

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta

Bakalářská práce

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka a literatury

Audioknihy na trhu a jejich poslech

Bakalářská práce

Autor: Dagmar Nárožná
Studijní program: Filologie
Studijní obor: Jazyková a literární kultura

Vedoucí práce: Mgr. Petra Bubeníčková, Ph.D.
Oponent práce: Mgr. Jan Bílek, Ph.D.



Zadání bakalářské práce

Autor:	Dagmar Nárožná
Studium:	P19P0279
Studijní program:	B7310 Filologie
Studijní obor:	Jazyková a literární kultura
Název bakalářské práce:	Audioknihy na trhu a jejich poslech
Název bakalářské práce AJ:	Audiobooks on the market and their listening

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce se zaměřuje na vývoj audioknih a jejich historii. Sleduje pozici audioknih na současném knižním trhu. Mapuje vydavatelství, která audioknihy produkují. Dále sleduje preference posluchačů při výběru audioknih. Cílem praktické části je rozšířit povědomí čtenářů/posluchačů o kvalitách audioknih a o procesu jejich vzniku.

- 1.PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8. [online]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>
- 2.PAVLOVSKÝ, Petr . Audiokniha - nové médium?. A2 [online]. 2009, roč. 5, č. 5. [online]. Dostupný z: <http://www.advojka.cz/archiv/2009/5/audiokniha-nove-medium> .ISSN 1803- 6635.
- 3.ŠKYTOVÁ, Alžběta a Kateřina KAPOUNOVÁ. Audioknihy jako staronový přístup k literatuře. Časopis Čtenář: měsíčník pro knihovny [online]. 2010, roč. 62, č. 4. [online] Dostupné z: <http://ctenar.svkkk.cz/clanky/2010-roc-62/042010/audioknihy-jako-staronovy-pristup-k-literature-70-622.htm>
- 4.TRÁVNÍČEK, Jiří. Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.
- 5.KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (4. svazek): /k-l/. Praha: DIDEROT, 1999. ISBN 80-90255-6-6.
6. KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (1. svazek): /a-b/. Praha: DIDEROT, 1999. ISBN 80-90255-3-1.

Garantující pracoviště:	Katedra českého jazyka a literatury, Pedagogická fakulta
Vedoucí práce:	Mgr. Petra Bubeníčková, Ph.D.
Oponent:	Mgr. Jan Bílek, Ph.D.
Datum zadání závěrečné práce:	12.11.2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala pod odborným vedením vedoucí bakalářské práce samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 21.4.2022

.....

podpis

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Petra Bubeníčková, Ph.D. za odborné vedení, trpělivost a cenné rady, které mi věnovala. Poděkování patří i nejbližší rodině a přátelům za jejich podporu.

Anotace

NÁROŽNÁ, Dagmar. *Audioknihy na trhu a jejich poslech*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2022. Počet s. 97. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se zabývá audioknihami na trhu a jejich poslechem. Práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické. V teoretické části práce je popsána geneze vzniku audioknih nejen v České republice, ale i ve světě. Dále se práce zaměřuje na technologický rozvoj, který je úzce spjat s audioknihami samotnými. Kromě popisu vývoje audioknihy práce popisuje také stav audioknižního trhu v České republice v roce 2020. V neposlední řadě jsou v teoretické části práce rozebrána jednotlivá vydavatelství a proces vzniku audioknihy.

Cílem praktické části je zjistit, jak vypadá profil mužského a ženského posluchače audioknih a jaké jsou jejich preference. Profil posluchače byl zjišťován pomocí kvantitativního výzkumu, a to konkrétně dotazníkovou metodou. Na základě získaných odpovědí od respondentů byl vytvořen projekt Kino v hlavě, který slouží k rozšíření povědomí o audioknihách u mladých lidí.

Klíčová slova: audioknihy, posluchač, mluvené slovo, poslech, profil posluchače, audioknižní vydavatelství, audioknižní trh

Annotation

NÁROŽNÁ, Dagmar. Audiobooks on the market and their listening. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2022. Number of pages: 97. Bachelor thesis.

The bachelor thesis deals with audiobooks on the market and their listening. The work is divided into two parts – theoretical and practical. In the theoretical part of the work, I describe the genesis of the origin of audiobooks not only in the Czech Republic but also in the world. Furthermore, the work focuses on technological development, which is closely linked to the audiobooks themselves. In addition to describing the development of the audiobook, the thesis also describes the state of the audiobook market in the Czech Republic in 2020. Last but not least, the theoretical part of the thesis analyzes individual publishers and the process of creating an audiobook.

The aim of the practical part is to find out what the profile of male and female audiobook listeners looks like and what their preferences are. The listener's profile was determined by means of quantitative research, specifically by the questionnaire method. Based on the answers received from the respondents, the Cinema in the Head project was created, which serves to raise awareness of audiobooks among young people.

Keywords: audiobooks, listener, spoken word, listening, listener profile, audiobook publishing, audiobook market

Obsah

ÚVOD	9
1. Audioknihy	10
2. Desatero audioknih	11
3. Historie audioknih	12
3.1 Spojené státy americké	12
3.2 Velká Británie	12
4. Technologický rozvoj audioknih	14
4.1 Fonograf	14
4.2 Magnetická páska	14
4.3 Audiokazeta	15
4.4 Kompaktní disk	15
4.5 Formát mp3	16
4.6 Digitální úložiště	16
5. Formát audioknih	18
6. Audioknižní trh v České republice	20
7. Audioknižní trh v roce 2020	23
8. Asociace vydavatelství audioknih	25
8.1 Ocenění Audiokniha roku	25
9. Vydavatelství	27
9.1 OneHotBook	27
9.2 Tympanum	28
9.3 Radioservis	29
9.4 Albatros Media	30
9.5 Supraphone	31
10. Proces vzniku audioknih	33
Praktická část	35

11.	Cíl výzkumu.....	35
12.	Stanovení hypotéz.....	35
13.	Průzkumná metoda	35
14.	Sběr dat	36
15.	Zpracování výzkumu	36
16.	Výsledky dotazníkového šetření.....	37
16.1	Faktografické otázky	37
16.2	Otázky zaměřené obecně na čtení knih	40
16.3	Otázky zaměřené na uživatele audioknih.....	45
16.4	Otázky zaměřené na posluchače audioknih	49
17.	Shrnutí dotazníku.....	69
	Projektová část.....	72
18.	Projekt.....	72
18.1	Instagram.....	72
18.2	Kino v hlavě	73
	ZÁVĚR	77
	ZDROJE.....	79
	SEZNAM OBRÁZKŮ	84
	SEZNAM GRAFŮ	85
	SEZNAM PŘÍLOH.....	85

ÚVOD

V dřívějších dobách lidé neměli možnosti, které máme my v dnešní době. Neměli žádné moderní technologie, které by lidem umožňovaly poslouchat hudbu či příběhy. Nezbyvalo jim nic jiného než si historky, pohádky nebo příběhy vyprávět navzájem. Doba se mění a vyvíjí, a to sebou přináší i pokroky. Díky technologickým pokrokům mohla vzniknout audiokniha, jak ji dnes známe. Je součástí našich životů, můžeme ji nalézt v obchodě, v knihovně, ve škole nebo školce, v domově pro seniory anebo ve virtuálním prostředí jako internet. V nabídce stále přibývají nové a nové tituly z různých žánrů. Vydavatelé se snaží vydávat taková díla, která jsou u posluchačů žádána. V dnešní uspěchané době sebou audiokniha přináší výhody, které posluchači vítají. Hlavní výhodou je, že lidem šetří čas. Dále umožňuje osobám, které jsou například zrakově postižené, „číst“ knihy sluchem.

Audioknihy se staly fenoménem poslední doby, a proto jsem se rozhodla toto téma zpracovat. Tato bakalářská práce se zabývá audioknihami na trhu a jejich poslechem. Cílem bakalářské práce je zjistit, jak vypadá profil posluchače audioknih a jak se liší preference mužů a žen při výběru audioknih.

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí, a to teoretické a praktické. Teoretická část je rozdělena do 10 kapitol. V první kapitole se zabývám definicí pojmu audiokniha. Následující kapitola je zaměřená na audioknižní desatero, dále navazuji kapitolou historie, a to nejen v České republice, ale i ve světě. Nedílnou součástí historie je technologický rozvoj audioknih, tomuto tématu patří čtvrtá kapitola. Poté pokračuji v páté kapitole formáty audioknihy. Následující tři kapitoly jsou o audioknižním trhu v České republice, tedy konkrétně o stavu trhu v roce 2020. V předposlední kapitole se zabývám audioknižními vydavatelstvími, které zaujímají největší zastoupení na trhu u nás. Na závěr představuji proces vzniku audioknihy.

V praktické části je stanoven cíl práce. Dále jsou zde uvedeny hypotézy, průběh sběru dat a také popis zpracování výzkumu. Nakonec jsou zde vyhodnoceny jednotlivé otázky. Následuje celkové zhodnocení dotazníkového šetření. V závěru praktické části je představen projekt *Kino v hlavě*, který navazuje na dotazníkové šetření.

1. Audioknihy

Lidé si vyprávějí příběhy už od pradávna. V dřívějších dobách neexistovaly žádné moderní technologie, skrze které by lidé poslouchali příběhy. Lidem tedy nezbyvalo nic jiného než si vyprávět příběhy navzájem. S vyprávěním příběhů souvisí pojem „*narrativní transport*“. S tímto označením přišel brazilský psycholog Guilherme Brockington. Narativní transport je stav, ke kterému dochází právě při poslechu příběhů. Je to stav, kdy si jedinec vyprávěný příběh představuje ve své fantazii a dochází tak k úniku od reálného světa do světa fantazie. V dnešní uspěchané době lidé rádi utíkají do světa vlastní fantazie. Ocítají se tak v uzavřeném prostředí, kde se cítí komfortně a mají možnost odpoutat se od všedních starostí.¹

S novou dobou přichází i nové možnosti. V dnešní době mnoho lidí poslouchá audioknihy. Na úvod je důležité si vysvětlit samotný pojem audiokniha. Audiokniha je spojení dvou slov a těmito slovy jsou audio a kniha. Slovo audio podle všeobecné encyklopedie nese význam „*sluch, sluchový, týkající se slyšení, slyšitelnosti či zvuk, zvukový, týkající se záznamu a reprodukce zvuku*.“² Ve všeobecné encyklopedii je slovo kniha vysvětlené jako „*rukopisný, tištěný nebo jakýmkoliv jiným způsobem rozmnožený grafický dokument, knihařsky zpracovaný do tvaru svazku a tvořící myšlenkový a výtvarný celek*.“³

Pod pojmem audiokniha se rozumí nahrávka mluveného slova. Nahrávka obsahující záznam literárního textu, který je namluven jedním nebo více interprety. Jedná se o interpretaci literárního textu. „*Mohli bychom zde obecně hovořit o fonografickém zpracování či „akustickém přepisu“ literatury. Jde o geneticky nejmladší médium literatury*.“⁴ Může se jednat o text z knihy, divadelní hry či poezie. Audiokniha může obsahovat zkrácenou nebo nezkrácenou verzi namluveného textu.⁵ Zvukové záznamy

¹BROCKINGTON, Guilherme, MOREIRAB, Ana Paula Gomes, BUSOC, Maria Stephani a spol. Storytelling increases oxytocin and positive emotions and decreases cortisol and pain in hospitalized children. PNAS. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.pnas.org/content/pnas/118/22/e2018409118.full.pdf>

² KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (1. svazek): /a-b/. Praha: DIDEROT, 1999. ISBN 80-90255-3-1. s. 251.

³ KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (4. svazek): /k-l/. Praha: DIDEROT, 1999. ISBN 80-90255-6-6. s. 110.

⁴ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

⁵ ŠKYTOVÁ, Alžběta, KAPOUNOVÁ, Kateřina. Audioknihy jako staronový přístup k literatuře. Čtenář měsíčník pro knihovny. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://svkkl.cz/ctenar/clanek/2009>

jsou poté uchovávané na kazetách, CD, v mp3 formátu nebo v dnešní době na internetových stránkách audio vydavatelství. Audioknihy vznikly jako pomoc pro nevidomé lidi a pro lidi, kteří neovládali dovednost čtení.⁶

2. Desatero audioknih

Na Masarykově univerzitě se skupina studentů oboru Informační studie a knihovnictví zabývala dlouhodobým projektem *Audioknihy.net* v rámci Aplikačního semináře.

V rámci tohoto projektu se skupina zaměřila na propagaci audioknih. Kromě audioknižních recenzí, článků, soutěží, přednášek po ČR a upozorňování na různé akce spojené s audioknihami vzniklo i audioknižní desatero. Deset výhod, které získáte při poslechu audioknih.

„1. Audioknihy šetří náš čas

2. Audioknihy šetří naše oči

3. Audioknihy vylepšují naše vnímání, soustředění a pozornost

4. Audioknihy můžeme sdílet

5. Audioknihy se nám vejdou do kapsy (ve formátu MP3 na našem přehrávači)

6. Audioknihy nás vracejí do dětských let (kdy nám předčítali naši rodiče)

7. Audioknihy mohou poslouchat všichni (nevidomí i negramotní)

8. Audioknihy můžeme poslouchat všude (v metru, v posteli, v autě, na zahradě, ve vlaku)

9. Audioknihy nám mohou přinést umělecký zážitek

*10. Audioknihy jsou jediné knihy, které se čtou samy“.*⁷

Toto desatero sloužilo k propagaci audioknih na českém trhu. Nejdříve bylo pouze v psané formě a následně bylo doplněno i fotografiemi. Audioknižní desatero oslovilo Karla Černoška z vydavatelství Typanum, který použil obrázky na „*pohledy a plakáty, které byly vystaveny v knihovnách. Jednalo se o rozsáhlou propagační kampaň napříč knihovnami, kdy se snažili poukázat i na jináí způsob četby knih.*“⁸

⁶ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha – Nové médium?. Advojka. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2009/5/audiokniha-nove-medium>

⁷ AUDIOKNIHY.NET. Audioknihy.net a naposlech.cz společně. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/zprava/audioknihy-net-a-naposlech-cz-spolecne>

⁸ BUCHTOVÁ, Barbora, KAPOUNOVÁ, Kateřina, MACHÁČKOVÁ, Pavla a spol. Audioknihy.net - portál audioknih. Inflow. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://adoc.pub/audioknihynet-portal-audioknih.html>

3. Historie audioknih

Audioknihy patří k nejmladší formě čtení. Spousta lidí se může domnívat, že audioknihy jsou trendem poslední doby, avšak realita je jiná. Dle slov Petra Pavlovského: „*Je nutno vidět, že sama slovesnost je o tisíce let starší než kniha, a zvláště tištěná kniha, a ještě mladší a lokálně omezenější je všeobecná gramotnost.*“⁹ Lidé si v dřívějších dobách vyprávěli různé příběhy, báchorky nebo pohádky. Odlišnost mezi vyprávěním a audioknihou je znatelná. Audiokniha je přesnou interpretací již existujícího textu, který byl sepsán autorem. Při interpretaci takového textu nedochází ke změně, kdežto u slovesnosti nebo vyprávění není dán konkrétní text. Lidé si příběhy vymýšleli a upravovali podle své fantazie.

Přesný rok vzniku audioknih není nikde jasně stanoven. Vystává zde problém, zda považovat za rok vzniku první předčítání, první desku se zvukovým záznamem či první namluvenou knihu pro nevidomé.

3.1 Spojené státy americké

V 30. letech 20. století vznikl v Americe projekt „*Talking Books Program*“ (Projekt mluvicích knih). Tento projekt vznikl ve spojení dvou institucí, a to *Americké společnosti pro nevidomé* (American Foundation for the Blind, zkráceně AFB) a *Knihovny pro nevidomé* (Library of Congress Books for the Adult Blind). Cílem tohoto projektu bylo zpřístupnit knihy veteránům první světové války a také lidem, kteří byli zrakově postižení. V roce 1934 vyšly první „*Talking Book*“. K prvním nahraným titulům patří *Bible*, *Shakespearovy sonety* a také knihy od Rudyarda Kiplinga¹⁰. V Británii vyšly první audioknihy o rok později.¹¹

3.2 Velká Británie

Jeden z prvních nápadů na audioknihu přišel po bitvě na Sommě v roce 1916. Během boje přišla spousta vojáků o zrak. Mezi nimi byl i kapitán Ina Fraser. Jeho velkou vášní bylo čtení, proto se po ztrátě zraku začal učit Braillovo písmo v St. Dunstan's hostelu, kde bylo

⁹ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

¹⁰ Z dostupných zdrojů nelze přesně určit proč byly nahraný právě tyto díla.

¹¹ BLOG.AUDIOLIBRIX.CZ (UPRAVENO). Historie audioknih. Slyš.to. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://slys.to/aktuality/2249/2-historie-audioknih/>

o nevidomé veterány postaráno. „Během pobytu v St. Dunstan's, při poslechu gramofonu přišel kapitán Fraser s nápadem na *Talking Book*.“¹²

Nápad kapitána Ina Fresera se začal realizovat v nahrávacím studiu RNIB (Royal National Institute of Blind People – Královský národní institut nevidomých). RNIB zřídilo v Londýně roku 1934 své první nahrávací studio. První „mluvená kniha“ vyšla v Británii posluchačům 7. listopadu roku 1935. Namluvená kniha byla nahrána na jednostranné šelakové desce.¹³ Doba trvání nahraného mluveného záznamu byla dohromady 25 minut.¹⁴ K prvním nahraným knihám patřily např.: *Vražda Rogera Ackroyda* od Agathy Christie nebo *Tajfun* od Josepha Conrada.¹⁵ Průměrná délka namluvené knihy byla 10 šelakových desek, která trvala 25 minut. Tyto desky poté mohli lidé přehrávat na speciálních gramofonech, které měli možnost přehrání ve třech rychlostech.¹⁶

¹² RNIB. Celebrating the history of Talking Books. RNIB. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://www.rnib.org.uk/reading-services/celebrating-history-talking-books>

¹³HOROVÁ, Iva. Manipulace s historickými zvukovými nosiči a jejich ochrana. Nový fonograf. [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://novyfonograf.cz/wp-content/uploads/2020/06/2020-metodika-osvedceni-1.pdf> : „Šelaková deska je plochý, tenký, okrouhlý kotouč různé velikosti, který je vyroben z řady přísad včetně šelakové pryskyřice.“

¹⁴ VINYLOVEDESKY.CZ. Šelakové desky. Vinylové desky.cz. [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <http://www.vinylovedesky.cz/selakove-desky> : „V USA v roce 1902 byla vyrobena první šelaková deska, kterou bylo možné přehrát oboustranně.“

¹⁵ Z dostupných zdrojů nelze přesně určit proč byly nahrány právě tyto díla.

¹⁶ RNIB. Celebrating the history of Talking Books. RNIB. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://www.rnib.org.uk/reading-services/celebrating-history-talking-books>

4. Technologický rozvoj audioknih

Díky vědě a technologickým pokrokům došlo v oblasti audioknih k velkým změnám.

4.1 Fonograf

Na počátku nahrávání audioknih stál vynález Thomase Alva Edisona a tím byl fonograf, který si T. A. Edison nechal patentovat 19. února 1878. Jedná se o zařízení, které zaznamenává zvuk.¹⁷

První nahrávka, která byla zaznamenána na fonografu, byl úryvek dětské říkanky *Mary Had a Little Lamb* (Mary měla jehňátko). Nahrávka byla poprvé představena v redakci časopisu *Scientific American* a to 6. prosince roku 1877.¹⁸

Po vynálezu T. A. Edisona, v roce 1888 v USA německý vynálezce Emile Berliner zhotovil úplně první gramofon. Gramofon funguje na podobném principu jako již zmiňovaný fonograf, jen s tím rozdílem, že zvukový záznam kmitů je ukládán v drážkách gramofonové desky. Tento záznam poté jehla, která se pohybuje v drážce desky a snímá kmity v podobě chvění, přenáší na membránu. Tato membrána se následně rozkmitá a vydává zvuk, který je díky připevněnému zvukovodu zesílen.¹⁹

4.2 Magnetická páska

Vznik magnetického pásku je spojen s několika jmény. Na úplném začátku stál dánský vynálezce Waldemar Poulsen, který zhotovil Telegraphone známý také jako Mluvicí přístroj. „*Práce s kilometry vlasově tenkého drátku nebyla snadná. Záznam i při vysoké rychlosti byl zašuměný, střih nemožný, a nejvíce starostí měli technici s vyhledáním jeho konců, když se přetrhl.*“²⁰

¹⁷ NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM. Fonografické záznamy. Národní technické muzeum. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.ntm.cz/index.php?q=muzeum/sbirkova-oddeleni/elektrotechnika-informatika-akustika/fonograficke-zaznamy>: „*Principem fonografu je mechanický záznam kmitů zvukem rozechvěné membrány. Membrána je spojena s rycím hrotem, který do rotujícího záznamového média ve tvaru válečku vyrývá zvukovou stopu s proměnnou hloubkou. Nejčastěji používaným záznamovým materiálem byla vosková hmota. Zařízení mělo dvě jednotky, jednu pro záznam, druhou pro přehrávání.*“

¹⁸ MUJROZHLAS. Takhle se zrodil zvukový záznam. A po fonografu přišel gramofon. Radiožurnál. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/takhle-se-zrodil-zvukovy-zaznam-a-po-fonografu-prisel-gramofon-6227060>

¹⁹ ENTER. Gramofon. Národní technické muzeum. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: https://www.ntm.cz/data/projekty/muzejni-pedagogika/enter_gramofon.pdf

²⁰ TECHNICKÝ DENÍK. Osmdesát let s magnetofonovým páskem. Technický deník. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: https://www.technickytydenik.cz/rubriky/archiv/osmdesat-let-s-magnetofonovym-paskem_13333.html

Proto německý technik Fritze Pflumera přišel s vylepšením, že drátek nahradil papírovým páskem, na kterém byl přilepen železný prach, který byl najemno namletý. Poté svůj nápad prodal firmě AEG. Ta vyměnila papírový pásek za tenký celuloidový pásek. „Při převíjení přes extrémně tenkou mezeru kruhového elektromagnetu se podařilo zaznamenávat zvukové kmitočty – a tak se zrodil první magnetofon, který slavil triumfy na Berlínské rozhlasové výstavě roku 1935.“²¹

Pro nevidomé osoby byla manipulace s magnetickou páskou velmi složitá. Proto nastal velký zlom, když se na trhu objevily audiokazety.

4.3 Audiokazeta

K další změně došlo v roce 1963 a to 28. srpna na veletrhu v Berlíně. Touto změnou byla audiokazeta, kterou vynalezl Lout Ottens, který pracoval pro firmu Philips.²² Audiokazetu bylo možné přehrát v přenosném kazetovém přehrávači, který je známý pod názvem Walkman. Název Walkman se skládá ze dvou slov a to Walk = chodit a Man = muž. V doslovném překladu tedy Walkman znamená chodící muž. Walkman je malý přenosný přehrávač na kazety se sluchátky. Uživatel Walkmanu může poslouchat kazetu kdekoli a kdykoli během dne.²³ První Walkman uvedla na trh společnost Sony v roce 1979. Vynálezci Walkmanu jsou Kozo Ohson a Akio Morita. Kazety se staly velmi rychle oblíbenými. Lidé upřednostňovali kazety před gramofonovými deskami.²⁴

4.4 Kompaktní disk

Po audiokazetách, u kterých často docházelo k přetržení magnetického pásku, který sice po opravě byl přehratelný, ale už ne v plné kvalitě, následovala další změna, a tou byl kompaktní disk neboli CD (compact disc). První CD bylo vylišováno 17. 8. 1982 v

²¹ TECHNICKÝ DENÍK. Osmdesát let s magnetofonovým páskem. Technický deník. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: https://www.technickytydenik.cz/rubriky/archiv/osmdesat-let-s-magnetofonovym-paskem_13333.html

²² KRÁL, Milan. Od vynálezu magnetofonové kazety uplynulo 50 let. Český rozhlas. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://sever.rozhlas.cz/od-vynalezu-magnetofonove-kazety-uplynulo-50-let-6855839>

²³ TUHUS-DUBROW, Rebecca. The gadget that broke humanity. The Boston Globe. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.bostonglobe.com/ideas/2017/09/01/the-gadget-that-broke-humanity/NS9wsBmtIMHQmrEvRRmtZL/story.html>

²⁴ RÁDLOVÁ, Nicola. Mluvené slovo a audioknihy v průběhu času. Bakalářská práce. Praha, 2021. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce Mgr. Irena Řehořová, Ph.D. Dostupné také z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/126739/130306389.pdf?sequence=1>

německé továrně Polygram Langenhagen, která patřila firmě Philips. Na vývoji CD se podíleli odborníci dvou společností, a to Philips a Sony.²⁵ Prvotní věcí na vyřešení byla kapacita paměti disku. Nejdřív měla kapacita dosáhnout na 1 hodinu nahrávky.

Z toho ale později sešlo, protože viceprezident společnosti Sony Ohga, trval na délce 75 minut, a to z toho důvodu, že měl rád vážnou hudbu, konkrétně Beethovenovu *9. symfonii*, která měla délku 75 minut. To bylo důvodem, proč byla kapacita paměti disku navýšena na 75 minut, aby se tam vešel celý zvukový záznam *9. symfonie* od Beethovena.²⁶ Nastal však problém, protože spousta knih kvůli své délce byla nahrávána na několik disků. To bylo příčinou vzniku zkrácených variant namluvených knih.

