

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**



**Bakalářská práce**

**Motivace nakladatelů pro vydávání české fantastiky**

**Martin Srpoň**

© 2017 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Martin Srpoň

Provoz a ekonomika

Název práce

**Motivace nakladatelů pro vydávání české fantastiky**

Název anglicky

**Motivation of publishers for publishing Czech fantasy**

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce bude zhodnotit a popsat motivační toky mezi nakladatelstvím a autory, a zhodnotit tak atraktivitu trhu české fantastiky. Jak autoři motivují nakladatele k vydávání fantastické literatury a jak jsou zpětně motivováni autoři k její tvorbě? Jak si nakladatelství takové autory vybírají, jak nakladatelé stimulují své autory k dalším výkonům, jakých metod přitom mohou využít a jaké finanční ohodnocení plyne jak autorům, tak nakladatelům. Následně budou zhodnoceny výsledky hloubkového rozhovoru a dotazníkového šetření zaměřeného na vývoj fantastiky v ČR a možnosti autorů vydávat svou tvorbu. Na základě vlastních zkušeností z nakladatelství a s tvorbou fantasy literatury, budou stanoveny hypotézy, které budou na základě výsledků šetření podrobeny procesu verifikace.

### Metodika

Ke zhodnocení problematiky bude použita nejdříve kvalitativní metoda hloubkového rozhovoru, která umožní větší porozumění a průnik do zkoumaného problému motivace nakladatelů a zároveň nám podá základ pro tvorbu kvantitativní výzkumné metody dotazníkového šetření. Ta umožní shromáždit exaktní a objektivně ověřitelné informace z dané literární kategorie. V práci budou využity základní metody vědecké práce a to: metody analýzy, syntézy a komparace. Na základě stanoveného cíle práce bude zvolena vhodná výzkumná metoda kvantitativního aplikovaného výzkumu. Představené hypotézy pak budou ověřovány daty z šetření. Nejprve bude provedeno vyhodnocení získaných dat v programu Excel formou popisných statistických metod, data budou přehledně uspořádána a pro názornost zpracována do grafů s popisnými komentáři.

## Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

## Klíčová slova

Fantasy, motivace, stimulace, motivační program, autoři fantasy, motivační působení a finanční ohodnocení autorů

---

## Doporučené zdroje informací

BUCHTOVÁ, B. Člověk-psychosomatická bytost. K problému lidské sebereflexe. 3. vydání. Brno: Vydavatelství MU, 2003. 231 s. skripta. ISBN 80-210-2730-4.

DĚDINOVÁ, T. 2015. Fantasy literature in the Czech context as a challenge to literary studies. In: Ceska Literatura. 63(2) pp. 183-211 ISSN: 0009-0468

NAKONEČNÝ, M. Motivace pracovního jednání a její řízení. 1. vyd. Praha: Management Press, 1992. 258 s. ISBN 80-85603-01-2.

NAKONEČNÝ, M. Psychologie osobnosti. 2. vyd. Praha: Academia, 1998. ISBN 80-200-0628-1.

NÜNNING, A. Lexikon teorie literatury a kultury. 1. vyd. Brno: Host, 2006. 912 s. ISBN 8072941704.

---

## Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

## Vedoucí práce

Ing. Marek Dvořák, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 15. 11. 2017

**prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 15. 11. 2017

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 19. 11. 2017

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Motivace nakladatelů pro vydávání české fantastiky" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 11.

Martin Srpoň

### **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucímu práce Ing. Marku Dvořákovi, Ph.D. za jeho trpělivost, příjemnou spolupráci, a především odborné rady. Dále bych chtěl poděkovat panu Liboru Marchlíkovi z nakladatelství Fantom Print a panu Janu Kravčíkovi z nakladatelství Gorgona za velmi vstřícné poskytnutí rozhovorů a informací k tématice.

# Motivace nakladatelů pro vydávání české fantastiky

---

## Souhrn

Bakalářská práce na téma Motivace nakladatelů pro vydávání české fantastiky je zpracována pro nakladatele, autory, teoretiky i zbytek fandomu fantastiky. Cílem práce je zhodnocení a popis motivačních toků mezi nakladateli a jejich autory, a to především ve vztahu ke stimulům, které autory ovlivňují. Hlavním přínosem práce je představení uceleného pohledu na trh fantastiky ze strany nakladatelů i autorů a navržení možných stimulů jako prostředku motivace autorů ke zkvalitnění jejich fantastické tvorby. Praktická část práce se věnuje odpovědím nakladatelů na otázky hloubkových rozhovorů v rámci kvalitativního šetření a poté jsou analyzovány výsledky z dotazníků rozeslaných českým autorům prostřednictvím jejich nakladatelství. Práce poskytuje ucelení zjištěných výsledků a návrh implementace těchto výsledků pro zkvalitnění žánru české fantastiky. Závěr práce uvádí doporučení pro možná využití v dalších výzkumech zabývajících se zkoumaným literárním žánrem.

**Klíčová slova:** fantasy, motivace, stimulace, postoje, teorie potřeb, vnitřní a vnější motivace, motivační program, autoři fantasy, motivační působení a finanční ohodnocení autorů

# Motivation of publishers for publishing Czech fantasy

---

## Summary

Bachelor thesis on the topic of Motivation of publishers for publishing Czech fantasy is made for publishers, authors, theorists and the rest of the fandom. Objective of the thesis is an evaluation and description of motivational flows between publishers and their authors, in relation to incentives that affect those authors. The main contribution of the thesis is presentation of comprehensive view on fantastic market from the perspective of both publishers and authors and suggestion of possible incentives as a means of motivating authors to increase quality of their fantastic books. Practical part of the thesis focuses on answers given by publishers on questions in deep interviews as a qualitative research and then analyses results from questionnaires sent to Czech authors through their publishing houses. Thesis provides unification of the identified results and suggests implementations of these results for improving quality of the Czech fantastic genre. Conclusion of the thesis provides recommendations for potential use in future research papers that focus on study of this literature genre.

**Keywords:** fantasy, motivation, stimulation, attitudes, theory of needs, internal and external motivation, motivational program, fantasy authors, motivational effects and financial remuneration of authors

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>10</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>11</b>
2.1 Cíl práce .....	11
2.2 Metodika .....	11
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>13</b>
3.1 Vymezení pojmu fantasy a fantastika .....	13
3.2 Motivace.....	15
3.3 Postoje.....	16
3.4 Stimulace.....	17
3.5 Teorie Potřeb .....	18
3.6 Vnitřní a vnější motivace .....	19
3.7 Motivační působení a finanční ohodnocení autorů .....	20
<b>4 Vlastní práce .....</b>	<b>21</b>
4.1 Vydávání knih .....	21
4.2 Etablování a začínající autoři .....	21
4.3 Hlubkový rozhovor .....	22
4.3.1 Prodejnost knih .....	22
4.3.2 Překladová tvorba .....	23
4.3.3 Online knihy .....	23
4.3.4 Výběr nových autorů .....	24
4.3.5 Vlastníci nakladatelství.....	24
4.3.6 Motivace autorů .....	24
4.4 Dotazníkové šetření.....	25
<b>5 Výsledky a diskuse .....</b>	<b>44</b>
5.1 Zhodnocení a doporučení.....	44
5.1.1 Dungeons and Dragons .....	46
5.1.2 Larpy, Cony a literární besedy.....	46
5.1.3 Literární Soutěže.....	47
5.1.4 Motivační program .....	47
<b>6 Závěr.....</b>	<b>49</b>
<b>7 Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>50</b>
7.1 Seznam literatury .....	50
7.2 Seznam obrázků .....	51
7.3 Seznam tabulek .....	51
7.4 Seznam grafů.....	51



<b>8 Přílohy .....</b>	<b>51</b>
8.1 Otázky pro rozhovor .....	51
8.2 Dotazník .....	52

# 1 Úvod

Chcete se stát, nebo jste jedním z mnoha začínajících autorů fantastické literatury? Zajímá vás, jak probíhá vydávání knih, jak se vyvíjí vztah mezi autory a nakladateli, a jak to udělat, aby byla kniha úspěšně vydána? Toto je samozřejmě velmi ošemetné téma vzhledem k velké specifičnosti literárního odvětví, ale v této práci si sumarizujeme některé společné prvky, které běžně motivují nakladatele vydávat a nové autory literaturu psát. Přitom se podíváme, jak je tvorba fantastiky ovlivněna dnešními médii.

Je vám určitě jasné, že autor by si svou knihou chtěl ideálně vydobýt nějakou slávu, finance a dobrý pocit z toho, že jeho kniha má úspěch. Ale co nakladatelé, pro které je vydávání knih jejich každodenní práce? Co je pohání k tomu, aby takovouto volnou živnost provozovali? Co nakladatele motivuje k vydávání české fantastiky?

Zjištěné informace by mohli pomoci identifikovat některé problémy spojené s vydáváním knih a vnést novou perspektivu na využití nově se objevujících médií, která doposud nebyla plně využívána při motivaci pracovního výkonu autorů.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce bude zhodnotit a popsat motivační toky mezi nakladatelstvím a autory, a zhodnotit tak atraktivitu trhu české fantastiky. Jak autoři motivují nakladatele k vydávání fantastické literatury a jak jsou zpětně motivováni autoři k její tvorbě? Jak si nakladatelství takové autory vybírají, jak nakladatelé stimulují své autory k dalším výkonům, jakých metod přitom mohou využít a jaké finanční ohodnocení plyne jak autorům, tak nakladatelům. Následně budou zhodnoceny výsledky hloubkového rozhovoru a dotazníkového šetření zaměřeného na vývoj fantastiky v ČR a možnosti autorů vydávat svou tvorbu. Na základě vlastních zkušeností z nakladatelství a s tvorbou fantasy literatury, budou stanoveny hypotézy, které budou na základě výsledků šetření podrobeny procesu verifikace.

V práci byly stanoveny následující hypotézy.:

Hypotéza 1: Finanční síla nakladatelství ovlivňuje schopnost brát nové autory a vydávat zahraniční překlady?

Hypotéza 2: Autor, který vydává více knižních pokračování se prodává lépe než autor, který vydává samostatná díla?

Hypotéza 3: Nakladatelé i autoři využívají nástrojů motivace ke zvýšení svých zisků?

Hypotéza 4: Autoři čerpají inspiraci v úspěšných knižních, filmových a herních titulech, nebo přímo od jiných spisovatelů?

### 2.2 Metodika

Ke zhodnocení problematiky bude použita nejdříve kvalitativní metoda hloubkového rozhovoru, která umožní větší porozumění a průnik do zkoumaného problému motivace nakladatelů a zároveň nám podá základ pro tvorbu kvantitativní výzkumné metody dotazníkového šetření. Ta umožní shromáždit exaktní a objektivně ověřitelné informace z dané literární kategorie. V práci budou využity základní metody vědecké práce a to: metody analýzy, syntézy a komparace. Na základě stanoveného cíle práce bude zvolena vhodná výzkumná metoda kvantitativního aplikovaného výzkumu. Představené hypotézy pak budou ověřovány daty z šetření. Nejprve bude provedeno vyhodnocení získaných dat

v programu Excel formou popisných statistických metod, data budou přehledně uspořádána a pro názornost zpracována do grafů s popisnými komentáři.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Vymezení pojmu fantasy a fantastika

Fantasy je bohatý žánr literatury se stále rozvíjejícím trendem růstu a v současnosti v ČR vychází nejvíce fantasy titulů v historii. Všeobecně uznávaná definice fantasy literatury však neexistuje a žánr má mnoho definic, které se ho pokoušejí vysvětlit.

Fantasy (z angl. fantasy) lze přeložit pouze s použitím stejného slovního kořene jako fantastika. Fantasy je literární termín běžně užívaný v anglicky i neanglicky mluvících zemích, rozšířený téměř stejně jako pojem science fiction. Poprvé se objevil v 50. letech 20. století v anglosaském literárním prostředí, a to konkrétně v časopise Fantasy Fiction.

Většina čtenářů v anglofonních zemích chápe fantasy jako oblast veškeré fantastické literatury, vesměs se odehrávající v imaginárních středověkých světech, kde jsou realitou rytíři, magie a nestvůry. Standardní odborná definice fantasy, kterou použil Tom Shippey v úvodu antologie *Oxfordská kniha fantasy příběhů* zní.:

*„fantasy je literatura, která je postavena na záměrném užití nemožného“.*<sup>1</sup>

V ČR se drží spíše označení sword and sorcery a epická high fantasy. To znamená příběhy odehrávající se v imaginárních světech, kde podstatnou složkou jsou rytíři a magie. Podobně Encyklopedie literárních žánrů definuje žánr fantasy takto: *„Populární žánr iracionální fantastiky s tematickými zdroji v mýtu a středověké romanci.“*<sup>2</sup>

Samotný pojem fantastika se dělí na fantazii (fancy) a představivost (imagination), přičemž fantazii pokládáme za nižší druh básnické schopnosti, s jejíž pomocí autor pouze vytváří kompozice z již „hotových“ obrazů v lidské paměti, nechává se inspirovat předešlou tvorbou a nějakým způsobem ji přetváří, zatímco představivost vytváří obrazy úplně nové a autor přispívá vlastními nápady. Literaturu lze dále rozdělit na realistickou (tzv. mainstream) a na fantastickou v širokém slova smyslu, kde je oproti naší realitě „něco jinak“.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> CLUTE, J., *Narativní model fantasy*, 1996, s. 55

<sup>2</sup> MOCNÁ, D., PETERKA, J., *Encyklopedie literárních žánrů*, 2004, s. 186

<sup>3</sup> ADAMOVIC, I., *O pojmu „fantasy“*, 1990, s. 48

Nünning zavedl pojem fantastika, „v širším smyslu je to každý druh literatury, který staví proti empiricky ověřitelnému obrazu čtenářova světa jiný svět, mj. science-fiction, fantasy, legenda, horor, pohádka.“<sup>4</sup>

Fantastická literatura je tedy protikladem literatury realistické. Široce pojatou fantastickou literaturu můžeme rozdělit na science fiction, která je v podstatě uskutečnitelná, možná budoucnost či alternativní realita, a pak ostatní druhy fantastické literatury, popisující předměty a jevy v zásadě neuskutečnitelné, iracionální.

