemůžeme autismus, nakladatelství Miloš Palatka – ALMI Blansko, 2009
(populárně naučná literatura)

Kniha 2: Ze studně večera kdos něžný vážil krev, autor Klement Bochořák,
nakladatelství Albert Boskovice, 2009 (výbor z tvorby K.B., který uspořádal Tomáš
Soldán)

Kniha 3: Vytápění, autorky Marcela Počinková, Lae Treová, nakladatelství ERA Brno, 2005
(odborná literatura)

2.3 Výzkumné otázky

Vybrané respondenty jsem oslovil mailem, ve kterém jsem je seznámil s problematikou mé bakalářské práce a určil pět oblastí z vydavatelské činnosti, kterých se můj terénní výzkum bude týkat. Následuje text, kterým jsem oslovil respondenty :

Vážené dámy a pánové,

dovoluji si Vás oslovit v rámci zpracování mé bakalářské práce na závěr studia Filozofické fakulty University Pardubice, obor sociální antropologie. Moje bakalářské práce bude mít název : Organizace knižního nakladatelství,

vedoucím bakalářské práce je pan Mg.A.Tomáš Petráň Ph.D.

V bakalářské práci bych chtěl po rozboru historie knihy a samotné četby, postavení vydavatele v procesu přípravy, výroby a distribuce knihy podle výsledků terénního výzkumu odpovědět na základní otázky :

1. Na základě čeho provádí nakladatelství výběr témat a autorů pro své ediční plány?
2. Máte dopředu připravený ediční plán nebo berete libovolné rukopisy?
3. Jakým způsobem hodnotíte rukopis a co má splňovat?
4. Co vede vydavatele k vydávání knih méně známých autorů, knih s úzkou specializovanou tematikou nebo regionálním obsahem?
5. Čím Vás musí uchvátit méně známý autor, abyste ho vydali?
6. Máte předpřipravenou dramaturgii nebo stálé autory , které vydáváte?
7. Jakým způsobem získává nakladatel sponzory a dárce na úhradu ztrát při vydávání neatraktivních titulů?
8. Zkoušeli jste státní instituce nebo Evropské fondy pro získání grantů na vydávání knih?
9. Oslovujete i soukromé dárce, kteří by přispěli s financováním vydávání knih?
10. Jaké marketinkové metody používá nakladatel na cestě knihy z výroby ke čtenářům?
11. Používáte pro propagaci svých knih vernisáže nebo jiná slavnostní události?
12. Zkoušeli jste se někdy prosadit na knižních veletrzích?
13. Které vnější vlivy mají největší dopad na budoucnost malých a nízkonákladových vydavatelství?
14. Na jak dlouho dopředu plánujete svou vydavatelskou činnost?
15. Sledujete nějaké trendy ve vydávání své tvorby a tak plánujete svou budoucnost?
16. Máte nějakou představu o věkovém rozpětí nebo vzdělání čtenářů, kteří čtou vaše knihy?
17. Děláte nějaké akce pro své čtenáře?
18. Zapojujete se do organizování autorského čtení autorů, co u Vás vydávají?
19. Pomáháte Představovat neznámé autory širšímu publiku?
20. Děláte knihy na objednávku pro firmy, či státní instituce?

Vaše nakladatelství jsem si vybral z důvodu Vašeho sídla ve stejném regionu jako je moje bydliště a terénní výzkum bych rád provedl formou dotazů a odpovědí zaznamenávaných na diktafon. Výzkum by mohl probrat okolnosti vzniku a samotné přípravy a výroby konkrétní knihy z Vaší produkce. Touto žádostí oslovuji tři nakladatele jako vydavatele knih s odlišnou tematikou, která zajímá omezený okruh čtenářů.

Prosím o podání zprávy, zda jste ochotni věnovat mi několik minut Vašeho drahocenného času, ve kterém byste mi odpověděli na otázky souvisejícími s Vaší záslužnou činností a tím mi umožnili dokončit bakalářskou práci.

3. Teoretická část

3.1 Historie písma a knihy

Ve vztahu k nakladatelstvím a knihám je nutné se zmínit o historii písma a psacích látkách, které byly předpokladem vzniku knihy. Písmo je dílo výhradně lidské, je záznamem řeči. Jestliže ve vývoji člověka je prvním důležitým okamžikem použití ohně k přípravě pokrmů i získání tepla a používání nástrojů, pak druhým kvalitativním zlomem je užití písma. Písmo totiž zachycuje nejen sdělení mezi jednotlivci příslušné doby, ale tlumočí i myšlení, zvyklosti, zákony a především kult té které pospolitosti. Ve vyspělé formě zachovává i literárně umělecké výtvořiny nebo historická vypsání tehdejších událostí. Tlumočí vědecké názory své doby, zvláště z oblasti medicíny, přírodních věd, matematiky i geometrie. Písmo v této funkci pomáhá přenášet umělecké i vědecké názory a znalosti. Zkušenosti minulých generací jsou nutné pro další rozvoj společnosti. Písmo se vyvíjelo pět tisíc let-stejnou dobu se vyvíjela i lidská civilizace.

Vývoj i charakter písma úzce souvisí s použitou psací technikou, která byla ovlivněna zeměpisnou polohou, přírodními zdroji, jež země nabízela, i lidskou vynalézavostí. Na počátku vývoje písma jsou mnemotechnické značky (např. vhodně umístěná větve), které jsou prvními pokusy lidstva o sdělení zprvu praktického rázu, později i myšlenky svému okolí. U starých Číňanů (ve 3. tisíciletí před našim letopočtem) měla svůj význam jak vazba uzlů, tak i jejich vzájemná vzdálenost. S uzlovým písmem-kipu-se nejčastěji setkáváme ve Střední a Jižní Americe. Nejpočetněji zachovaným druhem sdělení z prehistorické doby jsou obrazy na skalních jeskynních stěnách. Nedovedeme vždy přesně posoudit, jedná-li se o obraz - tedy projev uměleckého cítění - nebo o sdělení vyjádřené piktogramem.

Za prapůvod evropských písem pokládáme písma vzniklá v Egyptě a Mezopotámii. Mezi odborníky se vedou spory o tom, zda je starší egyptské hieroglyfické písmo nebo sumerské klínové písmo z Mezopotámie. Dle anglických vědců staří Egypťané pravděpodobně vytvořili písmo o několik století dříve než Sumerové. Egyptské hieroglyfy jsou tedy nejstarším písmem vůbec. Obecné užívání písma bylo usnadněno vynálezem papyru a jeho úpravy do svitků (asi 2200-1500 př.n.l.). Po vynálezu papyru kopírovali písaři tesané tvary hieroglyfů na nový materiál. Brzy poznali výhody papyru a došlo ke zjednodušení značek, čímž vzniklo písmo *hieratické*. I když toto slovo značí, že jde o písmo posvátné, Egypťané je užívali ke světským účelům. V době úpadku starého Egypta (6. stol. př.n.l.) vzniklo dalším zjednodušením *démotické* písmo, kterého nadále užívali jen kněží. Jedná se o písmo stručnější a rychlejší, bez znaků pro samohlásky.

Druhou oblastí, kde vzniklo písmo nezávisle na Egyptu je Mezopotámie, kde již v době předhistorické žil národ Sumerů. Tak jako u Egyptanů i u Sumerů bylo písmo majetkem kněží. Psací látka je hliněná tabulka, do které se rylo dřevěným rydlem-silnější počáteční linie a charakteristická prohloubená místa označujeme jako písmo *klínové*. Rozlišujeme jeho sedm vývojových fází. Zhruba od 2900 do 2350 se mění směr psaní. Po zavedení vodorovného písma se psalo a četlo odleva doprava. Dalším vývojem se zmenšuje i počet značek. Sumerové postupně ustupují semitským Babylóňanům. Definitivní zánik klínového písma nastal po porážce Babylónu Persany, kteří později podlehl Alexandru Makedonskému (8.st.př.n.l.). Zde bych rád zmínil, že klínové písmo převzali okolo roku 2350 př.n.l. Chetité, národ, jehož původ byl dlouho neznámý. Z nápisů a cihlových tabulek královského paláce se podařilo českému vědci Bedřichu Hroznému odhalit dějiny tohoto národa.

Klíčový význam má bezesporu vynález *fénického hláskového písma*. Fénicičané byli semitským národem odvážných mořeplavců, kteří zakládali své obchodní stanice v celém Středomoří. Svě vlastní jednoduché písmo vytvořili ve 13. a 12. století př.n.l. Jejich abeceda obsahovala 22 hláskových znaků, které měly ustálené pořadí a na něž se dalo každé slovo rozložit. **Fénický vynález abecedy je čin světového významu.** Z této abecedy je odvozeno 80 procent dnes známých abecedních systémů. Tak jako v egyptských abecedách i ve fénické chybějí značky pro samohlásky. Egyptský vliv se projevuje i ve směru písma - čte se **ZPRAVA DOLEVA**. Snadnost a jednoduchost byly příčinou velmi rychlého rozšíření fénické abecedy. Napomáhaly tomu nepochybně po celém Středomoří rozšířené obchodní styky Fénicičanů, a navíc jejich povaha, jež nesledovala dobovačné cíle. Jejich řeč a písmo nebylo nikomu vnučováno násilím. Nebylo jazykem podmanitelů. Fénická abeceda se dále vyvíjela, takže poznáváme její kartaginskou nebo punskou formu. Hlavní oporu fénické kultury i obchodní moci ve Středomoří-Kartágo-vyvrátili Římané definitivně v r.146 př.n.l.

Další období ve vývoji písma se dá nazvat vítězstvím *latinky*. Řekové se naučili psát od Fénicičanů, kteří přišli z Východu. Nejstarší řecké nápisy jsou psány podle fénického vzoru-zprava doleva. Významnou řeckou reformou byl odklon od semitského způsobu psaní, který indoevropským národům nevyhovuje. Na základě této reformy Řekové, Římané i my dnes píšeme **ZLEVA DOPRAVA**. Řecká abeceda se lokálně rozšířila na dva samostatné typy: **VÝCHODOŘECKÝ**, z kterého vznikla nám známá řecká abeceda. **ZÁPADOŘECKÝ** (užívaná na Peloponésu, jižní Itálii a v některých koloniích na Sicílii). Z tohoto typu vznikla latinská abeceda, jejíž vývoj vyvrcholil v Římě. Od roku 403 př.n.l. užívali Athéňané nové a doplněné abecedy o 24 písmenech, což mimo jiné svědčí o kulturní převaze Athén nad ostatními Řeky. Psalo se štětcem nebo psací tyčinkou na papyrus, později na pergamen. Vzdělanost řeckých širokých vrstev již v 6. a 4. století př.n.l. je obdivuhodná. Největší knihovna starověku byla založena ve 3.století př.n.l. v Alexandrii. Jejím zakladatelem je **Ptolemaios**. V době největšího rozmachu obsahovala 500 000 až 700 000 papyrových rolí. (Ve 4.stol. př.n.l. se Řekové usadili v Alexandrii). Řecké písmo a řecká kultura jsou pramenem vzniku kultur řady vesměs neřeckých národů. *Časově nejpozději pak i kultury hlaholského a cyrilského písemnictví (od 9.stol.n.l.). Na jeho základě vytvořili bratři Konstantin a Metoděj, původem Řekové, staroslověnské písmo hlaholské, které bylo užívaným písmem ve Velkomoravské říši, prvním státním útvaru na našem území.*

Římané poznali písmo prostřednictvím Etrusků, kteří přijali řecké písmo v jeho západní formě, upravili je podle svých potřeb, aby je poté předali svým přemožitelům-Římanům, jimž podlehl ve 3.století př.n.l. Nejstarší známý text psaný latinkou se datuje do roku 600 př.n.l. V této době měla archaická latinská abeceda 21 písmen. Největší rozmach římského písemnictví nastal za císařské doby, kdy vedle písma nápisového vzniklo několik

variant běžného písma (*kapitála, rustika, unciála, kurzíva a další*). Římská *kapitála* neboli monumentální písmo bývá označována také jako lapidární písmo (lapis-kámen) podle látky, na niž se její nápisy především nacházejí, a *kvadráta* má jméno podle pravoúhlých forem jejich písmen.

Od Řeků převzali Římané psaní na dřevěné destičky pokryté voskem (*pugillares*), později psali na papyrus inkoustem zvaným *atramentum librarium*, pak na pergamen, který nazývali *membrana pergamená*. Psali třtinovým perem zvaným *calamus*. *V rámci kvetoucí světské vzdělanosti římské byla písařská činnost záležitostí ryze světskou a do značné míry rovněž otázkou rozvinutého obchodu. Vždyť knihkupectví byla v Řecku známá už od 2. poloviny 5. století před naším letopočtem a knihy vznikaly na v jejich režii tak, že byly diktovány současně většímu počtu vzdělaných otroků, takže najednou mohlo vzniknout i několik desítek opisů jednoho textu. Císař Dioklecián (284-305) pak dokonce zavedl pevné taxy za knihy podle kvality písma a stanovil i připočitatelný rozsah rádek. Byl dokonce znám již i autorský honorář, který ovšem neplatil nakladatel (a knihkupec v jedné osobě), nýbrž mecenáš, který dílo finančně podpořil a jemuž bylo zato věnováno. (Označení „mecenáš“ bylo odvozeno od jména bohatého římského aristokrata Maecenata, který zemřel roku 8 našeho letopočtu a proslul jako příznivec kultury.)* (Bohatcová 2000, str.18). S pádem římské říše latinské písemnictví nezaniklo, přestože barbarské národy ovládly Itálii mocensky, kulturně latinské kultuře podlehly. Latinská řeč i písmo přečkaly především díky vítězné katolické církvi, která ji učinila svou liturgickou řečí. Doba, která bezprostředně následuje po pádu západořímské říše, je označována jako doba raného středověku. Střediska vzdělanosti se přenášejí z Itálie a ze Středomoří do západní Evropy. Kniha v této podobě dostala podobu **kodexu**, tedy knihy v našem slova smyslu. Tato forma přetrvala bezmála tisíc let. Nastupuje svazek pergamenových listů vnitřně členěný na vrstvy svázané do kožené nebo jiné vazby. Již podstatně mladší formou v době tisku je **arch**. Psacími nástroji této i pozdější doby bylo olůvko, kterým se pergamenový list nalinkoval, aby se udržely rovné řádky. Pera se zhotovovala seříznutím brku nebo rákosu, inkoust z duběnek nebo ze zelené skalice. Papír se v Evropě k psaní knih používá od 11. století. Písmem v západní Evropě byla latinka, která má různé tvary dle území, kde kodex vznikl. Nejvýznamnějším písmem se stala unciála (vznik 2. stol. n.l.), která je typickým písmem šířícího se křesťanství.

Od 12. století se rozšiřuje nový styl-gotika, která se sice projevuje především v architektuře, ale její směr zasáhl i do písma. Tato nejvýznamnější deformace latinky vytvořila písmo, z něhož se v Německu od 12. století vyvinuly *fraktura* a *švabach*-písma, kterými jsou psány a tištěny i naše česky psané literární památky téměř až do poloviny 19. století.

Výzdoba /ilustrace/ knihy se vývojem knihy rovněž mění od naturalistické antické dekorace v abstraktní ornamentální soustavu - geometrický ornament. Velký důraz je kladen i na vazby vzácných kodexů.

Od poloviny 12. století se umělecký vzhled knihy výrazně mění. Místo celostránkových obrazů se uplatňují jemně malované gotické iniciály, které zdobí figurální, zvířecí nebo i symbolická výzdoba. Vyvíjí se i knižní vazba spolu s kodexem, zprvu pergamenovým, později papírovým. Dřevěné desky byly potahovány bělenou kůží z divoké zvěře. Ve všech dobách mívaly knihy jak užitkovou, tak luxusní vazbu. Pýchou knihoven jsou nádherné středověké vazby, které spojují práci zlatníků, řezbářů, emailérů i brusičů kamenů. Jsou totiž zdobeny slonovou kostí, zlatými rytinami, drahokamy i polodrahokamy. Někdy byly do jejich schránek vkládány i ostatky svatých. Tyto skvosty jsou jednoznačně spojeny se sakrálním životem příslušné doby.

V druhé polovině 15.století opouštíme středověk a nastupujeme spolu s knihou novověk. Od této doby je to již tištěná kniha, která bude doprovázet lidstvo v jeho touze po vědění. Počátek novověku je spojován se třemi událostmi světodějného významu:

- I. Pád Cařihradu do rukou Turků a konec byzantské říše/1453/
- II. Objevení Ameriky Kryštofem Kolumbem/1492/
- III. Gutenbergův vynález knihtisku/okolo roku 1450/

V této bakalářské práci je důležité se zmínit o Johanesi Gutenbergovi. Narodil se kolem roku 1397 v Mohuči na dvoře zvaném „Hof zum Gutenberg“, kde se vyučil zlatníkem. Pro politické spory odchází do Štrasburku. Zde se začíná zabývat asi od roku 1438 pokusy s knihtiskem, které vedly k vydání Sibylna prorocství (1444). Gutenberg svůj vynález od počátku důsledně tajil ze strachu z inkvizice, ale i ze strachu před udáním ze strany profesionálních písařů.

Gutenbergův vynález se skládá z několika dílčích objevů, které umožnily tisk realizovat. Jak už bylo řečeno, k základnímu principu patří samostatná existence liter, možnost jejich rozmetání a nového užití při sazbě. K výrobě liter bylo třeba sestavit lici strojek, do něhož byla vložena matrice litera ulita, rozložením strojeku na dvě části byla litera vyjmuta a strojek připraven k další práci. Vytvoření liteřiny byl další základní úkol: slitina musela mít dostatečně nízkou tavicí teplotu, aby se lici strojek i matrice vysokou teplotou nepoškodily a aby tehdejšími prostředky bylo možno liteřinu tavit. Složení liteřiny se od Gutenbergových dob příliš nezměnilo, je to slitina olova (55%), cínu (15%), antimonu (30%) a malého množství vismutu. Dalším Gutenbergovým úkolem byla konstrukce tiskařského lisu, který by vyvinul dostatečný tlak a mohly se tisknout najednou buď dvě fóliové strany, nebo čtyři kvartové. Dále bylo nutno vyvinout tiskařskou barvu vhodné kvality (jejíž základní složkou byly saze a fermež). Technické vybavení pak doplňovaly sazítka, loďka, tenakl a divizor na držení rukopisu, uspořádání kasy na litery, tampóny na nanášení barvy a řady technických drobností, které funkci tiskařské dílny scejují. Nejtěžším úkolem bylo nepochybně vytvoření patric a matric písma. K tomu posloužily Gutenbergovy zlatnické zkušenosti. (KNEIDL 1989, str.59).