4.5 Formát mp3

Velký zvrat přišel, když výzkumný tým Karlheinz Brandeburga 26. listopadu roku 1996 zaregistroval v USA patent na komprimovaný formát mp3 souborů. Tento tým se zabýval od roku 1977 kompresemi souborů, aby neztratily svoji kvalitu. Díky mp3 souborům bylo možné na CD nahrávat nezkrácené verze mluveného slova. mp3 formát posunul audioknihy na další úroveň. Začala růst poptávka posluchačů po nezkrácených verzích audioknih.²⁷

4.6 Digitální úložiště

S příchodem internetu, který se datuje k počátku roku 1990, se změnilo hodně věcí v oblasti audioknih. K prvnímu oficiálnímu připojení k internetu v České republice došlo 13. 2. 1992 na významné české technické univerzitě ČVUT (České vysoké učení technické v Praze).²⁸ S internetem přišly i nové možnosti, mezi které patří stahování neboli download. Jde o možnost stahování dat ze vzdálených serverů. Průkopníkem v této oblasti byla americká společnost Amazon se svoji dceřinou společností Audible.com.²⁹ *V roce 1998 společnost Audible.com založila webovou stránku, na které bylo možné*

²⁵ LOUDA, Pavel. CD disky slaví 25 let sériové výroby. Computerworld. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.computerworld.cz/clanky/cd-disky-slavi-25-let-seriove-vyroby/>

²⁶ LONGDON, Victoria. Why is a CD 74 minutes long? It's because of Beethoven. Classic FM. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.classicfm.com/discover-music/why-is-a-cd-74-minutes/>

²⁷ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

²⁸ CHLAD, Radim. Historie internetu v České republice. MUNI. [online]. [cit. 2021-12-30]. Dostupné z: <https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2000/xchlad.htm>

²⁹ AMAZON. Relationship Between Audible & Amazon. Amazon. [online]. [cit. 2021-12-30]. Dostupné z: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=202162230>

*zakoupit digitální audioknihy.*³⁰ Digitální distribuce knih skýtá spoustu výhod. Jednou z výhod je, že audiokniha je vždy skladem u prodejce a posluchač si může audioknihu po zaplacení okamžitě stáhnout a začít ji poslouchat. Také posluchač ušetří spoustu prostoru ve svém obydlí, protože nemusí skladovat fyzické CD nebo audiokazety. Po příchodu downloadu vzrostla větší poptávka po audioknihách.³¹

*Na Českém trhu lze sledovat přímo úměrný vzestup digitální distribuce. V roce 2015 tvořil digitální prodej pouze 25 % oproti fyzickému prodeji, který tvořil 75 %.*³² *V porovnání s rokem 2019 procento digitálního prodeje převýšilo prodej fyzických nosičů a to o 52,10 %.*³³

Ze zprávy o trhu audioknih a mluveného slova z roku 2019 v České republice je zřejmé, že lidé si možnost downloadu oblíbili a využívají jí více než klasický fyzický prodej.

³⁰ ŠTEFLOVÁ, Jitka. Čtenáři a posluchači ve světle současnosti: porovnání jejich chování. Magisterská diplomová práce. Brno, 2014. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Alžběta Škytová. Dostupné také z: https://is.muni.cz/th/k690f/dp_mgr.pdf

³¹ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2021-12-30]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

³² ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2015 v České republice. In: Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <http://www.naposlech.cz/Naposlech/media/content/content/AVA-Zprava-o-trhu-audioknih-2015.pdf>

³³ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2019 v České republice. In: Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/Naposlech/media/content/content/Zprava-AVA-o-trhu-audioknih-a-mluveneho-slova-v-roce-2019-v-CR.pdf>

5. Formát audioknih

Na audio knižním trhu najdeme více formátů audioknih. Mezi hlavní dva typy patří audioknihy v nezkrácené a zkrácené verzi. Tyto dva formáty se liší délkou nahraného mluveného slova. Posлуhač si může zvolit takový formát audioknihy, který mu vyhovuje. Nakladatelství si sama určují, zda vydají zkrácenou nebo nezkrácenou verzi audioknihy.

- Zkrácená audiokniha
- Nezkrácená audiokniha

Zkrácená audiokniha neboli *Abridged audiobooks*. Jedná se o audioknihu, která není v plném znění. Záznam audioknihy je upravený, jsou vyškrtnuté nepotřebné pasáže. Tyto škrtky ale nezasahují do hlavní myšlenky textu. Posлуhač i přesto, že poslouchá zkrácenou verzi, nepřijde o hlavní myšlenku díla. Ve zkrácené verzi nejsou interpretovány veškeré pasáže výchozího textu. Důvodem vzniku zkrácených audioknih jsou výrobní náklady a také finanční a časové náklady na straně poptávky.³⁴

Často se zkrácené audioknihy využívají při učení se cizím jazykům. Nejenže lze využít zkrácenou audioknihu k poslechu, ale existují i knižní vydavatelství, která se zabývají vydáváním zkrácených knih. K jedním z nich patří například nakladatelství Penguin nebo Macmillan Education.

Nezkrácená audiokniha neboli *Unabridged books* se shoduje v plném rozsahu s literární předlohou. Nejsou zde prováděny žádné změny. Posлуhač během poslechu získá veškeré detaily, které jsou v literární předloze napsány. Pro některé posluchače může být u nezkrácené audioknihy nevýhodou časová náročnost či vyšší finanční náklady na koupi nezkrácené audioknihy.³⁵

Kromě zkrácených a nezkrácených verzí audioknih na audiotrhu najdeme i další formáty. Mezi tyto formáty můžeme zařadit dramatizace. Jedná se o rozhlasové a divadelní hry, které jsou upraveny do formátu scénáře. Dramata jsou z pravidla namlouvaná více

³⁴ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Co je audiokniha? Asociace audioknih. [online]. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/home-page/co-je-audiokniha/>

³⁵ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Co je audiokniha? Asociace audioknih. [online]. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/home-page/co-je-audiokniha/>

interprety či herci, kteří jsou vedeni režisérem k většímu procítění emocí během přednesu. Dramatizace může být pro posluchače příjemnější na poslech díky většímu počtu interpretů. Posluchač se díky tomu může lépe orientovat v postavách, kdežto u interpretace textu pouze jedním narátořem může docházet k zaměňování postav posluchačem.³⁶

³⁶ SMOLÍKOVÁ, Klára. Jak vzniká audiokniha? Klára Smolíková. [online]. [cit. 2022-01-02]. Dostupné z: <http://klarasmolikova.cz/clanek/jak-vznika-audiokniha>

6. Audioknižní trh v České republice

Audioknihy se na českém trhu objevily později, než tomu bylo například na německém trhu.³⁷ V Německu je letitá tradice veřejného předčítání literatury. Jednou z nejstarších vydaných audioknih v Německu byla *Bible*.³⁸ *Bible* byla vybrána pro audioknižní zpracování z toho důvodu, že je nejprodávanější a nejčtenější knihou světa.³⁹

Nejstarší záznam mluveného slova na českém trhu je komický monolog dědečka, který namluvil Jindřich Mošna (Gramophone Concert Record, cca 1905).⁴⁰ Během první republiky, která je datována od roku 1918 do roku 1938, došlo díky vynálezu gramodesek k rozšíření záznamu mluveného slova na českém trhu. Tyto záznamy na gramodeskách již splňovaly požadavky na audioknihy. Jednalo se o záznamy, které obsahovaly interpretaci literárních či hudebně-literárních textů. Záznam byl nahrán v nahrávacích studiích a poté byl distribuováno na gramofonových deskách.⁴¹

Na tyto desky byly nahrány záznamy: „*sentimentální melodramatické „scénky“*“, *pohádky, kabaretní skeče, divadelní monology, dialogy Spejbla a Hurvínka, komické monology Vlasty Buriana; Vlastou Burianem či Janem Werichem načtené povídky (Kůň vojína Hlinomaze; O neslušném ježkovi) apod.*“⁴²

Německé nakladatelství Ultraphone vydávalo první audioknihy, které byly dostupné na československém trhu. Ultraphone v roce 1929 začala zastupovat česká firma Ravitas. Nejdříve se u nás prodávaly pouze dovezené nahrávky s mluveným slovem, to se ale změnilo v roce 1930, kdy byla v Praze postavena první lisovna desek v Československu a v české produkci začaly vycházet první desky s mluveným záznamem.⁴³

³⁷ *Německý trh se nejčastěji objevuje ve srovnání s českým trhem.*

³⁸ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha – Nové médium?. Advojka. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2009/5/audiokniha-nove-medium>

³⁹ TANCEROVÁ, Tereza. Nejčtenější knihy všech dob: které příběhy si získaly nejvíce čtenářů?. Blog.kniha.cz. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.kniha.cz/nejctenejsi-knihy-vsech-dob/>

⁴⁰ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

⁴¹ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

⁴² PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

⁴³ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

Mezi první nahrávky mluveného slova můžeme řadit dialogy *Spejbla a Hurvínka* od Josefa Skupy. Tato dvojice patřila k velmi oblíbeným rozhlasovým postavám. V rozhlase byly přenášeny divadelní představení a také rozhlasové hry. Bohužel se však většina záznamů nedochovala.⁴⁴ První gramofonová deska se *Spejblem a Hurvínkem* vyšla 15. října roku 1930.⁴⁵

„Kromě audioknih s nahrávkou vytvořenou specificky pro posluchače (rozhlasu, audioknihy) přišly i audioknihy reprodukční – na zvukových nosičích se začaly vydávat záznamy z TV pořadů nebo z divadelních představení.“⁴⁶

Od roku 1932 je pod nakladatelstvím Ultraphone zapsáno nakladatelství Supraphon. Po druhé světové válce došlo k znárodnění Supraphonu, který se stal součástí Gramofonových závodů, z důvodu Benešových dekretů. Tento osud potkal i další vydavatelství, a tím bylo české vydavatelství ESTA, které začalo se svojí činností v roce 1930. Gramofonové závody za doby komunismu fungovaly jako jediná společnost, která vydávala hudbu a mluvené slovo. V roce 1969 se Supraphone stal samostatným národním podnikem.⁴⁷

Kromě samotných audioknih začaly vznikat i zvukové knihy pro nevidomé. Zvukové knihy vydávala Slovenská slepecká tlač, která vznikla 28. listopadu roku 1946. Jednalo se o tiskárnu pro nevidomé.⁴⁸ Pod tiskárnou roku 1962 začaly vycházet zvukové knihy⁴⁹ pro nevidomé. Společnost dnes funguje pod názvem *Slovenská knižnica pre nevidiacich Mateja Hrebendu* v Levoči. Nejdříve zvukové knihy vycházely na magnetofonových páskách, poté byly vydávány na audiokazetách. V sedmdesátých letech se staly

⁴⁴ FAJMON, Kamil. Spejbl a Hurvínka: Zvuková historie 1. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/tema/spejbl-a-hurvinek-zvukova-historie-1>

⁴⁵ SUPRAPHONE. Historie společnosti – První deska se Spejblem a Hurvínkem. Supraphone. [online]. [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/historie-spolecnosti/5-prvni-deska-se-spejblem-a-hurvinkem>

⁴⁶ PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>

⁴⁷ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

⁴⁸ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

⁴⁹ *Zvukové knihy jsou nahrávky pro nevidomé.*

populárnějšími audioknihy na LP deskách. V té době Supraphon začal vydávat audioknihy jak na LP deskách, tak na audiokazetách.⁵⁰

Po pádu komunistického režimu vzniklo několik audioknižních vydavatelství. Roku 1991 vzniklo vydavatelství Audiostory. O pár let později, tedy roku 1995, vzniklo vydavatelství Radioservis. Tentýž rok se nevidomí zvukař Pavel Musil rozhodl z důvodu nedostatečné nabídky zvukových knih založit spolek Mluvicí kniha. Cílem tohoto spolku bylo zprostředkování zvukových knih nevidomým a jinak zrakově postiženým. Kromě spolku Mluvicí kniha a již zmíněné Slovenské knižnice pre nevidiacich Mateja Hrebendu funguje na českém trhu i Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana. Tyto společnosti poskytují zvukové knihy pouze lidem se zdravotním znevýhodněním.⁵¹

Audioknihy se stávaly čím dál tím oblíbenější u svých posluchačů. Na přelomu tisíciletí se staly populárnějšími audioknihy na CD nosičích. S příchodem internetu CD nosiče ustoupily do pozadí a do popředí se dostal digitální download.⁵²

⁵⁰ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

⁵¹ SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

⁵² SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>

7. Audioknižní trh v roce 2020

Audioknižní trh v České republice oproti zahraničním trhům není tak velký. Největší je trh Spojených států amerických. Jeden z důvodů, proč Spojené státy stojí v čele, je ten, že spousta Američanů cestuje za prací a stráví tak spoustu času na cestách, kde jim je společníkem audiokniha. Vraťme se ale zpět k českému trhu.

Jak jsem již zmiňovala, český trh s audioknihami neroste tak rychle jako v jiných zemích. Jedním z důvodů, proč tomu tak může být, jsou knihkupectví. V knihkupectví převažuje počet fyzických knih oproti počtu audioknih. Výhodou fyzické knihy v knihkupectví je okamžitý kontakt čtenáře s knihou. Zákazník si může knihu prolistovat nebo se do ní začíst, a poté se může rozhodnout, zda si knihu koupí či nikoliv. Bohužel u audioknihy toto nelze. Zákazník si nemůže pustit úryvek mluveného slova v knihkupectví. Nemá tak možnost zjistit, zda mu vyhovuje přednes a hlas interpreta. Jediné, co zákazník může udělat proto, aby se o audioknize dozvěděl více, je anotace na zadní straně audioknihy.

Velkou výhodou pro zákazníka je internetový prodej audioknih. Na internetových obchodech je možnost poslechu ukázky audioknihy.

V prvních letech internetového prodeje internet podporoval prodej kamenných knihkupectví. Zákazník si našel na internetu informace o knize a šel si ji koupit do kamenného knihkupectví. To se ale změnilo. V dnešní době se více využívá internetový prodej oproti fyzickému prodeji na prodejně. Dochází i k situaci, že zákazník si knihu vybere v knihkupectví, a poté si knihu koupí přes internet, kde je často levnější.⁵³

Asociace vydavatelů audioknih vydala už popáté zprávu trhu audioknih a mluveného slova. Zpráva zpracovává data následujících vydavatelství: Albatros Media, Audioberg, Audiotéka, Bookmedia, Euromedia Group, Fonia, Jan Melvil Publishing, OneHotBook, Publixing, Radioservis, Supraphon a Tympanum. Audioknižní trh v roce 2020⁵⁴ vzrostl o 12,4 % oproti roku 2019. Tento výsledek je pozitivní i přes složitou situaci, která v roce 2020 byla. Z důvodu opatření, které byly způsobeny COVID-19, došlo k uzavření kamenných prodejen, kde bylo možné audioknihy zakoupit fyzicky. Klesl fyzický prodej audioknih⁵⁵ o více než 12 %. Oproti tomu vzrostl prodej digitálních⁵⁶ audioknih.

⁵³ TRÁVNÍČEK, Jiří. Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 29.

⁵⁴ Zpráva o audioknižním trhu z roku 2021 není veřejná, proto jsou v práci uváděná data z roku 2020.

⁵⁵ Fyzický prodej audioknih = Nákup audioknihy na CD v kamenných prodejnách.

⁵⁶ Digitální prodej audioknih = Nákup audioknihy v mp3 formátu na internetových stránkách.

Celkový prodej za rok 2020 čítá 230 843 322 Kč, z toho 86 513 261 Kč činil fyzický prodej a 144 330 061 Kč digitální prodej audioknih.⁵⁷

Největší podíl na trhu má vydavatelství OneHotBook s 16,54 %. Druhý největší podíl má Tympanum s 16,13 %, následuje Radioservis s 14,10 % hned poté vydavatelství Albatros Media s 14,08 % a na pátém místě je Supraphon s 11,72 %.⁵⁸

Celkový počet nově vydaných titulů za rok 2020 činil 442. Nejvíce novinek vyšlo během května a listopadu. Naopak nejméně titulů vyšlo v lednu a v srpnu. V porovnání s rokem 2019, kdy vyšlo 418 titulů, se jedná jen o mírný nárůst. Mezi nejvydávanějšími žánry patřily detektivky a thrillery, beletrie obecně a poté audioknihy pro děti a mládež. Oproti roku 2019 vyšlo více titulů od českých a slovenských autorů.⁵⁹

⁵⁷ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-06]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

⁵⁸ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-06]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

⁵⁹ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-06]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

8. Asociace vydavatelství audioknih

V dubnu roku 2014 vznikla asociace vydavatelství audioknih (AVA) v čele s předsedkyní asociace Kateřinou Konopáskovou.⁶⁰ Jedná se o zájmový spolek, který se zabývá vydáváním audioknih. Hlavní myšlenkou AVA je propagace a zvýšení povědomí o audioknihách, které jsou na českém trhu k dostání.

*„Zakládajícími členy Asociace byla vydavatelství Radioservis, Supraphon, Tympanum, AudioStory, OneHotBook, Popron Music, Audioberg, Audiotéka a agentura Kristián, později přistoupilo vydavatelství Walker& Volf. Spolek zastupuje a prosazuje společné zájmy vydavatelů audioknih.“*⁶¹

Současnými členy AVA k roku 2022 jsou tato vydavatelství: Albatros Media, Audioberg, Audiolibrix, Audiotéka.cz, Bookmedia, Euromedia Group, Fermata, Fonia, Kosmas, Kristián, OneHotBook, Radioservis, S Pro Alfa, Supraphon a Tympanum.⁶²

8.1 Ocenění Audiokniha roku

AVA vyhlašuje výroční ocenění *Audiokniha roku*. Nápad na ocenění vznikl v hlavě Jakuba Horáka, který je audioknižním publicistou, recenzentem a šéfredaktorem magazínu www.naposlech.cz. Cílem je ocenit produkci audioknižních vydavatelství, a tím i podporovat činnost vydavatelství. Poté, co se dohodl Jakub Horák s AVA, byla *Audiokniha roku* pořádána AVA.⁶³ První ročník *Audioknihy roku* proběhl na veletrhu Svět knihy ve velkém sále střední haly Průmyslového paláce na Výstavišti Praha-Holešovice, a to 16. května 2014, kde byla udělena cena *Audiokniha roku 2013*.

Ocenění *Audiokniha roku* má v současné době 12 kategorií, ve kterých lze soutěžit. Těmito kategoriemi jsou:

- *„Zvláštní cena Asociace vydavatelů audioknih*
- *Audiokniha roku – absolutní vítěz*

⁶⁰ ČTK. Trh audioknih loni popáté v řadě rostl. Nejprodávanější byla kniha bloggera Mansona. Lidovky.cz. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/trh-audioknih-loni-popate-v-rade-rostl-prevazil-digitalni-prodej-nejprodavanejsi-byla-kniha-bloggera.A200304_083924_firmy-trhy_ele

⁶¹ NAPOSLECH.CZ. Asociace vydavatelů audioknih. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/vydavatel/asociace-vydavatelu-audioknih>

⁶² ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Asociace vydavatelů audioknih. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/ava/>

⁶³ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Historie Audioknihy roku. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/historie/>

- *Cena posluchačů*
- *Nejlepší audiokniha – dramatizace*
- *Nejlepší audiokniha – vícehlasá četba*
- *Nejlepší audiokniha – jednohlasá četba*
- *Nejlepší audiokniha – mluvené slovo mimo kategorie*
- *Nejlepší audiokniha pro děti a mládež*
- *Nejlepší interpretka*
- *Nejlepší interpret*
- *Nejlepší zvukový design*
- *Nejlepší design*⁶⁴

Nejnovější výsledky ocenění *Audioknihy roku* jsou z roku 2020. Vítězové 8. ročníku *cen-Audiokniha roku 2020* byli vyhlášeni 20. května 2021.

„Nejlepší audiokniha – jednohlasá četba: Egyptán Sinuhet (OneHotBook)

Nejlepší audiokniha – vícehlasá četba: Svědectví (OneHotBook)

Nejlepší audiokniha – dramatizace: Vlastníci (Audiotéka)

Nejlepší audiokniha pro děti a mládež: H2O a tajná vodní mise (OneHotBook)

Nejlepší interpret: Jan Potměšil (Růže pro Algernon, OneHotBook)

Nejlepší interpretka: Vilma Cibulková (Šikmý kostel, OneHotBook)

Audiokniha roku – absolutní vítěz: Šikmý kostel (OneHotBook)

Nejlepší design: Vražda potřebuje reklamu (OneHotBook)

Nejlepší zvukový design: Pohřešovaná (Audionaut)

*Cena posluchačů: Šlachta – Třicet let pod přísahou (Témbr)*⁶⁵

Toto jsou tituly a interpreti, kteří získali ocenění za první místo v roce 2020.

⁶⁴ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Kategorie ocenění Audiokniha roku. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/kategorie/>

⁶⁵ RADIOTÉKA. Audiokniha roku 2020 - vyhlášení vítězů. Radiotéka. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://www.radioteka.cz/audiokniha-roku-2020-vyhlaseni>

9. Vydavatelství

Ráda bych více představila následující vydavatelství, seřazené podle toho, jak si vedou na trhu.

- OneHotBook
- Typmpanum
- Radioservis
- Albatros Media
- Supraphone

9.1 OneHotBook

Podle zprávy o trhu audioknih a mluveného slova z roku 2020, kterou vydává asociace vydavatelů audioknih je OneHotBook největším vydavatelstvím audioknih na českém trhu.⁶⁶

Vydavatelství OneHotBook bylo založeno Martinem Pilařem, a to v listopadu v roce 2011. Původně vydavatelství *OneHotBook* Martin Pilař založil pod názvem *Dragontattoo*. Pod vydavatelstvím *Dragontattoo* vyšla trilogie *Muži, kteří nenávidí ženy*. První díl s názvem *Milénium Stiega Larssona* namluvil herec Martin Stránský. Tato audiokniha sklídila skvělé ohlasy u posluchačů. Zároveň se tato trilogie stala nejrozsáhlejší audioknihou té doby. Celý záznam měl dohromady 46 hodin, z toho první díl měl délku 14 hodin a 30 minut. Další díla už byla namlouvána pod záštitou vydavatelství OneHotBook. Martin Pilař je i v současné době stále majitelem OneHotBook.⁶⁷

OneHotBook se zaměřuje na vydávání audioknih „*současných světových a českých autorů i moderní literární klasiku a osobitou tvorbu pro děti s kompletní profesionální produkcí zahrnující dramaturgii, režii, hudbu, postprodukcí a design.*“⁶⁸ Snaží se, aby

⁶⁶ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

⁶⁷ ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>

⁶⁸ ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>

audiokniha v jejich podání byla pro posluchače tzv. „interpretačním uměním“⁶⁹. Proto si pro své audioknihy pečlivě vybírají interprety a také vytvářejí pro každé dílo zvláštní hudební doprovod, který pomáhá vytvořit atmosféru daného díla.⁷⁰

Nejnovější ocenění, které OneHotBook získalo v roce 2020: „Audiokniha roku 2020: Absolutní vítěz – Šikmý kostel v podání Vilmy Cibulkové. Audiokniha roku 2020: Nejlepší interpretka – Vilma Cibulková za Šikmý kostel. Audiokniha roku 2020: Nejlepší vícehlasá četba – Svědectví v podání Veroniky Khek Kubařové, Tatjany Medvecké, Evy Josefíkové a Martina Myšičky. Audiokniha roku 2020: Nejlepší jednohlasá četba – Egypťan Sinuhet v podání Lukáše Hlavici Audiokniha roku 2020: Nejlepší interpret – Jan Potměšil za Růže pro Algernon. Audiokniha roku 2020: Nejlepší audiokniha pro děti a mládež – H2O a tajná vodní mise v podání Jiřího Lábuse. Audiokniha roku 2020: Nejlepší design – Vražda potřebuje reklamu s původními ilustracemi výtvarného dua Tomski&Polanski. Bystrouška 2019/2020: Nejlepší dětská audiokniha v kategorii 4-6 let – Hilda a pidilidi v podání Marthy Issové.“⁷¹

Na webových stránkách OneHotBook kromě samotných audioknih nalezneme i sekci blogu. Na blogu jsou publikovány články, které se zabývají samotnými audioknihami nebo rozhovory s interprety audioknih.

9.2 Tympanum

Vydavatelství Tympanum se na českém audoknižním trhu řadí hned za vydavatelství OneHotBook. Tento údaj vychází z již zmiňované zprávy o trhu audioknih a mluveného slova z roku 2020.⁷²

⁶⁹ ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>

⁷⁰ ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>

⁷¹ ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>

⁷² ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

Název Tympanum „pochází z latiny a znamená sluchový bubínek, který je při „čtení ušima“ tolik důležitý.“⁷³

Na podzim roku 2006 dva bývalí studenti architektury Josef Burkovský a Karel Černošek založili společně vydavatelství Tympanum.⁷⁴ Už od počátku svého působení se vydavatelství zaměřuje na vydání světové a české beletrie, naučné literatury, detektivek a v neposlední řadě na audioknihy pro nejmenší posluchače, a to pro děti.⁷⁵

Tympanum některé své audioknihy doplňuje popisem v Braillově písmu, a to nejen na přebalu, ale i na samotném CD. Audioknihy, které jsou doplněny Braillovým písmem, jsou označeny značkou "blind-friendly". Vydavatelství spolupracuje s Knihovnou a tiskárnou pro nevidomé Karla Emanuela Macana a občanským sdružením Mluvící kniha.⁷⁶

Slovy jednoho ze zakladatelů Karla Černošky: "*U audioknih je šance prorazit skutečně jen s těmi nejnámějšími tituly, doslova s bestsellery. Proto jsme sáhli třeba po Agatě Christie nebo Paulu Coelho. Teď jsme zrovna vydali Anděle a démony od Dana Browna.*"⁷⁷

9.3 Radioservis

Radioservis je vydavatelstvím Českého rozhlasu. Vzniklo v roce 1995 jako akciová společnost.⁷⁸ Na českém audioknižním trhu je třetím největším vydavatelstvím.⁷⁹

Radioservis nenabízí pouze mluvené slovo, ale i hudbu. Mezi hudebními nahrávkami posluchač najde například klasickou, jazzovou či populární hudbou z první poloviny

⁷³ TYMPANUM. O nás. Tympanum. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.tympanum.cz>

⁷⁴ LIBERATURA. Liberatura o audioknihách – Vydavatelství Tympanum. Radio Wave. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/liberatura-o-audioknihach-5244036>

⁷⁵ TYMPANUM. O nás. Tympanum. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.tympanum.cz>

⁷⁶ TYMPANUM. O nás. Tympanum. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.tympanum.cz>

⁷⁷ ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy v Česku se neprosazují lehce. Český rozhlas. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://cesky.radio.cz/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce-8589503>

⁷⁸ EJUSTICE. Úplný výpis z obchodního rejstříku. Veřejný rejstřík a Sběrka listin. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=723215&typ=UPLNY>

⁷⁹ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

20. století. Jejich katalog obsahuje více než tři sta titulů.⁸⁰ Největší podíl zde tvoří mluvené slovo, a to zejména archiv Českého rozhlasu. Radioservis se zaměřuje především na známé tituly z české a světové tvorby od autorů jako jsou například Karel Čapek, Alois Jirásek, Jose Škvorecký, Pavel Kohout, William Shakespeare, Lev Nikolajevič Tolstoj, Fjodor Michajlovič Dostojevskij, George Orwell, Arthur Conan Doyle, Agatha Christie, Georges Simenon, Dorothy L. Sayersová, Friedrich Dürrenmatt a mnoho dalších.⁸¹

Od 15. května roku 2015 Radioservis založil svůj internetový obchod Radioteka.cz, kde si posluchači můžou zakoupit audioknihu na CD nebo rovnou stáhnout v mp3 formátu. „Dostupné jsou i raritní nahrávky ze zlatého fondu Českého rozhlasu, které nelze jinde získat.“⁸²

9.4 Albatros Media

Od roku 2009 se Albatros Media stalo nástupcem nakladatelství Albatros. Albatros Media působí na českém trhu už od roku 2008.⁸³ Svou velikostí se řadí na čtvrté místo, hned po Radioservisu, na českém audioknižním trhu.⁸⁴ Kromě audioknih vydávají i e-knihy a tištěné knihy.