Jinými slovy lze označit tyto 2 základní oblasti (fantastiku v širším a užším pojetí) jako fantastiku „vědeckou“, rozvíjenou na vědeckých či pseudovědeckých základech s alespoň minimálním množstvím racionality, a fantastiku „volnou“, která není podmíněna žádnými omezeními, a proto rozvíjí motivy většinou „naprosto neuskutečnitelné, iracionální, rozumem nepochopitelné a nikterak nezdůvodnitelné“.<sup>5</sup>

Do vědecké tedy patří fantasy motivy čerpající z mýtu, pohádek a legend, horor s obsahem nadpřirozena (duchové, obživlé mrtvoly aj.), mystika a mimo jiné i čistá fantastická literatura většinou popisující iracionální jevy v reálném životě (magický realismus).

Je zřejmé, že fantasy tvoří v rámci literární fantastiky protipól ke sci-fi. Protože však mají tyto žánry mnohé styčné body, bývají oba zahrnovány také pod termín speculative fiction (spekulativní, fantastická próza). Zatímco sci-fi čerpá motivy z oblasti vědecké, zaměřuje se na techniku, budoucnost a racionální spekulaci, fantasy staví proti racionalismu citovost, pohádkovost a místo techniky se soustřeďuje na magii.

Podstatnou složkou fantasy je tedy nevysvětlitelný, nadpřirozený úkaz nebo přímo projev magie – a touto „iracionalitou“ rekvizit (z materialistického pohledu) se fantasy liší od science fiction. Fantastický prvek (novum) má podobu nadpřirozena, magie, příběhy se odehrávají v „historizujícím prostředí, inspirovaném často mytologií, z čehož vyplývá i charakter pro fantasy typických žánrových rekvizit.“<sup>6</sup>

Novodobá díla J. R. R. Tolkiena jako Pán prstenů, Hobit i Silmarillion, jsou protkány odkazy na severskou mytologii, Hra o trůny George R.R. Martina obsahuje nápadité

---

<sup>4</sup> NÜNNING, A., *Lexikon teorie literatury a kultury*. 1. vyd., 2006, s. 215

<sup>5</sup> LANGER, A., *Průvodce paralelními světy*, 2006, s. 13

<sup>6</sup> MACEK, J., *Fandom a text*, 2006, s. 18

podobnosti se světovými historickými událostmi, stejně jako příběhy Harryho Pottera J. K. Rowlingové.

Souhrnný návrh pro vymezení a odlišení toho co je fantastika, uvedla ve svém článku Dědinová, T., která bere v úvahu pohled postmoderny na to, co je považováno za reálné, zohledňuje důležitost, počet fantastických prvků a jejich specifickou funkci v díle a propojení fantastických prvků sítí rodových podobností s alespoň jedním dalším fantastickým dílem. Uvádí, že celou problematiku můžeme zpřehlednit pojmenováním dvou kategorií fantastiky podle toho, jakým způsobem zacházejí s obsaženými fantastickými prvky, tedy vlastní fantastično a fantastično jako prostředek vyjádření.<sup>7</sup>

## 3.2 Motivace

Pojem motivace vznikl z latinského moveo, movere – pohybovat, měnit, dojímat. Na otázku, co to motivace vlastně je, si můžeme odpovědět, že proces, který má vztah ke změnám činnosti. Pokud se ptáme na motivaci, ptáme se na to, proč se lidé chovají tím, či oním způsobem.

Podle Buchtové, B. motiv (pohnutka) určuje směr i intenzitu chování člověka. Motiv a kognitivní zpracování situace, které ovlivní způsob realizace motivu, vedou k selekci lidské aktivity. Motivace je systém vnitřních pohnutek činnosti (nebo nečinnosti) jedince, který determinuje jeho jednání a prožívání.<sup>8</sup>

Podle Nakonečného, M. motivace vyjadřuje psychologické důvody, resp. psychologické příčiny jednání či chování vůbec. Jde tu o zvláštní druh příčinnosti, který vyjadřuje pojem motiv. Konkrétním motivem se vysvětluje, proč člověk jedná, tak jak jedná, což souvisí s tendencí dosáhnout určitého cíle.<sup>9</sup>

Podle Bedrnové, E. a Nového, I. motivací člověka rozumíme soubor činitelů představujících vnitřní hnací síly jeho činnosti, které usměrňují jeho jednání a prožívání. Jsou to dynamické tendence osobnosti člověka. Termín motivace lidského jednání odpovídá na otázky, čím bylo jednání určitého člověka vyvoláno nebo proč se změnilo, proč bylo zaměřeno na dosažení určitého cíle (co chtěl člověk dosáhnout), proč se u určitého člověka projeví právě ty či ony podněty, které jeho jednání vyvolaly (co ho na

---

<sup>7</sup> DĚDINOVÁ T., *Fantasy literature in the czech context as a challenge to literary studies (article) (Fantastická literatura v českém kontextu jako výzva literární vědě)*, 2015, pages 183-211

<sup>8</sup> BUCHTOVÁ, B., *Člověk – psychosomatická bytost*. 3. vydání, 2003, s. 67

<sup>9</sup> NAKONEČNÝ, M., *Motivace pracovního jednání*. 1. vydání, 1992, s. 7

cíli uspokojilo). Pojem motivace se tedy zaměřuje na vnitřní aktivaci, tj. na vzbuzování aktivity organismu, na jeho energetizování, a zároveň na regulaci jeho jednání, na jeho zaměřování určitým směrem.<sup>10</sup>

Definice jednotlivých autorů se samozřejmě liší, nicméně obecně lze shrnout, že motivace integruje a organizuje celkovou psychickou a fyzickou aktivitu jedince k vytyčenému cíli. Přitom motivaci člověka ovlivňuje řada faktorů jako společenská kritéria a normy, mezi které patří morální kodex, právní normy, občanské požadavky na členy společnosti, požadavky dané sledovaným cílem nebo stanoveným úkolem, v našem případě fantasy tvorby, požadavky na soulad mezi vynakládaným úsilím a hodnocením efektivnosti tohoto úsilí. Motivaci rovněž ovlivňují kritéria, která jsou dána člověkem, to znamená především formulované osobní cíle, aspirační úroveň, způsob sebehodnocení, životní zkušenosti a celková orientace převládajících postojů.

Aby motivace byla efektivní, autor musí být takzvaně emočně stabilní, což znamená, že projevuje vyrovnané a podnětům přiměřené emoční reakce, je klidný a rozvážený. V opačném případě se jedná o emoční labilitu a motivace ztrácí svůj efekt.<sup>11</sup>

Autoři fantastiky s pojmem motivace pracují v každé svojí knize. Někteří vědoměji než jiní. V rámci tvorby zajímavých hrdinů, zloduchů a postav kolem nich, se totiž vždy ptáme. – Co motivuje onu postavu k jejímu jednání? – Tím že si autor sám odpoví na takovéto otázky, se často dokáže lépe vcítit do dané situace a dát postavám patřičnou emotivnost, se kterou se čtenář může ztotožnit, nebo ji naopak odsoudit. Mnoho takzvaných knižních záporáků si totiž myslí, že dělají správnou věc, nebo si své činy jsou schopni nějak odůvodnit.

### 3.3 Postoje

Podle Buchtové, B. představuje postoj člověka pohotovost reagovat určitým způsobem na motivačně závažný podnět. Postoje se vytvářejí učením na základě opakované zkušenosti. Dále se mohou utvářet nápodobou. Rozdílné postoje zaujímají lidé v náhle vzniklých životních situacích (např. havárie, požár). Většinou jeden postoj

---

<sup>10</sup> BEDRNOVÁ, E., NOVÝ, I., *Psychologie a sociologie v řízení firmy*. 1. vydání, 1994, s. 183

<sup>11</sup> NAKONEČNÝ, M. *Psychologie osobnosti*, 1998, s. 168



ovlivňuje i obsahuje více motivů současně. Například postoj k rodičům může zahrnovat motiv pečování, sociálního kontaktu, ale např. i motiv vlastnictví.<sup>12</sup>

V literární tvorbě hrají pro některé autory velkou roli právě tyto psychologické postoje, neboť v mnoha případech se do knihy a většiny v ní zmíněných postav tyto postoje promítají.

### 3.4 Stimulace

Od pojmu motivace je důležité odlišit velice blízký a často zaměňovaný pojem stimulace.

Provazník, V. a Komárková, R., stimulací rozumí takové vnější působení na psychiku člověka, v jehož důsledku dochází k určitým změnám jeho činnosti prostřednictvím změny psychických procesů, prostřednictvím změny jeho motivace.<sup>13</sup>

Jak uvádí Bedrnová, E. a Nový, I., stimulace představuje soubor vnějších podnětů, pobídek či incentivů, které mají určitým způsobem usměrňovat jednání pracovníků a působit na jejich motivaci. Motiv tedy představuje vnitřní impuls, vnitřní pohnutku jednání člověka, zatímco stimul představuje vnější pobídku, incentiv, který má u člověka určitý motiv podnítit nebo utlumit. Znakem stimulu je změna podmínek či okolností, znakem motivu je odpověď na tuto změnu.<sup>14</sup>

Zda určitý podnět bude či nebude stimulem záleží především na tzv. motivační struktuře konkrétního člověka, tj. na podobě jeho relativně trvale motivační zaměřenosti, na tom, zda daný podnět koresponduje s motivací jedince.

Spojení mezi stimulem a motivem není bezprostřední. Je podmíněno celou řadou osobnostních vlastností a probíhajících psychických procesů. Patří mezi ně potřeby, hodnoty, postoje, celkové rozpoložení, citové vztahy, životní filozofie, morální zásady a další. Stimuly se mohou vzájemně posilovat nebo oslabovat. Je možná i jejich kompenzace.

Vliv stimulace na motivaci autorů je evidentní. Smyslem používání stimulů je podnítit u autora chuť psát tím, že nějakým způsobem zapojíme jeho představivost. Stimulace působí na motivaci autorů nepřímou, vnější podněty se vždy lomí přes vnitřní

---

<sup>12</sup> BUCHTOVÁ, B., *Člověk – psychosomatická bytost*. 3. vydání, 2003, s. 72

<sup>13</sup> PROVAZNÍK, V., KOMÁRKOVÁ, R., *Motivace pracovního jednání*. 1. vydání, 1996, s. 37

<sup>14</sup> BEDRNOVÁ, E., NOVÝ, I., *Psychologie a sociologie v řízení firmy*. 1. vydání, 1994, s. 211

podmínky člověka. Význam přitom mají vlastnosti osobnosti člověka, jeho postoje a hodnotový systém, jeho životní zkušenosti i jeho okamžitý stav. Významné je i to, že každý stimul působící na autora je součástí určitého komplexu stimulů (souborné stimulace).

Účinnost stimulace je závislá na úrovni a skladbě motivace autorů. Příliš vysoká nebo také příliš nízká úroveň motivace psát snižuje účinnost stimulace. Stimulace je nejeefektivnější, když autor má o psaní menší zájem a také když je myšlenka kterou chce sepsat poměrně jednoduchá. Při vyhraněném zájmu o psaní a při psaní složitěji propracované knihy roste váha vnitřní motivace autora.

Nejběžnější stimulací je každodenní sociální interakce, ale existuje řada zajímavých aktivit, kterých se autor může zúčastnit, aby podnítl svou tvořivost a chuť psát.

### **3.5 Teorie Potřeb**

Jednou ze základních podmínek existence člověka je uspokojování jeho potřeb.

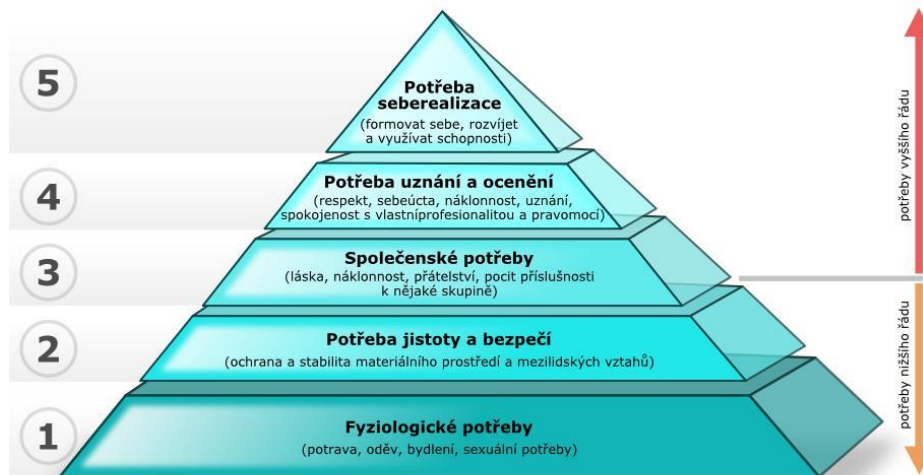
Dle Buchtové, B., je potřeba pocíťovaná jako nedostatek nebo nadbytek (biologický nebo sociální) určitých faktorů lidské existence. Potřeba aktivizuje člověka k odstranění negativně prožívaného stavu.<sup>15</sup>

V psychologickém pojetí vyjadřují potřeby vnitřní subjektivní stav jedince. V ekonomickém pojetí jsou často potřeby směřovány s prostředky uspokojení.