Po návratu do Mohuče vydává své nejvýznamnější dílo-latinskou bibli. Neměl však dostatek finančních prostředků. Obchodního partnera našel v mohučském měšťanu Johannesu Fustovi, který mu půjčil sumu potřebnou k realizaci díla. Gutenbergova 42 řádková bible (tj. o 42 řádcích na straně) je mistrovské dílo jak typy písma (souměrná a štíhlá textura), tak typografickou úpravou i pečlivostí vlastního provedení tisku. Pravděpodobně bylo vytištěno 150 exemplářů na papíru a 35 výtisků na pergamenu. Je potřeba počítat i s náklady na vazbu.

V okamžiku, kdy Gutenberg končil práci na tomto díle, vznesl proti němu Johannes Fust nárok na vrácení celé dlužné sumy, což přineslo Gutenbergovi léta existenční nejistoty a strádání. Tiskařské umění se však rozšířilo do světa a soudní spory mezi mecenášem a vynálezcem nejsou podstatné. Gutenbergův vynález otevřel dějiny tištěné knihy: období prvotisků nebo inkunábulí (knihy tištěné do roku 1500). Důležité změny v technickém a hospodářsko-ekonomickém způsobu zhotovování a prodeji knih přináší až století 16. Funkce písmolijce, tiskaře, nakladatele, lektora i knihkupce, ale zůstává stále v jedné ruce - v ruce tiskaře.

Do Čech byl knihtisk zaveden již v roce 1468, a to s největší pravděpodobností do Plzně. Za vlády Jiřího z Poděbrad byly v Čechách navázány mezinárodní kulturní i obchodní styky s ostatním světem. Praha sice byla sídelním městem královským a střediskem obchodu a

řemesel, ale Plzeň za ní nezůstávala pozadu. V této době měla Plzeň častější korespondenci s Norimberkem než s hlavním městem království. Za vlády Jiřího z Poděbrad (1420-1471) opět dochází k rozvoji vzdělanosti. Češi studují nejen ve své vlasti na univerzitě, ale i v cizině: v Polsku, Francii, Itálii, Německu a Anglii. V Čechách narůstá silný zájem o knihu, a to nejen náboženskou, ale i světskou, zábavnou i poučnou. Husitská reformace a od té doby četné náboženské spory zesilovaly zájem po knize v širokých vrstvách čtenářů. Husitství sice nebránilo výzdobě knihy, ale také ji, až na výjimky nepodporovalo (obrázky svatých pomocí dřevořezových otisků-např. obraz sv. Trojice, Zvěstování Panny Marie). Zprávy Pavla Žídka a Jana Štelcara Želetavského svědčí o tom, že se v Čechách užívalo deskotisku, i když se žádný nedochoval. Mezi nejstarší památky knihtiskařského umění patří Kronika trojanská z roku 1468, Nový Zákon z roku 1475, český Pasionál a další. V této době se setkáváme s tiskem latinských spisů, které tisknou neznámí tiskaři, pravděpodobně v Plzni. Tito tiskaři se také pokusili o tisk dvoubarevný, červený a černý. Dokladem šíření vzdělanosti nejen po Čechách, ale i Moravě jsou olomoucké tisky z té doby.

Podstatná technická změna ve výrobě knih nastala až v 19. století. K revolučním změnám patří mechanická výroba papíru (Francie) a pokles jeho ceny, vynález válcového rychlolisu, rotačky a linotypového sázečního stroje. Dochází tedy ke zrychlení a zlevnění tisku. V tomto století dochází i k reformě a zlevnění knižní vazby. Knižní vazba byla do této doby individuální záležitostí mezi majitelem knihy a knihařem, který prováděl vazbu podle požadavků zákazníka. Od počátku knihtisku do asi 80. let 18. století šlo většinou o vazbu do kůže nebo pergamenu. Právě začátkem 19. století jsou tyto materiály nahrazeny plátnem. V průběhu 19. století se i vazba zmechanizovala a knihařské plátno se stalo nejběžnějším materiálem průmyslové vazby. Všechny tyto vynálezy zrychlovaly, zlevňovaly a racionalizovaly výrobu knihy, takže se stávala masovým produktem. K výtvarnému doplnění knih je nutno zmínit vynálezy nových ilustračních technik např. dřevoryt, litografie, která byla překonána moderní technikou ofsetového tisku. Technický rozvoj, který způsobil zlevnění a další demokratizaci knihy, vzdálil současně autora knihy od tiskaře (bezprostředního reproduktora knihy). **Hlavním faktorem při vzniku knihy se stává nakladatel.** Nakladatel do knihy vkládá svůj kapitál, nese riziko neúspěchu, ale v případě úspěchu knihy se největší měrou podílí na zisku. Proto jsou dějiny knihy v nové době současně i dějinami nakladatelského podnikání, které se významně podílí na literárním profilu knižní produkce doby. Zmíněné okolnosti totiž dávají možnosti vydávání děl nejrůznějších oborů různé kvality.

3.2 Postavení knihy v současné době

Dle statistik Ministerstva kultury České republiky, kdy předmětem statistického vyhledávání jsou vydavatelé, kteří v roce 2008 v České republice vydávali periodický tisk a neperiodické publikace na hmotných nosičích, a to v tištěné, netištěné (např. gramofonové desky, mg. kazety aj.) a elektronické podobě. Zahrnut je i počet titulů vydaných na Internetu. Údaje o vydavatelích byly zpracovány na základě statistického výkazu o vydavatelích, který byl rozeslán vydavatelům v ČR zabývajícím se hlavní vydavatelskou činností. Zřizovateli uvedených vydavatelů jsou orgány státní správy, kraje, obce, města, vysoké školy, odborové organizace, občanská sdružení dle zákona 83/90 Sb., církve, nadace, fyzické osoby a jiné subjekty.

Statistický výkaz se žádostí o zpracování byl zaslán 1 174 vydavatelům. Z nich 850 vydavatelů výkaz zpracovalo a odeslalo NIPOS. 3 vydavatele ohlásili přerušení vydavatelské činnosti a 107 vydavatelství zaniklo. Zbýlých 214 neodpovědělo, ani jinak nereagovalo.

Tabulky a údaje vybrané ze statistických výkazů poskytují přehled o počtu vydavatelů periodického tisku a neperiodických publikací působících v posledních pěti letech v ČR a o jejich zřizovatelích. Poskytují dále přehled o počtu vydavatelů s hlavní vydavatelskou činností a o počtu jimi vydávaných typů dokumentů v jednotlivých krajích ČR. Vzhledem k velkému počtu vydavatelů jsou všechny tabulky a přehledy omezeny pouze na kraje. Porovnávací tabulku za 5 let lze vykázat jen za celou Českou republiku, protože v roce 2004 došlo k novému správním uspořádání, které neumožňuje srovnávání údajů podle současných krajů.

V letech 2007–2008 byli obesíláni pouze vydavatele u nichž je vydávání nahlášeno jako hlavní činnost, přesto jich v r. 2007 nahlásilo 67 a v r. 2008 už jen 62 svojí vydavatelskou činnost jako vedlejší. Celkový počet vydavatelů s hlavní činností v letech 2004 – 2008 kolísá. V roce 2008 se oproti roku 2007 zvýšil počet vyplněných výkazů z 621 na 850 (z toho 88 vydavatelů nic nevydalo). U jednotlivých typů produkce nelze vysledovat jednoznačný trend vývoje.

Poprvé od roku 1995 se zastavil nárůst nově vydaných knih. V loňském roce vyšlo celkem 17 598 publikací. Je to zhruba o tisíc knih méně než v předešlém roce. Zastavil se tím každoroční nárůst nově vydávaných knih od roku 1993, od kdy údaje sleduje Národní knihovna.

Rekordu zatím knižní trh v ČR dosáhl v roce 2008, kdy vyšlo 18 520 publikací. Dobře se ale daří krásné literatuře, loni vyšlo 4 475 beletristických knih, zhruba o 300 titulů více než předloni. Výrazně nepoklesl ani počet dětských knížek, na rozdíl od učebnic a vysokoškolských skript.

Školních učebnic vyšlo v loňském roce 374, to je o skoro 200 méně než v roce 2008. Vysokoškolských skript vyšlo dokonce o 442 méně než předloni, celkem 1 115. Z celkového počtu 17 598 knih vyšlo loni úplně poprvé 15 541.

Stejně jako dříve i v loňském roce platilo, že se nejvíce knih překládalo z angličtiny (3 005, v roce 2008 to bylo 2 969). Výrazněji pokročil počet překladů ze slovenštiny. Zatímco předloni se ze slovenštiny do češtiny přeložilo a vydalo 76 titulů, v loňském roce to bylo 225. Stoupl i počet publikací vydaných loni v ČR ve slovenském jazyce (209, předloni 180).

Podle Svazu českých knihkupců a nakladatelů (SČKN) se loni v ČR nejlépe prodávala kniha Tomáše Sedláčka *Ekonomie dobra a zla*. Publikace mladého ekonoma se prodávala dokonce lépe než bestsellery brazilského romanopisce Paula Coelhoa, amerického spisovatele Dana Browna i oblíbeného českého autora Michala Viewegha. Na konci ledna se Sedláčkově knize podařilo překročit hranici 33 tisíc prodaných výtisků.

Počet vydaných neperiodických publikací v ČR od roku 1993 do roku 2009 :

Rok Počet titulů

1993 8 203

1994 9 309

1995	8 994
1996	10 244
1997	11 519
1998	11 738
1999	12 551
2000	11 965
2001	14 321
2002	14 278
2003	16 451
2004	15 740
2005	15 350
2006	17 019
2007	18 029
2008	18 520
2009	17 598

Zdroj: Národní knihovna

V rámci mezinárodního obchodu s knihami se na českém trhu uplatňuje zejména import práv (každá třetí kniha je překládaná z cizích jazyků) a import a export publikací. Import převažuje nad exportem. Navíc export publikací z České republiky je především exportem polygrafických výrobků českých tiskáren, zatímco import se týká často i publikací včetně autorských práv (ať už knih vydaných v angličtině, němčině nebo tzv. knih „na klíč“, kdy zahraniční nakladatel prodává hotovou knihu, tištěnou zpravidla současně v několika jazykových mutacích, včetně autorských práv). /Pistorius, 2005, str.37/.

Průměrnou cenu knihy v ČR lze odhadnout na 200 Kč a průměrný náklad 3500-5000 výtisků. Importované knihy představují 37-52% všech výtisků vydaných v ČR. Průměrná cena importovaných knih je poměrně nízká : 101 Kč, jen o 30% vyšší než průměrná výrobní cena knih tištěných v českých tiskárnách (odhadem zhruba 70 Kč). Nerovnoměrnost importu a exportu vysvětluje zajisté i ta skutečnost, že řada disidentů nemohla doma vydávat, takže se dohodla se svými zahraničními nakladateli (Pavel Kohout, Milan Kundera aj.). V neposlední řadě je to i stránka praktická - velká známá zahraniční nakladatelství propagují své autory s větším důrazem a menším rizikem. Obecně český trh není velký. Přímou podporu potřebují zejména odborné publikace, překlady moderní beletrie, básnické sbírky a prvotiny. Granty na podporu literatury rozděljuje Ministerstvo kultury České republiky. Priority se přitom poněkud mění : méně finančních prostředků jde na podporu vydávání českých knih a periodik, více na překlady českých autorů. Granty na knihy udělované na rok 2010 MK ČR činí 1 751 000 Kč, což je stejně jako např. v letech 1999, 2002 a 2005). Mimo dotace z MK ČR může český nakladatel získat dotaci také od některých nadací - Nadace Český literární fond, Nadace obce spisovatelů, Open Society Fund aj. (Pistorius, 2005 str. 40). Skutečnost, že téměř dvě třetiny dotací na knihy pocházejí ze zahraničí, svědčí o poměru české společnosti ke knižní kultuře velmi výmluvně.

Pro zajímavost uvádím zjištění z mého terénního průzkumu : mnou oslovených respondentů (nakladatelů v malých nakladatelstvích) pouze jeden neúspěšně žádal o přidělení grantu z MK ČR, ostatní tuto snahu brali jako ztrátu času.

Vysvětlení systém ISBN

Systém mezinárodního standardního číslování knih - ISBN (International Standard Book Numbering) vznikl koncem 60. let ve Velké Británii původně jako národní systém. Postupně se rozšířil do více než 190 zemí. V České republice je zaveden od roku 1989 (tehdy ještě v rámci Československé socialistické republiky).

Systém používá třináctimístného čísla ISBN k jednoznačné identifikaci knih (neperiodických publikací). Číslo ISBN slouží především knižnímu obchodu (jeho prostřednictvím lze knihy objednávat a vést skladovou agendu), knihovnám (pro jednoznačnou identifikaci titulu v bibliografických databázích, ale i pro potřeby meziknihovnických služeb) i nakladatelům (pro kontrolu vlastní produkce i pro vedení skladu).

Vrcholným celosvětovým orgánem systému je Mezinárodní agentura ISBN v Londýně. Každoročně vydává mezinárodní adresář nakladatelů (Publishers' international ISBN directory) obsahující i údaje o nakladatelích v České republice. Naším vrcholným orgánem je Národní agentura ISBN v ČR pracující v Národní knihovně ČR.

Účast nakladatelů v systému ISBN je v České republice dobrovolná. Produktem provozu systému je přidělení čísel ISBN jednotlivým titulům národní produkce, tvorba databáze NAK (adresář nakladatelů), databáze ISN (ohlášené knihy). ISBN přiděluje Národní knihovna ČR podle nakladatelských záměrů. Tím, že získáte pro svoji knihu ISBN, dostane se vaše kniha do všech možných knihovnických systémů. A co je hlavní – pod jednotným označením/kódem, lze i bez znalosti cizích jazyků a abeced knihu vyhledat. Jinými slovy : kniha bude snadno k nalezení v různých databázích, národních i mezinárodních. Z kódu ISBN lze pak snadno vygenerovat kód EAN.

3.3 Základní pojmy týkající se knih

- **knižní blok** - označuje vázané, ale i lepené tzv. brožované a oříznuté stránky bez desek. Při výrobě knih s pevnou vazbou je knižní blok ve finálním kroku do hotových desek vlepen pomocí předsádek.
- Na první liché stránce bývá značka nakladatelství (někdy i jen edice) - tzv. **signet**
- Před vlastním titulním listem bývá v knize ještě tzv. **patitul** - list, na jehož liché straně je zpravidla menším písmem uveden autor a název knihy. (Existence patitulu má původ ve starých těžkých knihách, které se při častém používání vytrhávaly z desek. Brzy se pak poškodil i jejich titulní list, takže se u starých poškozených knih v knihovnách někdy ztrácela informace o tom, o jakou knihu jde. Proto se časem vžila praxe informaci na titulním listu zdvojit.) **Signet** i **patitul** mohou v knize chybět, nebo mohou být spojeny na jedné straně.
- Protitul, též tzv. frontispis (maskulinum!), označuje sudou stránku nalézající se proti hlavnímu titulu. Bývá na ní často umístěna ilustrace.
- Hlavní titul bývá tradičně umístěn na liché straně a obsahuje jméno autora, název a podtitul knihy, často také název nakladatele a rok vydání, dnes se toleruje i umístění těchto údajů i na sudé stránce, vždy záleží na vkusu a nápadu grafika.

- Autorská tiráž, zvaná též copyrightová stránka, impresum či vydavatelský záznam, je umístěna na stránce následující za hlavním titulem a obsahuje povinně ISBN(pokud je knize přiděleno), dále pak copyrightové záznamy a případná poděkování sponzorům. V USA a západní Evropě obsahuje i další údaje, které jsou v českých knihách uvedeny v tzv. technické tiráži na konci knihy.
- Technická tiráž, nebo prostě jen tiráž obsahuje údaje, které musí být v knize povinně uvedeny, jakož i další technické údaje popisující knihu. Je umístěna jako poslední strana knihy. V případě, že na posledním archu zbývají ještě nějaké prázdné stránky (vakáty), na které se tisknou informace propagující jiné knihy nakladatelství, umístí se tiráž před tyto reklamní stránky. V některých knihách se v případě nezbytí (kdy jsou všechny stránky knižního bloku spotřebovány vlastním textem) tiskne tiráž na předsádku, nebo - v případě měkkých desek - na vnitřní stránku obálky.
- **Vakát** je prázdná stránka kdekoli v knize.
- Předsádka je dvojlist papíru vyšší gramáže, který v knihách s pevnou vazbou spojuje knižní blok a desky. V knize jsou vždy dvě předsádky- přední a zadní. Předsádky mohou zůstat nepotíštěné, nebo mohou být potíštěné dekorativním vzorem či ilustrací, mohou případně obsahovat i různé informace (mapy, vzorce atd.). V brožovaných knihách s tzv. měkkou obálkou jsou knižní bloky do obálky vlepujány přímo, bez použití předsádek.
- Kapitálek byl původně proužek plátna, na nějž byly přišity archy. Dnes je kapitálek zpravidla jen kousek ozdobné stužky, prýmek vlepený na okraje hřbetu knižního bloku (zejména u lepených vazeb), který zpevňuje knižní blok a zakrývá dutinu mezi hřbetem knižního bloku a deskami.
- Desky tvoří ochranu knihy s tzv. pevnou vazbou. Knihy s tzv. měkkou vazbou jsou chráněny tzv. obálkou.
- Záložková stužka (záložka) bývá v některých knihách vlepena do hřbetu knižního bloku. Některé knihy mohou být opatřeny i více záložkovými stužkami.