Na českém trhu zauímají pozici největšího nakladatelského domu. Spadá pod ně „Albatros, Cooboo, Motto, XYZ, Edika, BizBooks, CPress, Computer Press, Management Press, B4U Publishing, Fragment, Egmont, Kniha Zlín, Vyšehrad, Panteon, Domino, selfpublishingovou službu Pointa, partnerský projekt Edice České televize a obchod s tištěnými i elektronickými knihami Palmknihy.“⁸⁵

⁸⁰ KAV. Vydavatelství Radioservis nabízí především audioknihy. Idnes.cz. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: https://web.archive.org/web/20130605150640/http://sdeleni.idnes.cz/audioknihy-z-vydavatelstvi-radioservis-ffj-/zpr_sdeleni.aspx?c=A130423_093823_zpr_sdeleni_ahr

⁸¹ NAPOSLCEH.CZ. Radioservis. Naposelech.cz. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/vydavatel/radioservis>

⁸² NAPOSLCEH.CZ. Radioservis. Naposelech.cz. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/vydavatel/radioservis>

⁸³ EJUSTICE. Úplný výpis z obchodního rejstříku. Veřejný rejstřík a Sbírka listin. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=346562&typ=UPLNY>

⁸⁴ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

⁸⁵ ALBATROS MEDIA A.S. Proč vydat knihu u Albatros Media. Issuu. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: https://issuu.com/albatrosmedia/docs/pro_vydat_knihu_u_albatros_media

Neustále pracují na svém vývoji a na tom, aby šli s dnešní dobou a trendy. V současné době pracují na mobilní aplikaci. Mimo jiné jsou pořadateli největšího festivalu ve střední Evropě. Tento festival je zaměřen na young adult literaturu.⁸⁶

9.5 Supraphone

Supraphon je hudební vydavatelství, které bylo založeno v roce 1932. „Z historického hlediska je nejvýznamnější českou gramofonovou firmou.“⁸⁷ Na českém audioknižním trhu zauímají páté místo z hlediska velikosti. Tento údaj vyplývá ze zprávy o trhu audioknih a mluveného slova z roku 2020.⁸⁸

V dřívější době název Supraphone původně označoval moderní elektronický gramofon. „V poválečných letech nesly toto značení domácí gramodesky určené pro export a napomáhaly tak šíření věhlasu především české klasické hudby v nahrávkách ze třicátých a čtyřicátých let.“⁸⁹

Supraphone má bezkonkurenčně nejobsáhlejší zvukový archiv v České republice. I přesto, že hudební archiv byl vždy prioritní, se v archivu vyskytovaly záznamy mluveného slova, a to dokonce již před rokem 1989.⁹⁰

„Před rokem 1989 obsahuje archiv Supraphonu kromě nescíslného množství snímků všech hudebních žánrů i cenné nahrávky mluveného slova, které jsou nenahraditelným dokladem vývoje českého dramatického umění i hereckého mistrovství.“⁹¹

Velký posun vydavatelství Supraphon zaznamenalo v roce 2011, kdy byl založen digitální obchod. Tento obchod byl založen pod názvem Supraphonline. Jednalo se o historicky první digitální obchod na českém trhu, „který vedle klasického formátu MP3 (v kvalitě 320 kbps) nabídl veškerý sortiment rovněž v bezztrátovém komprimačním

⁸⁶ ALBATROS MEDIA A.S. O nás. Albatros Media. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.albatrosmedia.cz/c/o-nas/>

⁸⁷ SUPRAPHON. O nás. Supraphon. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/o-nas>

⁸⁸ ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>

⁸⁹ SUPRAPHON. O nás. Supraphon. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/o-nas>

⁹⁰ SUPRAPHON. O nás. Supraphon. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/o-nas>

⁹¹ SUPRAPHON. O nás. Supraphon. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/o-nas>

*formátu FLAC, jenž poskytuje kvalitu záznamu srovnatelnou s kvalitou na CD nosičích.*⁹²

Už po jednom roce své působnosti získal digitální obchod dvě nominace. První nominace byla na ocenění českého internetu – *Křišťálová lupa 2012* v kategorii Projekt roku. Druhá nominace byla také v ocenění českého internetu – *Křišťálová lupa 2012*, ale tentokrát v kategorii E-commerce inspirace.⁹³

Kromě možnosti stažení souboru v mp3 formátu umožňují svým posluchačům od roku 2016 nákup fyzických nosičů CD, DVD a LP.⁹⁴

⁹² SUPRAPHONLINE. O službě Supraphonline. Supraphonline. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphonline.cz/o-nas.html>

⁹³ SUPRAPHONLINE. O službě Supraphonline. Supraphonline. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphonline.cz/o-nas.html>

⁹⁴ SUPRAPHONLINE. O službě Supraphonline. Supraphonline. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphonline.cz/o-nas.html>

10. Proces vzniku audioknih

Vzít knihu, zapnout nahrávací zařízení a přečíst ji celou na jeden zátah – tak lehké to doopravdy není. Pro vznik audioknihy je potřeba spousta lidí, času a finančních prostředků.

Na trhu působí několik audioknižních vydavatelství, jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách. Každé vydavatelství se soustředí na určitý okruh žánrů. Na úplném začátku je důležitý výběr knižní předlohy. Výběr textu je důležitý, proto se při rozhodování nakladatelství řídí podle několika kritérií a to například, jak je knižní předloha oblíbená u čtenářů, či jak je kniha prodávána. Může dojít i k takové situaci, že sám autor knižní předlohy osloví audioknižní vydavatelství s nabídkou spolupráce.

Podstatnou roli při výběru hrají také autorská práva. Autorský zákon uvádí, že v případě uplynutí 70 let od smrti autora se na dílo již nevztahuje autorské právo.⁹⁵ V opačném případě se k dílu vztahují autorská práva, které patří autorovi díla. „*V první řadě je třeba uzavřít smlouvy s autory – spisovateli a jejich agenty, překladateli, v případě využití knižní obálky i s ilustrátory.*“⁹⁶ S těmito lidmi se následně řeší finance za použití uměleckého díla.

Nad vybraným textem se následně sejde tým z nakladatelství, aby rozhodl o režisérovi, interpretech a délce knihy.

Režisér má na starost celkovou podobu audioknihy. „*On musí mít vizi, on musí vědět jistě, jak naložit s vybranou předlohou. On se musí rozhodnout, jaké dá audioknize vyznění, jaké tempo, jaký hlas.*“⁹⁷ Během nahrávání pracuje s herci, aby finální výsledek splňoval veškeré věci, na kterých se domluvili s audioknižním nakladatelstvím.⁹⁸

Volba interpreta či vypravěče je stěžejní. Vypravěč audioknihy je často označován za „*narátora*“, toto označení pochází z anglického slova „*narrator*“ neboli vypravěč. Při výběru interpreta je kladen důraz na několik věcí, například zda hlas interpreta koresponduje s obsahem dané audioknihy. „*Vypravěče není možno ztotožnit s autorem,*

⁹⁵ Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). In: Sběrka zákonů. 7. 4. 2000. ISSN 1211-1244. s. 1664.

⁹⁶ SMOLÍKOVÁ, Klára. Jak vzniká audiokniha. Klára Smolíková. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <http://klarasmolikova.cz/clanek/jak-vznika-audiokniha>

⁹⁷ SMOLÍKOVÁ, Klára. Jak vzniká audiokniha. Klára Smolíková. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <http://klarasmolikova.cz/clanek/jak-vznika-audiokniha>

⁹⁸ JAROŠOVÁ, Renáta. Jak vzniká audiokniha: jsou za ní měsíce práce. Mediář. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/jak-vznika-audiokniha-jsou-za-ni-mesice-prace/>

ačkoli ve vypravěči je vždy něco z autora.“⁹⁹ Interpret má za úkol pochopit a následně předat autorovu myšlenku posluchačům. Dále se klade důraz na jméno osobnosti, to může ovlivnit následný prodej a propagaci audioknihy.

Nakladatelství často disponují vlastními nahrávacími studii, pokud tomu tak není, je možné si studio pronajmout. Například studia rádií, soukromá studia či DAMU.¹⁰⁰

Délka natáčení se liší podle počtu stránek knihy. Režiséři audioknih se shodují na tom, že průměrně třicet až padesát stránek je možné natočit za jeden den.¹⁰¹

Agentura Česká produkce uvádí „*Například pro knihu o 300 stranách musíte společně s režisérem, hercem a studiem najít 10 x 4 hodiny natáčecího času. (...) Nemůžete točit pořád, protože je nutné nechat čas na rekonvalescenci hercova hlasu. Samotné natáčení tedy zabere dva až tři týdny podle vytíženosti režiséra, herce a studia.*“¹⁰² Podle uvedených informací je tedy zjevné, že natáčení se může časově lišit podle možností, které režisér má.

Na nahrávání dále spolupracuje zvukový mistr, který dohlíží na kvalitu audioknihy. Kromě zvukového mistra je také přítomná osoba, která dohlíží na jazykovou stránku textu, zda je interpretace textu po stránce výslovnosti správná. A v neposlední řadě zvukař, který upraví audioknihu do výsledné podoby, která je dostupná pro posluchače.¹⁰³

O grafickou stránku audioknihy se stará grafik nebo ilustrátor, který vytvoří přebal audioknihy.

Když je audiokniha hotová, následuje distribuce do internetových či fyzických prodejen.

⁹⁹ ŠTOCHL, Miroslav. *Teorie literární komunikace*. 1. Vyd. Praha, 2005. ISBN 80-86903-09-5. s. 59-64

¹⁰⁰ DAMU. Zvukové studio DAMU. DAMU. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <http://www.damu.cz/fakulta/zvukove-studio-damu>

¹⁰¹ HORÁK, Jakub, KAMBERSKÝ, Jakub. Od knihy k audioknize. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/zprava/od-knihy-k-audioknize> : „*Zhruba třicet až padesát stránek textu se dá natočit za jeden den,*“¹⁰¹ uvedla Škápíková, režisérka audioknihy Žitkovské bohyně od Kateřiny Tučkové, na Světě knih v roce 2014.

¹⁰² JAROŠOVÁ, Renáta. Jak vzniká audiokniha: jsou za ní měsíce práce. Mediář. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/jak-vznika-audiokniha-jsou-za-ni-mesice-prace/>

¹⁰³ SMOLÍKOVÁ, Klára. Jak vzniká audiokniha. Klára Smolíková. [online]. [cit. 2022-03-07]. Dostupné z: <http://klarasmolikova.cz/clanek/jak-vznika-audiokniha>

Praktická část

V současné době se do povědomí lidí fenomén audioknih dostává čím dál tím víc, a proto jsem se rozhodla ho hlouběji prozkoumat.

11. Cíl výzkumu

Hlavním cílem mého výzkumu bylo zjistit, zda lidé poslouchají audioknihy či nikoli. Dílčí cíle se zaměřovaly na to, jak vypadá profil posluchače/posluchačky audioknih v dnešní době. Dále jsem zjišťovala, jaké jsou důvody, proč lidé poslouchají audioknihy, a naopak jaké jsou důvody, proč neposlouchají. Jestliže člověk audioknihy poslouchá, tak jaké má preference, zda upřednostňuje zkrácená nebo nezkrácená díla, či v jakém jazyce audioknihy poslouchá, zda preferuje jednoho nebo více interpretů, kolik hodin týdně poslouchá audioknihy, kde audioknihy získává, při jakých aktivitách nejčastěji poslouchá knihy, jakou formu zpracování audioknihy preferuje, jestli využívá audioknižní aplikace, jaký žánr poslouchá nejčastěji a jak často audioknihy nakupuje.

12. Stanovení hypotéz

Na začátku tvorby dotazníku jsem si položila následující hypotézy:

H1: Lidé ve věkovém rozmezí 18 až 24 let poslouchají audioknihy.

H2: Lidé v dnešní době preferují tištěnou knihu před audioknihou a e-knihou.

H3: Hlavním důvodem, proč lidé poslouchají audioknihy, je, že mají rádi, když jim někdo předčítá.

H4: Výběr žánrů u mužů a žen se liší. U žen očekávám žánry: beletrie a osobní rozvoj. U mužů zase naopak fantasy a sci-fi a dějiny a historie. Mé očekávání vyplývá z pohledu, jak vnímám dnešní dobu.

13. Průzkumná metoda

V bakalářské práci jsem využila kvantitativního výzkumu, a to dotazníkovou metodou. Dotazník byl vytvořen prostřednictvím Google formuláře, obsahoval 30 otázek, z toho 27 uzavřených otázek a u 2 otázek byla možnost otevřené odpovědi.

14. Sběr dat

Výzkum se uskutečnil v období od 31.1.2022 do 8.3.2022. Dotazník byl uveřejněn na sociální síti Facebook a také byl rozeslán na Obchodní akademii v Pardubicích mezi studenty. Tuto školu jsem zvolila z toho důvodu, že jsem tam sama studovala. Poprosila jsem svou paní učitelku češtiny, aby dotazník rozeslala mezi své studenty.

Dotazník vyplnilo 488 respondentů, z toho 380 žen, 108 mužů a 3 jiné pohlaví. Nejvíce odpovědí bylo od respondentů ve věkové kategorii 18-24 let a 25-34 let, dohromady to bylo 260 osob.

15. Zpracování výzkumu

Dotazník se skládal z 30 otázek, odpovědělo na něj 488 osob. Všechny odpovědi byly zahrnuté do následného vyhodnocování.

16. Výsledky dotazníkového šetření

Dotazník byl rozdělen do tří částí. První část se zabývala obecnými faktografickými otázkami. Následovala část druhá, která byla zaměřená na čtení knih, a ve třetí části dotazníku byly otázky týkající se konkrétně posluchači audioknih.

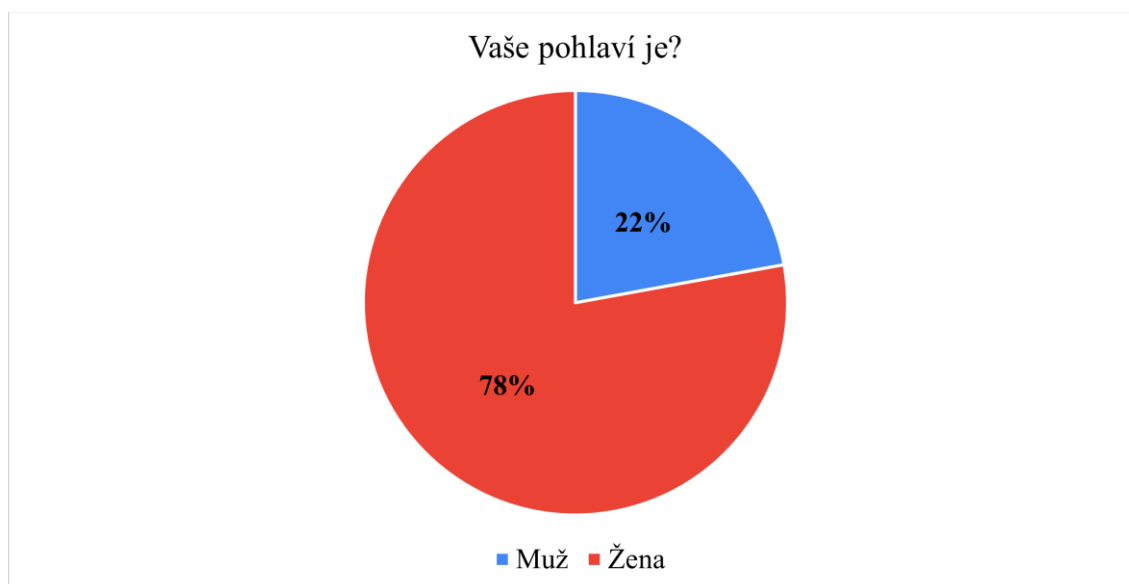
16.1 Faktografické otázky

První tři otázky byly zaměřené na zjištění věku, pohlaví a vzdělání respondentů.

Otázka č. 1

První otázka byla zaměřená na poměr mužských a ženských respondentů, kteří vyplnili dotazník. Podle grafu 1 je vidět, že ženských respondentů bylo více než mužských. V číslech to znamená, že ženských respondentů bylo 380 a mužských respondentů 108. Tento výsledek může souviset s tím, že jsem dotazník nahrávala do facebookových skupin, které se zabývaly knihami a většinou v těchto skupinách převažovaly ženy. Podobně tomu je u Obchodní akademie v Pardubicích, kde je více studentek než studentů.

Graf 1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

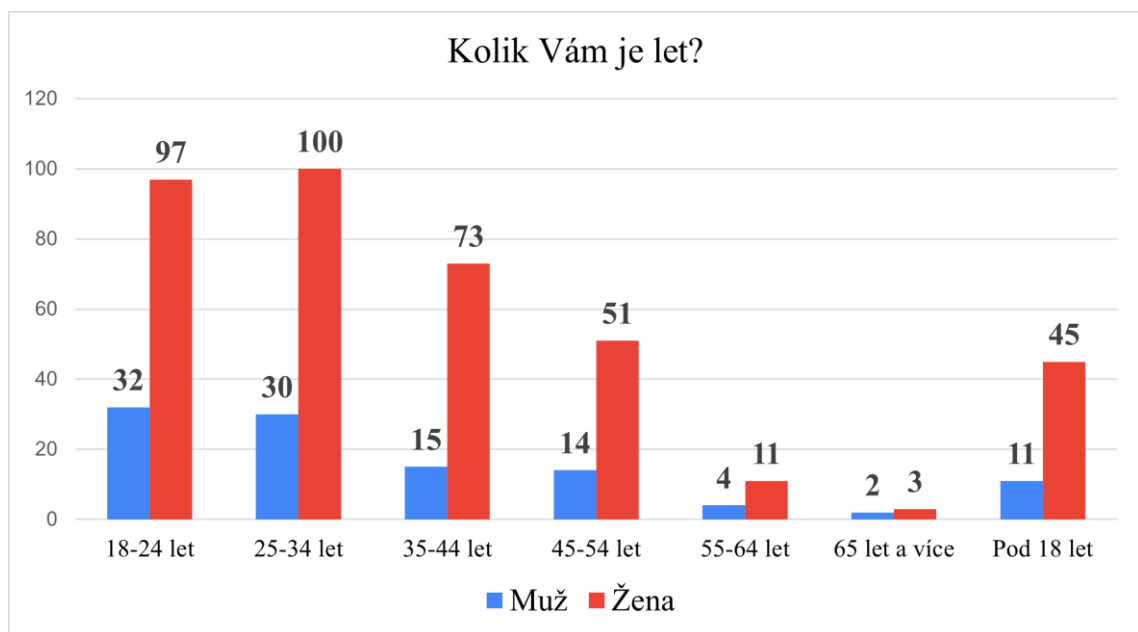


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 2

Druhá otázka byla zaměřená na věkové rozpětí respondentů. Nejvíce respondentů bylo ve věkové skupině 25-34 let (130). Druhou nejpočetnější skupinou byla věková skupina 18–24 let (129). Třetí skupina byla ve věkovém rozmezí 35-44 let (88). Do čtvrté skupiny spadají lidé ve věku 45-54 let (65). Hned za čtvrtou skupinou jsou lidé pod 18 let (56). Druhá nejméně početná skupina jsou lidé ve věku 55-64 let (15). Nejméně respondentů bylo ve věkové skupině 65 let a více (5). Tento výsledek byl očekávaný z důvodu šíření dotazníku mezi studenty na Obchodní akademii v Pardubicích a díky využití potenciálu sociální sítě Facebook.

Graf 2 Věkové rozmezí respondentů

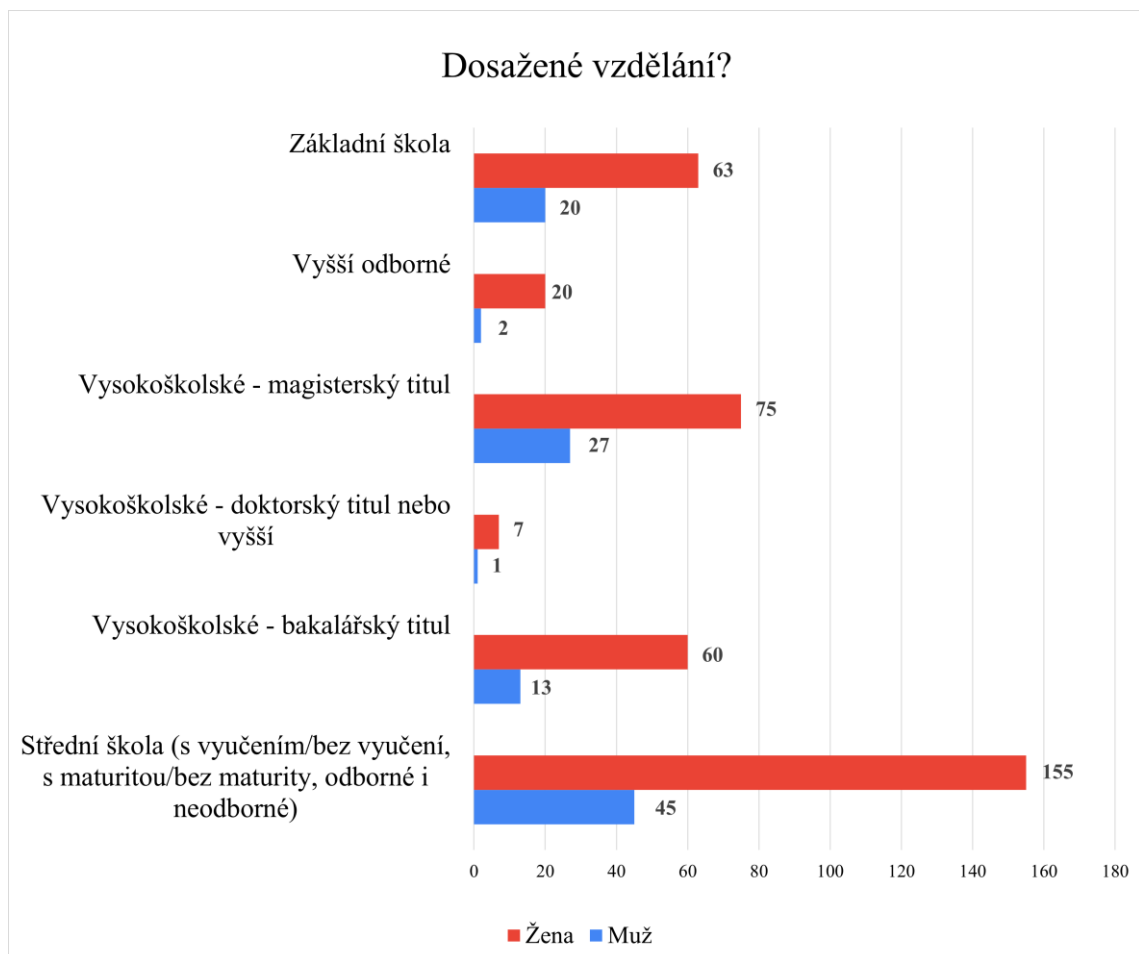


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 3

Poslední otázka z faktografické oblasti byla zaměřená na nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Z grafu 3 můžeme vyčíst, že nejvíce respondentů má dokončenou střední škola (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné). To odpovídá tomu, že nejvíce respondentů je ve věkové skupině 25-34 let a 18-24 let. Nejméně početnou skupinou jsou lidé s dokončeným vysokoškolským doktorským titulem a vyšším vzděláním.

Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní tvorba

16.2 Otázky zaměřené obecně na čtení knih

Otázky čtyři až šest jsou zaměřené na čtení obecně. Zda respondenti čtou knihy a v jaké míře.

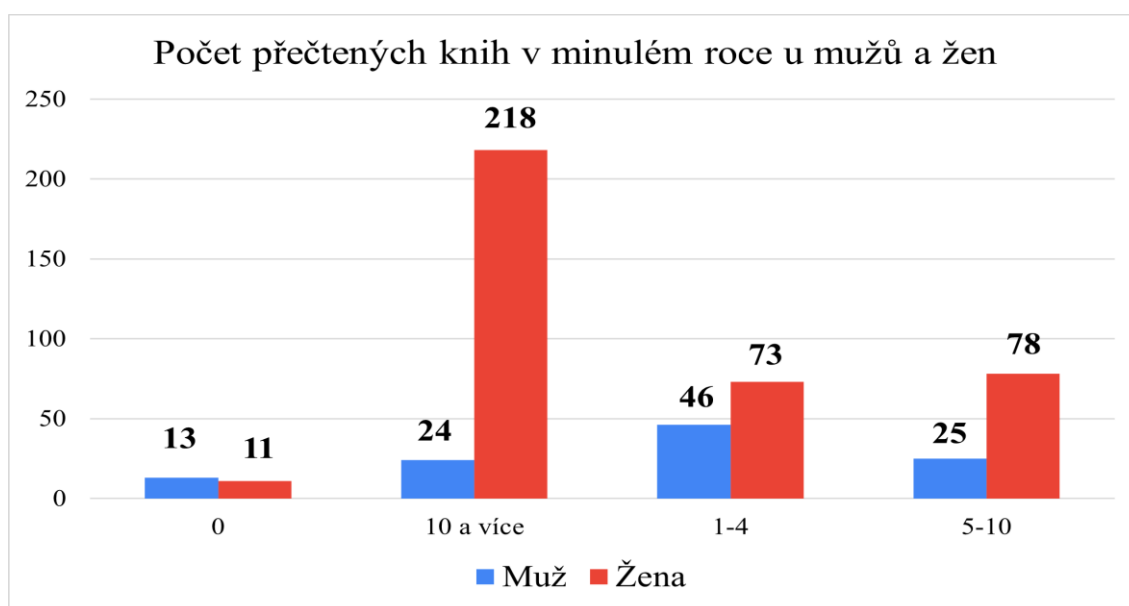
Otázka č. 4

Tato otázka byla zaměřená na čtení knih v minulém roce. Zde jsem se zaměřila na dvě hlediska. První informace, kterou jsem touto otázkou zjišťovala, bylo obecné čtení knih u mužů a žen. Z grafu 4 vyplývá, že ženy čtou více než muži. V minulém roce 369 žen přečetlo minimálně jednu knihu za rok, z toho 218 žen odpovědělo, že v průměru přečte 10 a více knih ročně. U mužů jsou čísla přečtených knih za minulý rok nižší. V minulém roce 95 mužů přečetlo minimálně jednu knihu za rok. Z toho 46 mužů uvedlo, že ročně přečtou 1-4 knihy.