Představitel humanistické psychologie A. H. Maslow vytvořil hierarchickou teorii potřeb. Teorie vychází z vertikálního zřetězení potřeb, od vývojově nižších k vyšším. V principu sice platí, že vývojově vyšší potřeby se aktivují, až když jsou trvale uspokojovány potřeby vývojově nižší, ale v životě jsme často svědky situací, kdy právě vyšší potřeby zabraňují saturaci potřeb základních.

---

<sup>15</sup> BUCHTOVÁ, B., *Člověk – psychosomatická bytost*. 3. vydání, 2003, s. 71



Obrázek 1 - Maslowova pyramida potřeb (Zdroj: <https://publi.cz/books/171/04.html>)

Autorů fantastiky se týkají především vyšší potřeby. Potřeba uznání a ocenění, ale také potřeba seberealizace v reálném životě. Autorovou největší motivací, je získat uznání za svou vydanou knihu a následně možnost použít získané zkušenosti k tvorbě ještě lepšího díla. Úspěch v autorově první vydané knize je tedy pro jeho budoucí motivaci stěžejní.

### 3.6 Vnitřní a vnější motivace

Vnitřní motivace nastane, když budeme jednat bez jakýchkoliv zjevných vnějších odměn. Jednoduše se bavíme aktivitou, v našem případě psaním knih, nebo ji vidíme jako příležitost k prozkoumání, učení či realizování našeho potenciálu. Zde je vhodné poukázat na to, že počet odměn je omezený, k tomu se přímo úměrně vztahuje vnější motivace. Zato vztah k aktivitě, ve které se seberealizujeme, a kdy člověka žene vnitřní motivace, je neomezený a není možné takovou motivaci vyčerpat. Vnější motivace se týká našich sklonů vykonávat činnost díky vnější odměně. Používání různých stimulů jak hmotných, tak psychologický, pozitivních nebo negativních motivujeme člověka, k lepšímu výkonu. Patří sem pochvaly, prémie, benefity, tresty a kritika.<sup>16</sup>

Za vnitřní motivaci by se dala u autorů považovat možnost a touha zanechat po sobě odkaz v podobě knihy, osobní potěšení z realizace dobře napsaného příběhu a radosti čtenářů. Za vnější zase často nereálně očekávané vysoké honoráře, ocenění v knižních soutěžích, od čtenářů, nebo možnost prezentovat se.

<sup>16</sup> ARMSTRONG, Michael., *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy: 10. vydání*, 2007

### **3.7 Motivační působení a finanční ohodnocení autorů**

Vztah autorů k nakladatelstvím je velmi specifický v tom ohledu, že autoři sice musí svou knihou nějak zaujmout a motivovat tak nakladatelství, aby vůbec měli šanci svou knihu vidět vydanou, jenže nakladatelství mívají zpravidla nové výtisky v emailech týden, co týden, takže konkurence je velká a jen málokterý nový autor dostane šanci. Vezmeme-li to z opačného pohledu. Středně velká a velká nakladatelství tedy nemají téměř potřebu nové autory samy vyhledávat, neboť autoři si zpravidla najdou je. V menších vydavatelstvích, které hledají nové talenty mají začínající autoři jedinou možnost, jak se dostat do povědomí na české literární scéně.

Kvalitních autorů žánru fantastiky je u nás velmi málo, a navíc se autoři a vydavatelé mezi sebou navzájem znají, což vytváří jisté morální zábrany a brání vytváření konkurenčních vztahů. Česká vydavatelství by se tak dala charakterizovat téměř monopolně. Ani z hlediska honorářů se nemohou vydavatelství příliš předbíhat, protože náklady jsou velmi podobné a nakladatelství si nemůže dovolit nabídnout o moc lepší vydání (formát, obálky knih, ani honoráře).

Co se týče honorářů samotných autorů, je řeč maximálně o desetitisících korun, aby kniha byla pro nakladatelství rentabilní.

Musíme si také uvědomit, že drtivá většina produkce fantastiky vydávané v Čechách je překladová a existují dokonce nakladatelství, která se zabývají pouze překlady, nejčastěji z angličtiny a českým autorům nedávají prostor vůbec. I přesto v současnosti fantastické tituly, především fantasy, vychází nejvíce v historii a trend podle nakladatelů dále poroste.

## 4 Vlastní práce

V této kapitole jsou uvedeny otázky pokládané jak autorům, tak nakladatelům a následné vyhodnocení získaných informací, popisujících danou problematiku. Nejprve děláme kvalitativní průzkum. V hloubkovém rozhovoru s nakladatelem hovoříme o nejčastějších otázkách na vydávání knih, a zjištěné poznatky poté využíváme k sestavení kvantitativního průzkumu neboli dotazníku, který je uveden níže.

### 4.1 Vydávání knih

Proces vydávání knih je u všech nakladatelství v celku stejný a zle ho rozložit na jednotlivé části. Nebudeme zde brát v úvahu self-publishing (vydávání na vlastní náklady).

V první fázi nakladatel obdrží autorův rukopis, zhodnotí případnou návratnost peněz související s vydáváním knihy, a pokud jsou podmínky pro nakladatele výhodné, tak s autorem podepíše licenční smlouvu. Ta je zpravidla podepisována na období pěti let, kdy nakladatel může knihu vydávat a za to autor obdrží jednorázový honorář, nebo nedostane nic a je závislý na úspěchu knihy.

Další fází tvoří vlastní tvorba knihy. Sem patří redakce a korektura. Redakce někdy probíhá i ve více kolech a autor je nucen některé části knihy buď mírně upravit, nebo úplně přepsat a znovu předloží text k posouzení. Korektura, kdy korektor si celý text přečte a řeší jeho gramatickou správnost, se pak provádí na finálním textu.

Takto hotový text je předán grafikovi, který řeší vzhled obálky knihy, dá text do sázecího programu, udělá zlom knihy a export do tiskárny. Tiskárna posílá vše připravené ještě jednou na schválení.

Nakonec knihu vyzvedne zase redakce, nebo u větších nakladatelství distributor. Pak následuje rozvoz do skladů distributorů a od těch si knihy objednávají knihkupectví.

### 4.2 Etablovaní a začínající autoři

Etablovaní autoři jsou ti, kteří již mají několik úspěšně vydaných výtisků a jsou již rozebrání nakladateli. Noví autoři mají těžší se prosadit. Úspěšní čeští autoři, tedy například Kulhánek, Žamboch, Kotleta (pseudonym a projekt vícera autorů), Šlechta a Kadlečková, spolupracují zpravidla s jedním nakladatelem, se kterým nezdědka bývají kamarádi. Takovýto vztah v Čechách není neobvyklý. Jsou tu například autoři jako Červenák a Neomillnerová, kteří úspěch ve fantasy využili a posunuli se ke v současné

době prestižnějším žánrům jako historické krimi, nebo k dětské literatuře, a tedy k vyšším honorářům a nákladům.

Zbytek autorů, tedy těch začínajících, vycházejících v ČR, jen paběrkuje, a nakladatel může být rád, když se zaplatí náklady spojené s jejich vydáním. Knihy těchto autorů vychází zpravidla v nákladech od 500 do 1000 výtisků. Někteří jsou dobří a neprávem opomíjení, jiní špatní a protežovaní, ale tak to chodí v každém žánru literatury, nejen fantastice. Dnes totiž nerozhoduje ani tak kvalita psaní, jako spíše to, jak se autor dokáže trefit do většinového vkusu populace, a pak také marketing a sebepropagace. Jsou dokonce výjimky, spisovatelé, kteří nevydali jedinou knihu, ale přesto objíždějí všechny literární akce a přednášejí na nich o tom, jak správně psát. Budují si tak vlastní image.

Vynakládají tedy nakladatelé čas a peníze na motivace svých autorů, nebo motivaci ignorují a nechávají je soupeřit s autory novými? Stačí autorova touha být vydán a udělat si jméno k tomu, aby s knihou uspěl v současných tržních podmínkách?

### **4.3 Hlubkový rozhovor**

Pro hlubší porozumění se v této části bakalářské práce budeme zabývat analýzou a interpretací dat získaných z rozhovorů s několika dotazovanými nakladateli a na základě jejich výpovědí si odpovíme na dílčí výzkumné otázky. Rozhovor měl předem připravenou strukturu. Nakladatelé poskytovali na otázky své individuální odpovědi, na otázky odpovídali během plynulé konverzace a někdy jim byly položeny i otázky doplňující. Veškeré zjištěné informace jsou uvedeny v kapitolách níže.

#### **4.3.1 Prodejnost knih**

Nakladatel měl odpovědět na souhrnnou otázku – *Jak se fantastické knihy prodávají?*

Z analýzy první otázky vyplývá, že fantastické knihy se nejlépe prodávají hned po vydání a touhou každého nakladatele je prodat co nejvíce výtisků během prvních dvou až tří měsíců prodeje, dokud se ještě jedná o novinku. S postupem času kniha ztrácí svou hodnotu, protože o zákazníky se uchází stovky nových titulů ročně.

Nicméně pokud se většina počátečního nákladu neprodá v prvních měsících, je považováno za úspěch, pokud se kniha prodává stabilně i v dalších letech, i když jde třeba jen o desítky či jednotky kusů měsíčně. U drtivé většiny takových knih je 5 let doba, po kterou má nakladatel k prodeji díla licenci. Poté musí neprodané výtisky zničit nebo licenci koupit znovu a prodloužit.

Jeden z nakladatelů uvedl, že zisk z prodeje jedné knihy je v řádu korun. 50 % dostane distributor, z toho 30 % si ponechá knihkupec a zbylých 20 % se rozděluje mezi autora, redaktora, grafika a korektora. Do toho ještě daň ze zisku a DPH. Všichni zmínění dostávají od nakladatele zapláceno před vydáním knihy, takže s výjimkou autora (který zpravidla dostává později ještě i procenta z dalšího prodeje), ostatní zúčastněné úspěch knihy zajímat nemusí. Nakladatel ovšem musí čekat na výsledky prodeje a doufat, že se mu investice vrátí a ideálně mu začne kniha přinášet zisk.

#### **4.3.2 Překladová tvorba**

Dále byla položena otázka – *Podporujete anebo budete podporovat vydání knih v zahraničí a naopak?*

Z odpovědi pak vyplynulo, že Češi většinou čtou americkou, německou, francouzskou atd. literaturu přeloženou do češtiny. Zahraniční nakladatelé naopak berou knihy z ČR a pak je překládají v zahraničí.

Čeští nakladatelé mají portfolio českých autorů a mohou se snažit, aby jejich kniha vyšla i jinde, ale je to bráno jako velmi nadstandartní. Český nakladatel by z případné spolupráce jím vydávaného autora se zahraničním nakladatelem nic neměl, snad kromě prestiže, že vydává autora, jenž uspěl i v zahraničí. V takovém případě by domácí nakladatel figuroval jako autorův agent (zprostředkovatel, který má nárok na část odměny za autorovu licenci).

Doplňující otázkou bylo – *Kolik máte autorů z ČR a kolik z ciziny (kolik překladů)?*

Z odpovědí vyplynulo, že cizojazyčně se u nás až na výjimky nevydává a vše z ciziny je překlad. Pokud nakladatelství chtějí vydávat díla z ciziny, koupí licenci k dílu, ať už českého nebo zahraničního autora, zaplatí překlad, vydají knihu, a přeposílají zpět % ze zisku (většinou 8-10 %).

#### **4.3.3 Online knihy**

Nakladatelům byla položena otázka – *Podporujete vydání online knih?*

Odpověděli že ano, pokud jim to povolí sám autor a smlouva. Pravidlem bývá, že online knihy jsou více zpoplatněné, klidně může být 25 a více % ze zisku pro autory, a pak 40 % dostává online distributor.

Nakladatelé se ale e-knih právem bojí, kvůli pirátství. Navzdory většímu zpoplatnění je zisk z e-knihy pro nakladatele většinou menší než z fyzického výtisku. Proto taky

nakladatelé nejsou příliš motivováni e-knihy vydávat, i když trh e-knih v současnosti stále roste a nakladatelé předpokládají, že pravděpodobně růst dále bude.

#### **4.3.4 Výběr nových autorů**

V otázce – *Jak vybíráte autory, co musí splňovat a co vás nejvíc motivuje k takovému výběru?* – odpovídali nakladatelé velmi subjektivně.

Nejčastější odpovědí na otázku, co je k výběru motivuje samozřejmě bylo, že literární kvalita. Avšak důležitý pro ně také je dlouhodobý potenciál autora.