Tiráž a technické a vydavatelské údaje

- Tiráž je blok informací obsahující technické a vydavatelské údaje (často se tiráží přeneseně nazývá celá stránka s tímto informačním blokem). Některé z těchto údajů jsou ze zákona povinné (uvádět je v knize ukládá nakladateli zákon o neperiodických publikacích), jiné jsou pouze nepovinné, avšak bývají uváděny (alespoň v dobrých nakladatelstvích) na základě tradice.
- Povinné údaje, které musí být v knize (zpravidla v tiráži) uvedeny, jsou :
- Autor, titul, překladatel
- Jméno a adresa nakladatele
- Jméno a adresa tiskárny
- Rok prvního vydání (je-li záznam)
- U překladů : původní název díla a jméno původního nakladatele
- ISBN (pouze knihy opatřené ISBN). ISBN musí být normativně uvedeno v autorské tiráži. Často však bývá uvedeno také v tiráži technické.

Nepovinné údaje uváděné v v tiráži:

- Autor typografické úpravy
- Editor, autoři doslovu, poznámek, výtvarného scénáře, jazykové úpravy atd.
- Jméno odpovědného redaktora, výtvarného a technického redaktora
- Počet stránek
- Pořadové vydání knihy v nakladatelství
- Edice, číslo v edici
- Vydání
- Doporučená cena- tento údaj většina českých nakladatelů neuvádí. V ČR nemůže být v knize uvedena žádná závazná prodejní cena, neboť každý knihkupec teoreticky smí knihu prodávat za jinou cenu. Fakticky se ale u většiny knihkupců při prodeji uplatňuje tzv. doporučená cena, stanovená nakladatelem, která je v některých knihách vytištěna. Do všech knih, ve kterých doporučená cena vytištěná není, musí knihkupec před jejich vystavením a prodejem prodejní cenu vepsat, neboť cena musí být na každém zboží (nebo u každého zboží) prodejcem vyznačena.
- Náklad - tento údaj se dnes tiskne jen výjimečně. Tituly totiž mohou být snadno dotiskovány a informace o nákladu v takovém případě pozbývá smyslu. /Pistorius, 2005, str.44/.

3.4 Týmová spolupráce při přípravě, výrobě a distribuci knihy

Cestu knihy ke čtenáři lze popsat jako cestu mezi čtyřmi subjekty : autor-nakladatel-knihkupec-čtenář. Zde je nejdůležitějším subjektem nakladatel, protože pro knihu je to on , kdo knihu technicky realizuje i prodává. Základní strategií každého nakladatelství je neustálé a nepřetržité hledání, udržování a rozšiřování vlastního místa na trhu-tzv. knižní niky. Nakladatelství by mělo vyhledávat zejména dlouhodobé programy, které by měly být zárukou stability a zisku. V malých neperiodických nakladatelstvích, kde jsem dělal terénní výzkum však tato strategie není prvotní. Prvotní je zde velmi často potřeba nakladatele vydat titul, který je spíše jeho „srdeční záležitostí“. V malých nakladatelstvích se nepreferuje komerční produkt.

Obecně je výroba a prodej knih složitý technologický proces, který sestává z jednotlivých na sebe navazujících kroků, které se liší podle velikosti nakladatelství i podle počtu zaměstnanců.

Personální složení nakladatelství:

- redaktor - přináší nápady, jedná o autorizaci, čte korektury.
- výtvarný redaktor, který se stará o typografickou úpravu knih a ilustrační doprovod
- technický redaktor je typograf, který připravuje podklady pro tiskárnu
- výrobní referent zajišťuje styk s tiskárnami a typografickými studiemi, vybírá optimální tiskárnu pro každý titul, dojednává výrobní ceny a termíny, zajišťuje dovoz knih /Pistorius, 2005, str.117).

Další funkce jako vedoucí odbytu, propagační pracovník, pracovník pověřený autorskoprávní agendou, který vystavuje a registruje licenční smlouvy, pracovníci ekonomického úseku jsou

profese, které se uplatňují ve větších nakladatelstvích. V menších nakladatelstvích samozřejmě vykonává několik činností jeden člověk. V nakladatelstvích o dvou až třech lidech, kde jsem dělal terénní výzkum, dělá každý skoro všechno.

3.5 Hledisko rentability nakladatelské činnosti

Náklady vynaložené na vydání a prodej každého titulu lze rozdělit na tzv. externí náklady a interní náklady (nebo též režijní náklady). Externí náklady jsou náklady, které nakladatelství vyplatí jiným subjektům v souvislosti s přípravou a prodejem konkrétního titulu. Patří sem zejména autorské honoráře, polygrafické náklady (tisk, papír, vazba), platy externímu typografickému studiu (sken obrázků, zlom, nátisky, osvit filmů atd.), případně přepis, pořízení rejstříku atd. Interní náklady (režie) jsou náklady na práci zaměstnanců nakladatelství vykonanou v souvislosti s výrobou a prodejem daného titulu. /Pistorius, 2005, str.122/.

Cena, kterou zaplatí čtenář v knihkupectví se rozdělí mezi jednotlivé subjekty knižního řetězce-knihkupec, velkoobchod, nakladatel, autor, tiskárna a stát, který dostává daň z přidané hodnoty (DPH) ve výši 10%. Český knižní trh je charakterizován vysokým podílem výrobních nákladů na celkové ceně. Důvodem jsou světové ceny papíru a polygrafických materiálů a poměrně malý trh s požadavkem knih v českém jazyku. Díky téměř stejným výrobním cenám a vyšším cenám prodejním tvoří v západní Evropě polygrafické náklady jen cca 10-15% prodejní ceny (oproti 30% v ČR) a struktura dělení tržeb za knihy je výrazně odlišná. V západní Evropě připadá na nakladatele i distribuci mnohem větší díl z ceny, kterou zaplatí každý čtenář. To umožňuje západním nakladatelům pracovat s nižším rizikem a výrazně odlišnou strategií. /Pistorius, 2005, str.127/.

Roční obrat nakladatelství představuje součet jeho tržeb v prodejních cenách (tj. v cenách, za něž prodává knihy knihkupcům a distributorům, bez DPH). Zisk nakladatelství je rozdíl mezi jeho tržbami a náklady. Tituly se během roku prodávají nerovnoměrně, často je produkce nakladatelství utlumena v letních měsících a zvýšena v podzimních měsících tak, aby byla přichystána na vánoční prodej. Jde-li o začínající nakladatelství, vždy se doporučuje vydat první tituly v září nebo říjnu.

3.6. Knihy a právní řád

Při vydávání knih se nakladatel setkává se dvěma základními právními normami: s autorským zákonem, který definuje práva autora i nakladatele a jejich vzájemný vztah určený licenční smlouvou, a se zákonem o neperiodických publikacích, specifikujícími povinnosti vydavatele knih.

Autorský zákon - zákon o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským vstoupil v platnost dne 1.12.2000 a nahradil dřívější verzi autorského zákona.

Nový zákon přinesl řadu novinek:

- novou koncepci a definici autorských práv
- prodloužení ochrany autorských práv z 50 na 70 let od smrti autora
- rozšíření smluvní volnosti při uzavírání smlouvy mezi autorem a nakladatelem

- zrušení mimořádného režimu při vydávání sebraných spisů (sebrané spisy byly dříve vyňaty z exkluzivity poskytnuté licence, takže autor, který poskytl exkluzivní licenci k vydání své knihy některému nakladateli, ji mohl v rámci sebraných spisů současně vydat i u jiného nakladatele),

- práva na odměnu v souvislosti s kopírováním díla pro osobní potřebu náleží jak autorovi (jako dříve), tak i nakladateli,

- definování práv autorů počítačových programů a provozovatelů databází

Předmětem autorského práva je dílo dokončené i jednotlivé vývojové fáze a části díla, včetně názvu a jmen postav.

Práva autora k jeho dílu zahrnují práva osobnostní a práva majetková. Tato práva jsou nepřevoditelná a autor se jich nemůže vzdát. Pokud by autor uzavřel smlouvu, ve které se svých práv vzdává nebo je převádí na jinou osobu, je tato smlouva neplatná. Osobnostní práva definují základní právo autora rozhodnout, zda a jak své dílo zveřejnit. Tato práva smrtí autora zanikají. Jedná se o tři základní osobnostní práva :

1. Rozhodnutí o zveřejnění díla (kdy, kde a jak)

2. Rozhodnutí, zda a jak a kdy má být uvedeno autorství.

3. Nedotknutelnost díla (bez autorova svolení nelze v díle provést žádnou změnu).

Majetková práva jsou na rozdíl od práv osobnostních předmětem dědictví. Specifikují právo autora či jeho dědiců dílo užít a obdržet za to odměnu. Majetková práva trvají po dobu života autora a 70 let po jeho smrti (počítá se od prvního dne následujícího roku, je-li více spoluautorů, počítá se 70 let od smrti posledního z autorů). Majetková práva autora anonymního a pseudonymního trvají 70 let od zveřejnění díla (pokud mezitím není autor znám). Tomu, kdo poprvé zveřejní dosud nezveřejněné dílo, k němuž uplynula doba ochrany majetkových práv, vznikají takovým zveřejněním výlučná majetková práva k dílu takto zveřejněnému. Tato práva trvají 25 let od zveřejnění díla a získává je nakladatel, který první vydá dosud nevydané dílo autora, od jehož smrti uplynulo více než 70 let. Autorský zákon definuje, kdy lze dílo užít, aniž by bylo nutné s autorem uzavřít licenční smlouvu:

- po uplynutí doby trvání majetkových práv (70 let po smrti autora).

- v citacích (v odůvodněné míře)

- při zhotovení záznamu nebo kopie pro svou osobní potřebu nebo na objednávku pro osobní potřebu jiného - na kopii je přitom nutné uvést jméno autora, název díla a pramen (autor i nakladatel má však i v tomto případě nárok na zákonem stanovenou odměnu),

- při užití části díla ve zpravodajství o události, kdy bylo dílo provozováno,

- při užití pro úřední účely na základě zákona

- při převzetí článku mezi hromadnými sdělovacími prostředky

- při nevýdělečném užití v rámci občanských a náboženských obřadů

- při užití v rámci školního představení

- při užití pro archivní a konzervační účely knihovnami či archivy

- při nevýdělečném užití pro potřeby zdravotně postižených

- při půjčování ve veřejných knihovnách

Autorské právo porušuje nejen ten, kdo neoprávněně užívá autorské dílo, ale i ten, kdo používá názvu nebo vnější úpravy již použité jiným autorem, jestliže by to mohlo vyvolat nebezpečí záměny obou děl.

Autor poskytuje nakladateli oprávnění k výkonu právo dílo užít - tzv. licenci. Licence se může týkat užití díla jedním způsobem (ve formě knihy) nebo více způsoby (např. vydání knihy i námět pro filmový scénář). Autor s nakladatelem o poskytnutí této licence uzavírají licenční smlouvu. Pro podmínky licence platí velká smluvní volnost, tzn., že autor se s nakladatelem domluví na nejrůznějších podmínkách. Poskytnutá licence může být výhradní (autor poskytne licenci pouze jednomu nakladateli, který smí knihu vydat), nebo nevýhradní (dílo může současně vydat i jiný nakladatel). Licenční smlouva musí obsahovat ujednání o odměně. Autor se může odměny vzdát - bezúplatná licence - vše však musí být uvedeno v licenční smlouvě. Neobsahuje-li smlouva ustanovení o odměně, je neplatná.

4. Výzkumná část

4.1 Výzkum v nakladatelství Miloš Palatka - ALMI Blansko

Po vstupním mailu jsem se s nakladatelem panem Palatkou zkontaktoval telefonicky a na podruhé se mi podařilo uskutečnit osobní setkání, při kterém mi bylo ochotně odpovězeno na všechny položené otázky.

T – tazatel

O – odpovídající

T: Na základě čeho provádí nakladatelství výběr témat?

O: *Výběr témat podstatě dopředu nemám. Autory vybírám podle toho, abych v podstatě lidem v naší republice přiblížil osobnosti z naší historie např. velikány jako Komenský nebo Hus... Autoři a témata jsou neomezená, ale každé téma musí být voleno tak, aby čtenáře kniha vnitřně oslovila a byla součástí života. Snažím se, aby to nebyla fantasmagorie, ale vybírám témata z reálného života, která čtenáře duchovně obohatí. Hlavní je, aby oslovila alespoň určitou skupinu čtenářů. Moje nakladatelství se jmenuje duchovní a potřebné knihy.*

T: Ano. Máte dopředu připravený ediční plán nebo berete libovolné rukopisy?

O: *Ediční plán mám dopředu připraveny, to ano. Mám připraveno zhruba čtyři nebo pět titulů. Ale jsou to knihy, u kterých nemám autorská práva, nemám nic. Jenom konkrétně vím, které knihy bych chtěl vydat a za tím si jdu. Seženu vše, co je potřebné, abych je mohl vydat. Dál jste se ptal, zda beru libovolné rukopisy? To ne, beru si pouze takové rukopisy, které osloví především po vnitřní stránce jednotlivce. Ale když mi někdo rukopis pošle, nebráním se jeho přečtení. Záleží jak mě dané téma osloví a pro koho bych měl knihu vydat. Komu je určena, jakou skupinu čtenářů osloví. Rozhodně bych nevzal detektivku. Ještě jednou opakuji: moje nakladatelství se jmenuje duchovní a potřebné knihy, takže jsou to knihy, které přibližují čtenářům některá psychologická témata, alternativní medicínu, ale i knihy o astrologii. Dokonce i knihu o očkování, protože je to kniha potřebná pro realitu.*

T: Všechny tyto knihy jste vydal?

O: *Ne, ale mám je v nabídce, protože chci čtenáři nabídnout i pohled z více stran. Většina informací přichází z médií, takže chci nabídnout jiný pohled, než mu poskytne např. televize. Veřejnost je informována málo a jednostranně.*

T: Takže Vám jde o poskytnutí širších informací...

O: *Ano, chci poskytnout spíš skryté informace, které nejsou prezentovány mediální formou. Chci přiblížit čtenáři tu složitější stránku dané problematiky. Např. u různých tělesných i duševních postižení je informovanost velmi malá. O této problematice se extrémně nehovoří, ale při setkání s člověkem na vozíku je člověk bezradný. Neví, jak se má chovat. Tento člověk se chce začlenit do normálního života a moje knihy by tomu měly pomoci. Tento člověk potřebuje alespoň zpočátku pomoc svého okolí a o tom by měla kniha podat co nejvíce informací, i když je to forma obtížnější. I zdravý člověk by měl být informovaný. Takže vidíte, že jsou to knihy potřebné...*

T: To rozhodně ano. Jakým způsobem hodnotíte rukopis a co má splňovat?

O: *Otázka číslo tři. Pokud beru rukopis od našich velikánů to znamená Komenského, jak jsem Vám říkal, tak tam není, co hodnotit. Je to samo o sobě hodnotné, že. Pokud mi přijde nějaký rukopis jako nabídka, tak nejdříve vyžaduji osobní setkání. Na základě tohoto setkání se rozhoduji. Stačí?*

T: to jsou otázky, které jsem Vám poslal emailem, dovolil jsem si je rozšířit...

O: *Ne, nevadí, ptejte se*

T: Co vede vydavatele k vydávání knih méně známých autorů, knih s úzkou specializovanou tematikou nebo regionálním tématem?

O: *Co mě vede k tomu, abych vydával knihy méně známých autorů nebo knihy s úzkou specializovanou tematikou? Především proto, že velcí nakladatelé tyto autory odmítají, proto. Často je odmítají jen proto, že se jedná o mladého autora nebo méně známého nebo úplně neznámého autora. Nebo je to specializovaná tematika viz postižení a podobně. Velká nakladatelství plní především obchodní záměr. Pokud je kniha dobrá a osloví okolí, tak já raději udělám radost konkrétnímu autorovi tím, že mu vyjde kniha a sobě tím, že jde o dobrou a potřebnou věc, i když se jedná jen o informovanost v omezeném okruhu čtenářů.*

T: Takže vy jste altruista?

O: *Asi ano.*

T: Čím vás zaujme nový autor?

O: *Dávám na osobní dojem.*

T: Mohl byste to upřesnit?

O: *Zaujme mě především lidským postojem k dané problematice, nejraději mám normální lidi, kterým jde o určitou věc. Pro dané téma jsou zapálení a ví, co chtějí sdělit.*

T: Máte připravenou dramaturgii nakladatelství? Víte kolik knih můžete vydat?

O: *Dramaturgii připravenou nemám, ale již jsem mluvil o edičním plánu - čtyři nebo pět titulů, přizpůsobuji se tomu, co se mi zdá skutečně potřebné. Co na trhu chybí a je to potřebné.*

T: Jakým způsobem získává nakladatel sponzory a dáorce na úhradu ztrát při vydávání neatraktivních titulů?

O: *To jsou tři varianty. První varianta je ta, že tu knížku zaplatím já jako nakladatel. Druhá věc je, že seženu sponzora – nějakou firmu, která zaplatí vydání knížky jako sponzorský dar a nechce peníze vrátit. Třetí věc, že seženu investora, oslovím někoho, kdo mně dá potřebnou část peněz pro vydání té knížky a ty chce s nějakým ziskem vrátit zpět. Jo to vám takto stačí, jo.*

T: Zkoušeli jste státní instituce nebo Evropské fondy pro získávání grantů na vydávání knih?

O: *Nezkoušel, ani nebudu, protože nemám čas čekat na to, až mi někdo se někdy možná rozhodne, že mně dá nějaký grant pro nějaké vydání knížky, protože ty knížky se vydávají teď a když chci vydat nějakou knížku tak teď nebo nikdy.*

T: Zkoušel jste i soukromé dáorce, kteří by pomáhali s financováním knih?

O: *Ano vždy.*

T: Jaké marketingové metody používá nakladatel na cestě knihy z výroby ke čtenáři?

O: *Důležitá marketingová věc je ta, abyste byl v knižních prodejnách, knihkupectvích, pokud tam nejste, tak neprodáte. To je logické. To znamená, že musíte mít dobré vztahy s vedoucími knihkupectví. I když vydáte titul, který nebude až tak atraktivní, zařadí ho do nabídky, a to je pro vydavatele nejdůležitější. Na druhé straně můžete vydat titul známý, ale nebudete-li mít dobrý vztah s knihkupectvím, mohou titul odmítnout. Nedají ho do nabídky. Takže marketingová metoda je za prvé dobrý osobní vztah s knihkupcem, za druhé jsou velmi důležité recenze, které knihu rovněž nabízejí a jsou logicky i velmi dobrou reklamou.*

T: To znamená, aby se o vydávaném titulu, co nejvíce psalo...