Tento zjištěný fakt koresponduje s výsledkem výzkumu, který byl proveden v roce 2007, Národní knihovnou ČR a Ústavem pro českou literaturu AV ČR. Tento výzkum se zabýval čtením knih. „Z průzkumu vyplynulo, že 83 % Čechů přečte za rok aspoň 1 knihu. Ve výrazné většině jsou většími čtenářkami ženy (88 %) než muži (77 %).“¹⁰⁴ Stejně jak v roce 2007, tak i v roce 2022 ženy čtou více než muži.

¹⁰⁴ TRÁVNÍČEK, Jiří, RICHTER, Vít. Čtenáři a čtení v České republice v roce 2007 Tisková zpráva. Národní knihovna ČR a Ústav pro českou literaturu AV ČR. [online]. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://ucl.cas.cz/udalosti/ctenari-a-cteni/>

Graf 4 Počet přečtených knih v minulém roce



Zdroj: Vlastní tvorba

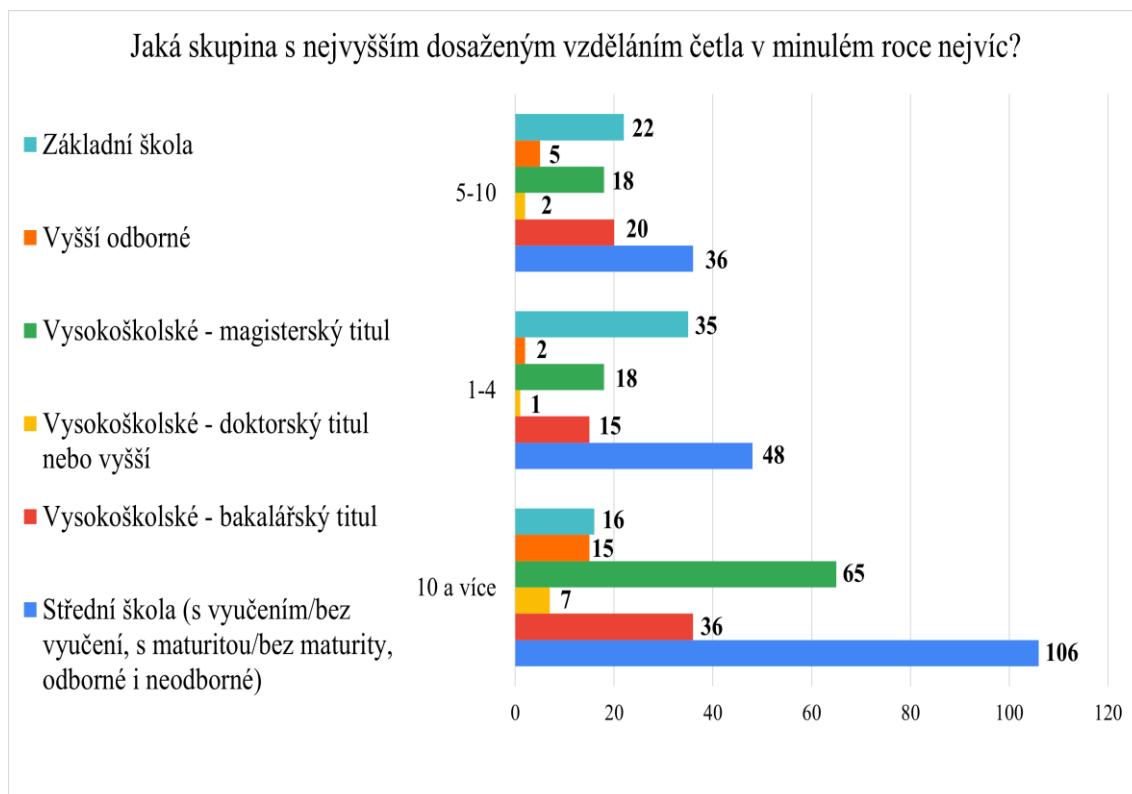
Druhou informací, kterou jsem ze získaných dat ze čtvrté otázky zjišťovala, bylo, jaká skupina s nejvyšším dosaženým vzděláním četla v minulém roce nejvíce. Z grafu 5 je vidět, že skupina osob s dokončeným vzděláním ze střední školy (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné) čte nejvíce, jedná se o 190 respondentů. Druhou skupinou jsou lidé s vysokoškolským vzděláním s magisterským titulem, zde je 101 respondentů, kteří čtou knihy. Na třetím místě jsou lidé se základním vzděláním, tato skupina činí 73 respondentů, a na čtvrtém místě je skupina s vysokoškolským vzděláním s bakalářským titulem, zde je 71 respondentů. Na předposledním místě jsou osoby s vyšším odborným vzděláním, kde je 22 respondentů, a na posledním místě 10 respondentů s vysokoškolským vzděláním s doktorským titulem nebo vyšším titulem.

Tento výsledek potvrzuje fakt, který byl zjištěný v již zmiňovaném výzkumu, který byl proveden Národní knihovnou ČR a Ústavem pro českou literaturu AV ČR v roce 2007. „Průzkum ukázal, že nejvýraznějším faktorem, který ovlivňuje čtení, je vzdělání.“¹⁰⁵

¹⁰⁵ TRÁVNÍČEK, Jiří, RICHTER, Vít. Čtenáři a čtení v České republice v roce 2007 Tisková zpráva. Národní knihovna ČR a Ústav pro českou literaturu AV ČR. [online]. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://ucl.cas.cz/udalosti/ctenari-a-cteni/>

To vyplývá i z mého dotazníkového šetření. První dvě nejpočetnější skupiny čtenářů jsou lidé s dokončeným vzděláním ze střední školy a lidé s vysokoškolským vzděláním s magisterským titulem.

Graf 5 Jak lidé s dosaženým vzděláním čtou

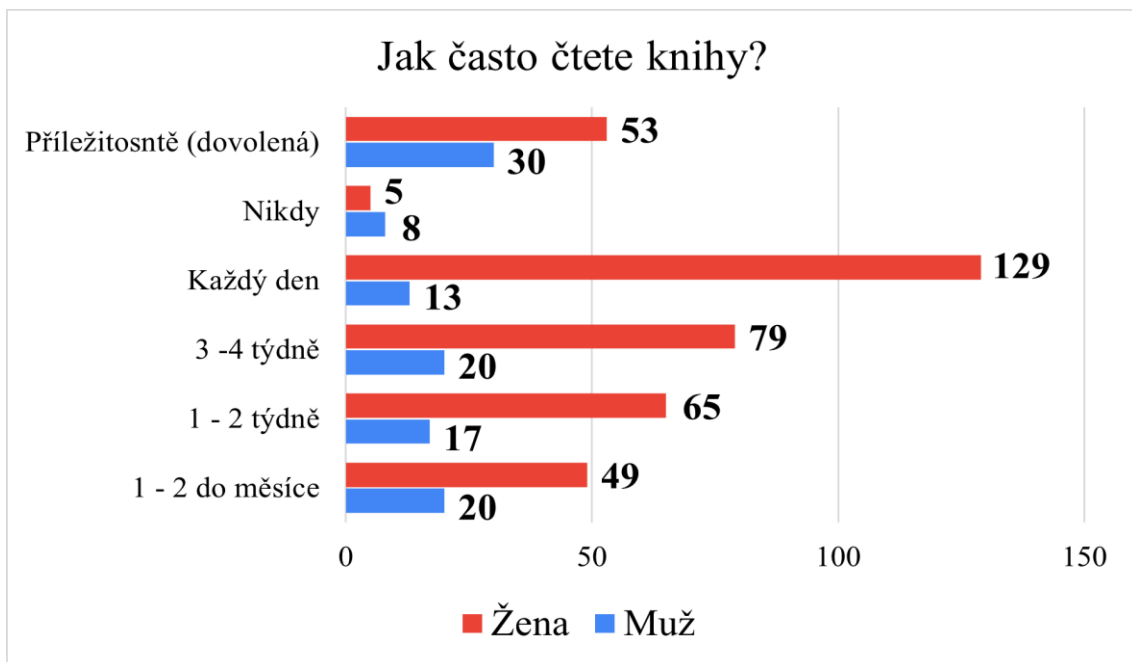


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 5

Otázka č.5 byla zaměřená na to, jak často lidé čtou. Z grafu 6 vyplývá, že nejvíce ženských respondentů (129) čte knihy každý den. Oproti tomu nejvíce mužských respondentů (30) uvedlo, že knihy čtou pouze příležitostně (na dovolené).

Graf 6 Jak často lidé čtou knihy

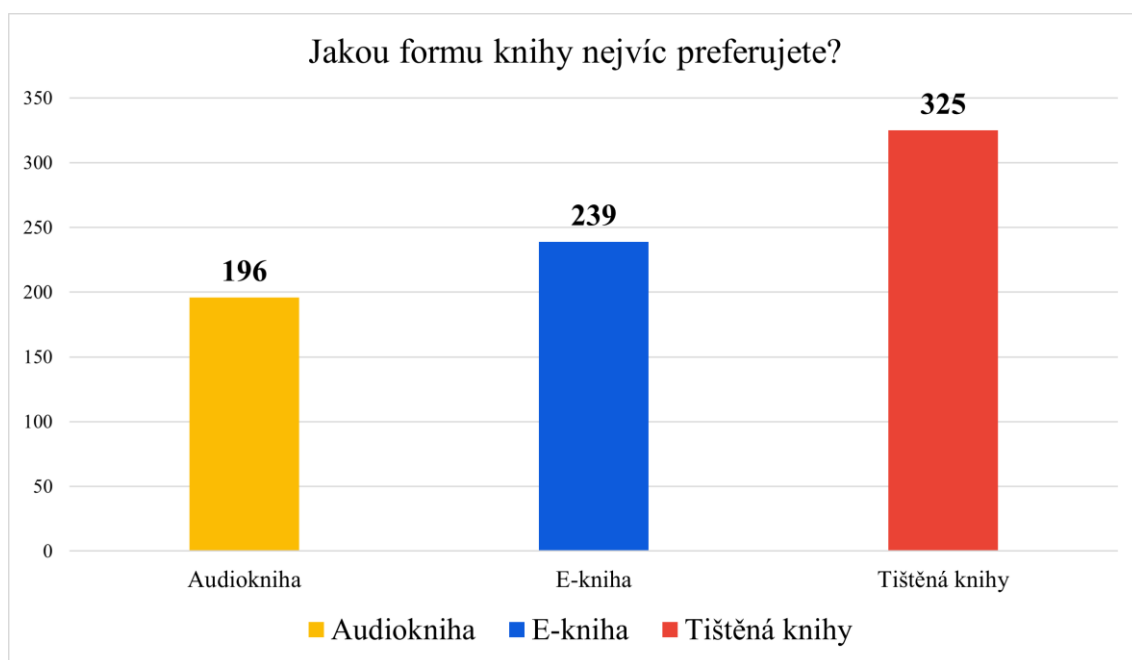


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 6

Závěrečnou otázkou v kategorii, která se zaměřovala obecně na čtení knih, byla otázka, která se zabývala preferencí formátu knih u respondentů. U této otázky, měli respondenti odpovědi seřadit podle preference (1 – nejvíce preferuji a 3 – nejméně preferuji). Z grafu 7 vidíme, že na prvním místě je tištěná kniha, kde 325 respondentů uvedlo, že tištěnou knihu preferují nejvíce. Na druhém místě je audiokniha, zde uvedlo 239 respondentů, že audioknihu preferují hned po tištěné formě. Na posledním místě, tedy třetím se umístila e-kniha, kde 196 respondentů uvedlo, že nejméně preferují e-knihu. Zde se mé očekávání na otázku, jaký typ knihy lidé preferují nejvíce, naplnilo. Lidé stále preferují tištěnou knihu před audioknihou nebo e-knihou.

Graf 7 Jaký typ knihy lidé preferují



Zdroj: Vlastní tvorba

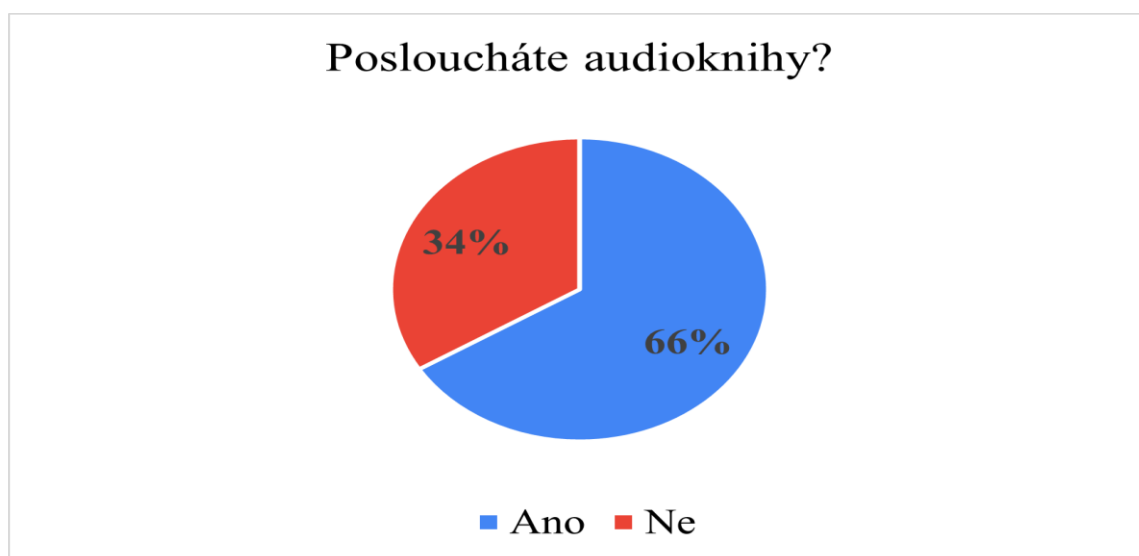
16.3 Otázky zaměřené na uživatele audioknih

Následující série otázek je zaměřena už konkrétně směrem k samotným uživatelům audioknih. Nejdříve jsem zjišťovala, zda lidé poslouchají audioknihy nebo ne. Dále jsem se zaměřila na důvody, proč lidé audioknihy neposlouchají.

Otázka č. 7

V této otázce jsem se nejdříve zaměřila obecně na fakt, zda lidé poslouchají audioknihy či nikoliv. Z grafu 8 je zřejmé, že audioknihy poslouchá 66 % respondentů, což je 325 osob. Procento lidí, které neposlouchá audioknihy, je 34 %, což činí 166 respondentů.

Graf 8 Rozdělení respondentů podle poslouchání audioknih

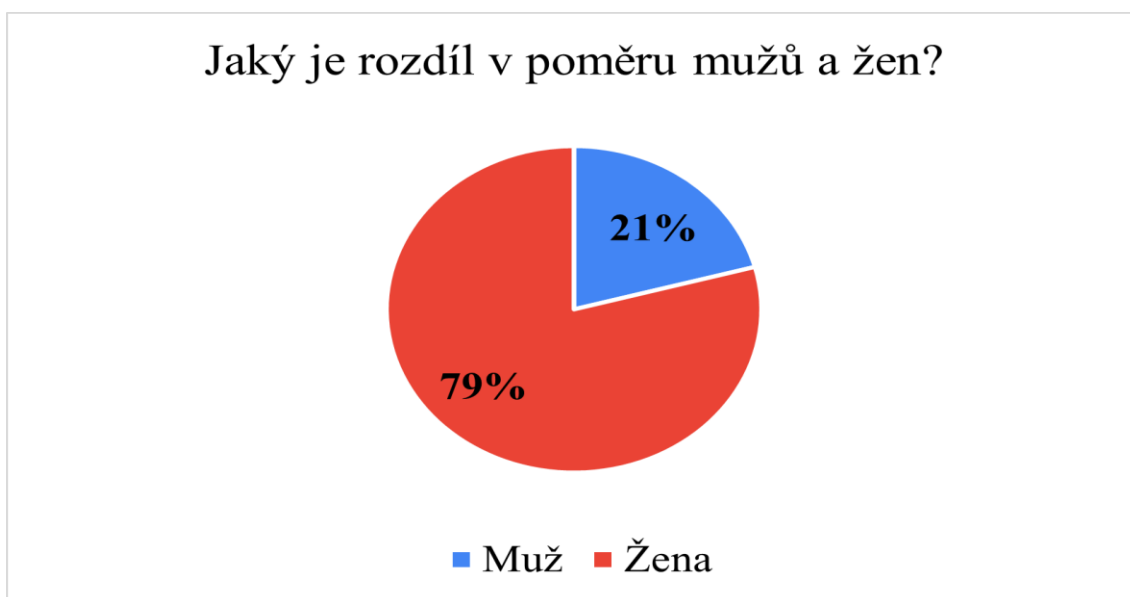


Zdroj: Vlastní tvorba

Dále jsem se zaměřila na poměr mužských a ženských posluchačů. Z grafu 9 je zjevné, že větší procento posluchačů audioknih je u žen, jedná se o 79 % (255). U mužů je počet posluchačů nižší, konkrétně pouhých 21 % (67) mužů poslouchá audioknihy.

Zde je možné sledovat obdobný trend jako u čtení fyzických knih. Opět se ukazuje, že ženy mají větší zájem o knihy, tedy konkrétně o poslech audioknih než muži. Také zde může hrát roli celkový počet respondentů. V souhrnu odpovědělo více žen než mužů.

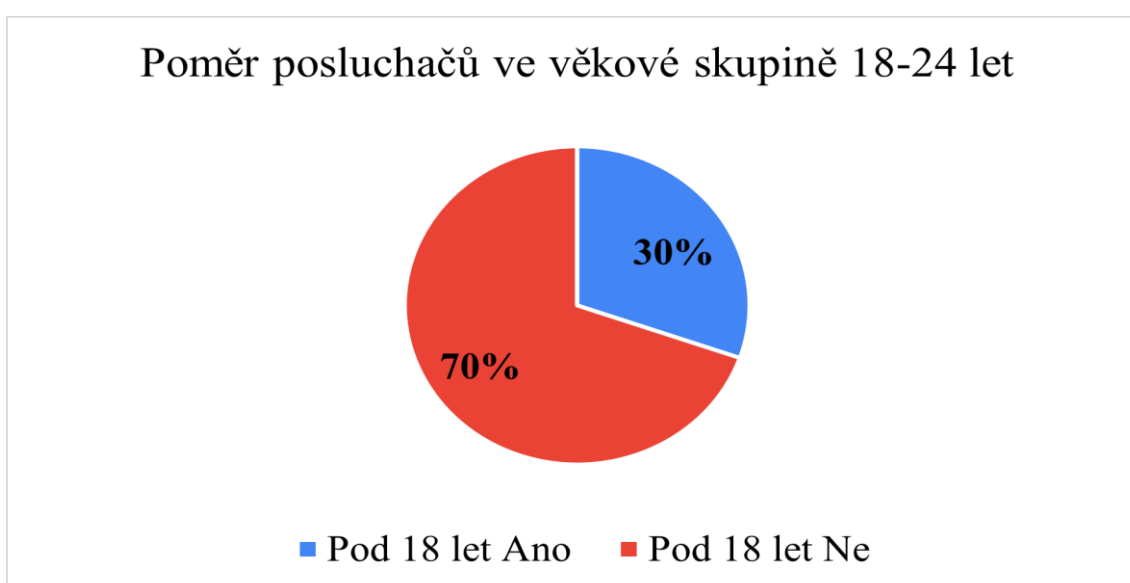
Graf 9 Rozdělení posluchačů na muže a ženy



Zdroj: Vlastní tvorba

Chtěla jsem také zjistit, zda mladí lidé ve věku 18-24 let poslouchají audioknihy. Podle hypotézy, kterou jsem si před tvorbou dotazníku napsala, předpokládám, že mladí lidé audioknihy poslouchají. Z grafu 10 je vidět, že se mé očekávání nenaplnilo. Více než polovina respondentů uvedla, že audioknihy neposlouchají, přesně 55 %, což činí 71 respondentů. Na druhé straně 59 respondentů uvedlo, že je posluchačem audioknih, konkrétně 45 %.

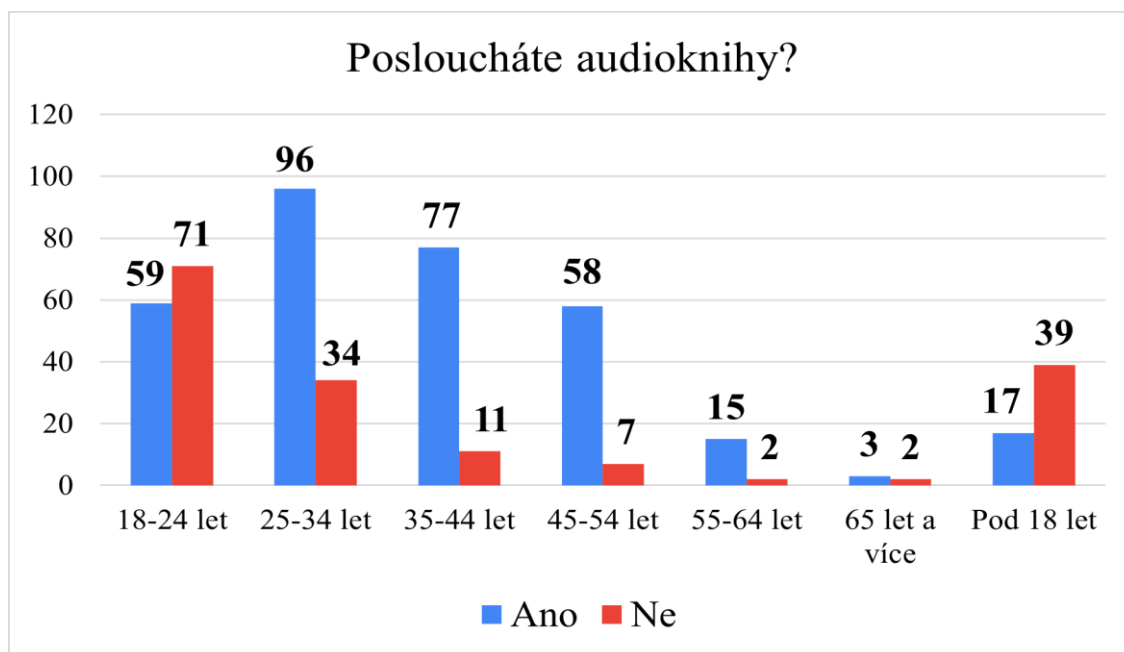
Graf 10 Respondenti ve věkové skupině 18-24 let



Zdroj: Vlastní tvorba

Další skupinou, kde převládá odpověď „Ne“, je ve věkovém rozmezí pod 18 let. V této skupině pouze 30 % respondentů uvedlo, že audioknihy poslouchají. Audioknihy jsou nejvíce oblíbené u věkové rozmezí 25 až 64 let.

Graf 11 Rozdělení respondentů podle věku

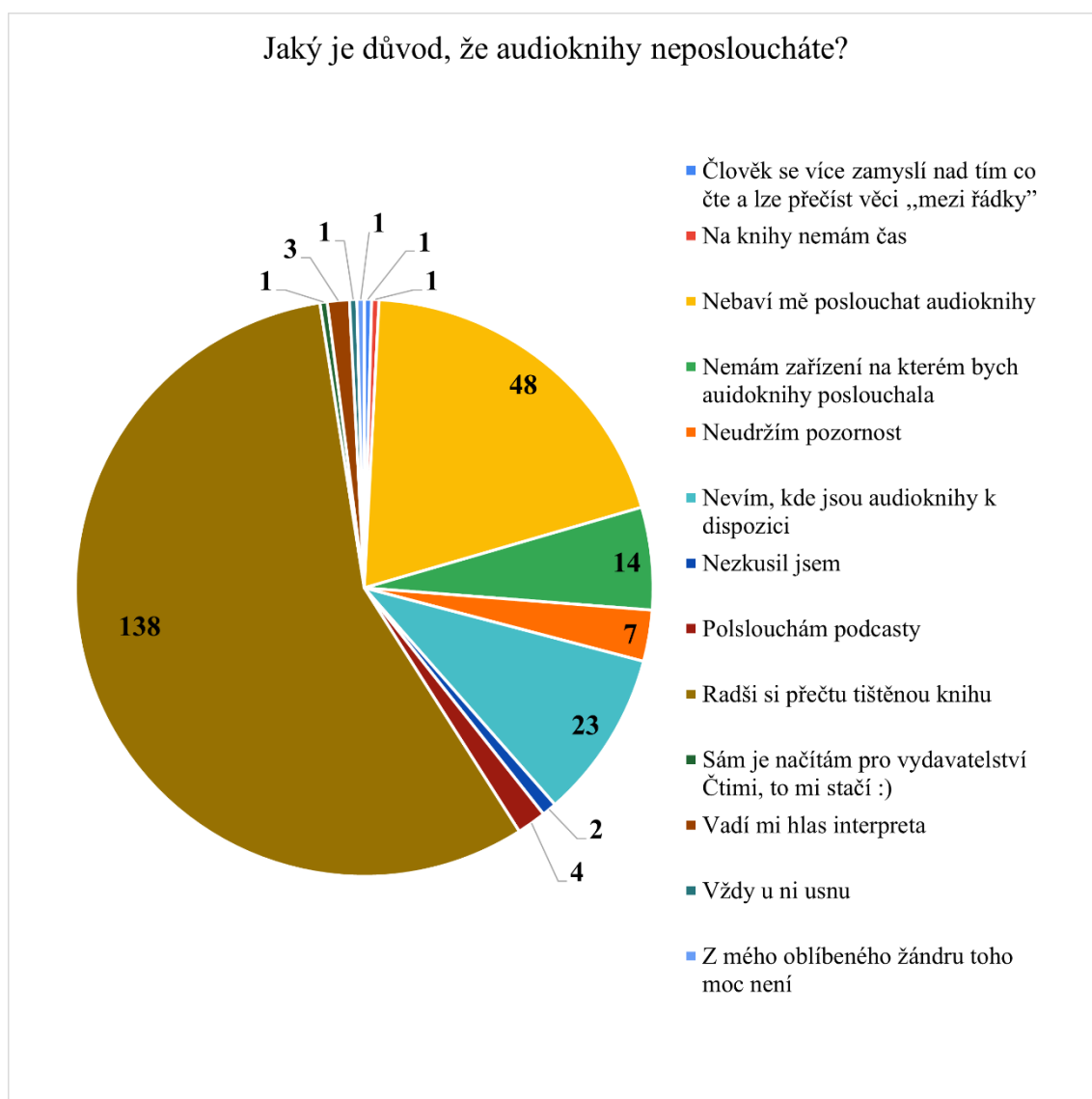


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 8

Tato otázka se týkala pouze těch osob, které vyplnily možnost, že audioknihy neposlouchají. Respondent zde mohl vyplnit několik možností. Nejčastější odpovědí bylo, že si jedinec radši přečte tištěnou knihu, tuto možnost zvolilo 138 osob. Druhým nejčastějším důvodem je, že lidi nebaví poslouchat audioknihy, to odpovědělo 48 respondentů. Třetím důvodem je, že lidé nevědí, kde jsou audioknihy k dispozici. Touto otázkou končil dotazník pro respondenty, kteří audioknihy neposlouchají.