Jeden z nakladatelů nám sdělil. „*Nejlépe se vydávají série. Když autor napíše pokračování knihy, většinou už má věrnou základnu čtenářů. Zároveň skutečnost, že autor publikuje stabilně, může zákazník vnímat jako potvrzení jeho kvalit.*“ Toto tvrzení se v dotazníkovém šetření pokusíme potvrdit ze strany autorů a verifikovat tak definovanou hypotézu.

Důvody proč si nakladatelé vybrali onoho autora mohou být různé od nakladatele k nakladateli a neúspěch u jednoho nemusí znamenat neúspěch u jiného. U větších nakladatelství však nejvíce nakladatele motivuje komerční potenciál autora, potažmo jeho díla. Literární kvalita není pro komerční úspěch knihy důležitá, dokonce spousta komerčně úspěšných autorů nepíše dobře, ale přišli s námětem, který je pro čtenáře zajímavý a prodává se.

#### **4.3.5 Vlastníci nakladatelství**

Zajímavá byla odpověď na otázku – *Kdo jsou vlastníci nakladatelství v ČR?*

U všech jsou to Češi. Některá nakladatelství patří do větších skupin, třeba nakladatelství Knižní klub spadá pod distribuční společnost Euromedia, která je součástí německého nadnárodního koncernu Bertelsmann. Ale typická nakladatelství fantastiky jsou zpravidla takzvané one-man firmy českých majitelů.

Mezi nejznámější nakladatelství z Ostravy patří Fantom Print, Mytago a Leonardo. Z Brna například MOBA a Zoner Press. Z Plzně Laser Books. Nejvíce jich sídlí v Praze, jako třeba Brokilon, Triton, Epoque, Crew, Argo a Gorgona.

#### **4.3.6 Motivace autorů**

V poslední otázce se ptáme – *Jak je autor motivován, aby si vybral dané nakladatelství?*



Nakladatelé odpověděli, že každý z nich má nějaké renomé, autoři chtějí mít prestiž, chtějí být vydáni dobrým známým nakladatelstvím, případně chtějí mít pěknou vizuální stránku knihy a podle toho vybírají.

Jedna z odpovědí byla. „*Je spousta self-publishing nakladatelů, kteří si za vydání autorovy knihy nechají zaplatit, aniž by kniha byla dobrá, zkontrolovaná.*“

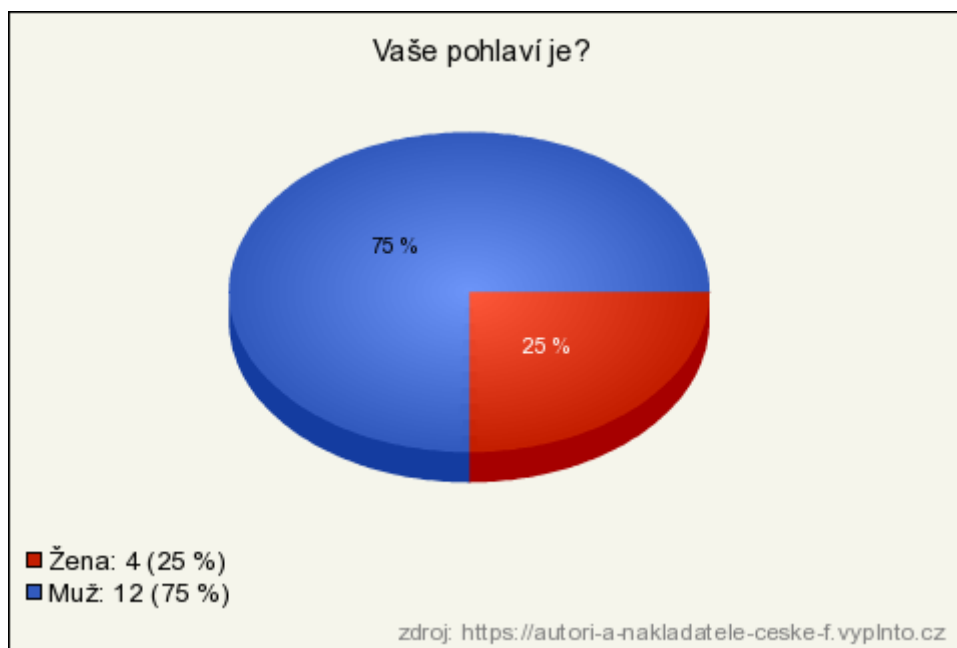
Nakladatelé tedy dbají na svou image, ale v jiných aktivitách, které by mohli autory motivovat se angažují jen velmi málo, většinou díky nedostatku času. To se ostatně pokusíme potvrdit dotazníkovým šetřením.

#### **4.4 Dotazníkové šetření**

Ke sběru dat od autorů i nakladatelů, jsme zvolili výzkumnou metodu dotazníkového šetření. Otázky dotazníku byly sestaveny na vyplnto.cz, byly rozčleněny pro nakladatele a autory, a jsou uvedeny níže. Dotazník byl neveřejný pro zajištění kontrolovatelného reprezentativního vzorku respondentů, nakladatelství o něm byla informována a sama ho přeposlala svým autorům. Veškeré odpovědi jsou tak anonymní. Většina otázek je polouzavřených, aby respondenti mohli poskytnout své doplňující odpovědi a jeho vyplnění netrvalo déle než pár minut.

Je třeba si uvědomit, že česká fantastická scéna není velká. Našlo by se u nás pár velmi dobrých autorů, kteří publikují stabilně, ale sotva bychom se dostali do dvouciferného počtu. Ostatní autoři jsou buď autoři začínající, nebo ti, kteří vydali jen pár titulů. V našem dotazníku tedy pracujeme se vzorkem 16 respondentů ze 7 nakladatelství. Oslovená nakladatelství – Fantom Print, Gorgona, Brokilon, Epoque, Albatros, Euromedia, Mytago.

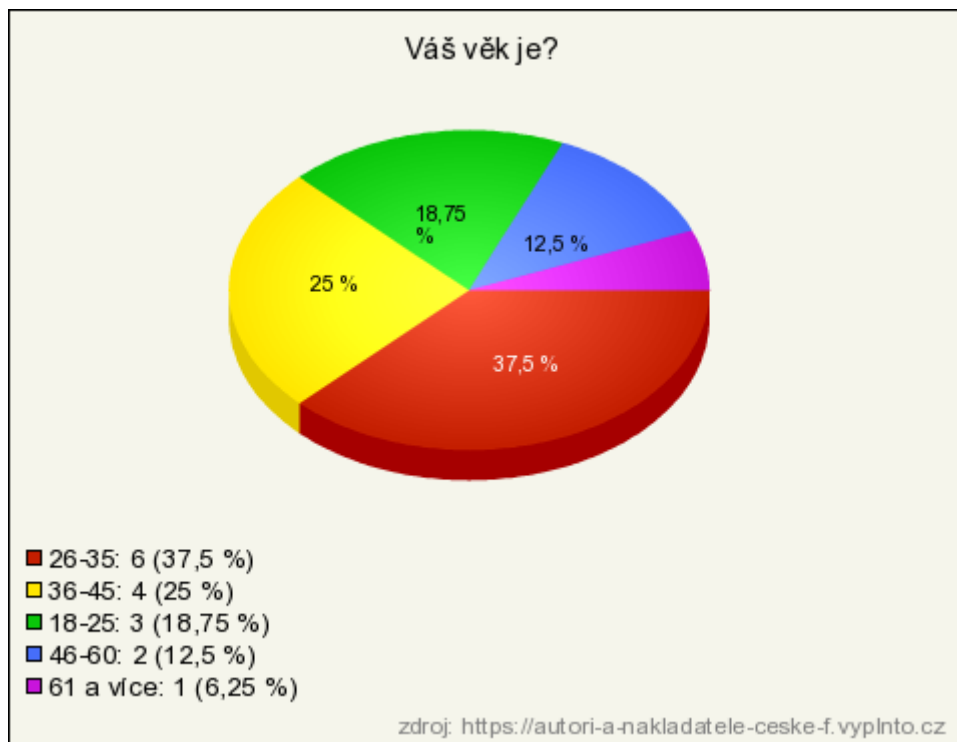
Otázka č.1:



**Graf 1 - Pohlaví**

Z odpovědi respondentů se dozvídáme, že na trhu fantastiky v ČR dominují ze 75 % mužští autoři. Poté co se z anglofonních zemí do ČR fantasy dostala, muži, kteří si ji oblíbili, byli zjizveni postojem tehdejší společnosti a začali být nazýváni nerdy/geeky a tvrdě odsuzováni za jejich lásku ke všem věcem s fantasy spojenými. Objevovaly se dokonce názvy jako fantasmagorie a podobné. Důvodem bylo to, že fantastika se tehdy zapsala do podvědomí lidí jako pokleslý žánr literatury, který přitahoval pozornost spíše nevyspělých čtenářů. Až v posledních letech ženy žánr stále více přijímají a výrazy jako nerd přestávají být považovány za hanlivé, ale spíše jsou ztotožňovány s jistými osobními postoji jedince. Procento ženských autorek by se tedy v budoucnu mohlo zvýšit.

Otázka č.2:



Graf 2 - věk

62,5 % ze všech dotázaných respondentů je ve věku mezi 26-45 lety. Ranná tvorba autorů slouží jako prostředek zlepšení jejich stylu psaní a je jen zřídka vydána. Proto autoři, kteří vydají knihu již v ranné dospělosti jsou spíše vzácní.

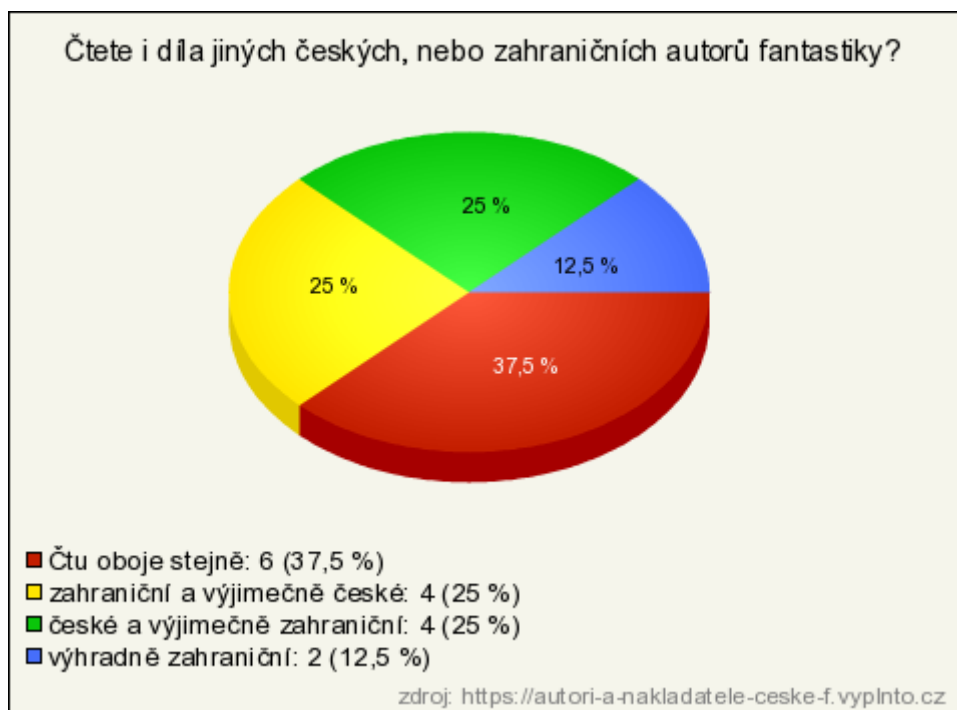
Otázka č.3:



Graf 3 - zaměření

Na třetí otázku odpovědělo 100 % respondentů, že píše fantasy. Několik z nich však má zkušenost i se psáním sci-fi, nebo hororů. Jak již bylo řečeno v kapitolách výše, kladný postoj autorů k fantasy je způsoben velkou barvitostí žánru a jednoduchostí jeho psaní oproti sci-fi a hororu.

Otázka č.4:



**Graf 4 - preference četby**

Odpověď na tuto otázku byla překvapující a dozvídáme se z ní, že i přesto že u nás většina fantastiky vychází překladová, čeští autoři literaturu zahraničních autorů při čtení nijak neupřednostňují. Zde bychom mohli usoudit, že se autoři snaží přiučit z umu svých českých konkurentů a čtou tedy jejich díla stejně, ač je jich méně, jako čtou díla zahraniční přeložená od překladatelů.

Otázka č.5:



**Graf 5 - úroveň kvality českých knih**

Předchozí výsledky potvrzují také to, že čeští autoři považují kvalitu české fantastiky za shodnou s tou zahraniční. Takto odpovědělo 50 % z nich a zbytek názorů se nepatrně přiklání na jednu nebo druhou stranu. Z této odpovědi můžeme soudit, že i když je český trh stále relativně malý, i přesto má obrovský potenciál a dokáže držet krok s úspěšnými díly ze zahraničí.