O: *Ano, v obyčejných týdenících, regionálním i celorepublikovém tisku. Je to jedno, ale hlavně, ať se o tom píše. To je důležité. Dále samozřejmě se šíří informace o dané knize internetem, ale to už musím platit. Obecně: čím větší publicita, tím lépe pro vydavatele i prodávajícího.*

Chcete se zeptat něco?

T: Tak napadlo mne to, jestli jste zkoušel akce typu knižní veletrhy?

O: *Nezkoušel jsem, zatím nezkoušel, ale letos budu na největším veletrhu Svět knihy v Praze, protože vydávám jednu knížku, která je určena pro rodiče, respektive na pomoc rodičům při rozvíjení jemné motoriky u dětí. Takže taková malá útlá knížečka. Ta knížečka se bude jmenovat Tkanička Anička. Je tam čtyřicet stran malého textu a je tam obrázek holky a tkaničky, na které se děti učí, aby si s tou tkaničkou na základě toho obrázku jako předlohy hrály, motaly a tak se naučily hýbat prstíčkama. Je to samozřejmě jak pro zdravé děti, tak i*

pro děti s různými druhy postižení, je určena prozíravé i nemocné děti, aby rozvíjely jemnou motoriku. Tak z toho důvodu se letos poprvé zúčastním veletrhu Svět knihy, kde by měl proběhnout i křest knihy a autogramiáda.

T: Jak je to pro vydavatele finančně náročné dostat se na knižní veletrh?

O: *Že bych si konkrétně zaplatil několik tisíc, to ne. Vím, že to bude pro knihu dobré. Ale že bych platil vysoké náklady, to ne. Jak jsem říkal, jsem malý nakladatel, nestojí mi to zato. Bude dobré, když se o knize bude vědět...*

T: Používáte pro propagaci svých knih vernisáže nebo ostatní kulturní události?

O: *Ano, nepoužívám vysloveně vernisáže, ale s každou knihou, kterou uděláme je spojený křest a na ten křest zveme samozřejmě televizi, většinou nepřijdou. (smích) Na rovinu nepřijdou nikdy. Když vydáváme knížky Komenského, tak obešleme vysoké školy, děkany a podobně, aby se alespoň na akademické půdě vědělo, že je takový titul na trhu. Takže vydání každé knihy je pro mě spojeno s křtem, na který jsou zváni ti, kteří se podíleli na jejím vzniku a samozřejmě zástupci médií...*

T: Zkoušeli jste se prosadit i na ostatních knižních veletrzích?

O: *Zatím jsem to nezkoušel mimo Světa knihy...*

T: Které vnější vlivy mají největší dopad na budoucnost malých a nízkonákladových vydavatelství?

O: *Myslíte v pozitivním nebo negativním slova smyslu?*

T: Tak co třeba špatný marketing to může ovlivnit vydávání knihy?

O: *Noo ... Malí nakladatelé nemají příliš peněz nato, aby platili velké položky, spíš to funguje na základě osobních vztahů. Ty si musí malý nakladatel pěstovat, protože jedině tak může zdarma dostat knihu do prodeje. Tady se snad může stát, že člověk, který vás zná a pomáhá vám, přestane pracovat v redakci, přestane pracovat v knihkupectví. To znamená, že přijdete o spřízněnou duši na tom určitém postu, ze kterého vám pomáhal. Pokud tyto vztahy nefungují, je téměř nemožné knihu dostat do distribuce. Nic jiného mě nenapadá. Když tak mi řekněte, co by mohlo a já Vám zkusím buď vyvrátit nebo potvrdit.*

T: Jasně

O: *Nevím, můžeme se pak k tomu vrátit*

T: Ano. Na jak dlouho dopředu plánujete svou vydavatelskou činnost?

O: *Neplánuji nijak dopředu. Plánuji ty tři knížky, jak jsem říkal. Mám nějaký ten ediční plán pro čtyři, pět knížek. A podle toho se řídím. Postupně jednotlivé knihy vydávám. Mezi tím přichází nové nápady. Občas vám někdo nabídne něco, co vás zaujme více a podle toho si řídíte vydavatelskou činnost. Vše se vyvíjí podle situace. Třeba vydám pouze tři knihy za rok, ale také jich mohu vydat dvacet. Neplánuji dopředu, ale nyní mám tři knihy, které chci zatím vydat. Potom uvidíme.*

T: Asi to je jediná cesta, jak se dá malé nakladatelství udržet. Vás tato činnost viditelně naplňuje a baví. Sledujete trendy ve vydávání a jak plánujete svoji budoucnost?

O: *Ano jsou to ty trendy knížky, jak jsem Vám říkal, aby oslovily čtenáře. A že bych plánoval svoji budoucnost? Neplánuji. Co přijde, to přijde.*

T: Máte nějakou představu o věkovém rozpětí nebo vzdělání čtenářů, co čtou vaše knihy?

O: *Je to různé. Komenského si přečte student typu Vás, který se učí teologii a samozřejmě děkan, který má šedesát – sedmdesát let, že.*

T: Takže Komenského čte pouze člověk s filosofickým zaměřením?

O: *Ano. Ale jelikož vydávám knihy různého typu to znamená o postižení, nebo jak jsem se zmínil, tak je to velké věkové rozpětí. Knihy o autismu nebo Tkanička Anička čtou především maminky malých dětí, protože jsou postaveny před problém vychovat a zařadit do normálního života postižené dítě. To jsou např. maminky od dvaceti do čtyřiceti let. Takže velké věkové rozpětí.*

T: Můžu se zeptat, od těch matek dostal jste třeba nějakou pochvalu za to, že vydáváte takovou literaturu, že se tím někdo začal zabývat.

O: *Ano, to je přesné. Najdou tam odpovědi, na které jim lékař neodpověděl. Je tam více možností - alternativ, jak dítěti pomoci. Matky prožívají situace, o kterých nikdy dříve neuvažovaly - např. Maminko, nezpívej.*

T: To, je pěkná kniha a dostala cenu Vládního výboru pro zdravotně postižené. Což je pro Vás velké povzbuzení, že? To blahopřeji.

O: *Samozřejmě to potěší. Poděkování chodí nejen mně, ale i autorům, na které si čtenář najde kontakt v této knize. Takže nám oběma chodí poděkování, že vůbec takové knížky vznikly, že se k nim dostaly a že jim hodně pomohly. Dlouho řešili například, která výživa je pro postižené dítě správná, konkrétně u knížky Přemůžeme autismus. Hodně rodičů píše stále maily, že děkují. Že děkují, že si tu knížku mohli přečíst, a že se jim dostala do ruky, protože klasická medicína jim tyto informace neposkytla. I na základě toho, že taková kniha vznikla /Maminko, nezpívej/ mi přišly další nabídky od dalších maminek, které mají jinak postižené děti a že chtějí nebo mají napsanou podobnou knihu, která se týká postižení jejich dětí a chtějí se s ostatními podělit především o praktické zkušenosti. Přeji si, abych jim to vydal také.*

T: Takže i takto se Vám vlastně otvírají cesty, že Vám takhle chodí sami a řeknou: chceme vydat u Vás ...

O: *Protože jste seriózní vydavatelství a hlavně rozumíte naším problémům. Nechceme z toho mít komerční záležitost. Velmi často to funguje tak, že třeba ti autoři ani nechtějí honorář... Chtějí se prostě podělit o své zážitky.*

T: Děláte nějaké akce pro své čtenáře?

O: *Ano, dělám. Domlouvám se s jednotlivými knihkupectvími, kde buď ty knížky po dobu nějakého časového horizontu mají sníženou cenu o 50% a nebo se třeba dělá akce: kupte si dvě knížky a třetí dostanete zdarma, jo.*

T: Zapojujete se do organizování organizování autorského čtení autorů, co u Vás vydávají. To je asi vhodnější při představování nějakého románu...

O: *Jako, že bych někam přišel a něco četl.*

T: Ne, myslím, že byste pro autory přichystal prostor pro besedu se čtenáři o dané problematice.

O: *Ano, autorka knihy Přemůžeme autismus paní profesorka Strunecká pořádá přednášky, ale ne z důvodu, aby prodala knihu, ale aby odpověděla rodičům jejich dotazy. Ted' pro ni připravujeme v Praze zase jednu z přednášek, takže zajišťujeme místnost a propagaci.*

T: Tak jsem to přesně myslel.

O: *Takto to také děláme, ano. Třeba paní Makovcová s knížkou Maminko, nezpívej bude mít prostor na veletrhu Svět knihy, aby mohla o své knize asi třicet minut hovořit. Budeme křtít knihu Tkanička Anička. Křest bude spojený s autogramiádou.*

T: Pomáháte představovat svoje knihy a vlastně i neznámé autory širšímu publiku?

O: *Snažím se tyto knihy dostat na nejrůznější místa, nejen do knihkupectví. Objíždím i organizace a sdružení, kterých se tato problematika týká. Když jsem vydal knihu o autismu, objel jsem všechny autistické organizace a sdružení v celé České republice s tím, abych jim řekl, že tato kniha existuje. Totéž jsem udělal, když jsem vydal Komenského. Objížděl jsem školy, ale především všechna muzea, která udržují jeho památku.*

Snažím se vždy informovat všechny, kterých se ta určitá problematika konkrétně týká. Samozřejmě rozesílám desítky emailů.

T: Vydáváte i knihy pro firmy?

O: *Zatím jsem to nedělal.*

T: Musí mít vydavatel nějaké specifikum, kterým se liší od ostatních? Stačí nakladatelství ALMI?

O: *Vy se musíte odlišit jako vydavatel. Buď budete vydavatel, který vydává všechno, a tím pádem nebudete zajímavý. Nebo budete vydávat nějakou konkrétní literaturu. Moje literatura se jmenuje duchovní a potřebné knihy. To znamená, že někdo si dá do vyhledavače něco o duchovnu nebo o nějaké potřebě nebo o nějakém postižení, objeví některý můj titul. Součástí mé nabídky jsou i knihy o zdravé výživě. Prostě knihy pro život potřebné. Na trhu se musíte nějak specifikovat. Takže pokud chce někdo uspět a být známý vydavatel tak se musí odlišit. Například můžete vydávat pouze knihy pro děti od tří do šesti let. Tak se získá okruh čtenářů, kteří přijdou právě pro tuto literaturu. Rodiče se mezi sebou baví o vhodné knize pro dítě a vzájemně se informují, které vydavatelství je to nejvhodnější.*

T: Takže probíhá komunikace mezi čtenáři....

O: *Přesně tak, protože když si někdo bude chtít koupit nějakou knížku, tak nejširší výběr je tam a tam, dobře. Je to na nějakých konkrétních neurčitých stánkách, jo. Já nevím knihkupectví.cz. Tam mají spoustu knih, to je dobré, ale pokud chcete být odlišený, aby lidi*

hledali u Vás, tak se musíte odlišit, aby se o Vás takhle vědělo. Potom je samozřejmě nutné mít svoje internetové stránky. Ano, o tom kterém postižení se dá koupit kniha z tohoto nakladatelství a je velmi dobrá, našel jsem tam spoustu rad a odborné pomoci. Pokud se vám přihlásí na internetových stránkách několik set nebo tisíc lidí, tak můžete samozřejmě prodat, ale rozjíždět i další akce. Pořádat besedy, informovat potřebné lidi. Získáváte konkrétní okruh čtenářů, kteří ví, co hledají a chtějí koupit. Přihlašují se k vám s konkrétním záměrem. Rozumíte?

T: Tak jsem si to právě představoval.

O: *Takže nějak se odlišíte a víte, že máte okruh svých čtenářů, kteří jsou přihlášení a když vydáte nějakou knihu, tak víte, že se na ni podívá určitý okruh lidí a nebudou ji hledat jinde.*

T: Vydávání literatury duchovní a potřebné - to je váš nápad?

O: *Ne to jsme nevymyslel, to přišlo samo. Začal jsem vlastně vydáním Komenského. Později jsem se setkal s paní profesorkou Struneckou a z toho vyplynulo nakladatelství duchovní a potřebné. Nebylo to plánované. Nikdy jsem neplánoval dopředu, že budu mít vydavatelství nebo respektive nakladatelství. Nebyl žádný plán. Prostě - tak jde život, možná, že tady za rok nebudu. Řídím se tím, že co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítřek. Dnes jsou peníze na vydání knihy, tak se snaž ať vyjde co nejdříve.*

T: To je dobrý přístup, žádné co by, kdyby...

O: *A hlavně žádné dlouhé rozhodování. Když přijde autor a je dobrý a rozumíme-li si i lidsky, nerozhoduji se dlouho. Už jsem říkal, že mám rád normální lidi, kteří si na nic nehrají. Důležitá je dobrá spolupráce a dobrý osobní vztah.*

T: A už jste setkal s lidmi, co Vám nesedli, a kterým byste rukopis nevydal, takže jste ho ani nečetl?

O: *Samozřejmě, to poznáte již po mailové komunikaci. To Vám třeba někdo pošle mail typu : „ Dobrý den, mám knížku a chci ji vydat“. A teď vidíte v kopii, že to poslal dalším třiceti vydavatelstvím.*

T: To snad ne...

O: *Ze slušnosti zareaguji, že děkuji. Nemá to smysl. To poznáte, že ten člověk pošle mail jen Vám a ještě Vás osloví: „ Dobrý den, našel jsem Vaše nakladatelství, které je mi sympatické, mám tady nějaký text a byl bych rád, kdyby vyšel konkrétně u Vás“. S takovým člověkem má smysl konkrétně jednat. Ale že mi někdo pošle text a napíše vydejte, to ne. Někdy se člověk dostaví s námětem, všechno probereme, to je jiné jednání.*

T: To znamená, že má vhodné téma, které chce dále rozvíjet, a potom vydat. Ve vašem nakladatelství jde vždy o speciální tematiku.

O: *Určitě. Prostě někdo přijde s tím: “ Hele, přemyslím tady o tom problému, chtěl bych to napsat tak a tak... “. Tak řeknu, napište. Samozřejmě nemohu nic slíbit, protože ono takové napsání zabere přinejmenším půl roku.*

T: To je celkem krátká doba...

O: *Někdy i čtyři měsíce. Já nevím, co bude za půl roku. Jestli budu fungovat nebo nebudu. Nikomu se neupisuju. Ano, začněte psát, já Vám to vydám, ne. Napište to, udělejte to, ono se může spousta věcí změnit u Vás, ale i u mě, pak se domluvíme. Můžete za mnou přijít, do budoucna počítat. Ta možnost tady je, uvidíme. Takto to řeším.*

T: Tak to je vše, na co jsem se chtěl prozatím zeptat. Moc děkuji za Vaše odpovědi.

Koncentrát z průzkumu v nakladatelství ALMI :

Nakladatelství Almi je typické malé nízkonákladové knižní nakladatelství. Neplánovali dopředu, že budou mít své vlastní nakladatelství. Vše vzniklo z náhody. Nevzniklo z potřeby živobytí, ale z určité záliby ve vydávání knih. Před založením nakladatelství Almi realizovali zakladatelé Almi své projekty u jiných nakladatelství. Jejich projekty vydávání knih spočíval ve vyřízení práv pro vydání knihy a splnění dalších nutných záležitostí spojených s vydáním knih. Takto připravený projekt předali nakladatelství. Vydání knihy sami financovali s přáteli ze svých zdrojů u prvních projektů. To se změnilo při uskutečňování vydání další knihy v jejich kmenovém nakladatelství, která se nehodila do edičního plánu. Rozhodli začít neplánovaně vydávat knihy, na kterých se sami shodli a začali starat o všechny náležitosti spojené s produkcí knih. Věděli při zakládání nového knižního nakladatelství je potřeba určité specifikace témat vydávané literatury. Postupem doby našli si vhodné spolupracovníky, ti se podíleli a podílejí na výrobě knihy, ale nejsou jejich zaměstnanci.

Vznikly mezi nimi korektní vztahy, které jsou zárukou dobře vykonané práce a tedy i úspěchu knihy. Všechny pracovní vztahy mezi zaměstnanci a nakladatelstvím jsou tvořeny dohodou o provedení práce. Hlavním kritériem výběru spolupracovníků s nakladatelstvím Almi byla jejich kvalita praxe v oboru. Proces vydávání knihy se neděje na jednom místě. Všechny jejich části jsou rozmístěny na celém území České republiky. Editorská činnost se děje na severu republiky. Grafika se provádí ve středočeském kraji. Samotný tisk se komplexně provádí na jihu republiky. Toto rozkouskování by se mohlo zdát jako neefektivní. Naopak lidé provádějící své činnosti jsou odborníci v oboru. Jejich práce se doplňuje a vyznačuje kvalitou. Zaměřují se ve vydávání knih na velikány typu Komenského, Husa a dalších. Při jejich výběru do edičního plánu svého nakladatelství nepochybují. Díla těchto velikánů jsou časem prověřené a vydáním těchto děl dělají službu národu. Také se jim naskytla možnost vydávat úzce specializovanou literaturu pro matky nemocných dětí. Vydávání knih pro matky nemocných dětí obhajují tím, že jsou nakladatelství potřebné a duchovní, jejich literatura by měla čtenáře něčím vnitřně zaujmout. Nechtějí vydávat

fantasmagorie a beletrii. Svým edičním plánem chtějí emotivně zaujmout obyčejného člověka s každodenními problémy.