Graf 12 Důvody proč lidé neposlouchají audioknihy



Zdroj: Vlastní tvorba

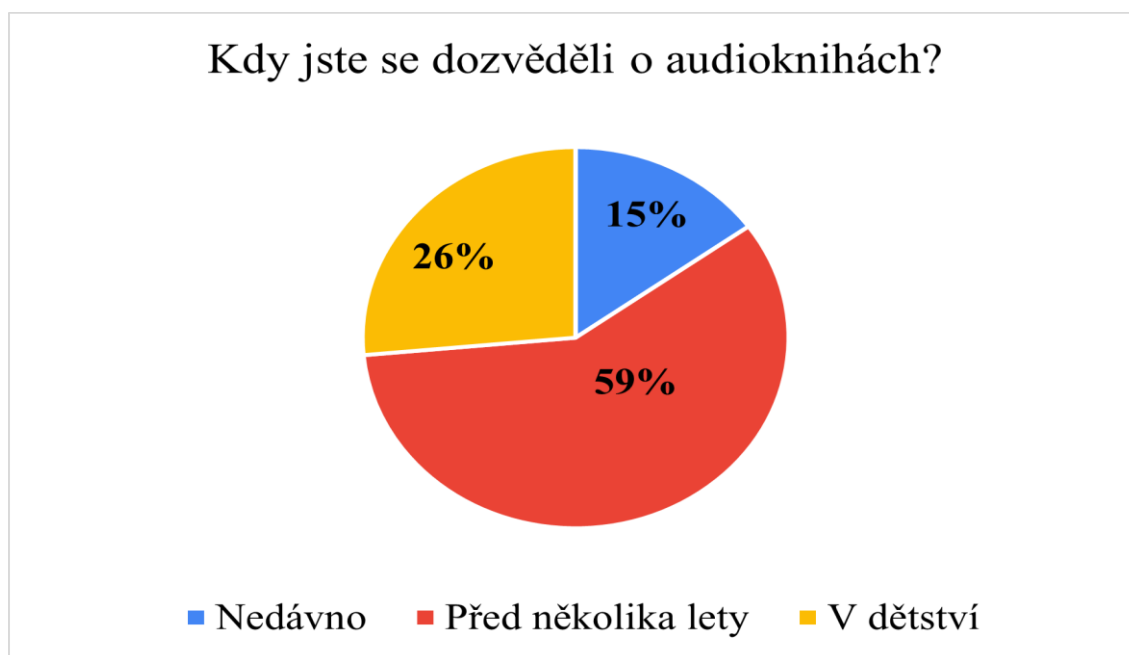
16.4 Otázky zaměřené na posluchače audioknih

Následující otázky se týkaly pouze posluchačů audioknih. Jsou zde propojené oblasti nejen o povědomí audioknih, ale také preference posluchače u audioknih, jako například žánr, interpret, délka díla, hudební složka a důvody, proč člověk audioknihy poslouchá či nikoliv.

Otázka č. 9

Následná otázka se týkala prvního setkání s audioknihou. Nevíce lidí odpovědělo, že se s audioknihami setkali před několika lety. V dětství, byla druhá nejčastější varianta, kdy se respondenti dozvěděli o audioknihách.

Graf 13 První setkání s audioknihami

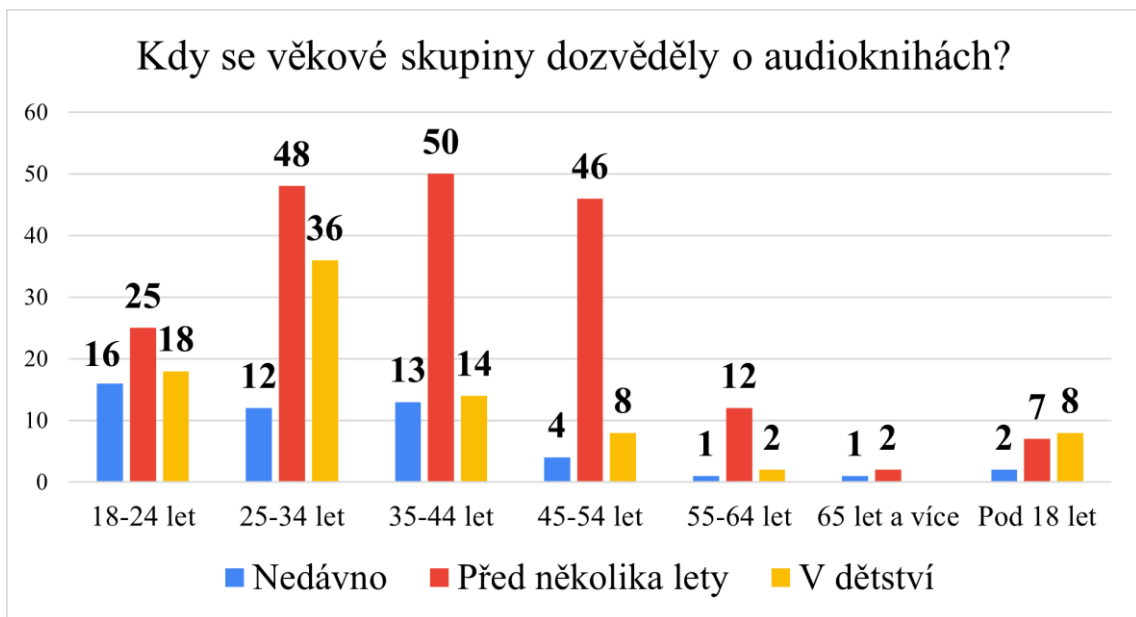


Zdroj: Vlastní tvorba

Kromě obecného rozdělení respondentů jsem se dále zaměřila i na věkové rozložení, kdy se jedinci poprvé setkali s audioknihami. Z grafu 14 lze vyčíst, že nejvíce respondentů, kteří se setkali se audioknihami v dětství, je ve věkové skupině 25-34 let (36), a poté 18-24 let (18). Toto zjištění může pramenit z dětství, kdy rodiče dětem předčítali knížky například před spaním nebo jim audiokničky pouštěli, a to může vést k tomu, že jedinec

si vybudoval návyk, který má i v dospělosti. Naopak u možnosti, že se jedinec o audioknihách dozvěděl teprve před několika lety, kde tuto možnost volilo nejvíce respondentů ve věkovém rozmezí 25-54 let, vede ke dvěma možnostem. První je, že jedinec neposlouchal audioknihy v dětství či že mu nebyly čtené knížky, takže neměl vztah ke čtení či poslechu. Druhou možností může být fakt, že jedinec neměl povědomí o existenci audioknih, a to například z důvodu nedostatečného zájmu o rozvoj moderních technologií.

Graf 14 První setkání s audioknihami

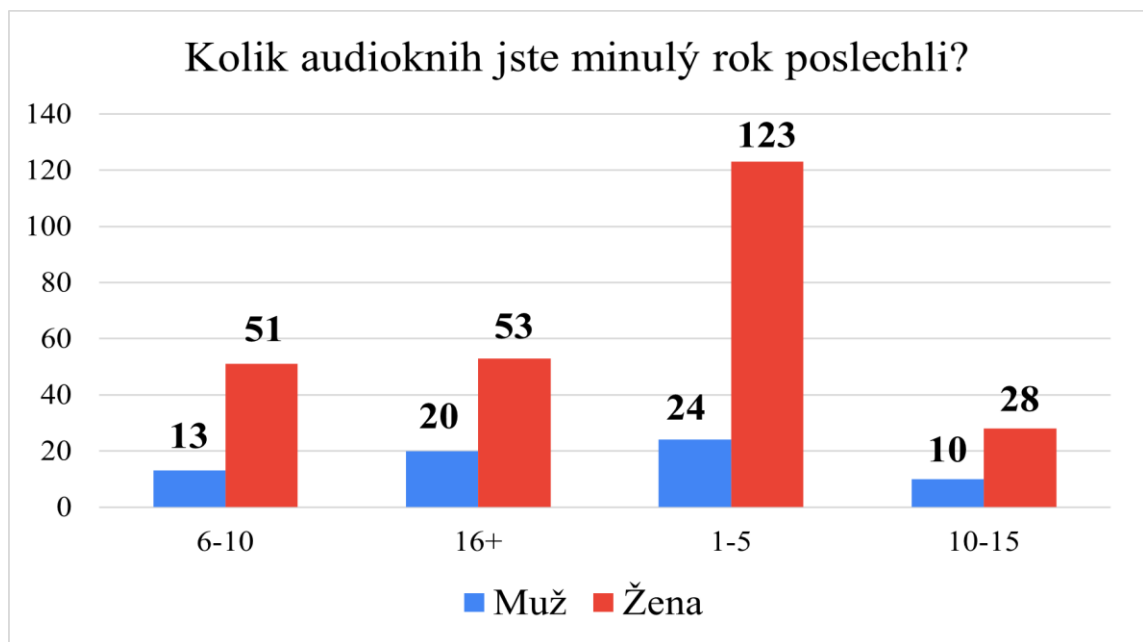


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 10

Tato otázka se zabývala počtem poslechnutých audioknih v minulém roce. Opět jsem, jako u grafu 4, rozdělila muže a ženy zvlášť. Ženy přeoslechly více audioknih za minulý rok než muži. Shodný výsledek je, že v minulém roce nejvíce žen uvádělo, že v průměru poslechly 1 až 5 audioknih, a to je stejné i u mužů. Zajímavým výsledkem také je, že druhé nejčastější udávané množství poslechnutých audioknih je 16 a více, tento výsledek byl opět stejný jak u mužů, tak žen.

Graf 15 Počet poslechnutých audioknih v minulém roce

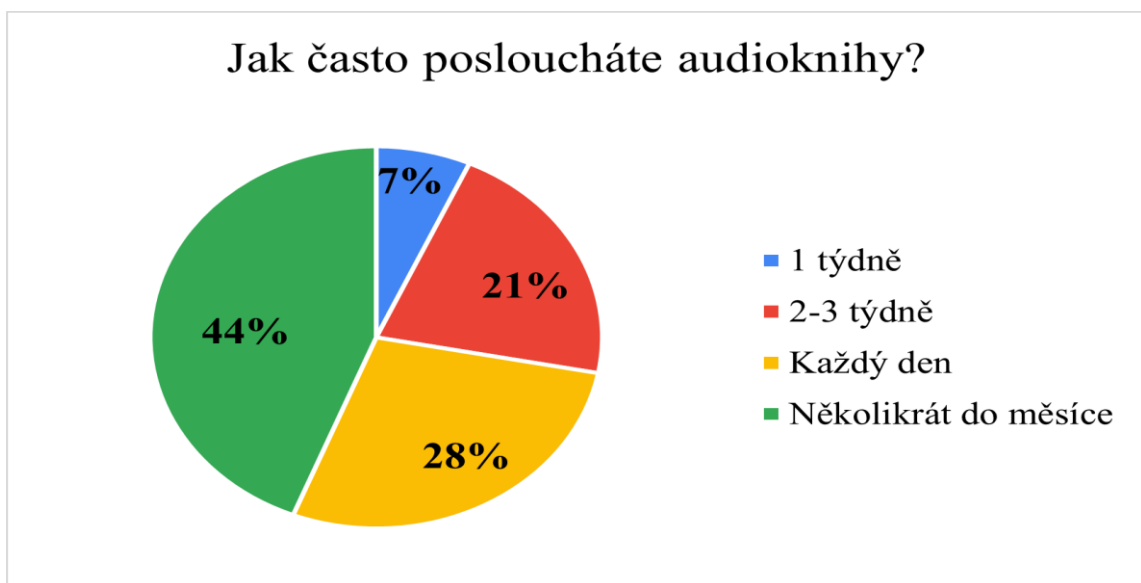


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 11

Další otázka byla zaměřená na počet hodin strávených s audioknihou. Nejvíce respondentů uvedlo, že poslouchají audioknihy několikrát do měsíce. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že audioknihy poslouchají každý den. To je zajímavý rozdíl. Buď člověk audioknihy poslouchá každý den, nebo jen několikrát do měsíce. Očekávala bych menší časový rozdíl, například každý den či jednou týdně.

Graf 16 Jak často lidé poslouchají audioknihy



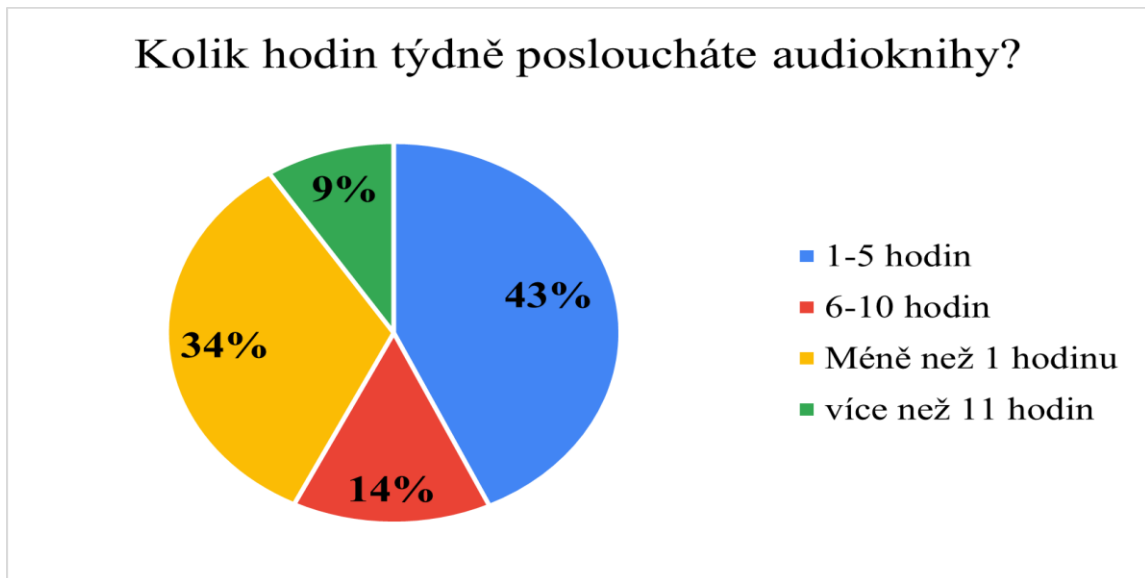
Zdroj: Vlastní tvorba

V porovnání s grafem 6, který se zabývá tím, jak často lidé čtou, se výsledky liší. Respondenti nejvíce uváděli, že čtou knihy každý den, dohromady tedy 29 %. Druhou nejčastější možností bylo, že čtou 3-4 týdně, což tvořilo 20 % hlasů. Když porovnáme audioknihy s tištěnými knihami, vychází z toho, že lidé častěji čtou knihy, než poslouchají audioknihy.

Otázka č. 12

Následující otázka se týkala blíže časového údaje, tedy kolik hodin týdně respondent audioknihy poslouchá. Skoro polovina respondentů, konkrétně 43 %, uvedla, že audioknihy poslouchá 1-5 hodin týdně. Další skupinu tvoří 34 %, tito respondenti odpověděli, že poslouchají týdně audioknihy méně než 1 hodinu.

Graf 17 Počet hodin poslechu týdně



Zdroj: Vlastní tvorba

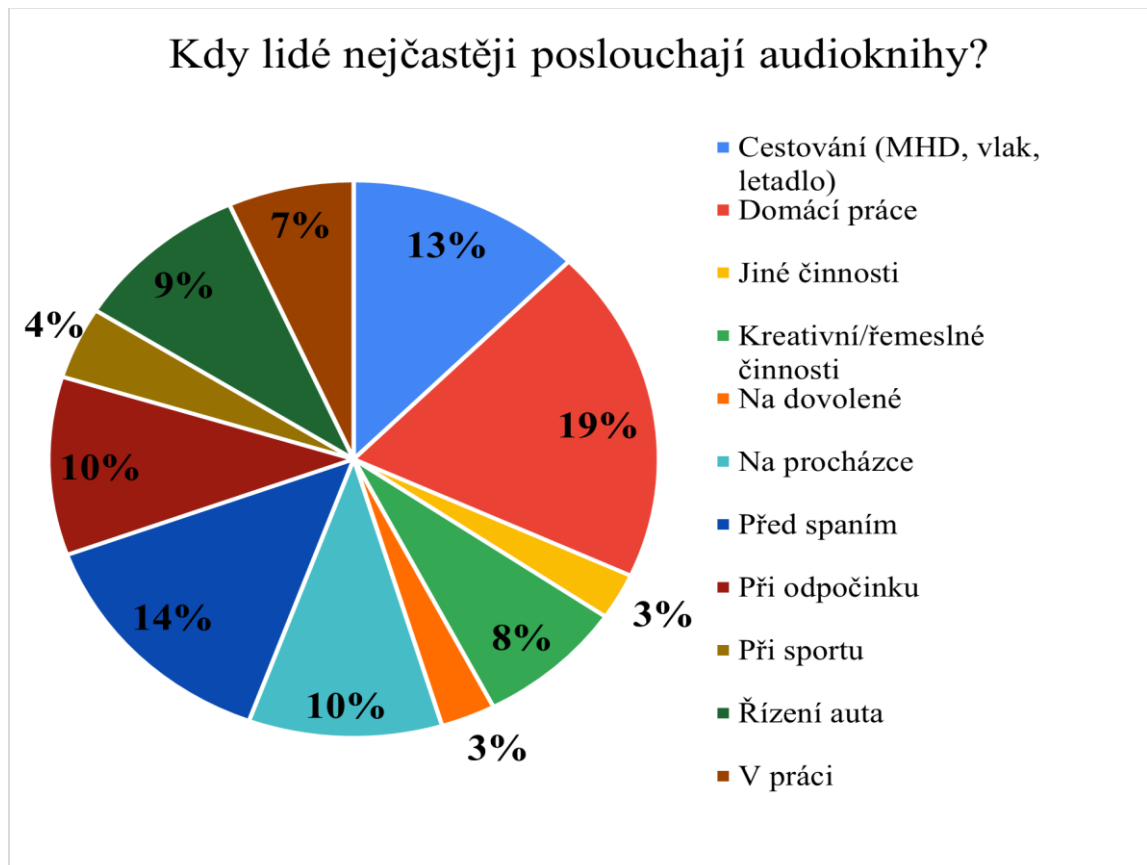
Otázka č. 13

Touto otázkou jsem se ptala posluchačů audioknih, zda se jim díky audioknihám zvýšil počet „přečtených“ knih v minulém roce. Z 325 osob, odpovědělo 219, že se jim zvýšil počet „přečtených“ knih díky poslechu audioknih. Zbýlých 106 respondentů nepocítuje změnu v „přečtených“ knihách, vnímají, že „přečtou“ stejné množství knih, nehledě na možnost si knihu poslechnout.

Otázka č. 14

Tato otázka je zaměřená na aktivity, při kterých lidé nejčastěji poslouchají audioknihy. Obecně lidé nejčastěji poslouchají audioknihy při domácích pracích, před spaním a při cestování.

Graf 18 Činnosti, u kterých lidé poslouchají audioknihy

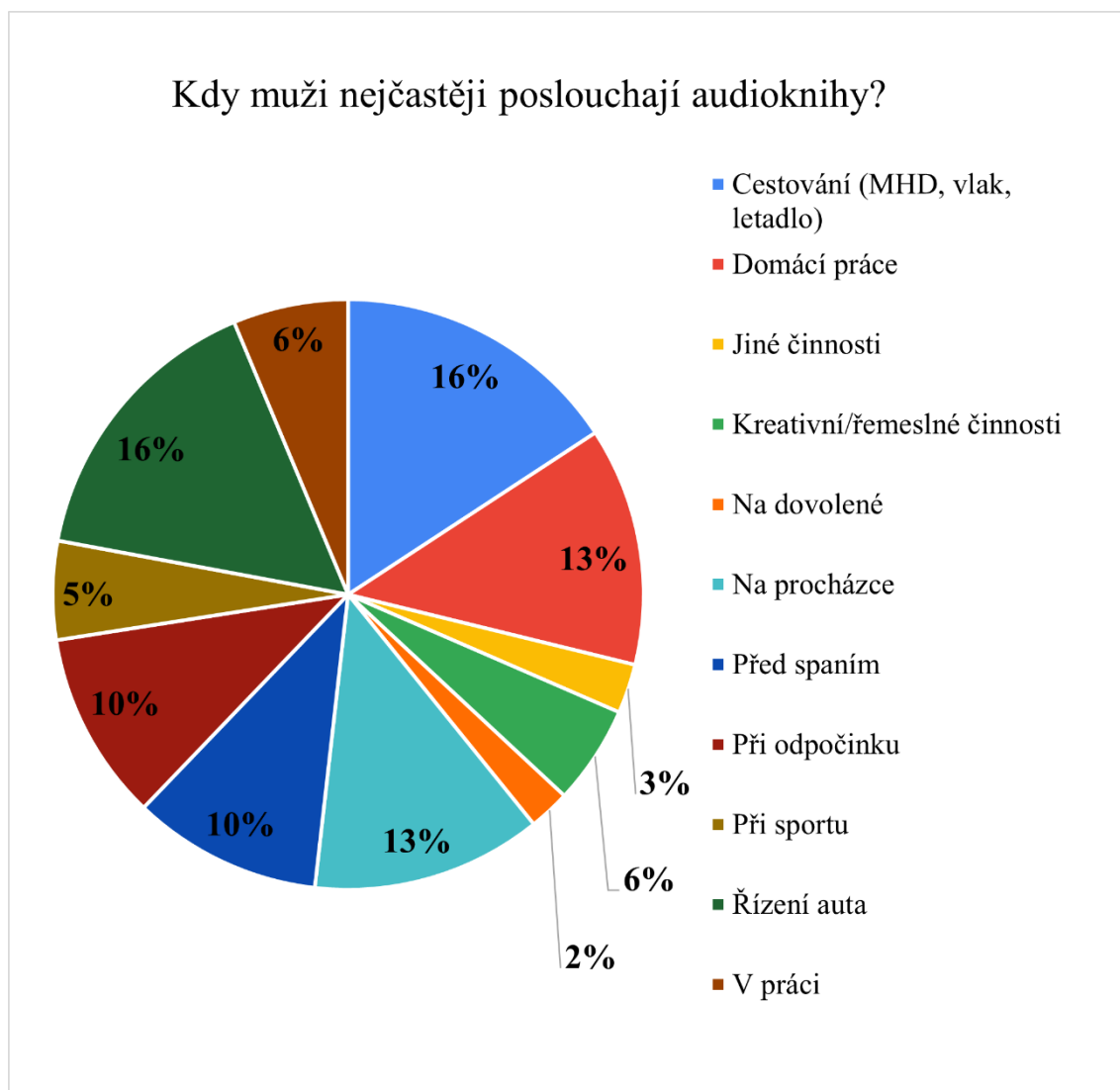


Zdroj: Vlastní tvorba

Zaměřila jsem se na rozdíl mezi muži a ženami při poslechu audioknih. Zda je rozdíl v činnostech, při kterých poslouchají audioknihy.

Řízení auta a cestování (MHD, vlak, letadlo) – tyto činnosti jsou nejvíce spojené s posloucháním audioknih u mužů. Hned za tyto aktivity se řadí domácí práce nebo poslouchání knížek při procházkách. Na třetím místě muži poslouchají audioknihy při odpočinku nebo před spaním.

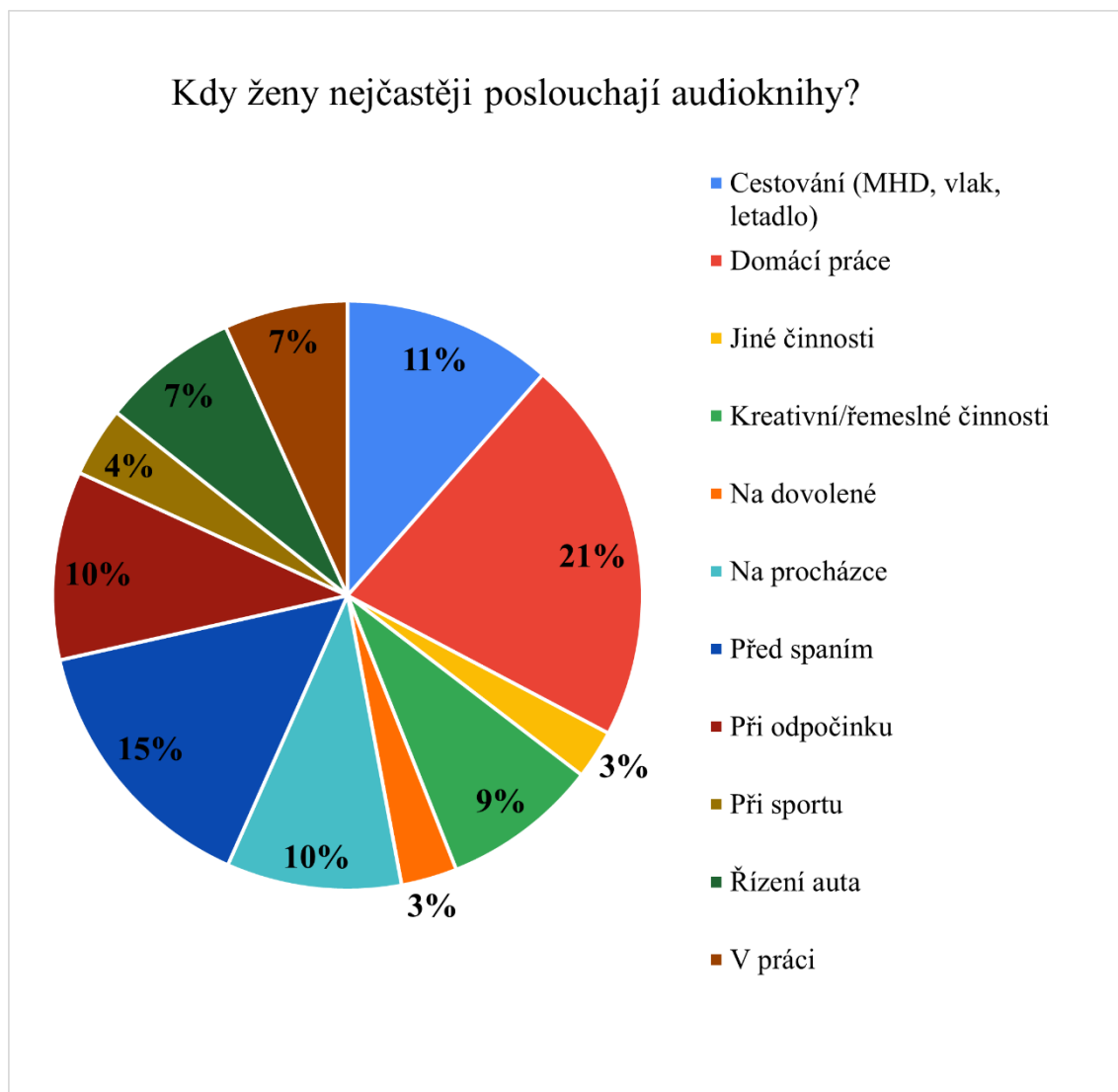
Graf 19 Činnosti, u kterých muži poslouchají audioknihy



Zdroj: Vlastní tvorba

U žen se aktivity liší. Ženy nejčastěji poslouchají audioknihy při domácích pracích, potom je poslouchají před spaním. Dále jim dělají společnost při cestování a v neposlední řadě na procházkách.