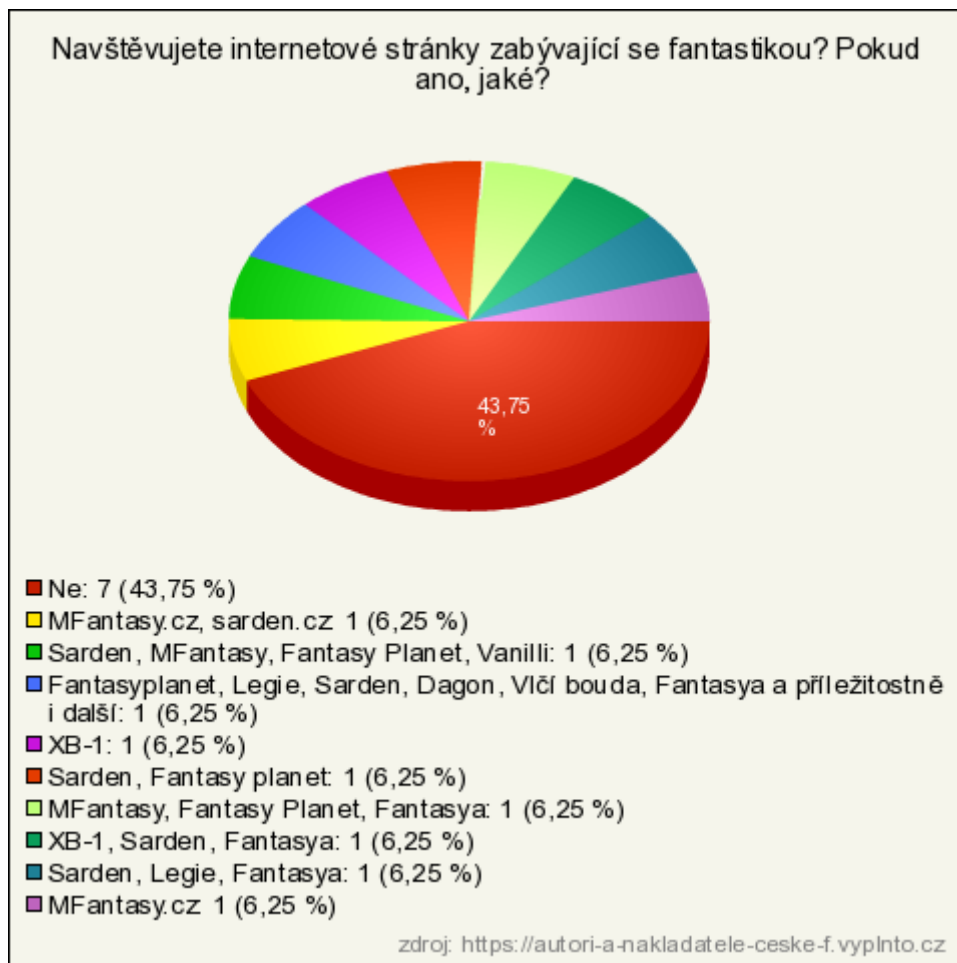
Otázka č.6:



**Graf 6 - odběr časopisů**

Výsledkem této otázky je, že 62,5 % autorů nemá zájem odebírat časopisy, které o fantastice publikují. Přes 30 % z nich však zmínilo, že čtou Časopis Pevnost. Pokud bychom se však chtěli zeptat, zda mají časopisy na autory nějaký motivační efekt, museli bychom říci, že pouze zanedbatelný a jsou pro autory spíše informační. Zmíněný časopis Pevnost kromě informací o knihách hovoří také o vycházejících filmech, komiksech, povídkách, hrách a mnohých dalších tématech fantastiky.

Otázka č.7:



**Graf 7 - návštěvnost stránek**

K velkému překvapení 43,75 % autorů stránky o fantastice nenavštěvuje vůbec. I v dnešní době internetu tyto stránky na autory nepůsobí tak atraktivně jak bychom předpokládali. Zbytek respondentů nejčastěji zmínil stránky MFantasy.cz, Sarden.cz, nebo Fantasyplanet.cz. Zde by mohlo autory motivovat vidět svou knihu propagovanou na takovýchto stránkách. Zajímavostí také je, že většina výše uvedených stránek nehovoří jen o klasické knižní fantastice, ale i komiksech, nebo fantastice filmové.

Otázka č.8:

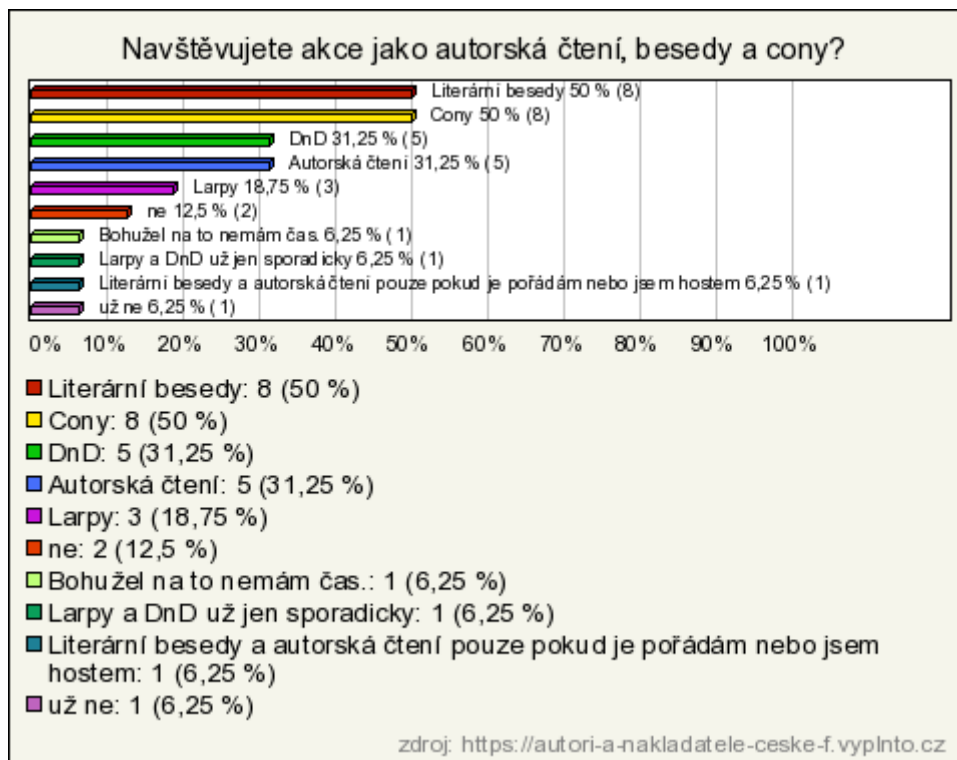


**Graf 8 – seznámení s nakladatelstvím**

Spousta autorů si vyhledala své nakladatelství na internetu, tedy 43 % z nich. Čtyři respondenti, 25 %, odpověděli, že jsou zároveň nakladateli a založili nakladatelství vlastní. Zbytku autorů buď nakladatelství doporučil jiný autor, nebo o něm získali povědomí v rámci literární soutěže.



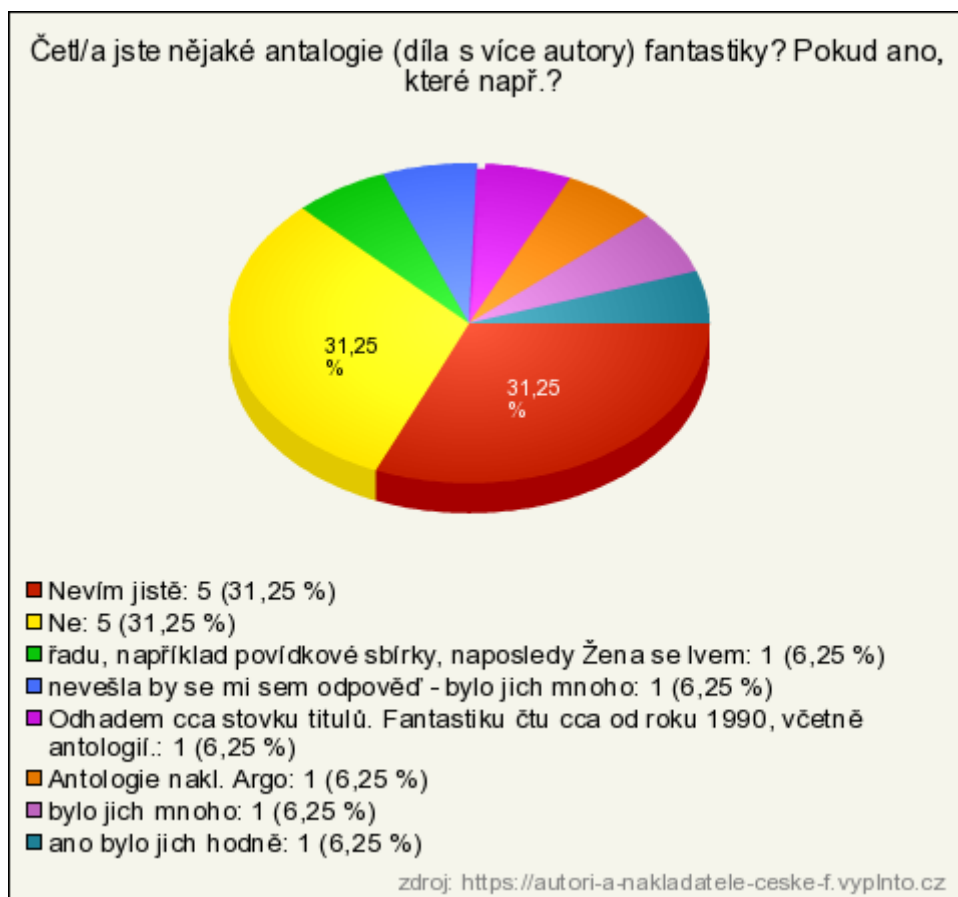
Otázka č.9:



**Graf 9 – návštěvnost akcí**

Zde respondenti mohli volit více odpovědí a dali nám tak přehled o tom, jaké aktivity jsou pro ně atraktivní. Z hlediska motivačních aktivit kolem fantastiky, literární besedy a Cony se zdají být navštěvovány 50 % všech dotázaných autorů. DnD a autorská čtení navštěvuje 31,25 % z nich. Larpy navštěvuje mizivých 18 % respondentů. Zbýlých 6 uvádí, že se z různých důvodů těchto akcí neúčastní.

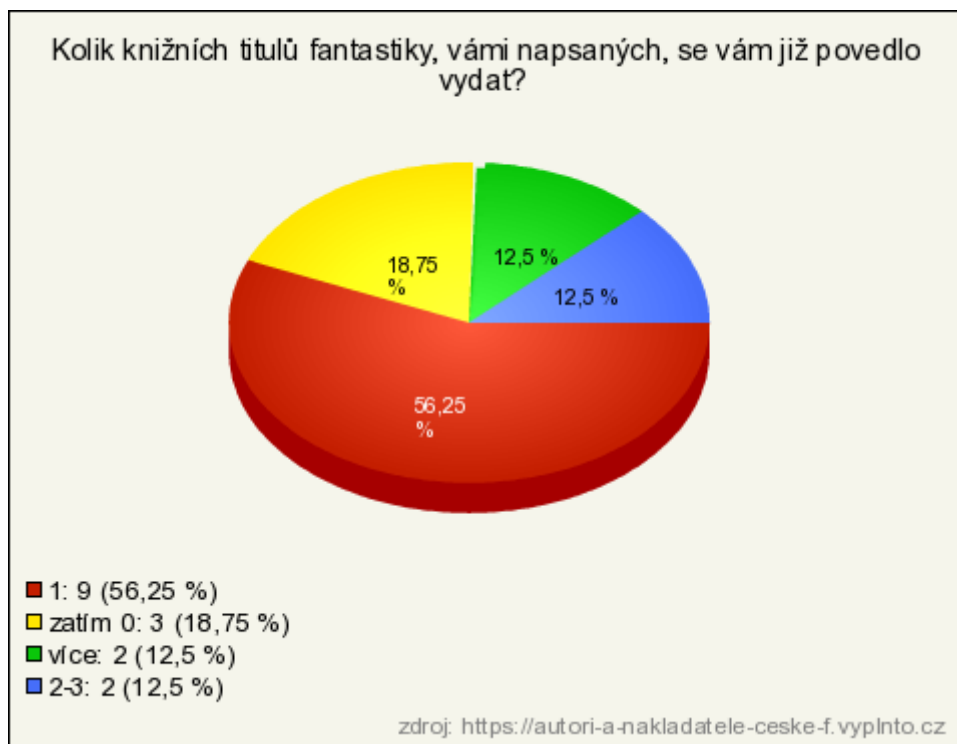
Otázka č.10:



**Graf 10 – povědomí o antologiích**

Autoři si tím, jestli dílo, které četli mělo více autorů nejsou jisti, 31,25 % z nich. Pouze 6 z nich, 37,5 % si této skutečnosti bylo vědomo, a to hned v celé řadě případů. Zbytek uvádí, že díla s více autory nečetl, ale zde může jít také o nevědomost a to, že respondent nečetl, kdo knihu napsal.

Otázka č.11:



**Graf 11 – množství vydaných titulů**

Koláčový graf nám utvrzuje předpoklad, že více než 70 % českých autorů jsou autoři začínající, mají vydáno teprve 1, 56,25 %, nebo zatím žádné dílo, 18,75 %. Zbýlých 25 % dotázaných autorů jsou autoři, kteří vydávají pravidelně.

Otázka č.12:



**Graf 12 – knižní pokračování**

Zjištění, že autoři u nás s fantastikou teprve začínají nám verifikuje i tento graf, který nám říká, že 4 z respondentů, kteří již vydali knih více opravdu vydali pokračování svých knih předchozích. Výsledek vypovídá také o faktu, že pro autory je příjemnější dále rozvíjet příběhy a budovat světy ze svých předchozích knih, než aby vymýšlely zcela nové.

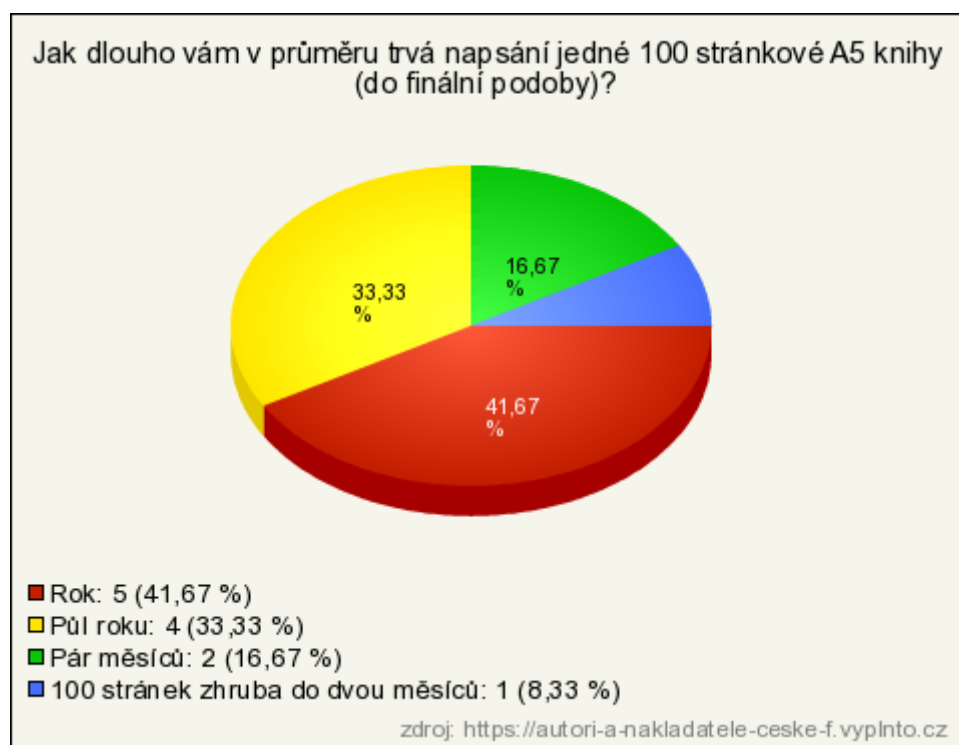
Otázka č.13:



**Graf 13 – výdělečnost sérií**

V této otázce se snažíme najít odpověď na hypotézu, že autoři, kteří vydají knižní pokračování se lépe prodávají. Z pohledu autorů se toto tvrzení nepotvrzuje, ale díky jejich malému počtu je vypovídací schopnost otázky poněkud omezena. Sérii knižních pokračování totiž vydalo pouze 25 % dotazovaných respondentů, kteří ve stejné míře 12,5 % zastávají názor, že ne anebo že výdělek ze sérií je stejný jako z knihy samostatné.

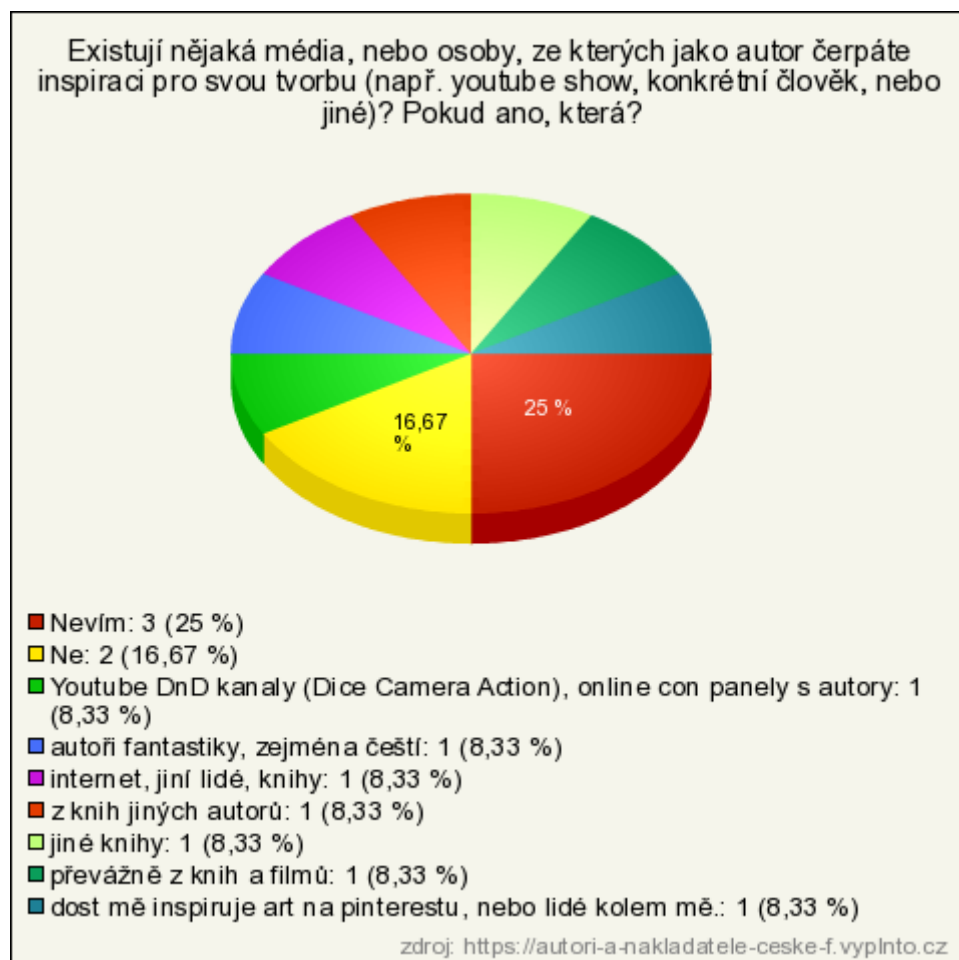
Otázka č.14:



**Graf 14 – čas na napsání**

Autoři potvrzují, že čas potřebný k napsání knihy se pro každého z nich liší. Jen několik málo z nich je schopných napsat sto stránkovou knihu dříve než za několik měsíců. Proces tvorby knihy je tedy velmi zdlouhavý. Už ve stádiu jejího psaní zabere rok, nebo i déle, což by znamenalo, že pokud nakladatelství bude využívat více motivačních prostředků, je zde velmi pravděpodobná možnost, že autor svou další knihu dokončí dříve a efektivněji díky aplikovaným stimulacím.

Otázka č.15:



**Graf 15 – inspirace pro tvorbu**

Otázka je zaměřená na zjištění, jak autoři zlepšují svou tvorbu. Co jim dává nové nápady a stimuluje je psát dál. Z tohoto hlediska se ukazuje že 60 % většina hledá inspiraci v dílech jiných autorů, nebo rozhovorů s nimi. 40 % z nich však buď neví, inspirují se jinde, nebo takovou inspiraci nehledají.

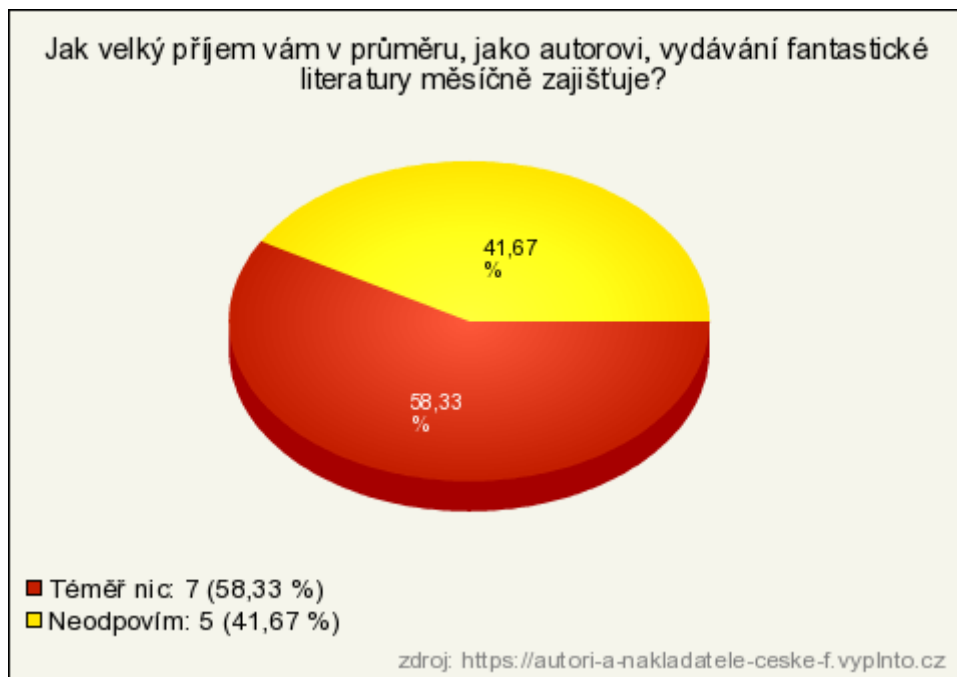
Otázka č.16:



**Graf 16 – motivace autorů**

Naprosto jednoznačná odpověď na tuto otázku nám říká, že nakladatelství své autory k tvorbě nijak nemotivují a autoři, 91,67 % z nich, necítí žádnou snahu nakladatelství další spolupráci zlepšovat.

Otázka č.17:



**Graf 17 - průměrný příjem autorů**

Dostáváme jasně najevo, že psaní fantastické literatury není nic, čím by se spisovatel stabilně uživil, ač si to řada nových autorů může myslet. Autoři uvedli, že si nevydělají téměř nic, 58,33 %, nebo se odpovědi úplně vyhýbali 41,67 %.

Otázka č.18:



**Graf 18 – rozdělení nakladatelů**

Díky předchozím odpovědím z otázky a grafu číslo 8 a odpovědím na tuto otázku víme, že 25 % dotazovaných autorů jsou zároveň nakladatelé, což se v této otázce potvrdilo.



Otázka č.19:



**Graf 19 – finanční zdroje na fantastiku**

75 %, tedy 3 nakladatelé vydávají více než 70 % svých finančních prostředků na fantastiku. Jedná se tedy o nakladatelství na fantastiku specializovaná. U čtvrtého nakladatele se poté jedná o 21-30 % jeho vydání.

Otázka č.20:

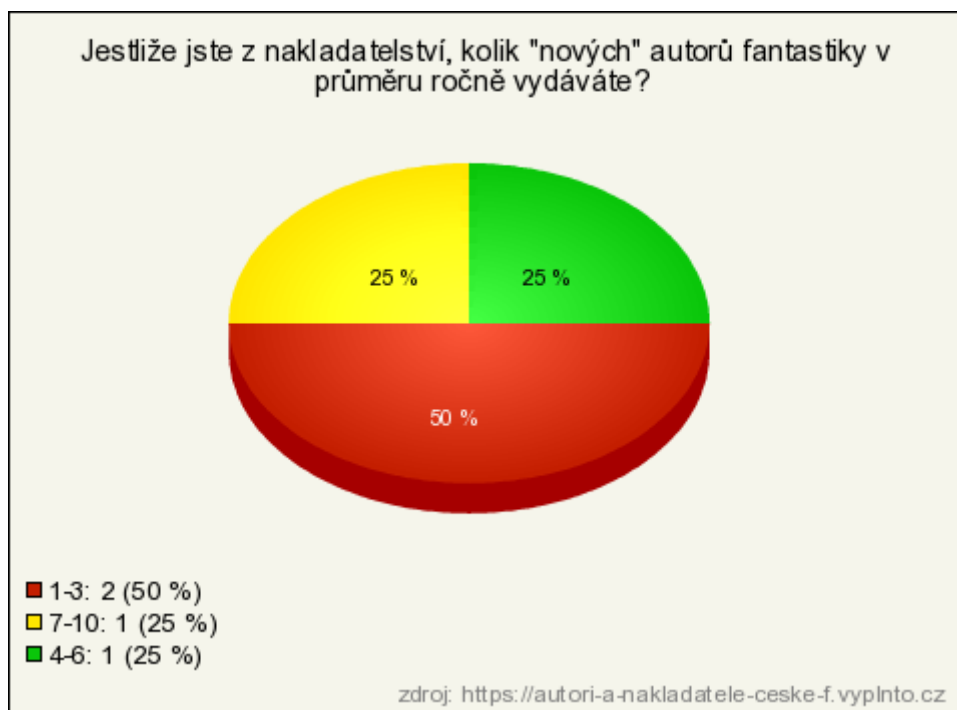


**Graf 20 – počet vydaných titulů fantastiky**

Otázka nám měla zodpovědět, kolik fantastických knih bývá v ČR vydáváno ročně jedním nakladatelstvím. Jelikož se však u dotazovaných nakladatelů jedná o nakladatelství specializovaná na fantastiku, všechna dotazovaná nakladatelství odpověděla, že vydávají

více než 10 fantastických knih ročně a vezmeme-li v úvahu i překladovou tvorbu, můžeme předpokládat, že toto číslo pro ta specializovaná nakladatelství bude několikanásobně větší.

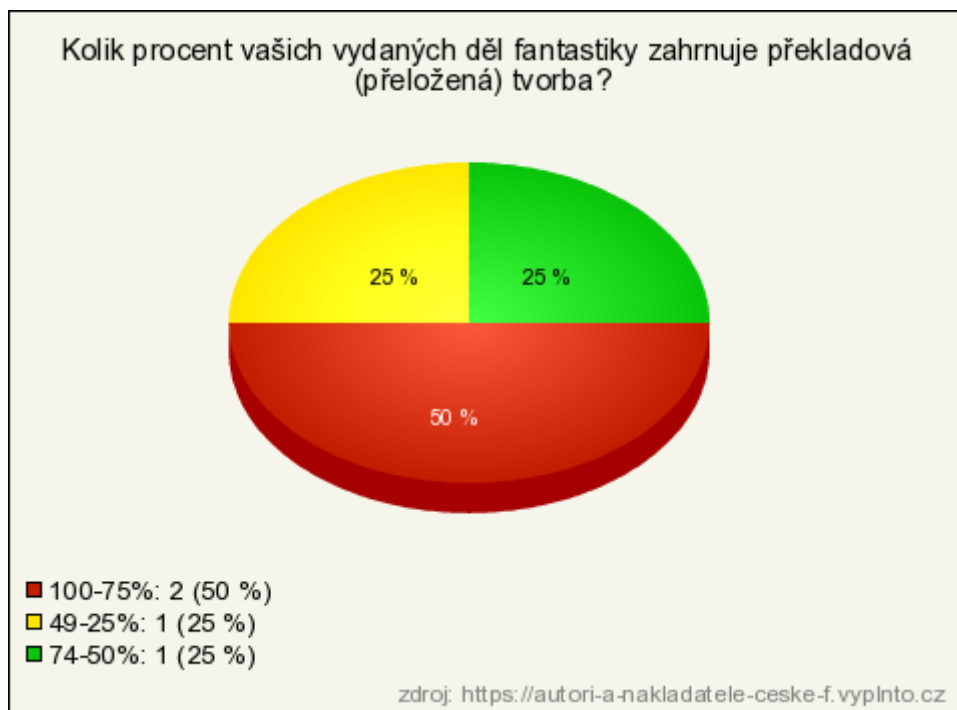
Otázka č.21:



**Graf 21 – roční počet nově vydaných autorů**

V této otázce záleží hodně na velikosti nakladatelství. Proto můžeme vidět, že i jejich odpovědi se liší. 50 % odpovědělo, že vydává 1-3 nové autory, což naznačuje, že se zde jedná o nakladatelství malá, nebo nespécializovaná na fantastiku. U ostatních již vidíme, že nakladatelství jsou většího rázu se specializací na daný žánr.

Otázka č.22:



**Graf 22 – procento překladové tvorby**

U 50 % nakladatelů tvoří překladová tvorba více než 75-100 % celého jejich portfolia. U ostatních dvou je to pak mezi 25-49 % a 50-74 %. Na této odpovědi je vidět obrovské zastoupení zahraničních autorů na českém trhu fantastiky.

Otázka č.23:



**Graf 23 – příjmy nakladatelství**

Nakladatelé bohužel nechtěli na tuto otázku odpovědět.

## 5 Výsledky a diskuse

Trh fantastiky, úzce rozdělený na fantasy, sci-fi a horor, bude obtížné analyzovat jako celek. Jednotlivá díla a žánry mají značnou míru subjektivity, ale i přesto můžeme najít několik společných vlastností, které působí na autory daného žánru. Proces vydávání literárních děl je téměř identický u všech nakladatelství. Dílo samotné se často opírá o sociální normy, promítá osobní postoje autora, jeho motivace a představitost. Porozumění tomu, co autora motivuje, i pro něj samotného, nejen pro nakladatele, bývá polovina úspěchu. Analýza je zaměřena na odhalení společných charakteristik u motivačních procesů a jevů spojených s vydáváním knih.

Začínající autoři bývají často více motivováni k psaní fantasy či hororu proto, že oproti sci-fi nepotřebují přemíru technologických znalostí. Ve sci-fi autor musí mít jistou hladinu vědomostí fyziky, chemie, matematiky, astronomie a jim příbuzných disciplín, kdežto pro psaní fantasy nic takového není požadováno.

Díky syntéze informací z hloubkového rozhovoru a dotazníkového šetření víme, že existuje vzájemná souvislost mezi motivací autora a mírou úspěchu jeho knih, ale také to, že nakladatelství se o tuto stránku obchodu v převážné většině nestará. Finanční motivace je příliš nevýznamná a nakladatelství si často lámou hlavu, jak jinak autory podpořit k další tvorbě. Pokusíme se tedy interpretovat zjištěné výsledky a navrhnout několik variant, jak toto vyřešit.

Srovnáváme, jak se různí autoři chovají na současném trhu fantastiky a na základě takového srovnávání pak vyvozujeme závěry o procesu vydávání. Předpokladem takové komparace je přesnost předešlých výzkumných metod. Komparace pro nás je hlavní metodou hodnocení, kterou využíváme jak při získávání poznatků, tak při jejich zpracování.

### 5.1 Zhodnocení a doporučení

Ted' když nám dotazníkové šetření a hloubkový rozhovor poskytl popis dané problematiky, pojďme se zaměřit na to, jakých motivačních prostředků by mohli nakladatelé využívat, aby lépe stimulovali fantazii a představitost svých autorů.

Ačkoliv je nových autorů fantastiky relativně hodně, ne všichni dostanou šanci k vydání svých knih. Nakladatelé musí přečíst ohromné množství jejich tvorby a patřičně posoudit její potenciál, což jim dává jen velmi málo prostoru pro aplikaci motivačních

strategií na autory, kteří se již osvědčili dříve. Nových děl je prostě příliš mnoho a konkurence mezi autory fantastiky je obrovská. Pro nakladatele by přitom mohlo být velmi výhodné zaměřit se na motivaci autorů, kteří kvalitně píšou a již si vydobyli nějaké renomé.

Z průzkumu vyplynulo, že nakladatelé se snaží dávat svým autorům rady, jak psát lépe a ojedinele jim podávají informace o aktivitách spojených s jejich žánrem, ale jejich stimulaci k lepším výkonům velmi zanedbávají. K tomuto účelu by však mohli velmi dobře posloužit aktivity, které k nám přišli především ze Spojených Států Amerických, kde se stali velmi populárními.

Zhodnotit atraktivitu trhu fantastiky, vzhledem k získaným datům, bychom tedy mohli následovně. I když dětská, nebo historická tvorba přináší autorům mnohem zajímavější honoráře, trh fantastiky v posledních letech velmi vzrostl, čímž v podstatě ztížil vstup nových autorů do odvětví. Pro autory samotné je to jistě špatná zpráva, neboť jejich šance na vydání se výrazně zmenšily. To ale znamená, že nakladatelé mají větší výběr potenciálních autorů, se kterými by mohli uzavřít smlouvu. Můžeme pouze doufat, že díky tomu uvidíme více kvalitních fantastických knih.

Ověření hypotézy 1: *Finanční síla nakladatelství ovlivňuje schopnost brát nové autory a vydávat zahraniční překlady?* Tuto hypotézu ze získaných dat bohužel nebylo možné verifikovat. Nakladatelé svorně odmítli uveřejnit jakákoliv číselná data. Z toho důvodu, že zveřejnit taková data by podle nich byl zlatý grál pro konkurenci. Poskytnutí dat by však mohlo výrazně přispět pro budoucí výzkumy.

Ověření hypotézy 2: *Autor, který vydává více knižních pokračování se prodává lépe než autor, který vydává samostatná díla?* Zamítáme hypotézu. Ačkoliv výpověď nakladatelů hypotézu potvrzovala, ze strany autorů se nám ukazuje, že tomu tak není. Autor vydáním knižního pokračování neobdrží o nic větší honorář, než kdyby psal dílo nové, nebo dílo z jiného žánru. Autoři dokonce uvedli, že jejich honoráře jsou naprosto mizivé a rozhodně se psaním fantastiky za současných podmínek neužívají.

Ověření hypotézy 3: *Nakladatelé i autoři využívají nástrojů motivace ke zvýšení svých zisků?* Jednoznačně zamítáme hypotézu. Konkurence mezi autory fantastiky natolik vzrostla, že nakladatelé nemají potřebu je motivovat k další spolupráci. Prostě autora nahradí jiným, o kterém si myslí, že má větší komerční potenciál.

Ověření hypotézy 4: *Autoři čerpají inspiraci v úspěšných knižních, filmových a herních titulech, nebo přímo od jiných spisovatelů?* Hypotézu potvrzujeme. Autoři čerpají

inspiraci především z děl svých konkurentů, ale velmi častou odpovědí bylo také z rozhovorů s již vyhlášenými autory a ojedinele z jiných médií která je obklopují.

### **5.1.1 Dungeons and Dragons**

S výrazným stimulem v žánru fantasy přišla americká společnost Wizards of the Coast a její stolní roleplaying fantasy hra na hrdiny Dungeons and Dragons, která je zdrojem inspirace pro mnoho dnešních fantasy knih a značně sumarizuje objekty fantasy žánru, a to především z pohledu monster a ras. Všichni určitě víme, co je to elf, trpaslík, ale i upír, minotaur, nebo démon.

Dungeons and Dragons, DnD, nebo česky Dračí Doupe, poprvé vydáno v roce 1974 Garym Gygaxem, je první fantasy roleplay hra, patřící do žánru heroic fantasy, ve které hráči jsou fiktivní postavy příběhu vyprávěného vypravěčem. Jádrem DnD je vyprávění, ve kterém vypravěč (Dungeon Master, DM) a hráči společně vytvářejí příběh hrdinů pohybujících se ve světě fantasy, založeném na novelách fantasy autorů. Hráči mohou prožívat tato dobrodružství za záhadami, monstry a poklady nejen ve své představivosti, ale v mnoha těchto hrách jsou používány typické rekvizity podobně jako u tradičních stolních her. Mapy, miniatury monster, polyhedrální hrací kostky a listy postav, které popisují jejich schopnosti. Dungeons and Dragons je velkou inspirací pro mnoho literárních autorů a v současnosti i filmařů.

Využití této hry v rámci stimulace autorů, by autorům mohlo vnuknout nové nápady a urychlit tak tvorbu jejich dalších knih prostřednictvím zábavné volnočasové aktivity.

### **5.1.2 Larpy, Cony a literární besedy**

Larping se v kruzích fanoušků fantastiky již rozmáhá několik let. Jedná se o takzvaný live action role play, kdy lidé hereckým způsobem ztvárňují činy smyšlených postav, používají přitom reálné kostýmy a rekvizity, a usilují o splnění cílů fiktivního světa ve světě skutečném. Larp přináší zábavnou sociální interakci a svým účastníkům přináší možnost doslova žít v kůži svých postav.

Hodí se tedy spíše pro autory, kteří se ve svých dílech zaměřují na psychologii postav a prostřednictvím této aktivity by si mohli zdokonalit svou tvorbu.

Cony (z anglického convention) jsou setkání fanoušků určitého objektu fantastiky. Může se jednat o fanoušky televizního seriálu, počítačové hry, spisovatele, nebo jiné

zábavy. Jedná se zpravidla o vícedenní akce, zahrnující různé přednášky, cosplay (kostýmové a hrané nápodoby postav), nebo soutěže. Příkladem v ČR je Festival fantazie.

Cony jsou perfektním místem, kde se může autor pochlubit svou tvorbou, setkat se s fanoušky podobného smýšlení a získat tak motivaci pokračovat dál.

V neposlední řadě je zde možnost se zúčastnit literárních besed, kde autor odpovídá na dotazy ohledně své práce a knih, nabízí prodej knih se slevou a také autogramy.

Ať už autor autogramy dává, nebo přijímá, literární beseda je skvělým místem jak se dozvědět více o tom, jak psát lépe. Pořádáním besed by nakladatelství podpořilo osobní rozvoj autora a zároveň se samo propagovalo před mnoha fanoušky či budoucími autory.

### **5.1.3 Literární Soutěže**

Mnoho českých nakladatelství vyhlašuje literární soutěže, kam mohou začínající autoři poslat své práce. Ty jsou pak vyhodnoceny a s těmi nejlepšími autory nakladatelství dále plánuje vydávání. Některé soutěže mohou dokonce nabízet kvalitní redakční služby talentovaným autorům, čímž jim pomáhají se v psaní zlepšit a dávají jim cenné typy od odborníků, kteří buď samy píší, nebo se v branži již dlouho pohybují.

Být vydán je pro českého autora ta největší motivace. Pro nakladatelství je pak motivace udělat si přehled o začínajících autorech a vydělat na prodeji jejich antologie.

### **5.1.4 Motivační program**

Nakladatelé hovoří o tom, že fantastika, a především žánr fantasy, je na vzestupu. Měli by tedy efektivněji pracovat s motivací autorů a zkusit pořádat pro své autory nejen výukové, ale i motivační akce uvedené výše. Mohli by tak podpořit jejich chuť psát, vnuknout jim nové nápady, nebo tím posílit jejich loajalitu k nakladatelství.

V současnosti je ve většině případů přenechána organizace takových akcí třetím stranám, které následně pořádají literární besedy a další podobné akce například v prostorách škol, knihovnách, nebo jiných veřejných budovách. Přitom v minulosti, před nástupem komunismu tomu opravdu bylo tak, že se nakladatelé o motivaci svých autorů starali sami. Zdá se, že se na motivační aktivity poněkud zapomnělo.

Zavedení jednoduchého motivačního programu, kdy by například nakladatelstvím odměnění autoři, kteří dosáhli stanovené úrovně úspěchu a přinesli nakladatelství zisk, byly odměnění zprostředkovanou schůzkou s podobně úspěšnými autory a možností zúčastnit se jedné z výše uvedených motivačních akcí pořádaných jejich nakladatelstvím,

by značně zvýšilo danému nakladatelství prestiž v rámci domácího trhu. Přičemž samozřejmě nemusíme vylučovat spolupráci několika nakladatelství dohromady v rámci takové akce.

Účelem takových motivačních programů většinou bývá stimulace obousměrných vztahů mezi nakladateli a autory, s cílem zvýšit kvalitu daného žánru v ČR, utužení vztahů a získání efektivní zpětné vazby.

Nejčastěji takto pořádané akce v ČR jsou právě literární besedy. Autoři si tak samy zvyšují prestiž a vědomí čtenářů o svých knihách. Agent přitom domluví besedu za ně a má z jejího pořádání peníze, aniž by autorův nakladatel byl do procesu začleněn. Na besedách má tak autor možnost představit se, říct bližší informace o svojí knize a zodpovědět dotazy které k němu čtenáři vnesou. Často pak pořádá autogramiádu, přímo na místě některé své knihy prodává, a hlavně mluví o tom, jak knihy psát.

Doporučením pro nakladatelství je, aby více využívali těchto prostředků motivace. Ať už se jedná o DnD, Cony, Larpy, literární soutěže, nebo besedy. Pořádání, nebo sponzorování takových akcí, byť jenom jako prostředku propagace, je k nezaplacení. Nejen že zaujmou potenciální čtenáře svých autorů, ale zároveň přilákají autory nové, své autory motivují ke kvalitnější tvorbě a tím vyzdvihnou celý žánr české fantastiky.

Oproti tomu recenze a propagace nakladatelství, nebo děl autorů v časopisech a na internetových stránkách o fantastice, mají jen velmi malý dopad na motivaci autorů, a i když tato média přinášejí zajímavé informace o žánru, z dotazníku víme, že jejich využití pro nakladatelství je čím dál více omezeno nezájmem autorů tyto zdroje vyhledávat.

Velkou motivací se může pro autory stát možnost publikovat své knihy v zahraničí. S odkazem na hloubkové rozhovory od nakladatelů však víme, že takové vydání je velmi nadstandartní, protože domácí nakladatel z něj neprofituje, snad kromě malého podílu na autorově licenci, a je spíše demotivován takové vydání autorovi dojednat.



## 6 Závěr

V bakalářské práci byly definovány a vysvětleny teoretické základy z oblasti vydávání fantastiky. Víme, jak se fantastika odlišuje od fantasy, dozvěděli jsme se, jak motivace a postoje autora ovlivňují jeho pracovní výkon a jak tyto motivace mohou být rozvíjeny stimuly. Ve vztahu k autorům jsme hovořili o Maslowově pyramidě potřeb a potřebách vyššího řádu a poté jsme podali teoretické informace ohledně finančního ohodnocení autorů.

V praktické části jsme se poté zaměřili na aplikaci informací zjištěných pomocí hloubkových rozhovorů s nakladateli a dotazníkového šetření.

Nakladatelé jsou motivováni přívalem nových, talentovaných autorů vydávat více. Díky tomu, že trh fantastiky expanduje, se nemusí s konkurencí tolik o autory přetahovat. Přibývá jim však práce se selektováním autorů, kteří mají dobrý styl psaní a velký finanční potenciál. Hlavní motivací nakladatelů tedy stále je komerční potenciál, ale stále více se u nich začíná objevovat i zájem na zkvalitnění literárního žánru fantastiky.

Oproti tomu motivace autorů fantastiku vydávat, by klesala, nebýt vyvažovanou vznikem nových stimulů obklopujících žánr, a to at' už filmových, knižních, či herních.

Nakladatelé, kterým záleží na rozvoji kvality fantastiky, úspěchu nakladatelství, nebo budování image, by se tak mohli vrátit k dobám, kdy nakladatelství sama pořádala literární besedy a podobné akce v pravidelných intervalech, aby dodala svým autorům patřičnou motivaci a zpětnou vazbu. V dnešní době by k tomu mohla nakladatelství využít nových stimulů, tedy akcí zaměřených na rozvoj kreativity, a celý motivační proces tak značně inovovat.

Tato práce by mohla posloužit jako odrazový můstek pro budoucí výzkumy zabývající se fantastikou, či tvorbou business modelu nakladatelství. Zároveň výzkumy a práce, které se soustředí na analýzu chování autorů, nebo zájmu o literaturu, také najdou v práci mnohá zajímavá zjištění, na kterých může být v budoucnu stavěno.

## 7 Seznam použitých zdrojů

### 7.1 Seznam literatury

ADAMOVIC, I. *O pojmu „fantasy“*. Ikarie, 1990. č. 2, s. 48.

ARMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy: 10. vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1407-3.

BEDRNOVÁ, E. a NOVÝ, I. *Psychologie a sociologie v řízení firmy*. 1. vydání. Praha: Prospektum, 1994. 411 s. ISBN 80-7175-010-7.

BUCHTOVÁ, B. *Člověk – psychosomatická bytost*. 3. vydání Brno: MU Brno, 2003. 231 s. ISBN 80-210-2730-4.

CLUTE, J. *Narativní model fantasy*. Ikarie, 1996. č. 5, s. 55.

DĚDINOVÁ T. *Fantasy literature in the czech context as a challenge to literary studies (article) (Fantastická literatura v českém kontextu jako výzva literární vědě)*, Volume 63, Issue 2, 2015, Pages 183-211.

LANGER, A. *Průvodce paralelními světy*. Praha: Triton, 2006. s. 13.

MACEK, J. *Fandom a text*. Praha: Triton, 2006. s. 18.

MOCNÁ, D., PETERKA, J., *Encyklopedie literárních žánrů*, Praha: Paseka, 2004. s. 186.

NAKONEČNÝ, M. *Motivace pracovního jednání*. 1. vydání. Praha: Management Press, 1992. 258 s. ISBN 80-85603-01-2.

NAKONEČNÝ, M. *Psychologie osobnosti*. 2. vyd. Praha: Academia, 1998. 336 s. ISBN 80-200-0628-1.

NÜNNING, A. *Lexikon teorie literatury a kultury. 1. vyd.* Brno: Host, 2006. 912 s. ISBN 80-7294-170-4.

PROVAZNÍK, V. a KOMÁRKOVÁ, R. *Motivace pracovního jednání. 1. vydání.* Praha: VŠE Praha, Fakulta podnikohospodářská, 1996. 210 s. ISBN 80-7079-283-3.

## 7.2 Seznam obrázků

Obrázek 1 - Maslowova pyramida potřeb (Zdroj: <https://publi.cz/books/171/04.html>).....19

## 7.3 Seznam tabulek

## 7.4 Seznam grafů

Graf 1 - Pohlaví.....	26
Graf 2 - věk .....	27
Graf 3 - zaměření .....	27
Graf 4 - preference četby .....	28
Graf 5 - úroveň kvality českých knih.....	29
Graf 6 - odběr časopisů .....	30
Graf 7 - návštěvnost stránek .....	31
Graf 8 – seznámení s nakladatelstvím .....	32
Graf 9 – návštěvnost akcí.....	33
Graf 10 – povědomí o antologiích .....	34
Graf 11 – množství vydaných titulů .....	35
Graf 12 – knižní pokračování .....	35
Graf 13 – výdělečnost sérií .....	36
Graf 14 – čas na napsání .....	37
Graf 15 – inspirace pro tvorbu .....	38
Graf 16 – motivace autorů .....	39
Graf 17 - průměrný příjem autorů.....	39
Graf 18 – rozdělení nakladatelů.....	40
Graf 19 – finanční zdroje na fantastiku .....	41
Graf 20 – počet vydaných titulů fantastiky.....	41
Graf 21 – roční počet nově vydaných autorů.....	42
Graf 22 – procento překladové tvorby .....	43
Graf 23 – příjmy nakladatelství .....	43

## 8 Přílohy

### 8.1 Otázky pro rozhovor

1. Jak se fantastické knihy prodávají?

2. Podporujete anebo budete podporovat vydání knih v zahraničí a naopak?
3. Kolik máte autorů z ČR a kolik z ciziny (kolik překladů)?
4. Podporujete vydání online knih?
5. Jak vybíráte autory, co musí splňovat a co vás nejvíc motivuje k takovému výběru?
6. Kdo jsou vlastníci nakladatelství v ČR?
7. Jak je autor motivován, aby si vybral dané nakladatelství?

## 8.2 Dotazník

### Otázka č.1: Vaše pohlaví je?

- Muž
- Žena

### Otázka č.2: Váš věk je?

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-60
- 61 a více

### Otázka č.3: Na jaké odvětví fantastiky se jako autor/ka specializujete?

- Fantasy
- Sci-fi
- Horor

### Otázka č.4: Čtete i díla jiných českých, nebo zahraničních autorů fantastiky?

- Výhradně české
- české a výjimečně zahraniční
- Čtu oboje stejně
- zahraniční a výjimečně české
- výhradně zahraniční
- Jiná nečtu

### Otázka č.5: Jak hodnotíte kvalitu české fantastiky proti té světové? Česká je...

- Výrazně lepší
- Mírně lepší
- Na stejné úrovni
- Mírně horší
- Výrazně horší

### Otázka č.6: Čtete nebo odebíráte nějaký časopis zabývající se fantastikou?

- Ano (který?)

- Ne

**Otázka č.7: Navštěvujete internetové stránky zabývající se fantastikou?**

- Ano (který)
- Ne

**Otázka č.8: Jak jste se dozvěděl/a o svém nakladatelství?**

- Na internetu
- Od jiných autorů
- V časopise
- V rámci literární soutěže
- Sám založil. Jsem nakladatel/ka
- Jinak (uveďte)

**Otázka č.9: Navštěvujete akce jako autorská čtení, besedy a cony?**

- Autorská čtení
- Literární besedy
- Cony
- Larpy
- DnD

**Otázka č.10: Četl/a jste nějaké antologie (díla s více autory) fantastiky? Pokud ano, které např.?**

- Ano (které)
- Nevím jistě
- Ne

**Otázka č.11: Kolik knižních titulů fantastiky, vámi napsaných, se vám již povedlo vydat?**

- zatím 0
- 1
- 2-3
- 4-5
- více

**Otázka č.12: Byly některé vaše vydané knihy pokračování vašich předchozích titulů?**

- Ano většina
- Ano ale jen pár
- Ne

**Otázka č.13: Vydělal/a jste si vydáním pokračující knihy série více, než vydáním knihy nové?**

- Ano
- Je to stejné
- Ne
- Nevím

**Otázka č.14: Jak dlouho vám v průměru trvá napsání jedné 100 stránkové a5 knihy (do finální podoby)?**

- Několik týdnů
- Pár měsíců
- Půl roku
- Rok
- Déle
- Jiné

**Otázka č.15: Existují nějaká média, nebo osoby, ze kterých jako autor čerpáte inspiraci pro svou tvorbu (např. youtube show, konkrétní člověk, nebo jiné)?**

- Ano (která)
- Nevím
- Ne

**Otázka č.16: Zaznamenal/a jste ze strany nakladatelství snahu motivovat vás k další spolupráci? Pokud ano, jak?**

- Ano (jak)
- Ne

**Otázka č.17: Jak velký příjem vám v průměru, jako autorovi, vydávání fantastické literatury měsíčně zajišťuje?**

- Téměř nic
- 1000-5000 Kč
- 5000-10000 Kč
- 10000-15000 Kč
- 15000-20000 Kč
- Více
- Neodpovím

**Otázka č.18: Jste majitelem, spolu-majitelem, nebo zaměstnancem nakladatelství?**

- Ano

- Ne

**Otázka č.19: Jestliže jste z nakladatelství, jaké množství finančních prostředků vydáváte na fantastiku?**

- 0-10%
- 11-20%
- 21-30%
- 31-40%
- 41-50%
- 51-60%
- 61-70%
- více

**Otázka č.20: Kolik knižních titulů fantastiky jako nakladatelství vydáváte ročně?**

- Žádné
- 1-3
- 4-6
- 7-10
- více

**Otázka č.21: Jestliže jste z nakladatelství, kolik nových autorů fantastiky v průměru ročně vydáváte?**

- Žádné
- 1-3
- 4-6
- 7-10
- více

**Otázka č.22: Kolik procent vašich vydaných děl fantastiky zahrnuje překladová (přeložená) tvorba?**

- 100-75%
- 74-50%
- 49-25%
- 24-0%

**Otázka č.23: Jak velký příjem vám, jako nakladateli, vydávání fantastiky zhruba měsíčně přináší?**

- Téměř nic
- 5000-15000 Kč

- 15000-25000 Kč
- 25000-35000 Kč
- 35000-45000 Kč
- Více
- Neodpovím