Pro svůj ediční plán si předem připravují čtyři až pět knih. Tyto knihy chtějí určitě vydat, ale nemají pro ně vyjednaná autorská práva. Krom knih z edičního plánu se nakladatelství Almi mohou naskytnout nabídky od čtenářek nebo lékařů, které se chtějí podělit se svými zkušenostmi o podobných problémech jako se dočtou v knihách, které nakladatelství vydává nebo chtějí ukázat nový alternativní pohled na danou věc. Rukopisy berou od lidí, jenž ho osloví osobně mінěným mailem a při věcně vedeném osobním kontaktu. Nemají rádi maily typu : „mám rukopis a chtěl bych ho u Vás vydat“. Už ze znění mailu je cítit neosobnost a nezainteresovanost na této činnosti. Na takové maily vždy reagují slušně a krátce bez kladné odpovědi. Obecně se zasílání rukopisů od neznámých autorů nebrání. Zakládá si na osobnějším znění dopisů od autorů. Na osobním kontaktu trvá s každým autorem, protože hledá „normální lidi“. Velmi si zakládá na potřebných a duchovních tématech, co mají oslovit čtenáře jeho knih. Velmi věří svému instinktu a dává na osobní dojem při výběru další vydané knihy. Po splnění pravidel tím, že jej zaujme při osobním pohovoru. Několikrát se setkal s lidmi, co byli odmítnuti velkými nakladatelstvími kvůli své neznalosti. Například u témat s postižením a podobně závažnými tématy. Z principu to nedělá kvůli penězům, může si troufnout vydávat neznámé autory a úzce specifická témata. Při vytváření designu knih se snaží vyjít lidem vstříc. Chce autorům, kteří se s ním domluvili na vydání knihy udělat radost, a aby výsledek byl podle jejich představ. Do své knihy dali velké množství úsilí. Oni přesně ví a mají představu o vzhledu své knihy. Je to jejich dílo, do kterého dali veškerou svou energii a emoce. Neadekvátní zásah do procesu vydání knihy může celý projekt zhatit. Po splnění všech těchto pravidel a filozofie nakladatelství Almi se stává, že kniha takto vytvořená řekne něco i svému okolí. Naplní představy o životních problémech rodin postižených a nemocných dětí. Poodhalí roušku tajemství, které se skrývají za zdmi neznámých domů.

Na internetových stránkách svého nakladatelství nabízí krom již zmíněné potřebné a duchovní literatury také knihy o astrologii od jiných nakladatelství. Informuje tam o křtech knih nakladatelství Almi. Při výběru obsahu témat se snaží zobrazovat alternativní pohled na danou tematiku. U témat týkajících se nemocí se informovat o důležitých věcech, které u lékaře nezískají například o očkování. Informace podává z obou stran obsírnější formou než se dozvídáme z medií. Kromě informací o očkování se zabývá postiženými dětmi například epilepsií a podobně závažnými onemocněními. Poukazuje na nízkou informovanost širší společnosti.

Pro vydání knih používá tři způsoby financování. První varianta financování knih je financování z vlastních prostředků. Druhou metodou financování knih spočívá v najetí sponzora nejčastěji firmy darující peníze na vydání knihy bez nutnosti návratu svých investic. Třetí způsob získávání peněz pro financování vydání knih vzniká tak, že se ozve nakladatelství firma, která investuje peníze, ale požaduje z vydání knihy návrat peněz popřípadě i nějakým ziskem. Pro financování knih nevyužívá pomoci státních institucí a ani fondů evropské unie. Důležité je pro něj okamžité vydávání knihy bez průtahů a nemá čas čekat na rozhodování státních institucí, které rozhodují pomalu a neefektivně.

S fungováním knižního nakladatelství je velmi důležitý marketing prodeje knih. V marketingu u nízkonákladových nakladatelství se více sází na dobré osobní vztahy mezi lidmi než financování marketingových činností penězi. Nízkonákladová nakladatelství nemají velké rozpočty. Veškeré tyto vztahy končí odejitím pracovníka s kterým jste tento pracovní vztah měl. Vše je na nakladatelství. Při rozvrhování všech svých činností mají na paměti, že jejich knihy jsou potřebné a duchovní. Tento marketing by se mohl rozdělit na dvě části: jednou částí jsou dobré vztahy s knihkupci a druhou využívání internetu a medií. Nakladatelství Almi si zakládá na dobrých vztazích s knižními obchody a knihkupci. Bez těchto dobrých vztahů se nedá prosadit na knižním trhu. Velice důležité v tomto vztahu jsou vedoucí knihkupectví. Vedoucí knihkupectví rozhodují o rozmístění knižních titulů a tedy o jejich možném prodeji. Také se na mohou spolehnout v rámci korektního vztahu s těmito lidmi při vydání slabšího titulu, že titul umístí do své prodejny. Bez korektních vztahů s těmito osobami Vám nepomůže mít výborný titul, protože oni knihu nedají na atraktivní místo nebo si jej nevezmou do prodejny. Pro případné čtenáře dělá akce v určitých časových blocích dvě knihy plus jedna zdarma. Využívá otištění recenzí v tištěných a internetových médiích. Hlavním účelem je roznesení informací o vydávaných knihách mezi širší publikum. Ke každé knize realizují její křest. Na křest vždy zvou televize. Nestalo se jim, aby televizní štáby na křty přijeli.

Nevyužívá knižní veletrhy pro prezentaci svého nakladatelství, ale nevyhýbá se jim v budoucnosti. Nakladatelství Almi nemá dostatek peněz na prezentaci na knižních veletrzích. Je pro ně neekonomické platit částky v řádu desetitisíců, při jejich nízkém prodeji na knižním veletrhu. Nemají šanci si vydělat na to, aby taková investice byla po nízkonákladová nakladatelství atraktivní a splnila svůj účel v propagaci nakladatelství. Nakladatelství se podařilo domluvit na pražském Světu knihy autogramiádu a křest knihy Tkanička Anička. Kniha je zaměřena na jemnou motoriku malých dětí. Na čtyřiceti stranách najdeme vše

potřebné pro učení dětí. Učí děti v jednoduchých krocích pomocí zábavných her s tkaničkou jemné motorice. Mohou ji používat zdravé i nemocné děti.

Informace o knihy klasiků např. Husa, Komenského posílá do vysokých škol a do muzeí nebo na adresy jejich funkcionářů. Těmito kanály se tyto knihy dostávají mezi odbornou veřejnost tedy mezi vysokoškolské učitele a studenty. Vzniká tím další možná skupina potenciálních nakupujících a tedy i kvitující tyto výtisky.

Literatura o nemocích jako je epilepsie a další nemoci, které mohou mít děti od narození, nachází své čtenáře v řadách maminek takto nemocných dětí. Tyto matky ve věku od dvaceti do čtyřiceti let a pak lidé, kteří se zajímají o takové nemoci často zakládají sdružení a mají zájem na zvýšené informovanosti okolí i dalších takto zasažených osob. Čtenáři a hlavně čtenářky z řad spolků nevědomky dělají reklamu nakladatelství. Mluví spolu o těchto knihách a tedy se i informují, co toto nakladatelství vydává. Informují se na internetu. Ví, že při zadání hesla „ potřebné a duchovní “ se dozví alternativní formou o vrozených nemocech a očkování. Postupem času lidé mezi sebou roznesli, že nakladatelství Almi se úzce specializuje na potřebou a duchovní literaturu.

Tyto knihy můžete na internetu koupit ve velkých obchodech. Nevýhodou velkých obchodů jsou spousty knih na jednom prostoru. Případní nakupující hledají ve velkém množství knih. Internetové stránky nakladatelství Almi nejsou jen prezentací jejich knih, ale také podobné literatury dalších nakladatelství. Internetové stránky umožňují evidovat počet návštěv nakladatelství tedy možných čtenářů. Pohybuje s to v řádu tisíců za měsíc. Nakladatelství Almi si může udělat představu o svých čtenářích také z děkovných mailů, které chodí do nakladatelství. Autorům knih přichází maily s poděkováním nebo dalšími dotazy. To platí například u knihy Přemůžeme autismus od profesorky Strunecké. Děkovné maily vyzněly ve smyslu, že čtenáři se dozvěděli mnoho zajímavých informací a že je psána alternativně. V knize jsme se mohli čtenáři dozvědět o praktických věcech spojených s autismem. Pro maminky nemocných dětí jsou podstatné věci jako je strava a další podstatné každodenní problémy. Další knihou s úspěchem je Maminko, nezpívej od paní Jany Makovcové, která je výpovědi matky s nemocným dítětem epilepsii. Díky této knize získalo nakladatelství nabídky na další knihy s podobnou tematikou. V rámci vydávání takovýchto knih si získali reputaci, že vydávají knihy potřebné a duchovní s tématy pro maminky. Vydáváním vážných témat pro úzkou skupinu čtenářů se snaží mít renomé seriozního nakladatelství.

4.2 Terénní výzkum v nakladatelství František Šalé – ALBERT Boskovice

S daným výzkumem jsem započal 2. února 2010. Kontaktoval jsem nakladatele Františka Šalého z Boskovic, z jehož vydavatelství se mi do rukou dostala kniha básní *Ze studně večera* kdos něžný vážil krev, na jejíž vzniku jsem chtěl poznat celou problematiku práce malého nakladatelství. Panu nakladateli jsem nastínil podstatu své bakalářské práce. Respondent mi vysvětlil problematiku knižního nakladatelství a popsal mi jeho chod i jednotlivé přípravné a výrobní operace.

T – tazatel

O – odpovídající

T: Na základě čeho provádí nakladatelství výběr témat a autorů pro své ediční plány?

O : *Na základě čeho? Určitě ne na základě nějaké dlouhodobé koncepce.*

T: (souhlas)

O: *Protože v případě toto našeho nebo mého nakladatelství, tak je to nakladatelství dvou lidí. Vzhledem k tomu, že to máme i jako profesi, tak v první řadě se musíme snažit vydávat věci, které jsou prodejné, které jsou zajímavé pro čtenáře a které řekněme nám přinesou zpátky investici a můžeme z toho žít. To je jedna věc. Jsou to třeba sborníky z konferencí pro různé vysoké školy, hlavně teda, co se týká literární historie, psychologie, sociální práce, sociologie, literární vědy a historie, pak jsou věci smluvně dohodnuté na základě toho, že nějaký objednavatel přijde řekne: „ Já jsem o Vás slyšel, že jste nakladatelství, které je schopné mi vydat takovou knihu a za kolik peněz“. To je taková další dost podstatná část produkce a potom je třetí oblast a to jsou věci, které si skutečně sami vybíráme a které si vydáváme také s ohledem na nějaký ten finanční efekt. Hlavně to jsou věci, které se nám líbí a které spíš jsou koníčkem pro nás. To je třeba tato publikace o panu Okénkovi, který je bývalý kantor, muzikant, vypravěč, organizátor, taková postava, takový spiritus agens na Hornácku, který dneska má pozeňnaný věk, který třeba mne zaujal tím, že jsem měl šanci sedět u něj a bavit se s ním a na základě toho najednou z toho vylezlo, že se nejedná o úplně obyčejného člověka, že to je skutečná osobnost, která si opravdu zaslouží, aby o ní vznikla nějaká malá monografie, malá knížka doplněná fotografiemi a podobně. To je jeden ten příklad. Příkladem dalším může být zase zmiňovaná knížka Klementa Bochořáka, to taky vzniklo trošku náhodně, že já jsem dostal od kamaráda typ, že existuje člověk, který se Bochořákem zabývá a že by byl ochoten vydat knížku, tak jsme se sešli, domluvili jsme se na určitých pravidlech, na určité formě spolupráce, na tom jak ta knížka bude vypadat, co v ní všechno bude. Tomáš Soldán udělal vlastní výběr textu, u nás se to pak zpracovalo a ta knížka se vyrobila. To je takováhle věc, těch věcí samozřejmě dělaných tímto způsobem není tolik, co prvních, které jsou dělány takzvaně na objednávku, ale zaplat' pánůh, právě ty první nám přinesou jakýsi zisk, který mi můžeme investovat do těch, které si musíme zaplatit sami, protože dotace jsou mizivé.*

T: Máte dopředu připravený ediční plán nebo berete libovolné rukopisy?

O: *To s tím souvisí. Ono je to takové. Že bych neměl žádný ediční plán, to by nebyla úplná pravda. Nemám jakýsi pevný ediční plán, podle kterého bych jel jako třeba velká nakladatelství jako je Albatros a nevím co Lidové noviny a podobně. To teda. Ono je to něco mezi tím, protože já samozřejmě vím, že mám třeba na ten rok už několik publikací, které vycházejí pravidelně. To jsou ty zmiňované sborník, vím, že dejme tomu Katedra sociální práce Masarykovy univerzity v Brně bude dělat každý rok konferenci. Z té konference já udělám sborník, knížku, takže to je to, co by se dalo zařadit do jakéhosi pevného edičního plánu, protože vím, že takových šest řekněme až deset knížek. Já si je naplánuji na základě získaných zkušeností předešlou ediční činností a pak jsou ty náhodně vybírané tituly a to je to, co jsem říkal, to se na nás obrátí určitý autor a nebo taky jedna z těch možností, že se k nám dostane nějakým způsobem rukopis knížky, který nás zaujme.*

T: Jaký je potom další postup?

O: *No..., pokud obdržím nějaký text, který někdo chce dejme tomu publikovat, tak, že ho pošle mailem s komentářem: „, posílám Vám text, vydejte mi knihu“ ...*

T: (úsměv)

O: *... připadá mi to trošičku takové neosobní, většinou těm lidem slušně, samozřejmě slušně, že teda bohužel na to nemáme finanční prostředky a snažím se s nimi dál nekomunikovat, ale jsou případy, kdy osloví : „, já se u Vás zastavím, já bych Vám chtěl něco ukázat, třeba by Vás to zaujalo“. To je příklad jistého pana Polánika z Rudice. To je tady u Jedovnic vesnička. To je člověk, který strávil celý život v lese a o on napsal, ale je to vyloženě autobiografická věc, od svých začátků, kdy někdy v padesátých letech se s rodiči toulal po Severní Moravě, po Hané, po Slovensku. Prostě jak rodiče šli za prací, zaměstnáním, tak chodil s nimi a i přes určité politické problémy nakonec teda dosáhl svého, že se z něj stal takový ten foť. To, po čem on hrozně toužil, ta kniha, je velice řekněme slušně řemeslně napsaná. On to přinesl asi před rokem a já jsem se do toho začel a pak jsem mu řekl: „, Víte, pane Polániku, ono to má 350 stran“*

T: No to je pěkně rozsáhlá četba!

O: *Nabývá to hlavně množstvím popisných částí, já, třeba jako čtenář, nemusím číst na pěti stranách, jakým způsobem se stahovalo dřevo z hory. Je to zajímavé, ale už je to jako u Jiráka. Jo, že budeš číst nějaký historický román a tam máš popsáno na deseti stránkách, jak vypadá kůň. Je to pěkné, ale mně to stačí na půlce stránky. No, tak jsem se s ním domluvil, protože on o vydání dost stál. Přiznám se, že já taky, totiž, aby ta knížka vyšla. Tak jsme se dohodli, že on tam udělá úsporné úpravy. To musí udělat autor. Já nemůžu autorovi do textu zasahovat. Navíc to nějaké: já jsem, já vám to zpravil. To je barbarství. Takže on to seškrtal, takže dneska ta knížka 240 stran. Je si myslím daleko poutavější, protože ten její děj je takový svižnější, což je dneska potřeba. Dneska už popisné pasáže nikdo číst nebude, to jsem se s Lídou dohodli již před nedávnem. A po této úpravě mi mu tu jeho knížku vydáme do prázdnin a snad s ní neuděláme radost jenom němu.*

To je případ knihy, která vznikne náhodně mimo ediční plán. Musím Vám říct, že spousta těch věcí, které se k nám dostanou tímhle způsobem, tak jsou velice zajímavé. Jo je to hudba z regionu nebo je to o něčem, o nějakém člověku nebo o nějaké činnosti, třeba dejme tomu ... o pěstování žampionů. A mně se takové věci líbí, já se přiznám a to je na mé vydavatelské činnosti právě to vzrušující, co mě u ní drží.

T: Co vede vydavatele k vydávání méně známých autorů, knih z úzce specializovanou tematikou nebo regionálním obsahem?

O: *To jsou tři věci, tři věci to jsou. Teďka to první, jo. Méně známých titulů, to je. Já nevím co je méně známý titul.*

T: Méně známý titul, jako že to je ...

O: *... autor není tak známý*

T: Autor není tak známý a ta tematika to je....

O: *To je trošičku zavádějící termín, protože když já budu teoreticky mít dost peněz, tak já z toho neznámého autora udělám hvězdu dneška. Já koupím nějaké blýskavé sako a dám mu náušnici do nosu a dostanu ho do sledovaného pořadu do televize. Najednou všichni budou říkat: „ Ježiš Marja, toto “ a budou se po jeho knihách shánět. Proto budme opatrnější s tím méně známý, více známý. Prostě autor je autor. Tam se nedá rozlišovat, jestli je někdo víc nebo méně známý. Někdo má víc štěstí, že se mu povedlo prorazit na knižní trh. Někdo menší, ale zase je liché vycházet z toho, že tak zvaný méně známých autor, je méně důležitý, kterého bychom neměli brát na zřetel. Jsou to třeba lidé, kteří někdy po večerech vzali do rukou tužku nebo dnes notebook a udělili si z psaní svého koníčka nebo hlavní náplň volného času. Muže dojít k nějaké životní situaci a v tom člověku se cosi obrátí, zlomí a on píše a píše, příběhy z jeho hlavy se dostávají na papír a je to ke čtení. To jsou takovéhle věci. Ty ses ptal taky na tu specializovanou literaturu. Co to je specializovaná literatura? To jsou věci, jak už jsem se tady zmiňoval o tom, to jsou sborníky třeba ze sociologie, historie, literární vědy a podobně. Pokud přijde takový požadavek, já tu knížku vyrobím po technické stránce. Protože já téměř vědám moc nerozumím, tak o obsahu nijak nepřemýšlím. Pokud je to literární věda nebo historie, tak o tom něco vím a dovedu se v tom orientovat, poněvadž jsem vlastně vyučený jako historik a kantor třeba na Češtinu a literaturu. Takže tam bych mohl svoje vědomosti využít, ale zasahuji minimálně, spíš při korekturách nebo mám dotazy nebo připomínky. To je ale druhotné, protože práce nakladatele je v podstatě technická, jo řekněme řemeslná. Aby tu knížku viděl, aby měl jakousi obálku jo, aby odpovídala potom představám toho zadavatele. Knížka musí trochu vypadat, musí mít nějaký odraz aby reprezentovala v odborných kruzích. Autor třetího typu takzvaně regionální literatury tak to je taky. My jsme myslím už o bavili. Ona regionální literatura pomalu není, jo. To bylo dřív, když někdo si řekl napsal třeba z Horňácka nějaké povědomí Uječek Shrolák, že je učitel Kynčl. To byla regionální literatura, protože Horňácko byla uzavřená oblast. To je území, co tvoří deset obcí o tom pomalu nikdo nevěděl. Protože rozhlas byl řekněme v takových počátcích. Televize měla na starosti jiné*

věci. Dneska je to.. Dneska region v podstatě neexistuje. Dneska je to všechno stejné i v té nejzapadlejší vísce dneska mají kabelovou televizi třeba, jo. Zprávy, které se tam dostanou, tak ono s tímhle pojmem je dneska už obtížné někde obstát, protože i věci které vznikají jako texty, když vzniknou na tom Horňácku dneska, tak zřejmě už mají prvky řekněme globální. Už se jen nepíše, já nevím co jak vyšívali nohavice na Horňácku to už má ten přesah, protože ta informovanost dneska je všeobecná. Tím pádem takové ty typické prvky, charakteristické prvky pro oblast. Dneska se stírají, vytrácí. Takže ono používá řeči, ale já myslím že ten tenhle termín bude pryč. Regionální literatura se psala dřív třeba před téměř deseti, patnácti lety. Dneska už je to řekněme to, co se označuje jako národní literatura. Literatura psaná Českým jazykem.