Graf 20 Činnosti, u kterých ženy poslouchají audioknihy

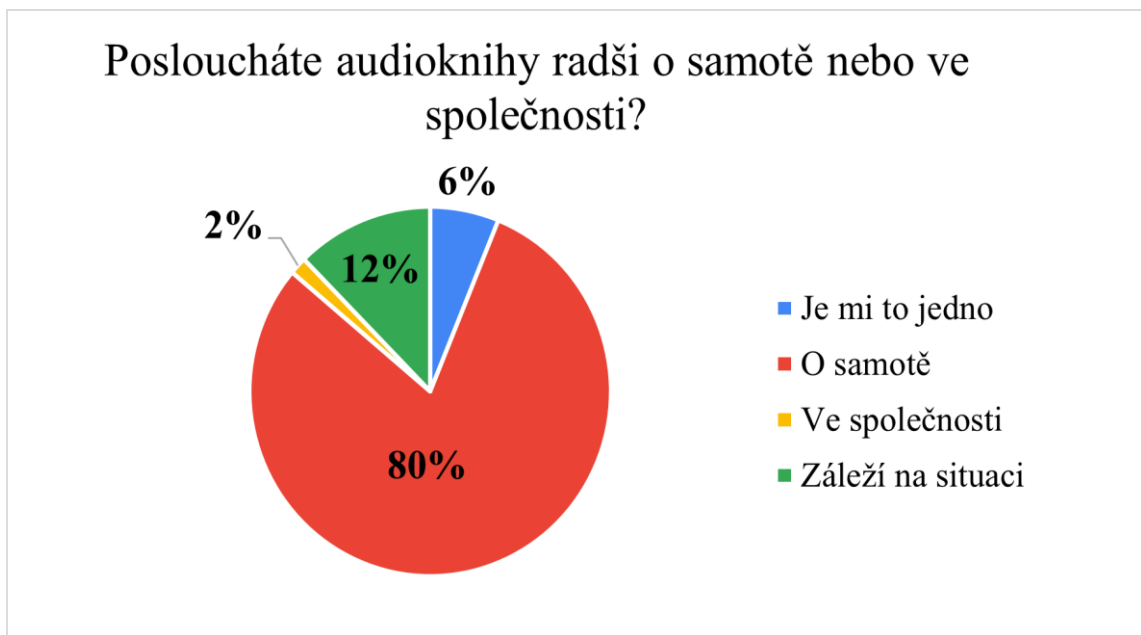


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 15

Obecně se dá říct, že lidé nejraději poslouchají audioknihy o samotě. To vyplývá z odpovědí respondentů, kteří uvedli, že 80 % z nich volí poslech o samotě, a u 12 % osob záleží na situaci, poté se rozhodují, zda budu poslouchat ve společnosti nebo samostatně.

Graf 21 Poslech audioknih o samotě

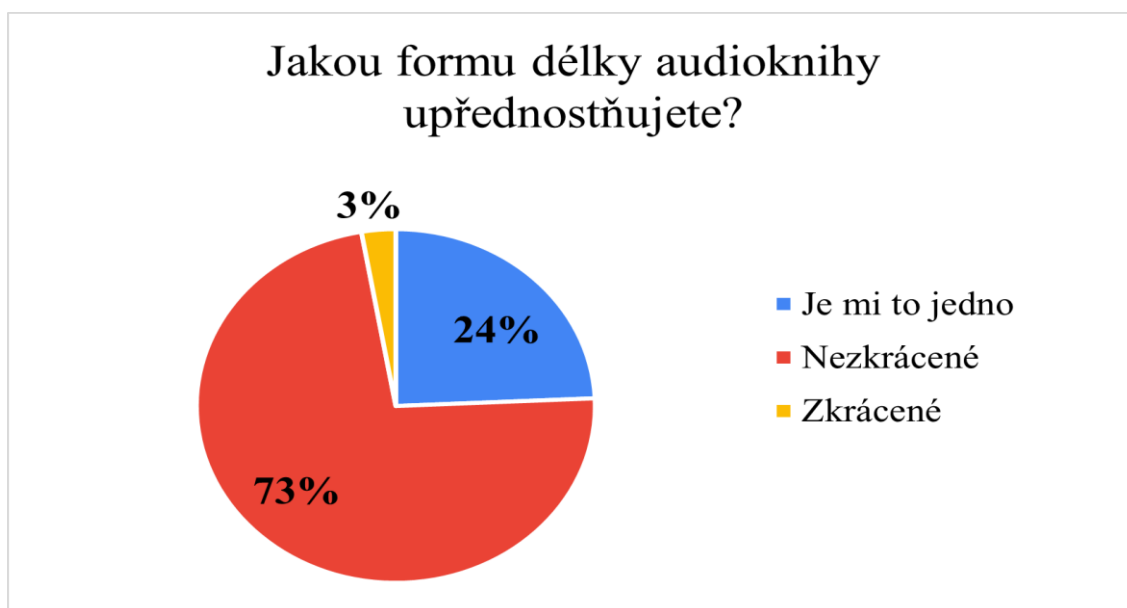


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 16

Tato otázka byla zaměřená na délku audioknih. V dnešní době „94 % posluchačů audioknih přehrávání nikdy nezrychluje ani nezpomaluje.“ Tato informace vychází z velkého audioknižního průzkumu z roku 2020.¹⁰⁶ Proto mě zajímalo, zda lidé preferují kratší verzi nebo verzi nezkrácenou. Z dotazníku vyplývá, že 73 % posluchačů upřednostňuje verzi nezkrácenou, tedy celé načtené dílo. Dalším 24 % je jedno, zda poslouchá verzi zkrácenou či nezkrácenou. Poslední 3 % upřednostňuje verzi zkrácenou.

Graf 22 Preference délky audioknihy



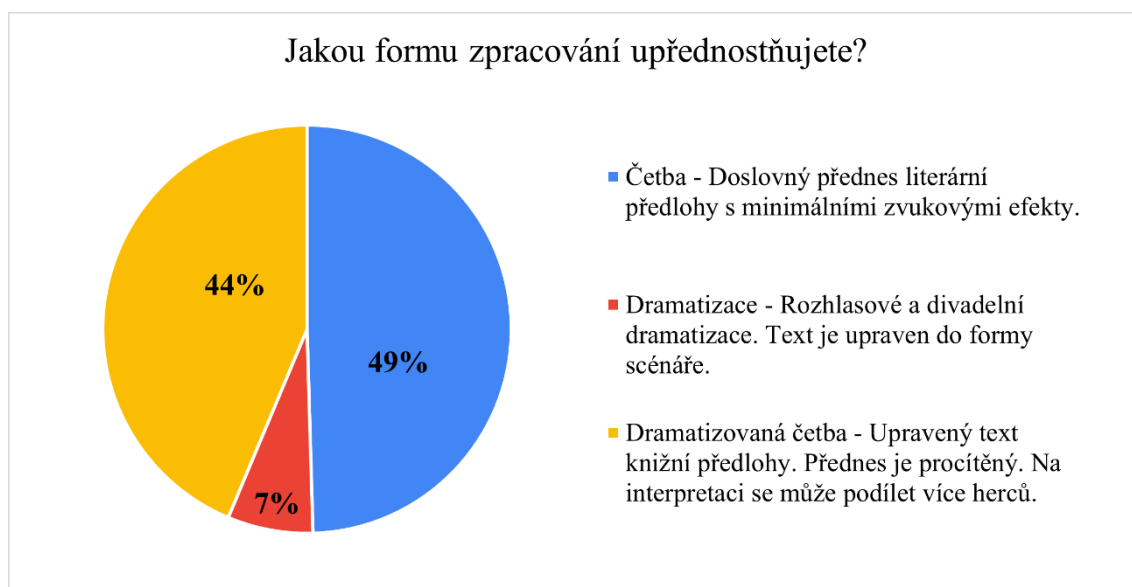
Zdroj: Vlastní tvorba

¹⁰⁶ HORÁKOVÁ, Kateřina. VELKÝ AUDIOKNIŽNÍ PRŮZKUM 2020. Audiolibrix.com. [online]. [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://d2emjept89nv7b.cloudfront.net/assets/VAP/2020/CS/Audioknizni-pruzkum-2020-prehled-docx.pdf>

Otázka č. 17

Kromě délky audioknih si posluchači vybírají i formu zpracování audioknih. Lidé si mohou vybrat ze tří variant, a to z četby, dramaturgie a dramaturgované četby. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že lidé mají nejraději samotnou četbu, tuto možnost preferuje 49 % respondentů. S rozdílem 5 % se na druhém místě řadí dramaturgovaná četba a na posledním místě s 7 % je samotná dramaturgie.

Graf 23 Forma zpracování audioknih



Zdroj: Vlastní tvorba

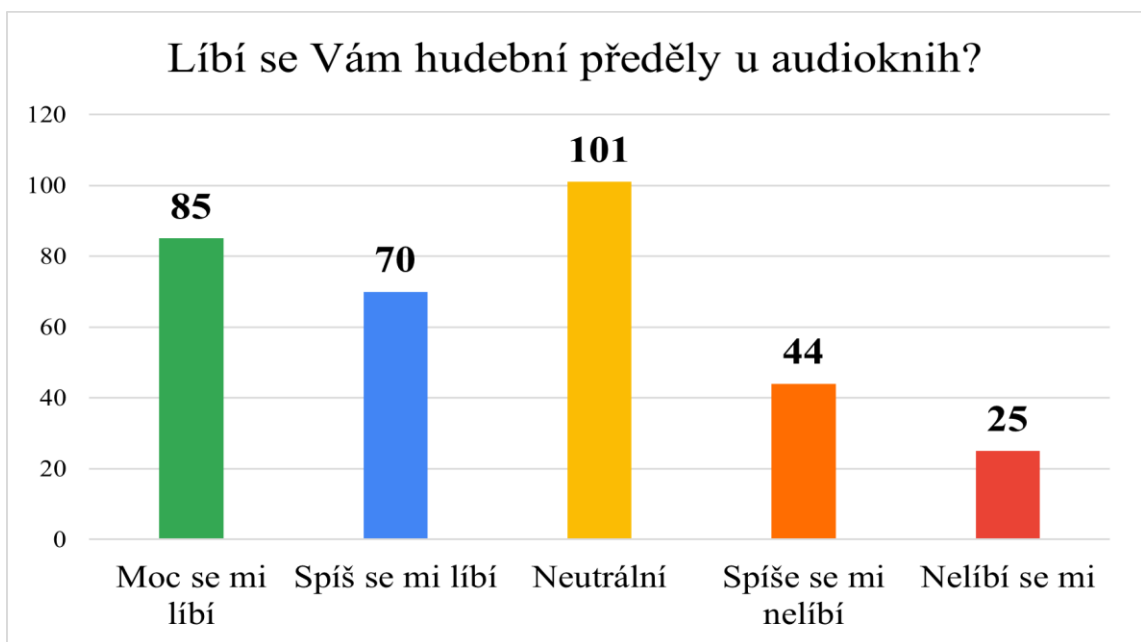
Otázka č. 18, č. 19 a č. 20

V následující třech otázkách jsem se zaměřovala na poslech audioknih v cizím jazyce, zda posluchači tuto možnost využívají a jestli jim pomáhají při učení se cizích jazyků. Tuto otázku vyplnilo celkem 325 respondentů z toho pouze 81 osob poslouchá audioknihy v cizím jazyce. Z 81 odpovědí pouze 36 lidí využívá poslech knih v cizím jazyce k učení jazyka. Nejčastěji lidé poslouchají knihy v anglickém jazyce (86,4 %), na druhém místě byl slovenský jazyk (19,8 %) a na třetím místě jazyk francouzský (3 %).

Otázka č. 21

Touto otázkou jsem zjišťovala, jak se lidé staví k hudebním předělům v audioknihách. Největší počet respondentů, tedy 101, odpovědělo, že mají neutrální postoj k předělům a samotné hudbě v audioknihách. Dalších 155 lidí se staví kladně k hudebním složkám, spíš se jim líbí nebo se jim moc líbí. Na druhé straně je 69 hlasů pro to, že se jim hudbu spíš nelíbí.

Graf 24 Oblíbenost hudebních předělů

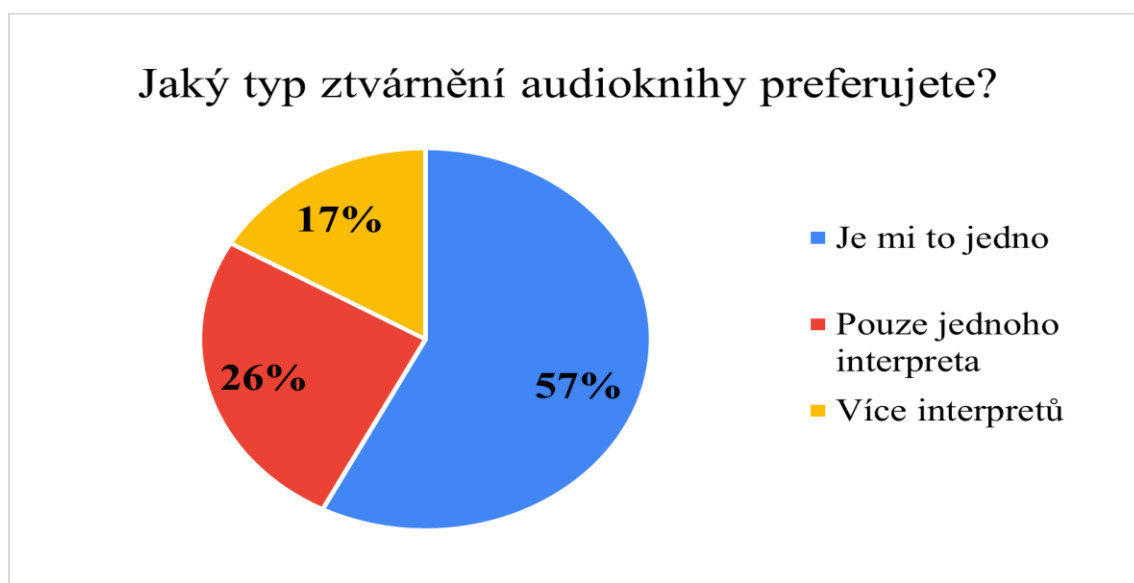


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 22

Tato otázka je cílená na herecké ztvárnění audioknih. Zajímalo mě, jestli v dnešní době velkých možností lidem stačí audiokniha namluvená jedním hlasem nebo mají rádi ztvárnění audioknihy s více hlasy. Z dotazníku vyplývá, že více než polovina respondentů nemá preference na hlasové ztvárnění. Audioknihu s jedním interpretem volí 26 % osob a pouhých 17 % má rádo namluvenou knihu s více hlasy.

Graf 25 Preference ztvárnění



Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 23

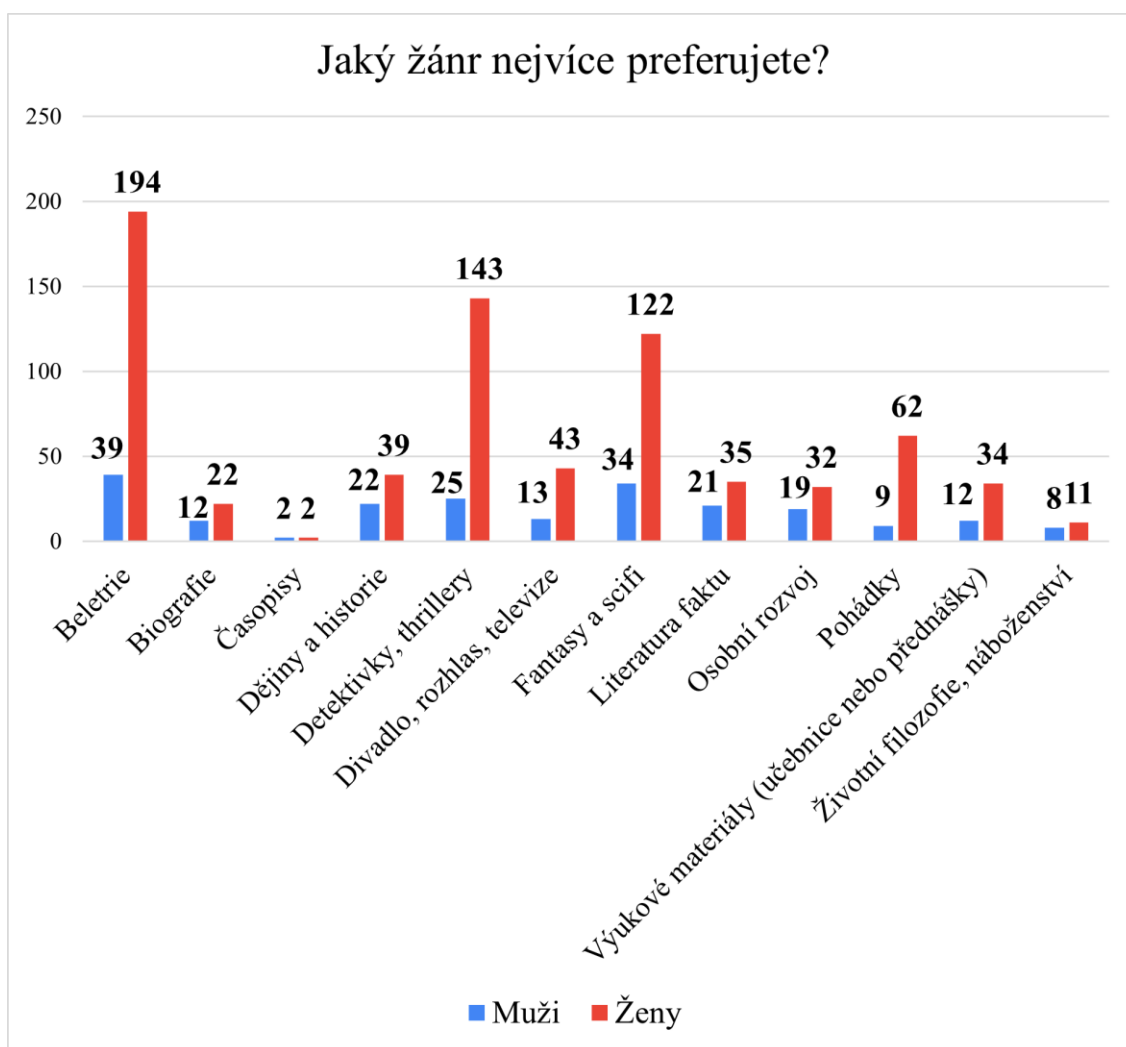
Během tvorby této otázky byla vytvořena hypotéza, že se výběr žánrů u mužů a žen liší. U žen očekávám žánry: beletrie a osobní rozvoj. U mužů zase naopak fantasy a sci-fi a dějiny a historie.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že nejoblíbenější žánr u žen je beletrie (194), na druhém místě jsou detektivky a thrillery (143), na třetím místě je žánr fantasy a sci-fi (122), čtvrté místo obsadily pohádky (63).

Tento výsledek nenaplnil očekávání mé hypotézy. V současné době je u žen oblíbený podcast¹⁰⁷ *Opravdové zločiny*, který se zabývá případy sériových vrahů. V roce 2021 tento podcast vyhrál první místo v soutěži *Podcast roku*.¹⁰⁸

U mužů se má hypotéza také nenaplnila. U mužů na prvním místě, stejně jako u žen, je beletrie (39), na druhém místě se umístil žánr fantasy a sci-fi (34), třetí místo obsadily detektivky a thrillery (25). Až čtvrtou pozici si získal žánr dějiny a historie (22).

Graf 26 Preference žánrů



Zdroj: Vlastní tvorba

¹⁰⁷ SCHULTZE, Petra. Co je to podcast?. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/co-je-to-podcast/>; „Podcast je audio seriál na pokračování, který můžeme poslouchat online zadarmo.“

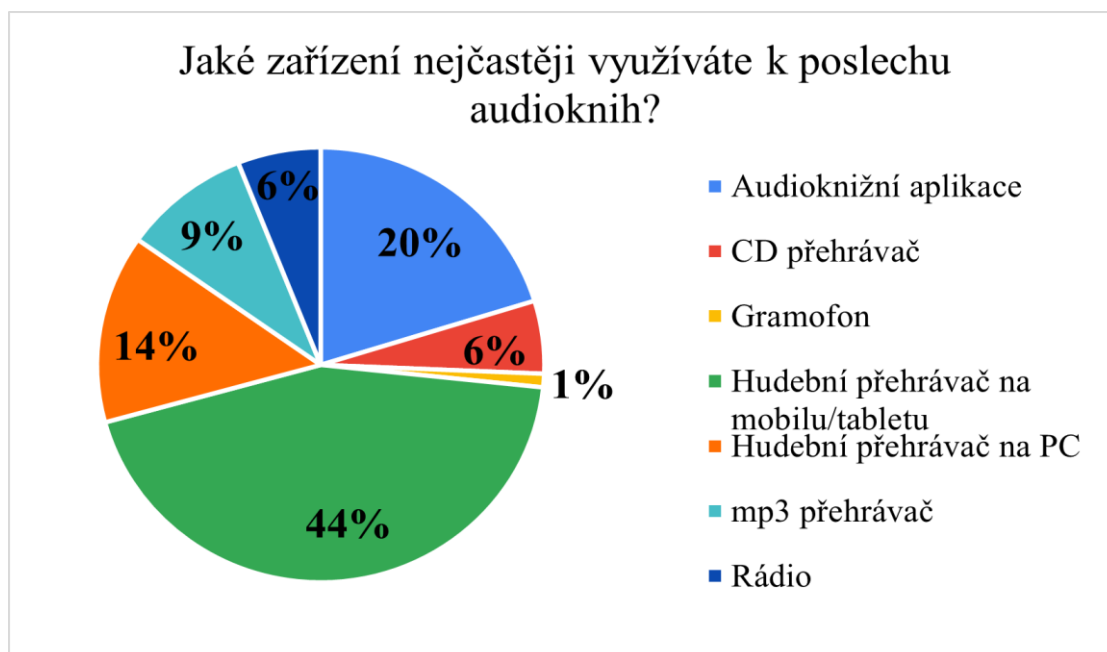
¹⁰⁸PODCAST ROKU. Výsledková listina, ročník #03. Podcastroku. [online]. [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://www.podcastroku.cz/>

Otázka č. 24

Další otázka se týká nejčastěji využívaného přístroje na přehrávání audioknih. Nejvíce používané zařízení k přehrávání audioknih je hudební přehrávač na mobilu/tabletu, to odpovědělo 44 % respondentů. Na druhém místě s 20 % se umístily audioknižní aplikace. Třetím nejvíce využívaným zařízením je hudební přehrávač na PC, tuto skutečnost uvedlo 14 % respondentů.

Toto zjištění může být ovlivněno tím, že nejvíce respondentů je ve věkovém rozmezí 18-44 let (podle graf 11), kteří mají k moderním technologiím blízko, proto volí variantu poslechu audioknih na svých hudební přehrávač na mobilu/tabletu.

Graf 27 Nejvyužívanější zařízení k poslechu audioknih

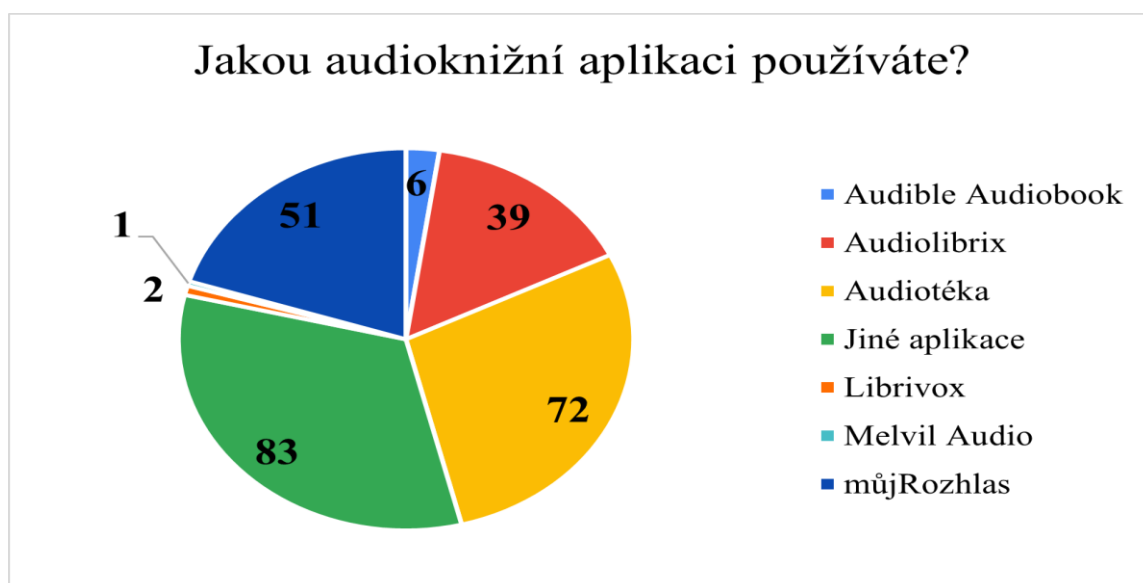


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 25

Z předchozí otázky jsme zjistili, že 20 % respondentů, konkrétně 104 osob, využívá k poslechu knih audioknižní aplikace. Nejvíce využívaným aplikacím patří Audiotéka, můjRozhlas a Audiolibrix. Kromě těchto aplikací respondenti označovali kolonku „jiné aplikace“, zde by v budoucím výzkumu bylo dobré nechat otevřenou odpověď, aby lidé mohli napsat, o jaké aplikace se jedná a jaké využívají.

Graf 28 Nejvyžívanější audioknižní aplikace



Zdroj: Vlastní tvorba

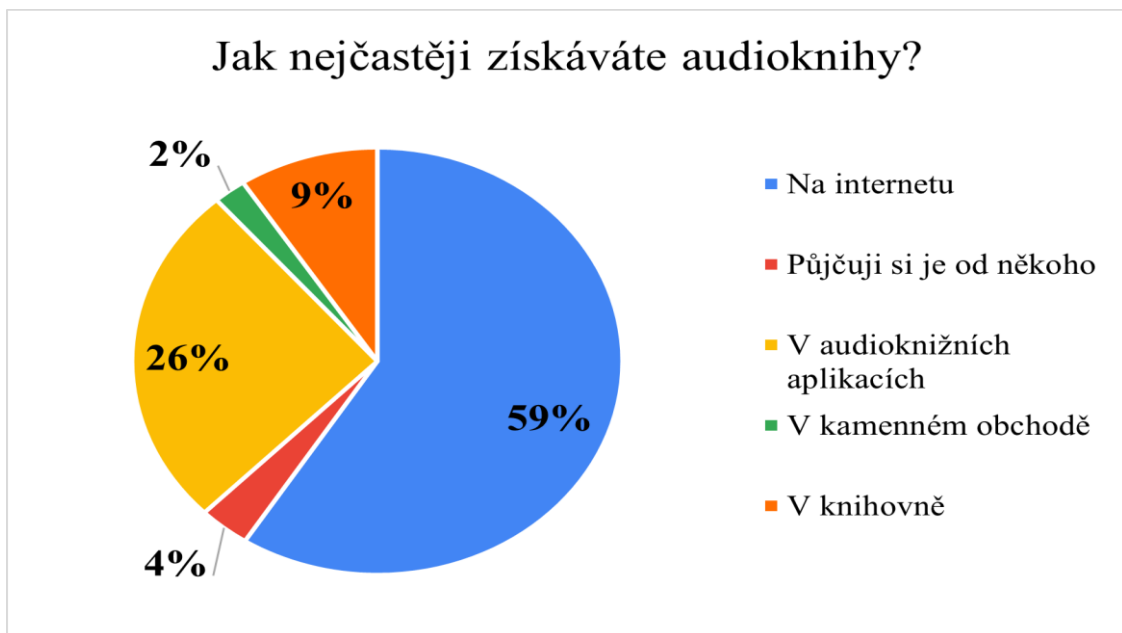
Otázka č. 26

Tato otázka měla za cíl zjistit, podle jakých preferencí si lidé vybírají audioknihy. Z dotazníku vyplynula následující data. Nejdůležitějším bodem při rozhodování posluchačů při výběru audioknihy je autor předlohy, poté kladou důraz na žánr audioknihy, dále je pro ně důležitá anotace audioknihy. Na čtvrtém místě je recenze audioknihy, ta může posluchačům pomoci při výběru. Na předposledním místě je ukázka audioknihy a na posledním místě, pro posluchače nejméně důležité, jsou interpreti audioknihy.

Otázka č. 27

Otázka č. 27 byla zaměřená na způsob získávání audioknihy. Nejvíce respondentů odpovědělo, že audioknihy získávají na internetu, tuto skupinu tvořilo 59 % (192). Druhým nejčastějším způsobem s 26 % (85) je využívání audioknižních aplikací. Pouze 9 % hlasů (30) uvádí, že si audioknihy půjčuje v knihovnách. Nejvíce překvapivé zjištění je, že pouze 2 % lidí (7) volí možnost zakoupení si audioknihy v kamenných prodejnách.

Graf 29 Nejčastější způsob získávání audioknih

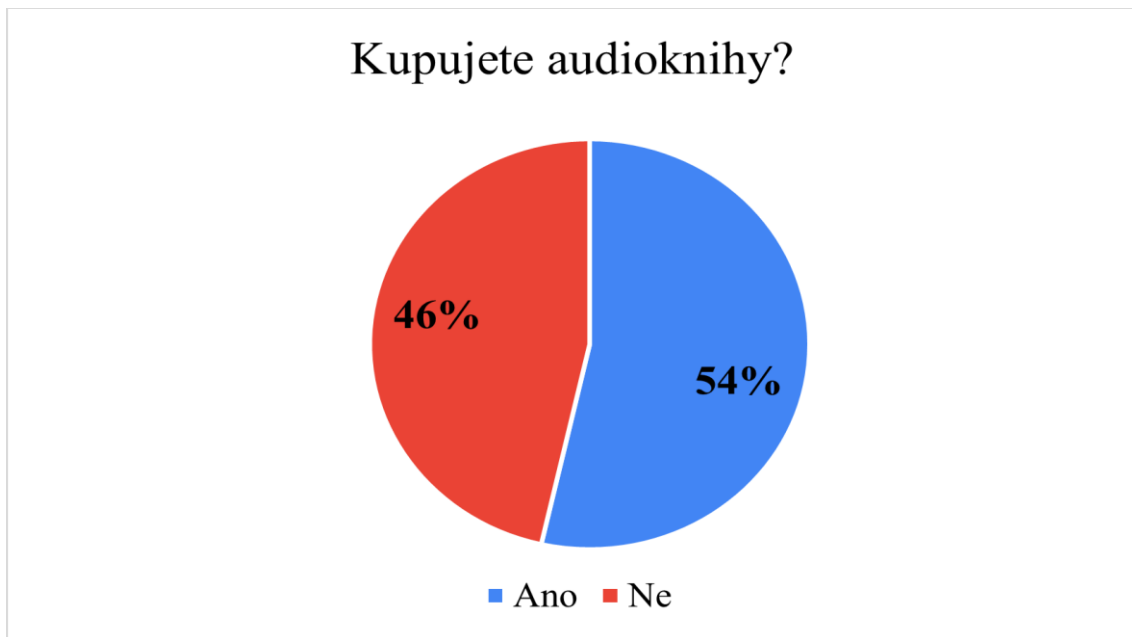


Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 28 a č. 29

V následujících dvou otázkách jsem zjišťovala, zda lidé za audioknihy utrácí peníze. Z 325 hlasů bylo 174 kladných hlasů pro to, že si audioknihy kupují. Zbýlých 151 respondentů uvádí, že za audioknihy neutráčí peníze.

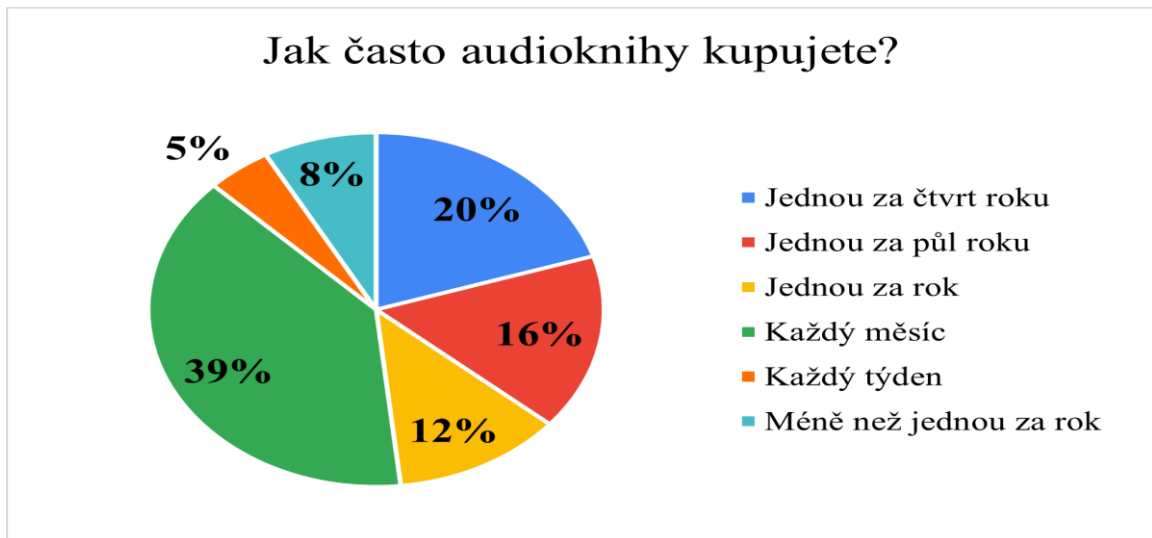
Graf 30 Nákup audioknih



Zdroj: Vlastní tvorba

Z předchozí otázky č. 28 jsem zjistila, že více než polovina respondentů audioknihy kupuje. Poté následovala otázka, jak často posluchači audioknihy kupují. Nejčastější odpovědí s 39 % je, že novou audioknihu si kupují každý měsíc. Druhou nepočetnější skupinou s 20 % jsou lidé, kteří si novou audioknihu dopřejí jednou za čtvrt roku. S 16 % hlasů respondenti uvádějí, že audioknihu si koupí jednou za půl roku. Nejméně hlasů bylo u možnosti koupě každý týden, tuto variantu volilo pouze 5 % respondentů.

Graf 31 Jak často posluchači kupují audioknihy



Zdroj: Vlastní tvorba

Otázka č. 30

Závěrečná otázka dotazníku byla zaměřená na důvody, proč lidé poslouchají audioknihy. Tato otázka měla možnost otevřené odpovědi. Získala jsem z 325 odpovědí 98 různých důvodů, proč respondenti volí možnost poslechu audioknihy. Odpovědi často nesly stejný význam, jen byly různým způsobem formulované. Z tohoto důvodu jsem se snažila odpovědi co nejvíce zobecnit do grafové podoby.

Z grafu 32 je na první pohled zřejmý hlavní důvod, proč lidé poslouchají audioknihy, tento důvod je, že lidé nemají čas na čtení a audioknihy jim šetří čas. Tuto možnost uvedlo do dotazníků 130 respondentů. Druhou nejčastější odpovědí je, že jedinci mají rádi, když jim někdo předčítá, to může pramenit z dětství, když rodiče dětem předčítají pohádky před spaním.

U této otázky se potvrdila má hypotéza, že nejčastější důvody, proč lidé poslouchají audioknihy, je, že nemají čas na čtení a mají rádi, když jim někdo předčítá.

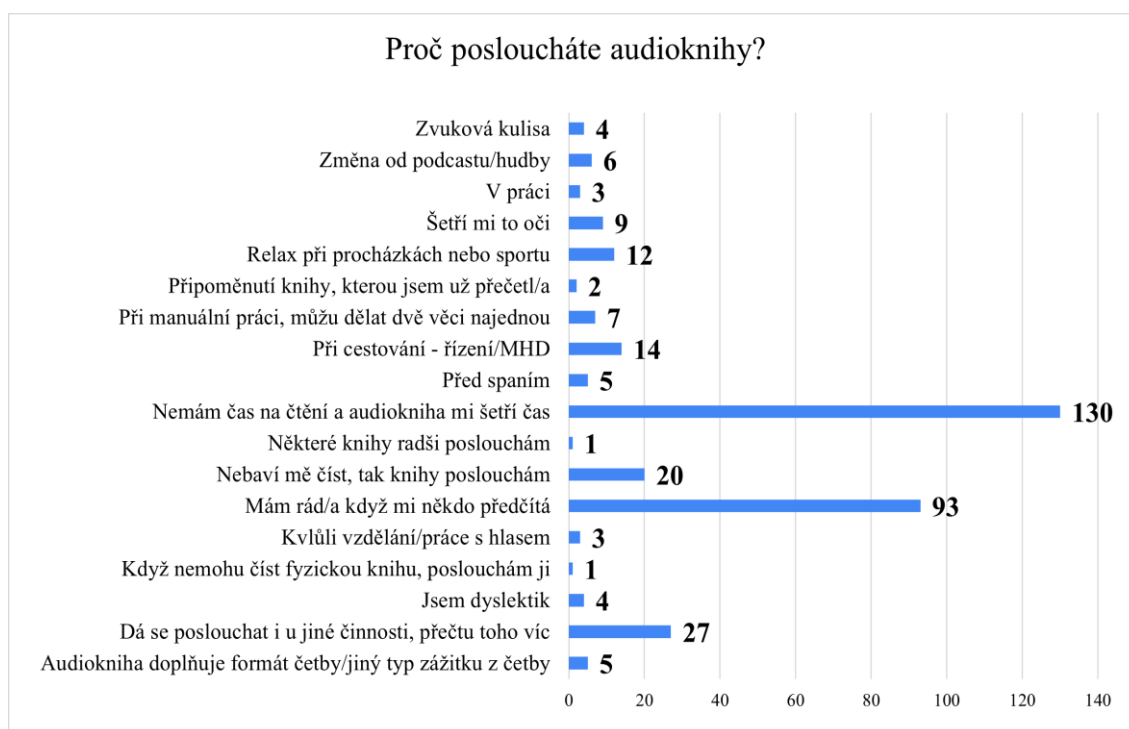
Na třetím místě uvádějí lidé výhody audioknihy, že ji mohou poslouchat při různých činnostech. Nejčastěji uváděli respondenti domácí práce, či manuální práce, u kterých chtějí zaměstnat hlavu a odpočinout si. Čtvrtou nejčastější odpovědí bylo, že je nebaví číst, ale knížky mají rádi, tak aspoň skrze audioknihy čtou. To je jedna z dalších výhod,

že lidé, i když nejsou velcí čtenáři, tak mají možnost se ke knihám dostat. Je možné, že díky audioknihám najdou cestu i ke klasickým tištěným knihám.

Dalšími dvěma důvody, které lze spojit dohromady, jsou procházky, sport, cestování a řízení auta. Dohromady 26 lidí uvedlo tuto možnost. Dlouhý čas, který stráví za volantem nebo na procházkách, využívají k poslechu knih. Často se také opakovalo, že při sportu vyměňují hudbu či podcast za audioknihu z toho důvodu, že chtějí změnu.

Na konec bych uvedla méně časté odpovědi, které jsou, že lidé poslouchají audioknihy z důvodu, že je člověk dyslektik či, že jim poslech knihy šetří oči. Lidé mívají zapnuté audioknihy jako kulisu, během práce. Nebo to, že díky audioknize mají další zážitek z knihy než jen ze samotného čtení.

Graf 32 Důvody proč lidé poslouchají audioknihy



Zdroj: Vlastní tvorba

17. Shrnutí dotazníku

Po zpracování a vyhodnocení dat, které jsem získala dotazníkovým šetření, jsem došla k těmto závěrům. Dotazník vyplnilo více žen než mužů, 78 % respondentů tvořily ženy. Nejvíce zastoupenou skupinou tvořili lidé ve věkovém rozmezí 25-34, druhá nejčetnější skupina byla ve věkovém rozmezí 18-24 let.

Z výzkumu vyplývá, že ženy čtou více než muži. Ženy v průměru přečtou ročně 10 a více knih, kdežto muži pouze 1 až 4 knihy. Lidé stále nejvíce preferují tištěnou knihu před audioknihou či e-knihou. Z porovnání přečtených knih a audioknih u respondentů za minulý rok vyplývá, že lidé přečetli 10 a více knih, avšak pouze 1 až 5 audioknih poslechli za minulý rok. Nejvíce respondentů uvedlo, že čtou knihy každý den, a naopak audioknihy poslouchají několikrát do měsíce.

Z celkového počtu 488 respondentů uvedlo 66 %, že audioknihy poslouchají. Opět se zde ukazuje, že ženy poslouchají knihy více než muži. Nejvíce audioknihy poslouchají lidé ve věkovém rozmezí 25 až 64 let, a naopak nejméně oblíbené jsou u lidí ve věkovém rozmezí pod 18 let až 24 let.

Nejčastěji lidé poslouchají audioknihy při domácích pracích, před spaním a při cestování. Nejvíce respondentů volí poslech audioknihy o samotě, konkrétně nezkrácenou knihu ve formě četby. Více než polovina dotazovaných nemá preference k počtu hlasů v audioknize.

Na prvním místě ve výběru žánru je beletrie, a to jak u mužů, tak u žen. Ženy si poté nejčastěji vybírají detektivky, thrillery, fantasy a sci-fi a, v neposlední řadě, pohádky. Muži po beletrii sahají po žánrech fantasy a sci-fi, detektivky, thrillery a na čtvrtém místě volí dějiny a historii. Při výběru kladou největší důraz na autora předlohy, žánr audioknihy a anotaci audioknihy.

Více než polovina respondentů uvedla, že audioknihy nejčastěji shání na internetu a v audioknižních aplikacích. To odpovídá výsledkům, které jsou spojeny se způsobem přehrávání, nejčastěji lidé používají hudební přehrávače na mobilu/tabletu a druhou

nejčastější odpovědi byly audioknižní aplikace. Z mnou uvedených možností lidé využívají nejvíce k poslechu Audiotéku, můjRozhlas a Aduiolibrix.

Co se týče nákupu audioknih, tak 174 respondentů, což je více než polovina, uvedlo, že audioknihy kupují pravidelně každý měsíc.

Hlavním důvodem, proč lidé poslouchají audioknihy, je, že nemají čas na čtení, a proto využívají tuto možnost poslechu knihy. Druhým nejčastějším důvodem je, že mají rádi, když jim někdo předčítá knihy nahlas. Na třetím místě hodnotí kladně možnost poslechu audioknih, které je spojené s další činností. Mohou tak dělat zároveň dvě aktivity najednou a neztrácejí čas čtením samotných tištěných knih.

Posledním bodem shrnutí výzkumu je verifikování vymezených hypotéz:

H1: Lidé ve věkovém rozmezí 18 až 24 let poslouchají audioknihy.

Tato hypotéza, byla výsledky dotazníku vyvrácená. Audioknihy jsou nejméně oblíbené u věkové skupiny ve věkovém rozmezí pod 18 let až 24 let. Naopak nejvíce oblíbené jsou audioknihy u věkové skupiny v rozmezí 25 až 64 let.

H2: Lidé v dnešní době preferují tištěnou knihu před audioknihou a e-knihou.

Ze získaných dat z dotazníku, bylo zjištěno, že 325 respondentů stále nejvíce preferuje tištěnou knihu před audioknihou či e-knihou. Tato hypotéza byla potvrzena.

H3: Hlavním důvodem, proč lidé poslouchají audioknihy, je že mají rádi, když jim někdo předčítá.

Tato hypotéza se nepotvrdila vzhledem k tomu, že respondenti uváděli několik důvodů, proč audioknihy poslouchají. Většina dotazovaných, tedy 130, uvedlo, že nemají čas na čtení knih, a tak využívají možnosti poslechu knihy. Až na druhém místě s 93 hlasy se objevila mnou uváděná hypotéza, že lidé poslouchají audioknihy, protože mají rádi, když jim někdo předčítá.

H4: Výběr žánrů u mužů a žen se liší. U žen očekávám žánry: beletrie a osobní rozvoj. U mužů zase naopak fantasy a sci-fi a dějiny a historie.

Poslední hypotéza se nepotvrdila. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že jak u mužů, tak u žen je na prvním místě beletrie. Dále už se žánry liší. U žen na druhém místě jsou detektivky, thrillery, na třetím fantasy a sci-fi a v neposlední řadě pohádky. Muži na druhém místě sahají po žánrech fantasy a sci-fi, dále po detektivkách a thrillerech a na čtvrtém místě volí dějiny a historii.

Ze čtyř hypotéz se potvrdila pouze jedna, a to, že lidé stále preferují fyzickou knihu. Ostatní hypotézy byly vyvráceny.

Projektová část

18. Projekt

Můj projekt vychází z dotazníkového šetření, ve kterém jsem zjistila fakt, že mladí lidé ve věkovém rozmezí pod 18 let až 24 let audioknihy neposlouchají. Proto jsem se rozhodla udělat projekt, který je zaměřený právě na osoby ve výše uvedené věkové skupině. Přemýšlela jsem, jaké jsou možnosti, kde bych tuto věkovou skupinu zastihla. Možné bylo udělat přednášku či workshop, ale to by bylo pouze jednorázové, a já jsem chtěla, abych s nimi měla delší kontakt, proto jsem se zaměřila na sociální síť.

Ze sociálních sítí jsem si vybrala Instagram, protože je zde velká koncentrace mladých lidí.

18.1 Instagram

Instagram je aplikace, kterou lze používat jak na telefonu, tak na tabletu či počítači. Jedná se o aplikaci, která slouží ke sdílení fotografií nebo videí. Na Instagramu je umožněno uživatelům své fotky nebo videa upravovat prostřednictvím digitálních filtrů. Uživatel má možnost dát srdíčko fotce nebo videu jiného uživatele. Lze se zapojit do hlasování nebo anket na profilech ostatních uživatelů, či komentovat obsah ostatních v komentářích pod fotkou či videm.¹⁰⁹

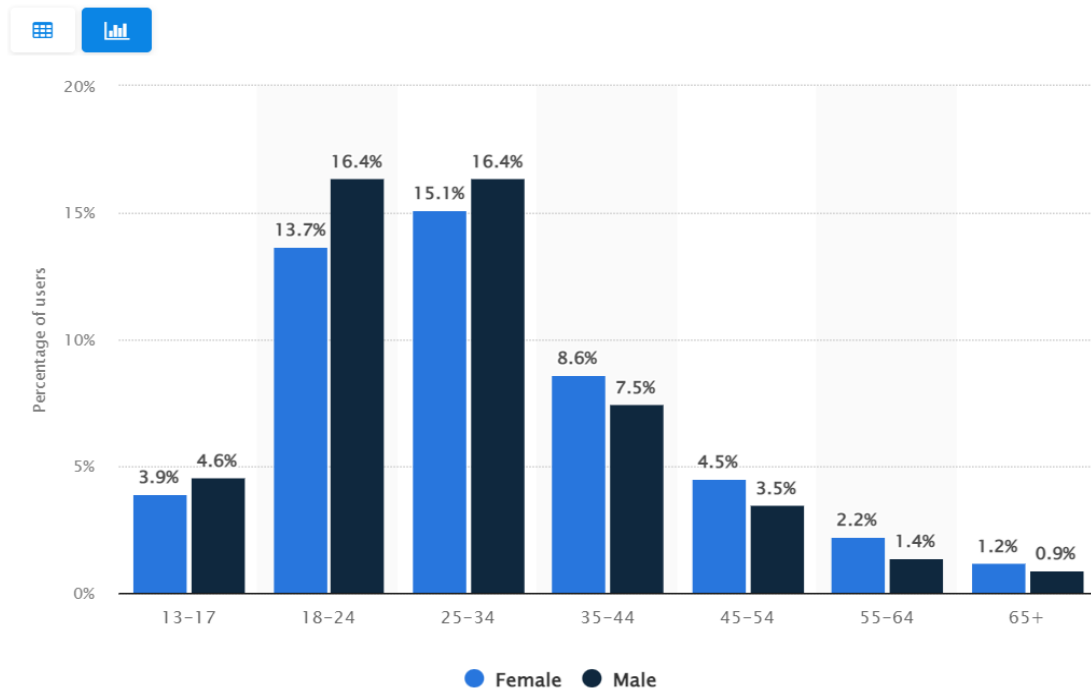
Ze statistiky, která byla provedena v lednu v roce 2022 společností *Statista*, vychází, že nejvíce uživatelů Instagramu je ve věkovém rozmezí 18-24 let a 25-34 let. V současné době Instagram používá 1.2 miliardy uživatelů.¹¹⁰

¹⁰⁹ STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. Instagram – Statistics & Facts. Statista.com. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#dossierKeyfigures>

¹¹⁰ STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. Instagram – Statistics & Facts. Statista.com. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#dossierKeyfigures>

Graf 33 Počet uživatelů Instagramu

Distribution of Instagram users worldwide as of January 2022, by age and gender



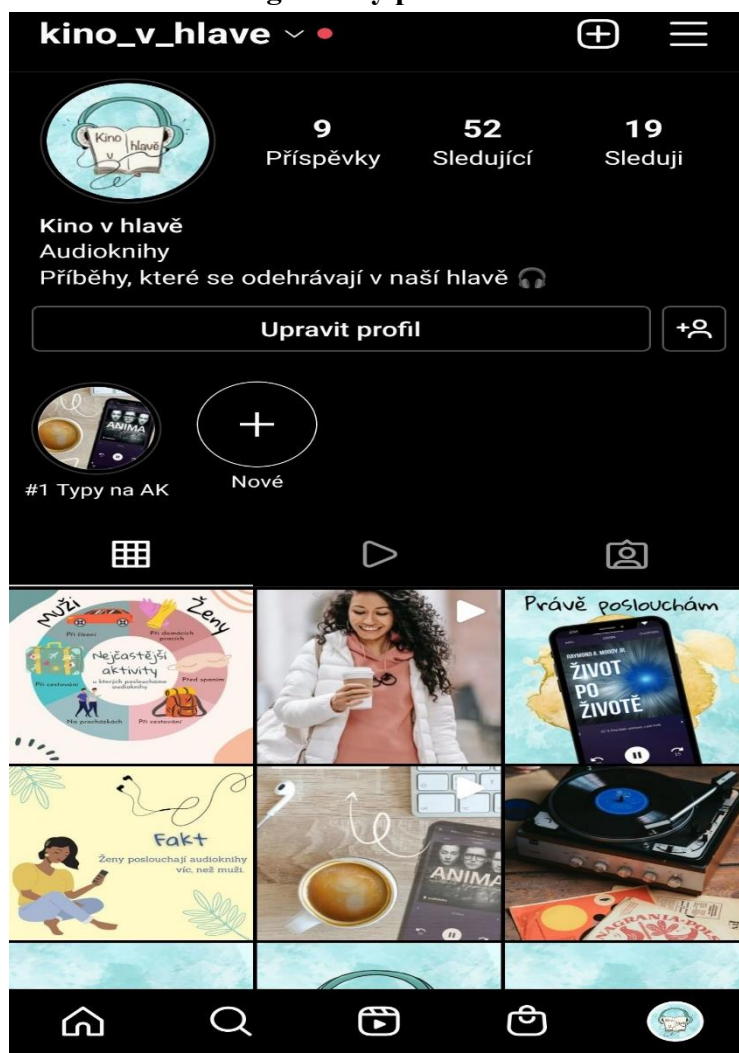
Zdroj: ze Statista.com¹¹¹

18.2 Kino v hlavě

Cílem mého projektu bylo propagovat fenomén audioknih mezi co nejvíce mladých lidí. Proto jsem se rozhodla vytvořit instagramový profil *Kino v hlavě*. Jedná se o profil, který má za cíl rozšířit povědomí o audioknihách u mladých lidí. Tento účet jsem založila 22.3.2022, během vyhodnocování dotazníkového šetření.

¹¹¹ STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2022, by age and gender. Statista.com. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>

Obrázek 1 Instagramový profil Kino v hlavě



Zdroj: Vlastní tvorba

Název *Kino v hlavě* jsem vybrala z toho důvodu, že díky poslechu audioknihy si člověk v hlavě vytváří svůj vlastní obraz interpretované knihy, takže má „své vlastní kino ve své hlavě“.