T: Čím Vás musí uchvátit méně známý autor, abyste ho vydali?

O: (smích) Něčím ano, něčím je to zase otázka praxe, zkušeností. Samozřejmě mne musí uchvátit tím, že mi přinese rukopis a mně se bude líbit. To je, to je jakési základní kritérium, jo. Věci další potom jsou otázky dohody, domluvy. Komunikace s dotyčným, ale skutečně ten text musí být kvalitní. A to si zase si myslím, že jsem schopen posoudit, jestli je ten text kvalitní, ale ještě tam jde, o to aby ten text byl sdělný pro nějaké potencionální čtenáře, abych já věděl, když ten člověk bude psát teďka to přeženu „ o pěstování koz na Kořenci “, že to bude jen pro pěstitele koz, ale že tam bude něco v nějakých příbězích, v nějakých náznacích, v nějakých paralelách a podobně, co je i pro nějakého čtenáře i v Brně, který si koupí a zaujme ho a přečte tu knihu. Samozřejmě kvalita textu a řekněme originálnost toho textu. Jo ta kvalita musí být, protože není možné nekvalitní text byt' by byl originální nějakým způsobem. To by se muselo přepsat, přepracovat. Sloužilo by to pouze jako jako taková předloha. Takže to je ta kvalita, kvalitní text a to je co je v tom je oproti těm ostatním textům nové to, co je originální ať už myšlenkově nebo já nevím co můžu popisovat co nějaké věci, které ještě zachovány jsou třeba to je takový případ řekněme vypravování starých lidí, na které si ještě pamatují, co oni dneska sedmdesát, osmdesát a devadesát let, tak ti lidé si nevzpomenou co měli k obědu, ale oni díky tomu že se dožili jakési dlouhověkosti a mají to v té paměti uchované, tak oni povídají velice přesně já nevím co o posvícení v roce 1938, když se servali s nějakýma vesničanka, no co z toho vzniklo, že tam někoho kopl kůň já nevím co, že někdo spadl do dortu a takové věci. To jsou ty věci ty prvky, které jsou atraktivní, a které můžou být atraktivní i pro dnešního čtenáře, pokud se k té knize dostane. Jo asi takhle.

T: Máte předpřipravenou dramaturgii nebo stále autory, které vydáváte?

O: Zase se vracíme k tomu plánování k těm edičním plánům a podobně. Já dramaturgii nějak racionálně připravenou nemám. Já dělám podle toho, co jak už jsem říkal to, co se objeví, co je co vím, že mám vždycky jako pravidelně vydávám. To tam není a ta druhá část jestli mám oblíbené autory, kteří mají takový kredit přijdou: „ Hele mám tady knížku “ tak já řeknu „ Jo, samozřejmě “ i za cenu toho budu muset ty peníze někde shánět nebo je odněkud přesunout z něčeho jiného tak jim tu knížku vydám, protože to jsou autoři, které mám rád, kteří jsou dobří a u kterých si myslím by měli vidět ostatní, kteří knížky čtou. Ale je otázka řekněme čtyř, pěti autorů v momentální době.

T: Jakým způsobem získává nakladatel sponzory a dárcy na úhradu ztrát při vydávání neatraktivních titulů?

O: *A její (povzdechnutí) Jakým způsobem, no. Ten způsob by se dal v dobách první republiky, kdy bylo i definované a bylo to prosím podle zákona trestné, tak by se dalo označit jako žebrání. Jo to jsou ty cedulky žebrota se zakazuje, podomní obchod se zakazuje to i v dnešní době, ono to souvisí jedno s druhým. Když budu mít nějakého atraktivního spisovatele, známého světoznámého, tak tam když se zmíním, že takováhle kniha výjde, investorů nebo sponzorů budu mít spousty, pač oni ví. Když se ta knížka vydá, tak oni vydělají peníze, tím pádem oni nebudou ztrátový, že se jim ty peníze investované vrátí a navíc se přihřejí na jakési slávě a popularitě a já nevím na čem všem. V těch ostatních případech je to velice obtížně uvedu příklad. Dnes už dávno uplynula doba, kdy člověk šel za nějakým známým, který třeba vlastní nějakou větší živnost nebo nějakou malou fabriku a řeknu: „ Hele já vydám knížku, dej mě na to nějaké peníze “. Dneska je to čím dál obtížnější, protože jaksi vzhledem k panování vlády předchozí a taky budoucí budeme čím dál chudobnější, že. To znamená stát se snaží peníze jakýmkoliv způsobem ať už legálním nebo pololegálním, či státním banditismem, takže i tito lidi mají čím dál míň peněz na to, aby je dali třeba na vydání knížek. Před těmi deseti, patnácti lety tam skutečně nebyl problém peníze získat na knížku. Když to člověk vysvětlil řádně na co to je. Dneska tady toto tento proud nebo tento tok finanční vyschl. To už je skutečně výjimka, že někde někdo se objeví, že dá na knížku nějakou korunu, a další způsob získávání peněz jsou granty, dotace a podobně, které dneska vypisuje kde kdo počínaje obecním úřadem, městským úřadem, krajem. Vypisují různé nadace literární, různé fondy, ministerstva. My letos, zase uvedu příklad. My jsme letos podali zhruba devět grantů, devět žádostí o podporu na vydání knih. Do současné se rozhodlo už o šesti, tři jsou ještě nějak do konce dubna jako v jednání a u těch šesti je odpověď jediná negativní. Ministerstvo kultury, kraj, dva kraje jsme měli, dali jsme na okres, ne, protože odůvodnění: nejsou peníze tím pádem tím pádem nejsou peníze na knížky, takže dneska je to opravdu velice obtížné. A já s oblibou tvrdím jim, že je dnes lepší podat Sportku, pač tím ta šance na získání peněz větší než oficiálně žádat o podporu na vydání knih. Knížky u orgánů a institucí, které jsou k tomu určené, takže je to všechno dneska z devadesátipěti procent si musí nakladatelství financovat samo nebo si na to půjčí. To je další varianta.*

T: A s tím máte jaké zkušenosti?

O: *S tím jsou zkušenosti vynikající, protože když půjdeš do banky s občankou, tak odkráčíš s igelitovým pytlíkem plným peněz. Otázka je: Když si půjčíš řekněme řádově sto tisíc, kolik vrátíš? A to vrátíš! Dneska už existují prostředky a způsoby, jak ty peníze z dotyčného vymámit, jo, ale to je jedno. Když budu vědět o nějaké knížce, že ta knížka opravdu, když ji vydám, že se mi ta investice vrátí, tak se vyplatí u té banky půjčit. Už jsme to taky udělali a udělali jsme to už letos. Mám třeba knížku, u které vím, že se doufám, ne že vím, doufám jsem přesvědčený o tom, že se bude dobře prodávat, pak se mi ty prachy vrátí a já se zatím do banky, a ještě mně možná něco zbyde. Já čili je to takový ryzí kapitalismus tady tohlencto, jo a je to jedna z možností. V tom případě nejsem nikomu žádným způsobem zavázaný. Já si ty*

peníze půjčuji na sebe a je taky musím vrátit s patřičným profitem, který přísluší tomu, kdo mi je půjčil. Čili je to chladný ryzí kalkul nic jiného.

T: A s tím souvisí státní instituce a evropské fondy pro získávání grantů na vydávání knih.

O: Bude to možná znít troufale, ale zkoušeli jsme. Jenže tam je jeden velký problém. Instituce takového typu evropského tak ty přece jenom jako pracují v řádově poněkud s jinším objemem peněz, takže když já na knihu budu potřebovat knížku řekněme padesát tisíc tak to je částka, se kterou přijdu na nějakou pobočku nějakého evropského fondu tak mě ani vrátný nepustí mezi dveře, protože tam se řádově točí peníze od statisíců. Takže já jako člověk, který chce vydat knihu, na kterou potřebuje padesát tisíc, tak jsem naprosto nezajímavý. Takže pokud co já vím v takové oblasti se pohybuju to znamená knihy, vydavatelství a vydávání knížek, tak tam je to je to dost, dost špatné ta šance je mizivá. Možná v případě, že by dejme tomu člověk si vymyslel nějaký projekt, řekněme dlouholetý teďka to přeženu. Mluvili jsme o Komenském, nedávno o Husovi. Kdybych řekl, že chci znovu vydat kompletní Komenského spisy, kterých je požehnaně, že jo, tak Didaktiku Magnu třeba jako edici, tak to je samozřejmě projekt, který by asi řádově vešel do několika milionů, tak tam by možná byla šance ty peníze nějaké získat, ale to je taková moje to je můj ve spánku taková vidina, co by aby se dalo. Jako ten malý prostý nakladatel, nemá ani smysl se o to zajímat. Šance jsou mizivé.

T: Ani když máte smlouvu o vydávání knih na téma vyprávění starých lidí o lokální tematice?

O: Tam to je řekněme, tam záleží na výši požadované částky, že jo. Proč já bych žádal na malou knížku o milion? Tak udělat takovou edici. To už bych se určitým způsobem zavázal, že bych musel držet pravidla nebo dodržovat pravidla, která mně byla díky té půjčce dána nebo přikázána. Já nechci vydávat edici. Já chci vydávat pana Polárníka, chci mu vydat knížku. Já chci vydat Tomáši Soldánovi knížku o Bochořákovi. To jsou ty dvě věci. To jsou dva póly, které jsou které spolu jako příliš mezi nimi nejiskří. Možná takto by se daly sehnat peníze. Já i z evropských fondů. Já jsem se o to pokoušel dvakrát, neuspěl jsem, ale zase chápu vzhledem k tomu, co já chci vydávat a k objemu toho co bych jaksi potřeboval, takže jsem pro ten určitý mezinárodní fond nezajímavý. Takže tak.

T: Zkoušíte i soukromé dárcy, kteří by pomáhali s financováním knih?

O: To už narážíme na to, co už bylo. To já zkouším pořád, ale je to velice úsměvné, protože většinou ti lidé, jak jsem říkal, ty prostředky nemají nebo nemají tolik prostředků, aby si mohli dovolit jaksi podpořit vydání knihy, i když zase musím zase přiznat, musím říct, že existují osoby, které třeba, hele já vím, já peníze nemám, tady máš třeba tisícovku, jo. Náklady na knížku jsou řekněme sedmdesát tisíc a on mne třeba dá tisícovku nebo dvě tisícovky ze svých, to je z jeho peněženky, mně dá skutečně jako takový příspěvek. Je to příspěvek samozřejmě když se i procentuelně tak potom počítal, tak řeknu že ten příspěvek nepatrný, ale zase říkám, lhal bych, kdybych řekl, že člověk nedostane aspoň od někoho sem tam i tak malou částku, ale většinou se jedná o zase o velice dobré známé nebo kamarády, kteří ví, jak to chodí. Ví, že i ta tisícovka třeba mně pomůže, že třeba můžu já nevím co za tisícovku do knížky stužku třeba, jo. Takhle to funguje, ale zase jsou, je to skutečně na bázi osobního přátelství a procentuelně dá

se říct je to zanedbatelné, i když je to zanedbatelné to není dávané z jakési jakéhosi přátelství. Není to tak dominující bych řekl. Potěší to. Samotné vydání knížky by to neumožnilo.

T: Jaké marketingové metody používá nakladatel na cestě knihy z výroby ke čtenáři?

O: *I v tom je jiná doba. Samozřejmě že se to liší od doby před těmi dvaceti lety, před patnácti lety, kdy existovala řada distribučních firem, kterým člověk nabídl knížku a oni jezdili po republice a nabízeli to knihkupcům. Dneska už těch distribučních firem je jednak daleko méně nebo nepoměrně méně než jich bylo před těmi patnácti lety a mi dneska vlastně.*

T: moment na chvíli

O: *To je o těch distribučních firmách jsme mluvili a já dneska si už nemohu dovolit dát tu knížku distribuční firmě, protože dnes distribuční firma chce až padesát procent z prodejní ceny knížky, jo a to já uvedu příklad: „ Když já vyrobím knížku za stovku tak já ji můžu prodat nebo je taková běžná praxe, že se to znásobí dvěma, že já bych ji řekněme prodal za dvě stě korun nebo cena knížky je dvě stě korun. Knihkupec si z toho vezme třicet procent, což je sedmdesát a vrátí mně stotřicet, jo. Čili mně z té knihy za stovku zaplatím výrobu a čtyřicet korun mně zbude jako výsledek řekněme jako zisk řekněme. Stejně musíme počítat s nějakou vlastní prací a marže a takové věci. Takhle to dneska už nejde, protože abych já dával polovinu ceny tomu distributorovi, tak bych tu knížku knihu musel minimálně za nějakých tři sta, třístapadesát korun dát no pak tu knížku mi nikdo nekoupí za ty peníze“. Takže tady ta cesta z distribučními firmami trošku odpadá, ale zase velkou výhodou nám umožňuje internet. To mi máme vlastní webové stránky za těch patnáct let co existujeme za těch osmnáct let co existujeme tak už se tam jakési povědomí co Albert je a co produkuje už je takže dnes, kdo chce vědět, co je nového tak si klikne www.albertknihy tím pádem zná veškerou naši produkci plus nejnovější novinky. Je tam anotace, obálka. On si to přečte a má vlastně základní informace o tom. Jestli ho ta knížka zaujme nebo nezaujme, pak si ji objedná nebo nějakým způsobem na ni zareaguje, takže to je dneska já bych řekl, ale nejen pro nás ale pro většinu těch výrobců knih nebo těch nakladatelů takový nejspíš nejlepší způsob jakési marketingové politiky já když někdo zavolá: „ co jste vydali?“. Podívejte se na naše internetové stránky a on během pěti minut ví, co vydáváme než by čekal až mu to přiveze to ukáže a podobně, jo. Takže to dneska se trošku změnilo tady ten tady ten pohled, no samozřejmě, že občas nabízíme knihkupcům věci, které vydáme nebo někdy si i rozvožíme a to si spíš když je pěkně, když si uděláme výlet. Výhoda je taky já musím v rámci zákona tzv. zákona o neperiodických publikacích = hlásit do Klementína do státní knihovny ne do národní knihovny v Praze musím hlásit, co vydávám. Oni jednak vydávají tzv. bibliografický nebo to jsou bibliografické novinky. Takže já vím informace, kterou já jim tam pošlu ta se dostane během týdne, čtrnácti dnů do všech knihoven, že knihovny zase jsou v rámci jakéhosi systému informované o tom co já jim tam pošlu za hlášení a dostane se do takzvaných knižních novin, které jsou prostřednictvím svazu českých knihkupců a nakladatelů zase uveřejňované prostřednictvím internetu. Takže ty základní informace o knížce, kterou já vydám se určitě dostane k lidem, kteří o tenhle typ knížek, která já vydávám, zajímají. Jo čili dneska aspoň podle mě taková nejprogresivnější forma marketingu nebo propagace těchto knížek, je jedno jak to nazveme.*

T: Používáte pro propagaci svých knih vernisáže nebo jinou slavnostní události?

O: *Ano dělá se to, Já se přiznám. Já moc už rád nemám, protože jednak je to na jedno brdo. Jako už to člověk to má zažité, jako když oddává na radnici, to už je pak na kafemlýnku jen odhrkává, ale dělám to především kvůli autorům, protože marná sláva. Člověk je taková jako podivná nádoba vše to a každý v sobě má kousek třeba větší nebo menší ješitnosti, takže s většinou těch autorů. Jsou starší, tak je to samozřejmě potěší, když někde ta knížka prezentuje něco se o nich poví, něco se tam udělá nějaký menší kulturní program. Takže ano, se samozřejmě u všech, ale u některých ano případně takováhle knížka takovou premiéru slavnostní a bude to na větrném mlýně v Kuželově, protože on ten pán tam do dneška ve svých osmdesátidevíti letech provádí, jo, tak samozřejmě to bude pro něho taková jako i srdeční záležitost, tak takovéhle věci se dělají. Ted'ka třeba zase příklad, to je za čtrnáct dnů v Tišnově připravujeme, už je v tiskárně, takový výtvarný velký slovník výtvarných umělců Tišnovska. Má asi dvěstěpadesát hesel. Psal to pan Pvolík ze Železného a tak bude taková jako slavnost. Oni tam mají malou galerii v Železném. Pořádají pravidelně výstavy, tak tam samozřejmě ano, pač tam se sjedou ti umělci a bude se ta knížka ukazovat a bude se u toho zpívat sem tam nějakou do sebe kopnem no. Takže ano dělá.*

T: A zkoušeli jste se prosadit na knižních veletrzích?

O: *Ano, ano zkoušeli. Jenom že knižní veletrhy v tom slova smyslu jak si je člověk představuje už dávno knižní veletrhy nejsou. Zase vrátím se do počátků. Existovala řada knižních veletrhů samozřejmě mezinárodní knižní veletrh v Praze, který je v květnu. Dvakrát do roka byla Librie Olomouc vždycky na konci října a tuším v březnu a dubnu. Existovali v Plzni třeba knižní přehlídky. Do dneška existuje v Havlíčkově Brodě, taková malá ještě velice sympatická. Ona tak trochu to původní poslání knižních veletrhů se vytratilo, protože a) ti kdo organizují tak chtějí poměrně velký nájem za takzvané prodejní místo v Praze to dělá několik desítek tisíc korun a to já si nemůžu dovolit. Takže to je samozřejmě zase z hlediska marketingu reklamy je to asi dobré, když tam člověk občas si s někým povykládá někdo je kolem na to. A je to především finančně náročné. Takže dnes třeba já už na knižní veletrhy nejezdím. Já zase tvrdím že to co já vydávám nebo co dělám, to si najdou na internetu včetně těch obálek má tu knížku před sebou taky takže myslím si spousta malých nakladatelství jako jsem já tak opouští knižní veletrhy z těchhle finančních důvodů.*

T: Které vnější vlivy mají největší dopad na budoucnost malých a nízkonákladových nakladatelství?

O: *Které vnější vlivy? Já nevím co bych k tomu pověděl. Samozřejmě ty náklady jsou takové jaké jsou. Nedávno byla v televizi debata, byl tam z nakladatelství Paseka a byl tam nakladatel Tomský, což je špička mezi těmi nakladateli u nás, tak vzpomínali se slzou v oku, jak před těmi patnácti lety se náklady dosahovali několika desítek tisíc knih a že dneska už je náklad dva tisíce už je považován za velmi slušný za velký náklad a ty vnější vlivy. Ono je to zase včera se objevila nějaká informace kolik vychází u nás knížek. Hned jsem si vzal kalkulačku a zjistil denně vychází 43,8 knihy, každý den, jo. Tak si představ, co je to za hrůzu*

a to vychází včetně sobot a nedělí, svátků a prvních májů. Není možné, aby nějaký knihomol to byl schopen jaksi akceptovat takovéhle množství titulů, takže ty náklady samozřejmě budou čím dál nižší, protože když jako budu potřebovat knihu pro nějakou příležitost, tak si to vytisknu na digitálním tisku třeba ve stovce, protože, a když ta knížka bude mít úspěch tak vydám další stovku, ale určitě už neudělám, že vydám pět tisíc knížek a budu deset let čekat než se ty knížky možná prodají spíš neprodají. Ty vlivy to jsou takové ty vlivy základní, ale pak jsou vlivy další. To jsou ty věčné spory, které se objevují, že jo. Notebooky, co by jako čtečky knih. Jakou to bude mít budoucnost a to. Už když to bylo, tak se tomu dělala strašná propagace. Já jsem tvrdil ta knížka sama o sobě je fenomén.

T: (souhlas)

O: byla je a bude, že ta knížka. Už když to vezmeš do ruky tu knížku tak máš pocit, že máš něco v ruce držíš. To je kus plechu. Tu knížku já ji kdekoliv otevřu se na ni podívám kdykoliv ji vrátím nebo si jen položím na chvíli a budu civět z okna, pak si ji vezmu znovu. Tady u tohohle ne. Ono je to sice napsané nebo jo. To je napsáno tam chybí ten kontakt. To je jak když někdo řekne tak já mám rád divadlo je komunikace, komunikace mezi jevištěm a hledištěm i když herci jenom hrají, jo. Když vidím záznam z divadla, tak ono to není ono. Koncert. Když půjdu na koncert, tak ten koncert má atmosféru, když natočí na desku tak sice já si to rád poslechnu, protože mě to zajímá, ale už to, že jsem tam, že jsem v tom, tak to samé je s tou knihou. To je ten jeden z vnějších vlivů, který by snad mohl ovlivnit budoucnost knížky a já si myslím, že ten vliv technický to technické a ta technická podoba knihy to technické zpracování v podobě mechanického záznamu tu knížku neohrozí. Ono třeba by se mohlo říct, že mezi ty vnější vlivy patří samozřejmě ekonomická situace, ano není třeba tolik peněz, ale je to pozoruhodné, čím těch peněz je míň, tak tím víc se vydává, tam je to nepoměr, jo taky může ovlivnit vydávání těch knih. Jestli že stát sáhne k tomu, že já nevím, co teďka je na knížku deset procent daň, hm, bývala pět. Jestli ten stát, aby měl tedy na platy našich poslanců, řekněme, tak dáme na knížku sto procent tím už potom bude, že jo. Teďka když vydám knížku za stovku a sto procent daň tak jak na slivovici tak zaplatím dvě stě a tam už potom dojde určitě k nějakým pohybům. To říkám to jsou teorie. Takže ona ta knížka co si budeme vykládat, ona si žije ať už v jakékoliv podobě skoro tři tisíce let jako svým vlastním životem a hned tak něco ji neohrozí. Aspoň já si to myslím, já jsem o tom přesvědčen. Takže ono může dojít vzhledem k jaksi ekonomickému, technickému a já si nevím, k jakému vývoji k určitým řekněme úpravám k určitým dejme tomu jakýmsi takovým střetům. A já si nemyslím, že tu knížku ohrozilo.

T: Na jak dlouho do předu plánujete svou vydavatelskou činnost?

O: Zase se vracíme k tomu edičnímu plánu a včít k tomu. Já se přiznám, že jednak nerad plánuju. Já to nemám rád plány, ale když to přeženu, jo. Tak svoji ediční činnost nebo práci v nakladatelství mám naplánovanou do konce života, jo. Já samozřejmě jdu do důchodu mám jít za tři léta, ale rozhodně nepůjdu nebo toho nevyužiju, já u toho zůstanu, ale co se týče jako vlastního plánování na jak dlouho dopředu, zase to jsou věci v podobě těch sborníků. Víím, že budou třeba trvat pět roků, deset let podle toho jak ta fakulta určitá ta bude vydávat jak bude

mít peníze a podobně takže v tomhle samozřejmě neplánuju, pak jsou věci, které se objevují řekněme příležitostně, náhodně a je teda pravda, že jsou věci, které nosím v hlavě a které bych rád vydat chtěl a nedostal jsem se k nim. Já třeba mám v hlavě takový projekt, který už je starý kolik devatenáct. Letos to bude devatenáct let nosím to v hlavě ten bych chtěl uskutečnit, ale nevím kdy to bude, to nevím. Je to knížka pro děti, o které si myslím. Já k tomu nemohu nějak nemůžu, nemůžu prostě dostat na spoustu projektů, které jsem třeba v hlavě zase třeba pocházím ze Slovácka z jedné vesnice, tak jsem hrozně chtěl, když jsem tohle dělal, tak jsem chtěl udělat dějiny té obce a povedlo se mi to. V roce 2006 jsme vydali tu knížku. Jo čili to je mně takový plán že třeba člověk to v hlavě nosí, pak na něj zapomene a pak se mu to pak začne konstelace různých náhod od příležitostí, možností tak se to objeví a třeba já zrovna teď, tak se do toho pustím a ono to vyjde a takový ten dlouhodobý, náhodný ale spíše se to řídí příležitostmi takovou jako momentálním stavem věci který je, který ta realita přinese.

T: Sledujete nějaké trendy ve vydávání své tvorby a tak plánujete svou budoucnost?

O: Na trendy. Říkám ty trendy, že se to dalo třeba na trendy, co se týká žánrů třeba. To je řekněme ta umělecká část knížek. Tady je to jednoduché to bohužel je velká část knížek dneska samozřejmě pase po jakési atraktivitě. Používá všech způsobů jaksi pokleslejšího bulvárního umění, jo. Proto se objevuje, ale to je trend za to člověk nemůže, nemůže chtít, aby pořád vycházela klasika, aby vycházeli antičtí filozofové. Čili to je po té umělecké stránce. Po té technické je zas o čem jsme mluvili, že se snižují počty nákladů, jo, klesá. Potom se zvětšuje počet vydaných titulů, ale zase trošku ten trend, který ta doba přináší nebo ta technika přináší, že dneska já si to udělám za nepoměrně menší peníze krásnou knížku než před desíti lety, díky technice. Digitální tisk, počítačem a programy, jo. Dneska já si už skutečně můžu vymyslet, co chci a můžu to promítnout do podoby knihy. Vždyť si jenom vem, ještě v době tedy bývalé, tak existoval příklad uvedu: existoval papír na příděl, jo. Tenkrát se tisklo, byl plán a ta tiskárna měla třeba pak na rok sto tun papíru. To byla strategická surovina, že aby nám nepřítel ze západu třeba něco nevyved. Tak se když se to natisklo a nebyl papír, nebyly knížky. Dneska když já budu chtít vybrat tak já mám stovky druhů papíru. Od křídly přes nevím co barevné papíry, přes tvrzené papíry, natírané já nevím jaké, a když potom tu knížku udělám tak taky ta knížka nějak vypadá, že jo takže to je. To je jeden z těch z trendů, který zase jako řekl bych ač je to technická záležitost taková řekněme studenější. Jak já to nadávám takové plechové bedničky, tak zas té knížce paradoxně pomáhá, jo. Dneska, kdo dřív teďka jak mluvil ten pán, tak já si to mohu nechat nalaminovat. Dneska existuje takzvaný parciální lak, to kdybych řekl někomu před dvaceti lety, tak řekne, že jsem se zbláznil to jsou takové věci, že máš knížku, jo. A já si toto je matné lamino ještě dám tady tohle nalakovat na lesklo. Jo to jsou hodně věci, co se týká sci-fi. Takové ty písma vystouplá plasticky povrch. Takže ono to všechno vyvíjí nějakým způsobem. Je k něčemu dobré a všechno má svá negativa. Jo jsou ty vnější vlivy, vnitřní vlivy i žánr, technika stroje svou roli.

T: Máte nějakou představu o věkovém rozpětí nebo vzdělání čtenářů, co čtou vaše knihy?

O: Představu, samozřejmě vždycky záleží na tom jaká ta knížka je. Když já vydám, uvedu příklad, zase jsme nedávno dělali pro ústav sociální práce právě té Masarykovy university

knížku o zaměstnanosti a řekněme o věcech, co s tím souvisí o rodinách, o zaměstnancích tak samozřejmě to je knížka, kterou asi budou číst lidé, kteří se tím zabývají sociální pracovníci, možná pracovníci okresních úřadů, odborníci na tohle sociologové, psychologové, To je specializovaná záležitost. Když vydám Klementa Bochořáka, tak to zas budou číst jako buditele, řekněme vázaného slova tedy verše. Ctitelé poezie, lidi, kteří ví kdo Klement Bochořák byl. Když vydám dětskou knížku, tak zas to je určena podle svého obsahu pro ten určitý věk, takže vždy záleží na tom o čem ta knížka je a jak z toho můžu usuzovat o jakou věkovou skupinu jde. Takže záleží, pro koho je ta knížka je určena.

T: Děláte nějaké akce pro své čtenáře?

O: To jsem zmiňoval, že se dělají právě většinou při těch autogramiádách nebo při představování knihy se dělá takováhle akce. Co ještě já osobně dělám pro čtenáře. Já spolupracuji už dvacet možná i víc pětadvacet let s brněnským rozhlasem, tak párkrát do roka vždycky jdu a v pořadu, který je pro to vyhrazený, tak si třeba vyprávím o knížkách, které vznikají právě třeba na území Moravy, což je třeba ta literatura dříve označovaná jako regionální pač si myslím, že zase je dobré, i když lidi můžou poslechnout něco i z toho rozhlasu o knížkách, a které tady vychází a lidech, kteří je píšou a podobně. Takže to je takováhle věc pro čtenáře. Občas se objeví nějaká recenze našich knížek třeba v časopise Duha. A to je časopis specializovaný pro knihovníky takové periodikum vychází jednou za měsíc sem tam se něco objeví tak to zhruba všechno. A žádné nějaké velké akce jako se s oblibou říká promotion akce tak do toho bych asi nešel.

T: Zapojujete se do organizování autorského čtení autorů, co u Vás vydávají?

O: Přiznám se, že tato oblast je mně trošičku jaksi cizí to nechci říct, ale je vzdálená, že autorské čtení mi přiznám se, neděláme. Dělali jsme to asi jednou nebo dvakrát. A já k tomu nemám až tak vyhraněný úzký vztah. Tedy k tomu autorskému čtení. Já spíš zastávám názor, že knížku má si číst čtenář sám.

T: Pomáháte představovat neznámé autory širšímu publiku?

O: To v každém případě to je těch věcí, které získám autorům, kteří se třeba k nám přihlásí s nějakým textem a nebo ta propagace prostřednictvím rozhlasu a podobně. Takže ono v rámci možností, které mám naše vydavatelská činnost nabízí.

T: Děláte knihy na objednávku pro firmy, či státní instituce?

O: Ano, děláme to jsou případy sborníků nebo teď třeba spolupracujeme s Ústavem tělesné výchovy na universitě v Brně, pak děláme pro ně různé odborné texty, které se týkají masáže, lyžování, techniky lyžování. Teďka poslední titul Aqua aerobik a takovéhle věci. A to jsou vyloženě věci, které jsou na objednávku.

T: Tak to je všechno

O: A jeje, toho ani nebylo tolik

Koncentrát z průzkumu v nakladatelství ALBERT Boskovice

Pro vydání knihy je potřeba mnoho individuálních postupů. Vydání knihy je kreativní práce a jde o interpersonální komunikaci. Většinu současných českých nakladatelství tvoří pouze následující tři osoby: nakladatel, redaktor a grafik. Nakladatel se stará o obchodní řízení podniku a o vydavatelskou politiku nakladatelství. Redaktor se stará o jazykovou a obsahovou náplň jednotlivých knih nebo edic (dříve jazykoví redaktoři, ediční redaktoři). Náplň práce odborného redaktora je jazyková i odborná redakce knih. Odborný redaktor je obvykle také odpovědným redaktorem. Grafik (dříve výtvarný redaktor) se stará o grafickou stránku knihy a její přípravu pro tisk (dříve technický redaktor). Autorův rukopis si přečte vydavatel, který určí literární hodnotu díla formou posudku, který obsahuje jeho subjektivní pohled na předložené literární dílo. Toto je rozhodující moment pro vydání autorova rukopisu. Rukopis musí splňovat podmínky pro vydání literárního díla a částečně splňovat i podmínky daného nakladatelství. Nakladatelství Albert Boskovice pana Františka Šalého, kde mi byl umožněn terénní výzkum, má v edičním plánu pouze dva typy knih. Jedná se o autorské knihy a sborníky pro vysoké školy. Vydávání tohoto druhu literatury se vzájemně doplňuje. Vydávání sborníků je jednodušší. Zadavatel tisku dodává text v upravené formě, která obsahuje korektury jazykové a gramatické. Zajišťuje obsahovou a stylistickou stránku textu. Také v jeho režii jsou všechny citace z odborné literatury, použité v textu sborníku. Jeho představy o vzhledu vypadají konkrétněji než u autorských knih. V některých případech nechává grafické úpravy na samotném nakladatelství. Tyto knihy se vydávají na klíč. Nakladatel zajišťuje design sborníků a zajišťuje dopravu pro zadavatele. Komunikace s těmito institucemi je jednodušší a věcnější. Vydávání autorských knih je osobnější práce a vztahy mezi autorem a nakladatelem jsou složitější a diskuzivnější.

Mne budou zajímat hlavní kroky v jednání autora a nakladatele. Autor vždy přichází za nakladatelem se svým počinem (rukopisem). Nakladatel si přečte jeho rukopis a pořídí odbornou recenzi. Na základě svého subjektivního hodnocení se rozhodne, zda danou knihu vydá. Pokud ano, sepíše s autorem smlouvu o smlouvě budoucí. Má charakter formuláře, který obsahuje především technické věci. Vše v ní je seřazeno přehledně pro další zpracování. Jedná se o velikost písma, druh fontu, číslování stránek, velikost knihy, druh vazby a další podstatné technické informace. Velice důležitou částí této smlouvy je datum vydání knihy a doba provedení. Na smlouvu o budoucí smlouvě navazuje smlouva o díle. Na základě těchto požadavků se vyrobí prvotisk. Prvotisk ukáže celou knihu revidovanou a usazenou. Autor se s takto připraveným prvotiskem obeznámí a pomocí korektorských značek provede úpravu. V případě výskytu odborného textu či lokální podoby jazyka se provede jazyková korektura z dané oblasti. Jazykovou korekturu provede lingvista. Po těchto dílčích úpravách provedených v písemné formě se upravený text převede do elektronické formy. Tato forma je potom závazná pro tiskárnu. V tomto ohledu se domlouvá nakladatel s tiskárnou.

Další z hlavních směrů terénního výzkumu bude ekonomická stránka vydávání knih. Vše se ošetřuje smlouva o díle. Ta je nadstavbou smlouvy o budoucí smlouvě. Obsahuje detailně formulované podmínky mezi autorem a nakladatelem. Vyjasňuje právní terminologii, podmínky řešení případných problémů obou stran. I tyto smluvní vztahy jsou důležitou součástí mého výzkumu. Interakce autora a nakladatele spočívá ve vzájemném objasňování možností (ekonomických, technických) daného nakladatelství a podmínek autora, které mohou být rozdílné. Po vzájemném objasnění veškeré problematiky mezi autorem a nakladatelem - včetně korektur a ostatních úprav - dochází k definitivní podobě pro tisk.

Nejde jen o jazykovou část korektur, ale i další možné korektury jako sjednocení použitých značek v textu, sjednocení citací atd. Tyto dílčí problémy jsou jinak hodnoceny autorem a a jinak vydavatelem. Každý z nich má na danou věc jiný názor, což může vést k nedorozuměním. Nakladatel se snaží o normované sjednocení knihy a estetický vzhled. Vydaná kniha je vizitkou i propagací nakladatelství, které si léty vytvořilo určité normy vzhledu a podle těchto šablon vydává své knihy. K nim patří do nich typický formát knih, používání určitého fontu písma. Nakladatelství do výtisku dodává samozřejmě i svoji filozofii vzhledu. To vše vytváří samozřejmě i s ostatními faktory vytváří renomé daného nakladatelství. Souvisí s tím i schopnost riskovat ve správný čas. Nacházet neobjevené autory a tím je proslavit. Nemusí pro ně vytvářet obrovské PR akce. Nejjednodušší reklamou pro začínajícího autora je doporučení svým známým. Můžeme zvyšovat povědomí o daném autorovi na knižních veletrzích. Nedílnou součástí propagace autora se v poslední době stal internet. Umožňuje velkému počtu lidí vidět dílo neznámého autora na stránkách nakladatelství. O svou reklamu se také může starat sám autor. Svou průbojností a sebe prosazováním může pro svou knihu udělat neotřelou reklamu. Případný zisk z prodeje knihy se rozdělí podle pravidel uvedených ve smlouvě o dílo. Je v ní vyjádřen podíl na zisku nakladatele. Stejně je vyjádřen i honorář pro autora. Se smlouvou o díle souvisí vyřešení distribuce knihy. Na začátku devadesátých let existovalo mnoho distribučních firem, které zajišťovali distribuci knih do knihkupectví a jejich prodej. To se změnilo se snižováním počtu knižních nakladatelství. Ceny za distribuci se zvýšily a začaly být nerentabilní. Některá nakladatelství si začala zařizovat distribuci sama nebo začaly využívat služby třetích stran. Dalším způsobem vyplývajícím ze smlouvy o dílo je, že v rámci autorova honoráře je mu předán smlouvou stanovený počet knih, které zastupují určitou částí honoráře. Tímto se vyřešil částečně problém s distribucí. Kromě toho se musí nově vydané knihy dát do státních institucí jako je Karolinum - česká vědecká knihovna a potom další krajské knihovny po 4 kusech. Po těchto krocích už žije kniha vlastním životem.

4.3 Průzkum v nakladatelství ARA Brno

Průzkum v nakladatelství ARA se podařil zrealizovat pouze ve formě elektronických odpovědí na anketní otázky zasláné mailem. Za nakladatelství odpověděl pan Karel Hrubý, jeden ze spolumajitelů společnosti.

1. Na základě čeho provádí vydavatelství výběr témat a autorů pro své ediční plány
Nakladatelství ARA každoročně zpracovává svůj ediční plán s výhledem na další tři roky. Do konce pololetí máme jasné, co budeme vydávat příští rok, což ale neznamená, že bychom nebyli schopni reagovat na zajímavý titul, který by se nám dostal ke zpracování. Potom jsme schopni takovouto knihu dostat do tří měsíců na pulty knihkupectví, i když to vyžaduje dokonalou spolupráci všech zúčastněných. Jako vydavatelství se zaměřením na populárně technickou a naučnou literaturu ve svých plánech vycházíme z požadavků trhu a autory máme převážně z okruhu vyučujících na brněnských vysokých školách.
2. Co vede vydavatele k vydávání knih méně známých autorů, knih s úzkou specializovanou tematikou nebo regionálním obsahem

Je to hlavně ekonomika a cena výsledného produktu. Naše knihy z poloviny kupují mladí lidé a studenti, pro které máme zájem vydávat knihy s poučným obsahem za optimální cenu. Jsme schopni vydat obsáhlou encyklopedii od zahraničního autora s množstvím jedinečných fotografií, ale po zaplacení všech autorských a licenčních poplatků a po zaplacení překladů a jazykových úprav se dostaneme na takovou cenu, že je kniha pro většinu populace nedostupná. Je to dáno i velikostí českého trhu a proto se do takovýchto projektů již vůbec nepouštíme a raději se zdokonalujeme v tom, co je nám bližší.

3. Jakým způsobem získává nakladatel sponzory a dárce na úhradu ztrát při vydávání neatraktivních titulů

Po určitých zkušenostech se snažíme neatraktivní tituly nedávat vůbec do svých edičních plánů. Někdy se ale stane, že oproti původním předpokladům nejde některý titul moc dobře na odbyt a vzniklou ztrátu musíme pokrýt s příjmů za ekonomicky výnosnější produkty. A to jsou v našem vydavatelství hlavně vysokoškolská skripta, i když i v této oblasti jsou různé výkyvy podle druhu škol a počtu jejich posluchačů. Ojedinelé sponzory získáváme hlavně z okruhu svých známých nebo z okruhu spokojených čtenářů, kteří se rozhodli cíleně podpořit určitý titul z oblasti, která je mimořádně zajímavá.

4. Jaké marketinkové metody používá nakladatel na cestě knihy z výroby ke čtenáři

Využíváme hlavně inzerci v regionálním a odborném tisku. Velmi se nám osvědčila prodejní expozice v centru České komory stavebních inženýrů v areálu brněnského výstaviště, kde se s našimi tituly seznamují jak studenti, tak lidé z praxe nebo mladí lidé, kteří se chystají stavět svoje vysněné domy.

5. Které vnější vlivy mají největší dopad na budoucnost malých a nízkonákladových vydavatelství.

Každé i malé nakladatelství je hlavně závislé na úspěšném prodeji své produkce. Tento prodej je ovlivněn řadou faktorů jak vnějších, tak vnitřních v samotném nakladatelství. Z vnějších to je nabídka a poptávka na trhu knih, cena surovin a energií, výše DPH, kupní síla obyvatelstva. Pro budoucnost malých nakladatelství jsou ale rozhodující vnitřní sociální faktory, které při nepříznivém vývoji vnějších faktorů dokáží nést po určitou dobu osobní oběti a dopad nepříznivých vnějších faktorů po určitou dobu elimitovat.

4.4 Anketní průzkum mezi občany na kunštátském náměstí na téma : Já a kniha.

Respondent A (muž před městským úřadem)

Já a kniha? Abych pravdu řekl, od školních let jsem tomu moc nedal. Nanejvýš si přečtu zadní stranu novin nebo něco v Blesku, ale knihu jsem v ruce neměl, ani nepamatuji. Zato doma jsme jich měli plnou knihovnu a maminka jako členka Klubu čtenářů, ji pravidelně doplňovala. Knihovnu zdědila tady moje sestra a získaný vztah ke knihám ji ovlivnil i při výběru zaměstnání. Vystudovala pedagogický institut a je zapálenou češtinářkou. O vztahu ke knize se dovíš více od ní, jistě se ti ráda svěří.

Respondentka B (učitelka češtiny ve výslužbě)

Lásku ke knize jsem opravdu získala po rodičích a hlavně po mamince. Byla to sice prostá žena, vyučená švadlena, ale každou volnou chvíli věnovala četbě a to ne ledajaké. Její knihovnička obsahovala na pět set knih od česko-slovenských i světových autorů a byly v ní i opravdové skvosty. Nynější doba již četbě tolik nepřeje a je to velká škoda a je to na nastupující generaci moc znát. Chybí slovní zásoba, schopnost vyprávět nebo se písemně vyjadřovat. Škola ale k nápravě nestačí, největší význam pro získání vztahu ke knize a četbě je právě příklad z rodiny.

Respondent C (můj třídní ze základky, o prázdninách majitel cestovky)

Jak dopadla moje autorská a vydavatelská činnost? Mimo pravidelnou přípravu a vydávání informačních materiálů mé cestovní kanceláře jsem se podílel i na vydání učebnice. Před pár lety jsem se rozhodl společně s kolegou-učitelem ze sousední obce napsat a vydat vlastivědu o historii, přírodních památkách a současném životě v miniregionu, ve kterém žijeme. Měla to být pomůcky k obohacení výuky v základních školách v šesti obcích. Každá z obcí nám na knihu něco přidala, stejně jako odbor kultury okresního úřadu. Z těchto peněz jsme pokryli hlavně náklady materiálové, ale práce autorské a redakční byly na oltář vlasti. Kniha se již moc k výuce nepoužívá, potřebovala by aktualizovat, ale na to již asi nebudeme mít sílu.

Respondentka D (žena na vycházce se psem)

Poslední kniha, kterou jsem si koupila. No ... , je to 1000 rad domácího lékaře od Readers digest. Byla jsem na toto vydavatelství přímo alergická a všechny nabídky ihned házela do koše. I na internetové oznámení výhry automobilu a tři milionů jsem poprvé vůbec nereagovala, podruhé jsem začala příslušné kolonky vyplňovat, ale nakonec objednávku neodeslala. Třetí nabídce jsem pod vidinou možné výhry ale, já bláhová, neodolala. No, co kdyby...

Respondent E (muž před nákupním střediskem)

*Knihy nakupuji rád a celkem často, ale musí to být ve Zlevněné knize nebo z podomního prodeje knih ve slevě. Do Zlevněných knih chodím při každé návštěvě hypermarketů a na pracovišti rád probírám nabídku knih, kterou tu pravidelně nechává obchodní zástupce velkoskladu. Díky tomu se moje knihovna rozrůstá o obrazové publikace a poučné knihy jako: *Obrazový průvodce architekturou, Velká kniha pověstí, 1000 klasických receptů z celého světa, Kronika 20.století, Velká encyklopedie zeměpisu, Typografie (2), Výtvarná výchova pro 3. a 4.ročník středních pedagogických škol, 1000 nekrásnějších míst světa, Velká zahradnická encyklopedie nebo asi 5 autoatlasů. Celkem je to skoro 2 běžné metry knih.**

Respondent F (muž na obědě v restauraci)

Já ujíždím na cestopisech nebo knihách o zemích a městech. Před každou zahraniční dovolenou si kupuji knihu o příslušné zemi, potom si v ní trochu prolistuji, ale veškeré potřebné informace nakonec získávám z informačních letáček cestovních kanceláří, ve kterých je vše koncentrovaně v rozsahu jedné A4. Knihy o zemích a městech potom zůstávají na významném místě v naší knihovně jako němý doklad míst, které jsme navštívili. Stranou

nezůstala ani naše republika a proto jsem si pořídil knihy 150 nejlepších tipů na výlet po Česku a Jižní Morava kraj turistice zaslíbený. Zato moje manželka nevyrazí na žádnou z našich cest bez útlé knížky Co dělat ... Kapesní průvodce krizovými situacemi doma i v zahraničí.

Respondentka G (žena v městském parku s kočárkem)

Jsmo mladé manželství, takže, mimo osiřelé učebnice, vlastních knih moc nemáme. Proto často využíváme knihoven rodičů a to hlavně manželových. Potom mě hřejí na srdci výjevy tehdy, jak si Jindřoušek dobře vybral, když táhneme domů několik tlustých knih klasiků. Zábavnou literaturu si přibaluji tajně, jako minule Plzákovi První pomoc při nehodách manželských. Podle ohmatanosti bylo patrné její časté užívání a po její přečtení jsme mohli pouze konstatovat, že i když ji autor psal před více než 40 léty, tak má stále moudrou pravdu.

Respondentka H (studentka zubního lékařství u obchodu s oděvy)

Pod pojmem kniha se mi vybavují pouze skripta a odborné učebnice. Až dostuduji, tak knihy na nějakou dobu nechci vůbec vidět. A co jsem naposledy z literatury četla? Možná něco na letní dovolené s rodiči při lenošení na pláži pod slunečníkem a nejspíš to bylo něco od Viewegha.

5. Závěr

Bakalářskou prací se mi podařilo potvrdit známý fakt, že nakladatelská činnost a podnikání v knihkupectví jsou činnosti velmi obtížné, na což má největší vliv nadprodukce stále nových a nových titulů, rozsáhlý import knih ze zahraničí a zmenšující se okruh čtenářů. Tento trend je způsobován hlavně nástupem nových informačních technologií, kdy četba je nahrazována poslechem rozhlasu, sledováním televize a brouzdáním na internetu. Pro zachování své existence musí nakladatelé s maximální mírou snižovat režijní náklady, zmenšovat počty pracovníků podílejících se na přípravě vydávání knih, řadu činností musí vykonávat jedním pracovníkem. V mnoha případech jsou vydavatelství rodinnými podniky, kdy se nehledí na množství odpracovaných hodin s jediným cílem vydávat s minimálními náklady a prodávat produkci bez žádných ležáků.

Koncepční činnost ve vydavatelské profesi je věcí pouze velkých zavedených vydavatelství, která musí svoji produkci plánovat s určitým časovým předstihem. Vychází z podrobného průzkumu trhu, jsou schopna objednat a zaplatit takovýto průzkum u specializované agentury. Velká vydavatelství mají často zahraniční majitele a jsou schopna snižovat náklady vydáváním knih v češtině u zahraničního výrobce, kde jsou v důsledku vyššího počtu výtisků dosahovány nižší výrobní náklady.

V průzkumné části bakalářské práce jsem se věnoval činnosti malých nakladatelství, protože ve velkých vydavatelství jsem nenarazil na vstřícné jednání a ochotu k sdělování potřebných informací a údajů. U malých nakladatelství jsem se setkal s potřebným pochopením a při vědomí, že skoro 80% našich vydavatelství tvoří právě malá vydavatelství,

jsem byl nakonec rád. Průzkum a názory respondentů mi odpověděly na otázky, jak takováto nakladatelství fungují, jak ovlivňují svoje ediční plány, jaký je průběh přípravy a výroby knihy a co je nutné podniknout, aby kniha uspěla na knižním regálu a čtenář si ji koupil.

5.1 Okolnosti ovlivňující ediční plány nakladatelství

Nakladatelství ve své činnosti vychází z rámcových ročních edičních plánů, do kterých vkládají hlavně dlouhodobé a pravidelné zakázky od tradičních zákazníků, kteří jsou hlavním zdrojem příjmu. Tyto plány vydavatelé postupně doplňují o aktuální tituly podle svých představ nebo požadavku trhu. Představy vydavatele jsou ovlivňovány oborem jeho vzdělání nebo původní profesí, jeho zájmy a koníčky, životem regionu nebo i politickou situací v zemi. Požadavky trhu často podléhají módním trendům a při dobrém načasování na nich může vydavatel získat potřebný zisk.

5.2 Společenská potřeba vydávání nízkonákladových knih

I v knižním průmyslu došlo situaci, že se knihy vyrábí v optimálním počtu tak, aby veškeré výtisky byly v co nejkratší době prodány a získané prostředky mohly být následně využity pro vydání dotisku nebo vydání dalších titulů. Znamená to, že se knihy vydávají v nákladech řádově tisíců a v případě potřeby se provede dotisk. Tento trend je umožněn, mimo jiné přechodem z tradiční tiskařské techniky na počítačovou sazbu knih s využíváním stále dokonalejších profesionálních softwarů. Tak je možné vytvořit a lehce archivovat dokonale zpracované podklady pro tisk technicky náročných knih nebo časopisů, které obsahují mimo běžný text mnoho další grafiky jako např. tabulky, obrázky (fotografie, kresby, nomogramy, grafy), vzorce (rovnice) apod. včetně redakčního zpracování (komunikace s autorem, základní korektura, samostatné řešení problémů apod.).

Díky této nové technologii se do tisku dostávají i tituly, které by se v dřívějších dobách jen velmi těžko dostaly do výroby, ať už pro svoji specifickou pro omezený okruh čtenářů nebo pro náročnost a nákladnost přípravy tisku tradičními technologiemi. Společnost tím získává zdroj poznání, který může využívat ve prospěch své vzdělanosti nebo archivace pro další generace.

5.3 Závislost nakladatelství na dotacích a darech

Prosperita nakladatelství je plně závislá na hospodářské situaci v zemi a jakýkoli otřes se ihned promítne do pestrosti edičních plánů a množství vydávaných titulů. Vydávání knih bylo vždy závislé na pomoci a darech mocných nebo úspěšných a ne jinak je tomu i nyní. V době hospodářské recese nemohou vydavatelství plně spoléhat na příspěvky od podnikatelské sféry, protože ta sama v mnoha případech bojuje o holé přežití. Omezený je i přísun financí z veřejných zdrojů, kde často vydavatele navíc odrazuje velká byrokracie při komunikaci s poskytovatelem a nutnost plnit určité podmínky nebo omezení. Při poskytování dotací mnohdy dochází k nepoměru, kdy poskytovatel dotací množství zavazujících podmínek v porovnání s výší poskytovaného finančního příspěvku. Specifické jsou datace z evropských fondů, kde se spíše uspěje s požadavkem dotace ve výši milionů než s žádostí o příspěvek na

vydání knihy v rádech několika desítek tisíc korun. Proto vydavatelé ve své činnosti s dary a dotacemi moc nepočítají a snaží se dobrou hospodárností dát do souladu vydání s příjmy.

5.4 Distribuce a prodej knih

Vydavatelé nemohou při prodeji knih počítat s centrální distribucí knih, protože velkoobchod již několik let nefunguje. Vydavatel si musí vytvořit svoji síť prodejců a prodejen knih a závisí na jeho schopnostech, jak bude toto obchodní spojení fungovat. Vytváří se tak dlouhodobé vztahy, které ne zřídka přerůstají do osobního přátelství, na kterém mají zájem a i výhodu obě strany. V zájmu prodeje pořádají obě strany podpůrné akce, informují o novinkách, oprašují zavedené autory a zavádějí do známosti autory a knihy nové. Řada vydavatelů spojuje svoji vydavatelskou činnost s činností maloprodejn, na čemž získávají jak čtenáři nižší konečnou cenou knih, tak vydavatelé rychlejší návratností vložených prostředků. Výhodné jsou prodejny internetové, které mohou oslovit velký okruh zákazníků. Při provozování kamenných obchodů vydavatelé prodejní činnost často slučují s dalšími službami jako jsou kulturní a turistické informace, reprocentra, galerie a prodeje suvenýrů.

5.5 Budoucnost malých a nízkonákladových nakladatelství

Je jisté, že v průběhu každého kalendářního roku několik vydavatelství z různých příčin zanikne a naopak několik nových vydá svoji první knížku. Je to přirozený proces a díky němu je knižní trh doplňován stále novými a novými knihami. Anketní průzkum mezi běžnou populací potvrdil fakt, že přetrvává všeobecný odklon od pravidelné četby a nákupu knih. Přesto je ale možno počítat s tím, že každý z nás si alespoň jednu nebo dvě knihy za rok koupí, ať už pro zábavu nebo pro poučení nebo na památku, nebo pouze pro to, že se mu kniha líbí. Proto stále přetrvává skepse k nástupu elektronicky vydávaných knih a vymýšlení různých druhů elektronických čteček a prohlížečů. Převládá názor, že tradiční kniha bude i nadále nejběžnější zábavou i zdrojem poznání a informací a proto i vydavatelství neperiodického tisku budou mít stále důležité místo v obslužné sféře. Vydávání knih není svazováno žádnými omezeními nebo nařízeními a pouze ekonomické závislosti určují, co bude nebo nebude vydáno.

V Kunštátě, červen 2010.

Jan Souč