Poté jsem vytvořila svoji vlastní profilovou fotografii. Kreslila jsem ji v programu *Procreate*. Volila jsem spíše neutrální barvy, aby profil nebyl konkrétně zaměřen na ženy či muže, proto jsem zvolila tyrkysovou barvu.

Obrázek 2 Profilový obrázek



Zdroj: Vlastní tvorba

Dále jsem zde použila propojení motivů knihy a sluchátek, které mají znázorňovat audioknihu.

Po dokončení vyhodnocení dotazníkového šetření, které proběhlo 21. 3. 2022, jsem začala vytvářet samotný obsah profilu v grafickém programu *Canva*.

Příspěvky jsou koncipovány do 4 různých typů sdělení:

- 1) Fakta = Vycházející z mého dotazníkového šetření
- 2) Tipy a recenze na audioknih
- 3) Otázky = Týkající se fenoménu audioknih
- 4) Video = Krátké shrnutí jednoho audioknižního titulu

Obrázek 3 Ukázka příspěvku – Fakta



Zdroj: Vlastní tvorba

Z dosavadních zkušeností na tomto profilu se mi nejvíce osvědčily otázky, které pokládám svým sledujícím ve *Stories*¹¹². Lidé se v této sekci nejvíce zapojují. Následné odpovědi sdílím na svém profilu. Myslím si, že je to skvělý způsob, jak inspirovat ostatní nejen názorem a zkušenostmi svými, ale i ostatních.

Ke dni 8. 4. 2022 sleduje profil 52 sledujících. Počet komentářů pod fotkami je pouze 1, a to konkrétně pod fotkou, kde jsem se ptala, na jakých zařízeních nejčastěji poslouchají audioknihy. Odpovědí bylo, že nejčastěji jedinec poslouchá audioknihy v audioknižní aplikaci *Audiotéka*. U anket se zapojuje více lidí, například u anket, která se týkala činnosti, u které jedinec nejvíce poslouchá audioknihy, odpovědělo z 52 sledujících 12. Nejčastější odpovědí bylo, že audioknihy nejvíce poslouchají při procházkách, to odpověděli 4 sledující.

Instagramový profil najdete na adrese https://www.instagram.com/kino_v_hlave/.

¹¹² *Stories* je možnost sdílení obsahu se sledujícími na 24 hodin, poté se sdělení smaže.

ZÁVĚR

Bakalářská práce je zaměřená na audioknihy na trhu a jejich poslech. V teoretické části je definovaný pojem audiokniha a, s tím spojené, audioknižní desatero, které bylo vytvořeno na Masarykově univerzitě skupinou studentů v rámci Aplikačního semináře. Další kapitola se zabývá historií audioknih v České republice a v zahraničí, například ve Spojených státech amerických či Velké Británii. K historii patří i pokrok, a to technologický, který měl velkou roli ve vývoji a rozmachu audioknih na audioknižním trhu. Tomuto tématu se věnuje kapitola čtvrtá.

Pátá kapitola se zaměřuje na možné formáty audioknihy. Nejvyužívanějšími formáty jsou audioknihy zkrácené a nezkrácené. Poté následují kapitoly šest, sedm a osm, které se věnují audioknižnímu trhu v České republice v roce 2020. Audioknižní trh v České republice neroste tak rychle jako v ostatních zemích. Velká změna, ke které v této oblasti došlo, byl příchod digitálního downloadu, kdy si lidé mohli audioknihu stáhnout online. Díky tomu vzrostla větší poptávka po downloadu než samotné fyzické audioknize. Předposlední kapitola je zaměřená na audioknižní vydavatelství, která zaujímají největší zastoupení na trhu u nás. Těmito vydavatelstvími jsou OneHotBook, Typmpanum, Radioservis, Albatros Media a Supraphone. Na závěr teoretické části představuji proces vzniku audioknihy.

Jelikož audiokniha potřebuje svého posluchače, byla mu věnována druhá část práce. V praktické části jsem se zabývala profilem posluchače, konkrétně rozdílem mezi ženským a mužským posluchačem. Na začátku jsem si stanovila cíl práce, kterého jsem chtěla dosáhnout pomocí výzkumu, a také jsem si stanovila hypotézy. K dosažení tohoto cíle bylo využito kvantitativního výzkumu, konkrétně tedy dotazníkovým šetřením. Dotazník vyplnili studenti Obchodní akademie v Pardubicích a uživatelé sociální sítě Facebook. V další části proběhlo vyhodnocení jednotlivých otázek.

Z celkového počtu respondentů 488 více než polovina poslouchá audioknihy. Nejčastějšími posluchači audioknihy jsou lidé ve věkovém rozmezí 25 až 64 let. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že ženy poslouchají audioknihy více než muži. Tento výsledek je stejný jako u čtení knih, kde se ukázalo, že ženy čtou více než muži. Nejen, že se muži a ženy liší v poslechu a čtení knih, ale i preferencí žánrů. Jak u

mužů, tak u žen je na prvním místě beletrie, potom se už výběr liší. Muži nejčastěji volí beletrii, fantasy a sci-fi, detektivky a thrillery a na čtvrtém místě dějiny a historie. U žen je na prvním místě beletrie, detektivky s thrillery, fantasy a sci-fi, a poté volí pohádky. Dále se také liší aktivity, při kterých audioknihy poslouchají. Ženy nejčastěji poslouchají při domácích pracích, před spaním či při cestování. Muži naopak při řízení, cestování nebo na procházkách. Obecně lidé nejraději preferují poslech audioknih o samotě než v kolektivu ostatních jedinců.

V závěru praktické části je představen projekt *Kino v hlavě*, který navazuje na dotazníkové šetření. Projekt se zaměřuje na propagaci fenoménu audioknih u mladého publika ve věkovém rozmezí 18-24 let a 25-34 let, protože z vyhodnocení dotazníku vyplývá, že právě lidé v tomto věku audioknihy neposlouchají.

Hlavním přínosem této bakalářské práce je zmapování fenoménu audioknih u lidí a preference posluchačů při výběru audioknihy. Dále poukazuje na postoj mladých lidí k audioknihám, který je takový, že mladá generace audioknihy nevyužívá tak moc, jako generace starší. Kromě toho také přináší rozdíly v preferenci mužských a ženských posluchačů.

Velkým přínosem je projekt *Kino v hlavě*, který vznikl na základě této bakalářské práce. Tento projekt má před sebou dlouho cestu, ale věřím, že se najde několik mladých lidí, kteří skrze tento projekt najdou cestou k audioknihám a jejich poslechu.

ZDROJE

Knižní zdroje

1. KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (1. svazek): /a-b/. Praha: DIDEROT, 1999, ISBN 80-90255-3-1.
2. KOLEKTIV AUTORŮ. Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích (4. svazek): /k-l/. Praha: DIDEROT, 1999. ISBN 80-90255-6-6.
3. TRÁVNÍČEK, Jiří. Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.
4. ŠTOCHL, Miroslav. *Teorie literární komunikace*. 1. Vyd. Praha, 2005. ISBN 80-86903-09-5.
5. Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). In: Sbíрка zákonů. 7. 4. 2000. ISSN 1211-1244.

Elektronické zdroje

1. ALBATROS MEDIA A.S. O nás. Albatros Media. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.albatrosmedia.cz/c/o-nas/>
2. ALBATROS MEDIA A.S. Proč vydat knihu u Albatros Media. Issuu. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: https://issuu.com/albatrosmedia/docs/pro_vydat_knihu_u_albatros_media
3. AMAZON. Relationship Between Audible & Amazon. Amazon. [online]. [cit. 2021-12-30]. Dostupné z: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=202162230>
4. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Asociace vydavatelů audioknih. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/ava/>
5. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Co je audiokniha? Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/home-page/co-je-audiokniha/>
6. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Historie Audioknihy roku. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/historie/>

7. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Kategorie ocenění Audiokniha roku. Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/kategorie/>
8. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2015 v České republice. In: Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <http://www.naposlech.cz/Naposlech/media/content/content/AVA-Zprava-o-trhu-audioknih-2015.pdf>
9. ASOCIACE VYDAVATELŮ AUDIOKNIH. Zpráva o trhu audioknih a mluveného slova v roce 2020 v České republice. In: Asociace vydavatelů audioknih. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://asociaceaudioknih.cz/wp-content/uploads/2021/02/Zprava2020.pdf>
10. AUDIOKNIHY.NET. Audioknihy.net a naposlech.cz společně. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/zprava/audioknihy-net-a-naposlech-cz-spolecne>
11. BLOG.AUDIOLIBRIX.CZ (UPRAVENO). Historie audioknih. Slyš.to. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://slys.to/aktuality/2249/2-historie-audioknih/>
12. BROCKINGTON, Guilherme, MOREIRAB, Ana Paula Gomes, BUSOC, Maria Stephani a spol. Storytelling increases oxytocin and positive emotions and decreases cortisol and pain in hospitalized children. PNAS. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.pnas.org/content/pnas/118/22/e2018409118.full.pdf>
13. BUCHTOVÁ, Barbora, KAPOUNOVÁ, Kateřina, MACHÁČKOVÁ, Pavla a spol. Audioknihy.net - portál audioknih. Inflow. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://adoc.pub/audioknihynet-portal-audioknih.html>
14. ČTK. Trh audioknih loni popáté v řadě rostl. Nejprodávanější byla kniha bloggera Mansona. Lidovky.cz. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/trh-audioknih-loni-popate-v-rade-rostl-prevazil-digitalni-prodej-nejprodavanejsi-byla-kniha-bloggera.A200304_083924_firmy-trhy_ele
15. DAMU. Zvukové studio DAMU. DAMU. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <http://www.damu.cz/fakulta/zvukove-studio-damu>
16. EJUSTICE. Úplný výpis z obchodního rejstříku. Veřejný rejstřík a Sběrka listin. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=723215&typ=UPLNY>

17. ENTER. Gramofon. Národní technické muzeum. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: https://www.ntm.cz/data/projekty/muzejni-pedagogika/enter_gramofon.pdf
18. FAJMON, Kamil. Spejbl a Hurvínek: Zvuková historie 1. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/tema/spejbl-a-hurvinek-zvukova-historie-1>
19. HORÁK, Jakub, KAMBERSKÝ, Jakub. Od knihy k audioknize. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/zprava/od-knihy-k-audioknize>
20. HORÁKOVÁ, Kateřina. VELKÝ AUDIOKNIŽNÍ PRŮZKUM 2020. Audiolibrix.com. [online]. [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://d2emjept89nv7b.cloudfront.net/assets/VAP/2020/CS/Audioknizni-pruzkum-2020-prehled-docx.pdf>
21. HOROVÁ, Iva. Manipulace s historickými zvukovými nosiči a jejich ochrana. Nový fonograf. [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://novyfonograf.cz/wp-content/uploads/2020/06/2020-metodika-osvedceni-1.pdf>
22. CHLAD, Radim. Historie internetu v České republice. MUNI. [online]. [cit. 2021-12-30]. Dostupné z: <https://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2000/xchlad.htm>
23. JAROŠOVÁ, Renáta. Jak vzniká audiokniha: jsou za ní měsíce práce. Médiář. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/jak-vznika-audiokniha-jsou-za-ni-mesice-prace/>
24. KAV. Vydavatelství Radioservis nabízí především audioknihy. Idnes.cz. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: https://web.archive.org/web/20130605150640/http://sdeleni.idnes.cz/audioknihy-z-vydavatelstvi-radioservis-ffj-/zpr_sdeleni.aspx?c=A130423_093823_zpr_sdeleni_ahr
25. KRÁL, Milan. Od vynálezu magnetofonové kazety uplynulo 50 let. Český rozhlas. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://sever.rozhlas.cz/od-vynalezu-magnetofonove-kazety-uplynulo-50-let-6855839>
26. LIBERATURA. Liberatura o audioknihách – Vydavatelství Tympanum. Radio Wave. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/liberatura-o-audioknihach-5244036>

27. LONGDON, Victoria. Why is a CD 74 minutes long? It's because of Beethoven. Classic FM. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.classicfm.com/discover-music/why-is-a-cd-74-minutes/>
28. LOUDA, Pavel. CD disky slaví 25 let sériové výroby. Computerworld. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.computerworld.cz/clanky/cd-disky-slavi-25-let-seriove-vyroby/>
29. MUJROZHLAS. Takhle se zrodil zvukový záznam. A po fonografu přišel gramofon. Radiožurnál. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/takhle-se-zrodil-zvukovy-zaznam-a-po-fonografu-prisel-gramofon-6227060>
30. NAPOSLCEH.CZ. Asociace vydavatelů audioknih. Naposlech.cz. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/vydavatel/asociace-vydavatelu-audioknih>
31. NAPOSLCEH.CZ. Radioservis. Naposelech.cz. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://naposlech.cz/vydavatel/radioservis>
32. NÁRODNÍ TECHNICKÉ MUZEUM. Fonografické záznamy. Národní technické muzeum. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.ntm.cz/index.php?q=muzeum/sbirkova-oddeleni/elektrotechnika-informatika-akustika/fonograficke-zaznamy>
33. ONEHOTBOOK. O nás. OneHotBook. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://onehotbook.cz/pages/o-nas>
34. PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha – Nové médium?. Advojka. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2009/5/audiokniha-nove-medium>
35. PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. [online]. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <http://old.itvar.cz/prilohy/136/Tvar08-2009.pdf>
36. PODCAST ROKU. Výsledková listina, ročník #03. Podcastroku. [online]. [cit. 2022-03-28]. Dostupné z: <https://www.podcastroku.cz/>
37. RADIOTÉKA. Audiokniha roku 2020 - vyhlášení vítězů. Radiotéka. [online]. [cit. 2022-01-04]. Dostupné z: <https://www.radioteka.cz/audiokniha-roku-2020-vyhlaseni>

38. RÁDLOVÁ, Nicola. Mluvené slovo a audioknihy v průběhu času. Bakalářská práce. Praha, 2021. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Vedoucí práce Mgr. Irena Řehořová, Ph.D. Dostupné také z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/126739/130306389.pdf?sequence=1>
39. RNIB. Celebrating the history of Talking Books. RNIB. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://www.rnib.org.uk/reading-services/celebrating-history-talking-books>
40. SCHULTZE, Petra. Co je to podcast?. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/co-je-to-podcast/>
41. SCHULTZE, Petra. Krátká historie audioknih. Audiolibrix blog. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://blog.audiolibrix.cz/tema/kratka-historie-audioknih/>
42. SMOLÍKOVÁ, Klára. Jak vzniká audiokniha. Klára Smolíková. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné z: <http://klarasmolikova.cz/clanek/jak-vznika-audiokniha>
43. STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2022, by age and gender. Statista.com. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
44. STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. Instagram – Statistics & Facts. Statista.com. [online]. [cit. 2022-04-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#dossierKeyfigures>
45. SUPRAPHONE. Historie společnosti – První deska se Spejblem a Hurvínkem. Supraphone. [online]. [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://www.supraphon.cz/historie-spolecnosti/5-prvni-deska-se-spejblem-a-hurvinkem>
46. SUPRAPHONLINE. O službě Supraphonline. Supraphonline. [online]. [cit. 2022-01-18]. Dostupné z: <https://www.supraphonline.cz/o-nas.html>
47. ŠKYTOVÁ, Alžběta, KAPOUNOVÁ, Kateřina. Audioknihy jako staronový přístup k literatuře. Čtenář měsíčník pro knihovny. [online]. [cit. 2021-12-28]. Dostupné z: <https://svkkl.cz/ctenar/clanek/2009>

48. ŠTEFLOVÁ, Jitka. Čtenáři a posluchači ve světle současnosti: porovnání jejich chování. Magisterská diplomová práce. Brno, 2014. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Alžběta Škytová. Dostupné také z: https://is.muni.cz/th/k690f/dp_mgr.pdf
49. ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy v Česku se neprosazují lehce. Český rozhlas. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://cesky.radio.cz/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce-8589503>
50. TANCEROVÁ, Tereza. Nejčtenější knihy všech dob: které příběhy si získaly nejvíce čtenářů?. Blog.kniha.cz. [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://blog.kniha.cz/nejctenejsi-knihy-vsech-dob/>
51. TECHNICKÝ DENÍK. Osmdesát let s magnetofonovým páskem. Technický deník. [online]. [cit. 2022-01-11]. Dostupné z: https://www.technickytydenik.cz/rubriky/archiv/osmdesat-let-s-magnetofonovym-paskem_13333.html
52. TRÁVNÍČEK, Jiří, RICHTER, Vít. Čtenáři a čtení v České republice v roce 2007 Tisková zpráva. Národní knihovna ČR a Ústav pro českou literaturu AV ČR. [online]. [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://ucl.cas.cz/udalosti/ctenari-a-cteni/>
53. TUHUS-DUBROW, Rebecca. The gadget that broke humanity. The Boston Globe. [online]. [cit. 2021-12-29]. Dostupné z: <https://www.bostonglobe.com/ideas/2017/09/01/the-gadget-that-broke-humanity/NS9wsBmtIMHQmrEvRRmtZL/story.html>
54. TYMPANUM. O nás. Tympanum. Tympanum. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.tympanum.cz>
55. VINYLOVEDESKY.CZ. Šelakové desky. Vinylové desky.cz. [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <http://www.vinylovedesky.cz/selakove-desky>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Instagramový profil Kino v hlavě

Obrázek 2 Profilový obrázek

Obrázek 3 Ukázka příspěvku – Fakta

SEZNAM GRAFŮ

- Graf 1 Rozdělení respondentů podle pohlaví
- Graf 2 Věkové rozmezí respondentů
- Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů
- Graf 4 Počet přečtených knih v minulém roce
- Graf 5 Jak lidé s dosaženým vzděláním čtou
- Graf 6 Jak často lidé čtou knihy
- Graf 7 Jaký typ knihy lidé preferují
- Graf 8 Rozdělení respondentů podle poslouchání audioknih
- Graf 9 Rozdělení posluchačů na muže a ženy
- Graf 10 Respondenti ve věkové skupině 18-24 let
- Graf 11 Rozdělení respondentů podle věku
- Graf 12 Důvody proč lidé neposlouchají audioknihy
- Graf 13 První setkání s audioknihami
- Graf 14 První setkání s audioknihami
- Graf 15 Počet poslechnutých audioknih v minulém roce
- Graf 16 Jak často lidé poslouchají audioknihy
- Graf 17 Počet hodin poslechu týdně
- Graf 18 Činnosti, u kterých lidé poslouchají audioknihy
- Graf 19 Činnosti, u kterých muži poslouchají audioknihy
- Graf 20 Činnosti, u kterých ženy poslouchají audioknihy
- Graf 21 Poslech audioknih o samotě
- Graf 22 Preference délky audioknihy
- Graf 23 Forma zpracování audioknih
- Graf 24 Oblíbenost hudebních předělů
- Graf 25 Preference ztvárnění
- Graf 26 Preference žánrů
- Graf 27 Nejvyužívanější zařízení k poslechu audioknih
- Graf 28 Nejvyužívanější audioknižní aplikace
- Graf 29 Nejčastější způsob získávání audioknih
- Graf 30 Nákup audioknih
- Graf 31 Jak často posluchači kupují audioknihy
- Graf 32 Důvody proč lidé poslouchají audioknihy
- Graf 33 Počet uživatelů Instagramu

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha č. 1 – Dotazník

Příloha č. 1: Dotazník

08.04.22 0:41

Profil posluchače

Profil posluchače

Vážená respondentko, vážený respondentě,

obracím se na Vás s žádostí o vyplnění mého dotazníku, který poslouží jako podklad pro bakalářskou práci na téma „Audioknihy na trhu a jejich posluchači“. Práce je zaměřená na fenomén audioknih a na současný audioknižní trh.

Dovoluji si Vás rovněž požádat o co nejpřesnější a pravdivé vyplnění dotazníku. Účast ve výzkumu je anonymní a dobrovolná.

Vyplnění zabere cca 10 minut.

Předem děkuji za vyplnění.

***Povinné pole**

Základní informace

1. Vaše pohlaví je? *

Označte jen jednu elipsu.

- Muž
- Žena
- Jiné

2. Váš věk? *

Označte jen jednu elipsu.

- Pod 18 let
- 18-24 let
- 25-34 let
- 35-44 let
- 45-54 let
- 55-64 let
- 65 let a více

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

Označte jen jednu elipsu.

- Základní škola
- Střední škola (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné)
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské - bakalářský titul
- Vysokoškolské - magisterský titul
- Vysokoškolské - doktorský titul nebo vyšší

Čtení knih

4. Kolik knih jste minulý rok přečetli? *

Označte jen jednu elipsu.

- 0
- 1-4
- 5-10
- 10 a více

5. Jak často čtete knihy? *

Označte jen jednu elipsu.

- Každý den
- 3-4 týdně
- 1-2 týdně
- 1-2 do měsíce
- Příležitostně (dovolená)
- Nikdy

6. Seřad'te knihy podle toho, co nejvíce preferujete (1 - nejvíc preferuji 3-nejméně preferuji). *

Označ'te jen jednu elipsu na každém řádku.

	1	2	3
Audiokniha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-kniha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tištěná kniha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Poslech audioknih

7. Posloucháte audioknihy? *

Označ'te jen jednu elipsu.

- Ano *Přeskoč'te na otázku 9*
 Ne *Přeskoč'te na otázku 8*

Ne

8. Z jakého důvodu neposloucháte audioknihy? *

Zaškrtně'te všechny platné možnosti.

- Radší si přečtu tištěnou knihu.
 Nebaví mě poslouchat audioknihy.
 Nemám zařízení na kterém bych audioknihy poslouchal/a.
 Nevím, co je to audiokniha.
 Nevím, kde jsou audioknihy k dispozici.

Jiné: _____

Ano

9. Kdy jste se poprvé setkali s audioknihami? *

Označte jen jednu elipsu.

- V dětství
- Před několika lety
- Nedávno

10. Kolik audioknih jste minulý rok poslechli? *

Označte jen jednu elipsu.

- 1-5
- 6-10
- 10-15
- 16+

11. Jak často audioknihy posloucháte? *

Označte jen jednu elipsu.

- Každý den
- 2-3 týdně
- 1 týdně
- Několikrát do měsíce

12. Kolik hodin týdně posloucháte audioknihy? *

Označte jen jednu elipsu.

- Méně než 1 hodinu
- 1-5 hodin
- 6-10 hodin
- více než 11 hodin

13. Zvýšil se v uplynulém roce počet vámi "přečtených" knih díky poslechu audioknih? *

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Určitě ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určitě ne

14. Při jakých aktivitách nejčastěji audioknihy posloucháte? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Domácí práce
- Řízení auta
- Před spaním
- Při odpočinku
- Cestování (MHD, vlak, letadlo)
- Na procházce
- Kreativní/řemeslné činnosti
- Na dovolené
- V práci
- Při sportu
- Jiné činnosti

15. Posloucháte audioknihy raději o samotě nebo ve společnosti? *

Označte jen jednu elipsu.

- O samotě
- Ve společnosti
- Záleží na situaci
- Je mi to jedno

16. Upřednostňujete raději audioknihy: *

Označte jen jednu elipsu.

- Nezkrácené
 Zkrácené
 Je mi to jedno

17. Jakou formu zpracování audioknih upřednostňujete? *

Označte jen jednu elipsu.

- Četba - Doslovný přednes literární předlohy s minimálními zvukovými efekty.
 Dramatizovaná četba - Upravený text knižní předlohy. Přednes je pročitěný. Na interpretaci se může podílet více herců.
 Dramatizace - Rozhlasové a divadelní dramatizace. Text je upraven do formy scénáře.

Audioknihy v cizím jazyce

18. Posloucháte audioknihy v cizím jazyce? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
 Ne *Přeskočte na otázku 21*

V jakém cizím jazyce audioknihy posloucháte?

19. V jakém cizím jazyce audioknihy posloucháte? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Anglický jazyk
- Německý jazyk
- Španělský jazyk
- Francouzský jazyk
- Ruský jazyk
- Slovenský jazyk
- Jiný jazyk

20. Posloucháte audioknihy v cizím jazyce z důvodu učení se cizího jazyka? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne

Preference u audioknih

21. Líbí se Vám hudební předěly v audioknihách? (Hudebním předělem se rozumí: hudba mezi kapitolami, na začátku knihy nebo na konci, hudba dokreslující atmosféru.) *

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
Určitě ano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Určitě ne

22. Preferujete u audioknihy: *

Označte jen jednu elipsu.

- Pouze jednoho interpreta
- Více interpretů
- Je mi to jedno

23. Jaké žánry nejčastěji posloucháte? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Beletrie
- Fantasy a scifi
- Osobní rozvoj
- Literatura faktu
- Pohádky
- Biografie
- Detektivky, thrillery
- Časopisy
- Dějiny a historie
- Divadlo, rozhlas, televize
- Výukové materiály (učebnice nebo přednášky)
- Životní filozofie, náboženství

24. Jaké zařízení nejčastěji využíváte k poslechu audioknih? *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Rádio
- CD přehrávač
- mp3 přehrávač
- Audioknižní aplikace
- Hudební přehrávač na mobilu/tabletu
- Hudební přehrávač na PC
- Gramofon

Audioknižní aplikace

25. Pokud používáte audioknižní aplikace, kterou využíváte nejčastěji?

Označte jen jednu elipsu.

- Audiotéka
 Audiolibrix
 můjRozhlas
 Librivox
 Lecton
 Audible Audiobook
 Melvil Audio
 Jiné aplikace

Preference při výběru audioknih

26. Seřad'te Vaše preference při výběru audioknih (1 - nejdůležitější a 6-nejméně důležité). *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1	2	3	4	5	6
Autor předlohy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anotace audioknihy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Žánr audioknihy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recenze audioknihy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ukázka audioknihy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interpret audioknihy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Jakým způsobem nejčastěji získáváte audioknihy? *

Označte jen jednu elipsu.

- V kamenném obchodě
- Na internetu
- V audioknižních aplikacích
- V knihovně
- Půjčuji si je od někoho

Nákup audioknih

28. Kupujete si audioknihy? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano *Přeskočte na otázku 29*
- Ne *Přeskočte na otázku 30*

Ano kupuji.

29. Jak často si audioknihy kupujete? *

Označte jen jednu elipsu.

- Každý týden
- Každý měsíc
- Jednou za čtvrt roku
- Jednou za půl roku
- Jednou za rok
- Méně než jednou za rok

Poslech audioknih

30. Proč posloucháte audioknihy? *

Označte jen jednu elipsu.

- Mám rád/a když mi někdo předčítá
- Jsem dyslektik
- Nebaví mě číst, tak knihy poslouchám
- Nemám čas na čtení a audiokniha mi šetří čas
- Jiné: _____

Děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře