

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

Bakalářské prezenční studium
2009 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Veronika Valentová

Prezentování činnosti vybraných nakladatelství a jejich
srovnání

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce:
PhDr. Olga Nytrová

COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Full-Time Studies
2009 - 2012

BACHELOR THESIS

Veronika Valentová

Presentation of the activities of selected publishers and
their comparison

Prague 2012

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
PhDr. Olga Nytrová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V..... dne

Jméno autorky

Vlastnoruční podpis

Poděkování

Chtěla bych poděkovat především vedoucí bakalářské práce PhDr. Olze Nytrové za její podněty, odborné rady a konstruktivní připomínky.

Dále bych chtěla poděkovat publicistovi a spisovateli Václavu Tikovskému, za pomoc při přípravě rozhovorů a za jeho odborné rady. Mé díky patří také Mgr. Zuzaně Havelkové a PhDr. Janu Wittbergerovi za velmi podrobnou korekturu mé práce.

Poděkování také náleží respondentům, kteří ochotně spolupracovali a poskytli tak cenné myšlenky pro tuto práci.

Děkuji i pedagogům UJAK, kteří rozšiřovali mé obzory a pomohli mi při orientaci ve studiu.

Anotace

Autorka bakalářské práce se zabývá pohledem na fungování tří vybraných nakladatelství. Klade si za cíl nashromáždit o nich maximum informací a následně provést jejich srovnání. V úvodní kapitole teoretické části je charakterizována kniha. Je na ni nahlíženo z různých úhlů pohledu od jejího historického vzniku, až po filosofické pojetí. Druhá kapitola je vymezena pojmem knižní trh, kdy prioritou je uvedení do problematiky českého knižního trhu. Hlavní kapitola teoretické části nese název nakladatelství. Autorka práce podrobně rozebírá celé fungování nakladatelství. V praktické části je snaha o nashromáždění co největšího množství informací k vybraným nakladatelstvím. K získávání informací bylo použito metody rozhovorů s předními představiteli těchto nakladatelství.

Klíčové pojmy

Epocha, elektronická kniha, Grada Publishing, kniha, knižní distribuce, knižní trh, nakladatel, nakladatelství, Mladá fronta, redaktor

Annotation

The author of the bachelor work present an operation of the three selected publishers. It aims to gather maximum information about the selected publishers and then compare them. In the introductory theoretical part is characterized the book. Second part provides information about the book market, where the main priority is the introduction into the problems of the Czech book market. The main theoretical part is about the publishing business. The information retrieval method was used interviews with leading representatives of the publishers.

Key words

Epocha, e-book, Grada Publishing, book, book distribution, book market, publisher, Mlada fronta, redactor

OBSAH

ÚVOD.....	8
TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1. KNIHA JE BRÁNA DO DUŠE.....	10
1.1. Kniha a její funkce.....	10
1.2. K čemu je kniha dobrá?.....	13
1.3. Kde se vzala kniha?.....	14
1.3.1. Knihtisk před Gutenbergem.....	16
1.3.2. Knihtisk jako řemeslo.....	17
2. KNIŽNÍ TRH.....	19
2.1. Knižní trh.....	19
2.2. Knižní trh a stát.....	21
2.3. Český knižní trh.....	24
2.3.1. Sazba DPH u knih.....	25
2.3.2. Sociologie knižního prodeje.....	27
2.4. Produkce českých knih.....	28
2.4.1. Mezinárodní registrační systémy.....	29
2.5. Elektronické knihy.....	33
2.6. Vybrané pojmy z knižního světa.....	36
2.7. Soutěže a ocenění v knižním světě.....	38
3. NAKLADATELSTVÍ.....	42
3.1. Nakladatel.....	42
3.2. Cíl nakladatelů.....	44
3.3. Funkce a role nakladatelství.....	44
3.4. Nakladatelství v číslech.....	46
3.5. Jaký je rozdíl mezi nakladatelstvím a vydavatelstvím.....	49
3.6. Činnost nakladatele.....	50
3.7. Personální složení nakladatelství.....	52
PRAKTICKÁ ČÁST.....	55
4. SROVNÁNÍ VYBRANÝCH NAKLADATELSTVÍ.....	55
4.1. Epocha.....	55
4.2. Grada Publishing.....	60
4.3. Mladá fronta.....	68
4.4. Statistiky.....	75
ZÁVĚR.....	80
SEZNAM LITERATURY.....	82
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	89
SEZNAM PŘÍLOH.....	90

ÚVOD

Společnost, ve které dnes žijeme, má velmi silný technický potenciál. Elektronika, jako je například mobilní telefon, počítač nebo televize, je neodmyslitelnou součástí našeho bytí. Velmi často se ale zapomíná na opravdové hodnoty. Rodinu a přátelství. Dnešní svět je velmi uspěchaný. Lidé stále někam pospíchají a nestíhají přitom dělat věci, které jim dříve přinášely potěšení. Například čtení knih. Kniha je přitom velmi bohatý zdroj vědění.

Jeden velmi moudrý člověk řekl:

„S pomocí knih se mnozí stávají učenými i mimo školu. Bez knih pak nebývá učený nikdo ani ve škole.“¹

Náš teolog, filosof, myslitel, pedagog a především učitel národů měl v tomto ohledu velmi obšírný náhled na svět. Nebyl pouhým čtenářem, byl to velký spisovatel, který obohatil naše vědomí, naši slovní zásobu a především nás samotné. Položil základy, na kterých nyní všichni stavíme. Duchaplné názory, které se odrážejí v jeho dílech, jsou bohatstvím našeho českého národa. Snažil se o sjednocení a zároveň zpřístupnění všech dostupných informací. Byl to opravdový učitel národa českého. Jan Amos Komenský.

Německý filosof Wilhelm Windelband, zastánce novokantovského směru, prosazoval své úvahy o hodnotách. Učil, že filosofie není pouhou abstraktní naukou, pouhou teorií poznání o tom, co konec konců jest, nýbrž má význam pro život, v němž jde o „hodnoty“. Pojmy pravda, krásno a dobro jsou jen názory, nejsou to existence, ale jsou to věci, kterými se měří, posuzuje hodnota.²

Aby se zjistilo, jakou hodnotu má kniha, musí se nejprve přečíst. Člověk si musí vytvořit vlastní obrázek, vlastní náhled na knihu. Pokud kniha v dotyčném po přečtení vyvolá pozitivní pocity a bude se moci označit jako krásná, nesoucí ponaučení, a dalšími podobnými výrazy, pak taková kniha získává určitou hodnotu. Hodnoty si vytváří každý člověk sám, jsou tudíž individuální. Ovšem v knižním světě se hodnoty knih také určují na základě

¹ VOJTĚCHOVÁ, Jaroslava. Vydavatelství ZČU v Plzni. *Západočeská Univerzita v Plzni*. [Online]. 2012 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.zcu.cz/pracoviste/vyd/>>.

² RÁDL, Emanuel. *Dějiny filosofie. II., Novověk*. Praha: Votobia, 1999. 566 s. Velká řada. ISBN 80-7220-064-X.

různých soutěží a anket. Knihy literatury faktu mají soutěž Egona Ervína Kische nebo Miroslava Ivanova. Máme různé ankety v časopisech. V odborné anketě jsou osloveni odborníci, jejichž slovo má váhu. Pokud kniha získá ocenění, stoupne její hodnota. Pokud je kniha nejvyš v žebříčku nejčtenějších knih, vypovídá to o tom, že její hodnota je velice vysoká, protože mnoho lidí tuto knihu hodnotilo kladně.

Myšlenka o tom, co je kniha, by se dala shrnout jedním krásným příslovím. „*Knihy jsou pro lidi tím, čím jsou pro ptáky křídla.*“ (John Ruskin).³ Je to nepostradatelná součást našeho bytí.

Jedním z cílů předkládané bakalářské práce je snaha o nashromáždění dostupných informací z knižního sektoru. Při zpracovávání tématu, zejména díky vstřícnosti vytipovaným nakladatelství, se podařilo zaznamenat současnou situaci, která vyplňuje mezery, protože téma je pokryto nedostatečným množstvím publikací. Nástrojem průzkumu, který je v bakalářské práci použit, jsou rozhovory se spisovateli, nakladateli. Velkým přínosem jsou také podrobně vypracovaná schémata činnosti nakladatelství, díky kterým si člověk dokáže udělat velmi dobrý přehled o tom, jak nakladatelství funguje. Národní knihovna, jakožto nejuplněnější zdroj informací o knihách, se v bakalářské práci jeví jako neomezená studna informací, ze které bylo čerpáno nejen co se týče knih, ale také čísel a tabulek. Práce je koncepčně rozvržena takto. V teoretické části jsou nakladatelství analyzována obecně. Zamýšlíme se nad funkcí knižního trhu a zaměřujeme se na veškeré zásadní informace v knižním světě. V praktické části práce jsou doplněny vybrané konkrétní údaje o nakladatelství.

³ NYTROVÁ, Olga. Dialog na cestě. *Literárně dramatický klub*. [Online] [cit. 2012-2-21] Dostupné na WWW: <http://www.husiti.cz/dialognaceste/nytrova_cteme02.htm>.

TEORETICKÁ ČÁST

1. KNIHA JE BRÁNA DO DUŠE

„Ten, kdo nemiluje knihu, nemiluje moudrost. Ten, kdo nemiluje moudrost, stává se hlupákem.“⁴

Jan Amos Komenský

„Kniha je jako zahrada, kterou nosíš v kapse.“⁵

Latinské přísloví

1.1. Kniha a její funkce

„Terminologicky je kniha různě definována, ale převažuje vymezení materiálně technické či historické. Jakoby se kniha vzpírala fixní a přesné definici, snad v důsledku svých próteovských proměn a schopnosti reagovat na každý další vývoj v životě lidského společenství.“⁶

Důležité je si uvědomit, jaké má kniha postavení ve společnosti a jakou hraje roli v životě člověka. O zodpovězení těchto otázek se pokoušelo již mnoho lidí a dospěli k formulování základních okruhů otázek, které bychom mohli rozdělit takto:

1. Kniha plní **funkci duchovně materializační**, kdy kniha je považována za výtvar lidského ducha a ruky. Kniha je v tomto ohledu vnímána jako komplex tvůrčích nápadů a jejich profesionálního provedení. Kniha má mnoho podob, od dětských skládacích knížek, přes vázané knížky po velkolepá umělecká díla. Každý z nás nazírá na danou knihu z jiného úhlu pohledu. Velkou roli hraje náš subjektivní postoj a vztah ke knize, který se může během přibývajících let měnit. Kniha vytváří předpoklad pro komunikaci za pomoci

⁴ ČCE HORNÍ KRUPÁ. Citát: (J.A.Komenský). *Českobratrská církev Evangelická*. [Online]. 18. 2 2010. [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://horni-krupa.evangelnet.cz/citat/jakomensky/ten-kdo-nemiluje-knihu-nemiluje-moudrost-ten-kdo-nemiluje-moudrost-stava-se-hlupake>>.

⁵ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 5 s. ISBN 80-7066-767-2.

⁶ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 8 s. ISBN 80-7066-767-2.

určitého vnímání skutečnosti prostřednictvím obrazu a slova. Mohli bychom to nazvat spojením ducha a hmoty. Kniha přijímá různá ztvárnění, zprostředkovává obrazy a informace. Tiráž, kromě samotného obsahu a formy zpracování, je výrazem spojením ducha a ruky. Nezáleží, zda-li je na konci či na začátku díla. Taktéž nezáleží, na jakém typu knihy se objevuje. Jestli je to dětská kniha nebo kniha na paperbacku. Vyhotovení vždy vypovídá o tvůrcích a zhotovitelích.

2. Kniha má **funkci axiologickou a estetickou**, také můžeme jinak popsat: kniha tvoří a uchovává kulturu. Společnost chápe a interpretuje knihu v různých obdobích, historických nebo kulturních, svým způsobem. Vytváří si životní styl a hodnotový systém. Kultura se vyznačuje specifickými rysy. Fakt, že kniha existuje, je důkazem, že kniha je součástí kultury, kterou tím zároveň vytváří a uchovává. Stejnou funkci můžeme implikovat také na systém hodnot. Chápání pojmu kultury nám pomáhá estetická a axiologická funkce. Je nutné si uvědomit, že pojem kultura vznikl až v druhé polovině osmnáctého století a o vznik se zasloužilo především filozofické myšlení. Kultura a její oblast se neustále kvantitativně rozšiřuje. Kniha odráží, uchovává, rozšiřuje a předává hodnotový systém, který se během epoch mění.

3. Kniha má **heuristickou⁷ funkci**, je historickým svědectvím doby. Kniha dokáže uchovat mnohá tajemství. Pokud je něco uloženo v knihách, tak to opravdu „zůstává“. Kniha zachycuje nejen události, ale také různé děje, fakta, subjektivní prožitky nálad, dojmy, nenávisti nebo naopak vášní či radosti. V knihách se dozvídáme o minulosti, nemusí to být strohá či barvitá historie lidského rodu, ale i každodenní běh lidského života. Heuristická funkce má nadčasový význam a překračuje strohý rámec vlastního vymezení.

„Kniha slouží jako uchování obecných znalostí a individuálních zkušeností, je dokumentovanou pamětí lidstva.“⁸

4. Kniha plní **funkci sociálně psychologickou**, při které je kniha součástí procesu humanizace osobnosti.

⁷ Pozn. Heuristika – teorie řešení problémů; neobvyklé řešení (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 133 s. ISBN 80-901647-8-1.)

⁸ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 18 s. ISBN 80-7066-767-2.

„*Postavení knihy ve společnosti je adekvátní sebeuvědomění a sebevědomí každé společnosti.*“⁹ Kniha může mít v tomto procesu mnoho rolí, které se vzájemně mohou doplňovat, překrývat nebo si protirečit. Kniha není pouze předmětem sdělení, ale může být vyjádřením společenského statutu, symbolu. Někdy dokonce slouží i jako dekorativní předmět. Literární dílo je předmětem emocionálních reakcí a je díky spisovateli, který je sám členem společnosti a má jistou sociální pozici a roli, nositelem nejen estetické ale také sociální informace. Literatura nám dává možnost navazování nových sociálních vztahů a to mezi čtenářem a dílem, čtenářem a autorem, čtenářem a hrdinou a další z možných vztahů.

5. Kniha má taktéž **funkci noetickou¹⁰ a edukativní¹¹**. Kniha je hlavním nástrojem výchovy a vzdělání. K nehodnotnějším a základním způsobům rozvíjení dětských zájmů patří právě četba. Dítě si osvojuje jazyk a vytváří si podmínky proto, aby se pak v pozdějších letech dokázalo dívat na knihu jako na nezadatelnou a přirozenou součást svého života. Důležité u čtení je číst a zároveň vnímat obsah přečteného. Tento proces není vrozený. Je podmíněn čtenářskými návyky a zájmy.

„*Kniha je nejen přirozenou a neodmyslitelnou součástí každého systému výchovy a vzdělání, ale i důležitou součástí náplně volného času.*“¹²

6. Kniha má **funkci komunikativní**, při čemž kniha slouží jako informační médium. Nejstarším informačním médiem je kniha, která spadá do skupiny masových médií spolu s tiskem také periodických tiskoven, rozhlasem a televizí. Kinematografie, gramofonová deska, magnetofonová kazeta, video a další poněkud modernější zprostředkovatele komunikace, mají také charakter masového média. Schéma literární komunikace vyhází z komunikačního řetězce: autor – dílo – příjemce. Proces přenosu mezi autorem a čtenářem zahrnuje a dvěma slovy by se dala nazvat jako literární komunikace

⁹ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 18 s. ISBN 80-7066-767-2.

¹⁰ Pozn. Noetika - teorie poznání, epistemologie, gnozeologie (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 235 s. ISBN 80-901647-8-1.)

¹¹ Pozn. Edukace – výchova (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 81 s. ISBN 80-901647-8-1.)

¹² HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 23 s. ISBN 80-7066-767-2.

„Funkci knihy v její fixní a vývojově proměnlivé podobě nelze zredukovat jen na její literární obsah.“¹³

7. Kniha plní **funkci ekonomickou**¹⁴, protože kniha je brána jako zboží.

Je známo, že již s prvními opisy vznikala první knihkupectví. Ročně se vydává přes půl miliónu knih. Tyto knihy jsou vydané z jednoho důvodu. Mají sloužit jako zboží, které je vrženo do tržní arény. Práce, která je v knihách uložena, je fyzická i duchovní. Nestačí vyjádření kulturní hodnoty, musí být vyjádřena i cenou. S cenou souvisí prodej knih.¹⁵

„Kniha není jen běžné zboží, ale je specifický druh zboží, jenž v sobě spojuje kulturní a ekonomické aspekty, jež vytváří jeho hodnotu jako kulturního statku a prodejního artiklu.“¹⁶

Kniha je knihou, pokud splňuje výše uvedené funkce. Je to selekce různých úhlů pohledu na knihu. Kniha má pro každého nějaký význam a je dobré vědět, jakou roli hraje ve společnosti.

1.2. K čemu je kniha dobrá?

Kniha je nástroj vědění. Mnozí si však slovo vědění odmyslí a považují knihu za nástroj. Někteří berou knihu jako dobrý lisovací prostředek na byliny. Další jako velmi užitečný dekorační předmět, jímž mohou zakrýt rýhu na polici. Mnohé nebaví tapetovat byt, tak si pořídí knihovnu přes celou stěnu a nechápou, jaké bohatství si do bytu pořídili. A ti největší ničitelé používají knihy jako materiál do kamen. Takhle prosím ale ne. Kniha je dar. Kniha nám propůjčuje vědění a myšlení velikánů, kteří vybudovali náš svět. Bohatství, které v sobě ukrývá, je mnohem větší nežli všechny hmotné poklady věta. Je to zdroj nevyčísitelných možností. Kniha nám dává možnost utéct z tvrdé reality do světa, který si sami vybereme. Kniha dokáže léčit zármutek. Kniha je

¹³ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 27 s. ISBN 80-7066-767-2.

¹⁴ Pozn. Ekonomika - 1. hospodářství určitého státu jako celek; 2. Obor zkoumající jednotlivé úseky národního hospodářství (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 83 s. ISBN 80-901647-8-1.)

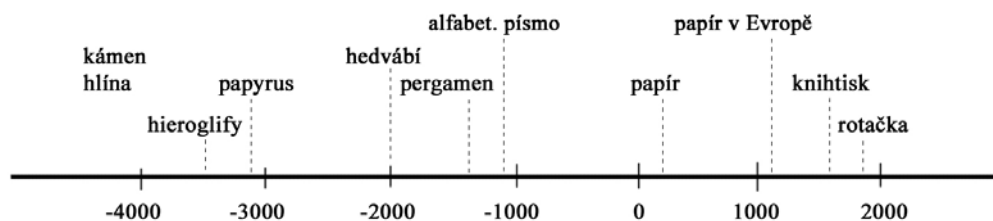
¹⁵ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-767-2.

¹⁶ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 30 s. ISBN 80-7066-767-2.

nositel znalostí a vědomostí. Kniha je vznešená. Kniha je požehnáním pro lidstvo. Kniha dokáže vést naše myšlenky. Knihu bych nazvala Matkou vědění.

Kniha nám pomáhá orientovat se v životě, chápat hodnoty, provádět sebereflexi, rozlišovat mezi dobrem a zlem. Chápat lidskou sílu a lidské slabosti. Vnímat lidské vztahy a lidské vlastnosti. Knihy nám přibližují mytologii. Je dobré číst poezii i prózu. Potřebujeme však znát i odbornou literaturu, abychom ve svém oboru byli na výši a drželi krok s dobou. Kniha je kulturní statek. Sečtělost je velmi důležitá. Kniha nás učí myslet. Kniha je pro nás útěchou a posilou. Kniha dokáže člověka pozvedat, když je v krizi a v depresi. Kniha je přítel a oblíbený dárek. Četba knih je důležitá už pro malé děti, kterým by rodiče měl denně předčítat, aby se rozvíjela jejich psychika. Kniha je zdroj zábavy. Kniha je studna odpovědí, které každý potajmu hledá. Kniha nám otevírá určité horizonty. Např. Foglarovy knihy ovlivnily celé generace - ideál skautů. Etická stránka knihy je velice důležitá. Stránky nemusejí vždy být poseté jen textem. Obrázky rozvíjejí tvůrčí představivost. Hádanky schované v textu nám umožní několikerá náhled. Čtení rozvíjí slovní zásobu.

1.3. Kde se vzala kniha?



Obrázek 1 - Historický záznam médií a technologií pro záznam informace¹⁷

Časová osa, která zaznamenává historický vývoj médií a technologie pro záznam informace, je velice dlouhá. Kniha nevznikla mávnutím kouzelného proutku. Předcházely tomu roky snažení se o co nejsnadnější zachování informací různými způsoby. Nejprve muselo vzniknout písmo.

¹⁷ Pistorius, Vladimír. *Jak se dělá kniha*. 3. revid. a dopl. Praha : Pistorius & Olšanská, 2011. str. 176 ISBN 978-80-87053-50-8.

Co je to vlastně písmo? Písmo je záznam řeči. Jedná se o záznam, který je proveden nějakým nástrojem na nějakou psací látku. Nezáleží na tom, zdali je nástroj husí brk, rydlo nebo naopak je zaznamenáváno na pergamen, hliněnou destičku či papír. Důležité je, že záznam je proveden pomocí symbolů, které jsou předem domluvené. Někdy v tomto smyslu převažuje umělecká stránka a pak je těžké rozhodovat, zdali se opravdu jedná o písmo. Každopádně, jedno z druhů takovýchto písem nazýváme písmem obrázkovým nebo také piktografickým a je považován za předchůdce písma. Tímto druhem písma byl označována například příslušnost dobytka, pozemku a další podobné záležitosti. Druhým velkým stádiem je písmo náznakové, kdy se symboly ztotožňovaly s určitými slovy. Od Sumerů, jednoho z nejstarších kulturních národů, máme písmo klínové, které vzniklo v oblasti Mezopotámie. Písmo se zaznamenávalo rydly do hliněných destiček.¹⁸

Klínové písmo je: „*Soustava grafických znaků, které kombinacemi otisků rákosového písátka do hlíny vyznačovaly zpočátku symboly pojmů, posléze slabiky a částečně i jednotlivé hlásky. Klínové písmo vynalezli ve 4. tisíciletí př. Kr. Sumerové na území Mezopotámie, později je převzali Babylóňané, Asyřané a Chetitě i další národy, které je užívaly až do 2. století po Kr.*“¹⁹

Dalším ze stádia vývoje písma bylo egyptské písmo nazývané též hieroglyfy. Jedná se o druh obrázkového písma. Byla to propracovaná soustava obrázků, která se zapisovala na papyrus, nebo se vytesávala do kamene.

Bylo to „*písmo užívané v oblasti starověkého Předního východu. Vzniklo ve 4. tisíciletí, kdy si jeho stylizované znaky zachovaly ještě obrázkovou formu, ale postupně se značně schematizovaly, některé z přibližně tří tisíců užívaných znaků nabývaly významu slabik, skupin souhlásek nebo i jednotlivých hlásek. Sloužilo především k zaznamenání monumentálních nápisů tesaných do kamene, ale bylo užívané i pro záznamy na méně trvanlivých psacích látkách.*

¹⁸ KAVKA, Stanislav. *Fonetika a fonologie*. 2., přeprac. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita, 1994. ISBN 80-7042-403-6.

¹⁹ RESSLER, Miroslav, ed. *Informační věda a knihovnictví: výkladový slovník české terminologie z oblasti informační vědy a knihovnictví*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2006. ISBN 80-7080-599-4.

*Jeho zjednodušením a abstrakcí u vzniklo písmo hieratické a démotické. Až v 10. století př. Kr. ustoupilo písmu hláskovému.*²⁰

Zjednodušením hieroglyfů vzniklo písmo hieratické.

Dalším vývojem vzniklo písmo démotické, hláskové písmo, kdy tok písma se psal zprava doleva. Čínské písmo, které se psalo zprava doleva a shora dolů se udrželo až dodnes. Historie písma, které je používáné v Evropě má kořeny u Féníčanů (více než 300 let př. n. l.). Fénická abeceda měla pro souhlásky 22-24 jednoduchých geometrických znaků. Samohlásky pak do abecedy přidali Řekové. Postupně pak přecházeli k psaní zleva doprava. Právě z řeckého písma se vyvinula další evropská písma jako je latinka, azbuka a dnešní řecké písmo. Zlom ve vývoji písma nastal vynálezem knihtisku.²¹

1.3.1. Knih tisk před Gutenbergem

Pečetítka a razítka jsou předchůdci knihtisku a lze je nazývat jako primitivní podoby pozdější tiskové formy. Kolik lidí by napadlo, že nevině tvářící se kamenné válečky na pečetění ještě nevypálených hliněných destiček, pocházející ze sumersko-asyrsko-babylonské kulturní oblasti 3. tisíciletí př. Kristem, jsou nejvzdálenější předchůdci knihtisku. V historii bychom našli mnoho dalších předchůdců knihtisku. Například otisk razítek s dodnes nerozluštitelnými hieroglyfy, jejichž vznik se datuje okolo roku 1600 před Kristem. Ve městě Faistos byl roku 1908 objeven krétsko-mykénský „disk“. V Číně byl dokonce pro pojmenování razítka i tisku, vytvořen jediný společný znak (yin). Světová velmoc má na svém kontě také první zkušenosti s mechanickým rozmnožováním textu. Na přelomu 1. a 2. století znala již výrobu papíru, který byl nutnou součástí pro masové užití grafických technik. V Japonsku byl (asi 764 – 770) vyroben asi milion anopistografických

²⁰ RESSLER, Miroslav, ed. Informační věda a knihovnictví: výkladový slovník české terminologie z oblasti informační vědy a knihovnictví. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2006. ISBN 80-7080-599-4.

²¹ VOIT, Petr. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. Století*. 2. vyd. Praha: Libri, 2008. ISBN 978-80-7277-390-9.

papírových svitků²² buddhistického kánonu *Dharani-charms*, rozesílaného všem svatyním v zemi. Nejstarší zachovalý buddhistický text tištěný z dřevěných destiček pochází z Číny a je datován k roku 868. Svitky byly nalezeny v jeskyních kláštera Tisíce Buddhů a byly nazvány jako „Diamantová sůtra“.

Když Johann Gutenberg vynalezl knihtisk, nebyly pohyblivé litery v té době žádnou novinkou. Ovšem samotný vynález jmenovaných liter je doposud neobjasněn. Jedním z východisek Gutenbergovy moderní technologie knihtisku byla tlaková tělesa drobně modifikovaných papírenských lisů, jejichž výhodou bylo, že při potisknutí rubové strany se nepoškodila lícová již natisknutá strana. Přímým předstupněm knihtisku byla kovová razidla. Gutenberg byl vyučený brusič drahokamů a jako zlatník měl bohaté zkušenosti s různými typy nástrojů. Knihvazači dali Gutenbergovi ještě bližší vodítko. Oni totiž zjednodušovali ruční řezbu tím, že negativně rytými kovovými razidly vtlačovali do usňového pokryvu gotické vazby nápisy a letopočty. Nejstarší známé doklady této techniky jsou známě z 30. let 15. století z dílny norimberského knihaře Konrada Forsteva.²³

1.3.2. Knih-tisk jako řemeslo

Každá práce či řemeslo musí mít jistou dělbu práce. Knih-tisk jako řemeslo má jednotlivé fáze výroby, které obstarával majitel spolu se sazečem, ballenmeustrem, pressmeistrem, korektorem a případně dalšími pomocníky. Stejně jako každé jiné řemeslo, tak i u knihtisku platilo, že majitel získal univerzitní vzdělání a své řemeslo provozoval jako graduovaný bakalář či magistr. Musel to být člověk, který má velmi dobrý všeobecný přehled a který lidi neustále seznamoval s literárním terénem, sledoval čtenářskou poptávku a dodával poctivé informace. Technická, stejně jako estetická, úroveň

²² Pozn. Anopistografická listina - listina (papyrus) popsaná nebo potištěná jen po jedné straně (Zdroj: Lecos - Anopistografická listina. *Lecos*. [Online] [cit. 2012-2-17] Dostupné na WWW: <<http://leccos.com/index.php/clanky/anopistograficka-listina>>.)

²³ VOIT, Petr. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. Století*. 2. vyd. Praha: Libri, 2008. ISBN 978-80-7277-390-9.

bezchybnosti výrobků, knihy či periodika, byla dána vybavením tiskárny, manuálním a ekonomickým potenciálem dílny.²⁴

²⁴ VOIT, Petr. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. Století*. 2. vyd. Praha: Libri, 2008. ISBN 978-80-7277-390-9.

2. KNIŽNÍ TRH

„Již naši obrozenci i první prezident T. G. Masaryk zdůrazňovali, že národ je tak silný, kolik toho zná. České knihy tedy budou i v době naší koexistence v rámci EU jedním z poznávacích znamení země ze středu Evropy. Budou stále důležitým faktorem, kolik toho budeme umět, znát, prostě nakolik se ve sjednocené Evropě neztratíme a dokážeme prosadit.“²⁵

2.1. Knižní trh

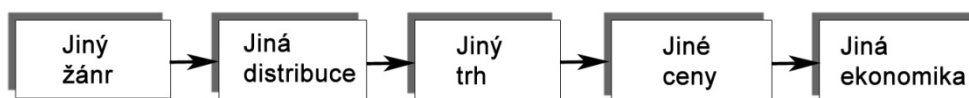
Většina lidí si pod pojmem knižní trh představí jednotlivá knihkupectví, jejichž hlavním cílem je prodej knih. Je to sice správně, ale knižní trh zahrnuje mnohem více podnětů nežli pouhý prodej knih v knihkupectví. Je to, jako když byste chtěli tabulku čokolády a místo ní by Vám dali jen jeden čtvereček. Do knižního trhu se totiž zahrnuje veškerá knižní kultura. Každý člověk má nějaký oblíbený žánr čtení. Máme velmi mnoho mezi sebou se prolínajících žánrů, které se vydávají. Když nakladatelství vydá knihu, uvádí ji na trh pro určitou cílovou skupinu čtenářů. Tomu také přizpůsobí svou propagaci. Každý žánr má odlišnou strategii, jak se udržuje na trhu. Velmi úzce to souvisí také s distribucí knih. Podle toho, jak je kniha uvedena, jak dobře je zacíleno na skupinu čtenářů, podle toho se prodává. Další ze čtverečků čokolády je obchodování s autorskými právy. Je to jedno z primárních témat týkající se nakladatelského průmyslu. Pokud totiž chce nakladatel vydat knihu od zahraničního autora, musí si nejprve zajistit jeho autorská práva. To platí i tuzemské autory. Knižní trh je velmi různorodý segment.

„Knižní trh je velmi specifickým odvětvím hospodářství a kultury každého státu. S jinými odvětvími národního hospodářství jej sice spojuje řada společných faktorů a zákonitostí, současně se však od nich v mnohém odlišuje. Knižní trh je snad více než jiné trhy trhem nehomogenním, v němž se setkávají různé dílčí tržní segmenty, které se navzájem výrazně liší a často spolu nesouvisejí. Jakkoliv je technologie výroby knih podobná a u všech se

²⁵ Základní fakta o produkci knih v ČR. Svaz českých knihkupců a nakladatelů. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

uplatňuje stejný autorský zákon, mají zákonitosti prodeje kupříkladu románů málo společného se zákonitostmi uplatňujícími se při prodeji učebnic pro základní a střední školy a ty se zase velmi liší od prodeje turistických průvodců či map atd. Odlišný je také trh s vědeckými publikacemi, trh s bibliografiemi a opět jiným zákonitostem se podřizují knižní kluby atd. Odlišnost jednotlivých tržních segmentů je přitom mnohem spíše než růzností literárních žánrů vytvářena růzností cílových skupin čtenářů a způsobů marketingu a distribuce“.²⁶

Uplatňuje se zde především obecná implikace:



Obrázek 2 - Obecná implikace²⁷

Pohled z hlediska čtenáře a knihkupce je rozdílný. Pro čtenáře představuje knižní trh především prodej jednotlivých knih různých žánrů, kdežto pro nakladatele je to také trh s autorskými právy.

Knižní trh je také velmi kapitálově náročný a to nejen pro nakladatele, ale také pro knihkupce. U nás v ČR a v dalších postkomunistických zemích je poměr výrobních nákladů k prodejní ceně mnohem vyšší než u zemí západní Evropy. Z tohoto důvodu se u nás na knižním trhu dosahuje relativně nižšího poměru zisku k nákladu k tomu vynaloženému, než v jiných zemích. Knihupectví se od prodejců kupříkladu potravin či podobného zboží liší tím, že knihkupec musí mít knihy na skladě jeden až dva roky. Jedná se o knihy tzv. standardní, což jsou knihy, které jsou prodávány ve většině knihkupectví. Za první rok prodeje se prodá v průměru 75-85 % vytištěných knih. Zde je rozdíl v žánru knihy, kdy u poezie, slovníků a odborné literatury je procento prodaných knih menší. Ostatní publikace se prodávají delší dobu. Rozpor

²⁶ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 7 s. ISBN 80-7185-516-2.

²⁷ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 7 s. ISBN 80-7185-516-2.

vzniká mezi dvěma body. Mezi požadavkem, kdy se knihkupci snaží udržet knihu „dlouho na trhu“ a mezi rizikem kapitálové náročnosti.²⁸

2.2. Knižní trh a stát

K množství vydaných knih napomáhají z velké části nejrůznější státní podpory. Knižní trh je pro svou zvláštnost považován za trh významný pro kulturní rozvoj státu. Ovšem v jednotlivých zemích je kladen různý důraz na onu významnost. V těch zemích, které přikládají knižnímu trhu velkou hodnotu, se objevují nejrůznější zvýhodnění právě v knižní oblasti.

- V řadě států existují tzv. daňové úlevy, kdy u knih je snížena nebo nulová daň z přidané hodnoty (DPH).

²⁸ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 8 s. ISBN 80-7185-516-2.

Země	Sazba DPH na knihy	Snížená sazba DPH	základní sazba DPH
Velká Británie	0	5	20
Irsko	0	4,8/13,5	21
Lucembursko	3	6.12	15
Itálie	4	10	20
Španělsko	4	8	18
Kypr	5	5.8	15
Maďarsko	5	5.18	25
Malta	5	5	18
Polsko	5	5.8	23
Francie	5,5	5,5	19,6
Belgie	6	6.12	21
Nizozemsko	6	6	19
Portugalsko	6	6.13	23
Švédsko	6	6.12	25
Řecko	6,5	6,5/13	23
Německo	7	7	19
Slovinsko	8,5	8,5	20
Estonsko	9	9	20
Finsko	9	9.13	23
Litva	9	5.9	21
Rumunsko	9	5.9	24
Rakousko	10	10	20
Slovensko	10	10	20
Lotyšsko	12	12	22
Česko	14	14	20
Bulharsko	20	7	20
Dánsko	25	25	25
Rusko	10	10	18
Průměr	7,6		20,72

Tabulka 1 - Sazba DPH²⁹

Dle tabulky lze soudit, v jakých zemích je kladen největší důraz na vývoj nejen knižního, ale i celkového kulturního světa. Při pohledu na první řádek

²⁹ VAT Rates Applied in the Member States of the European Union. *European commission*. [Online]. 1.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf>.

tabulky si každý vybaví britská knihkupectví, která přetékají knihami. Britská světově známá knižní impéria. Tabulka nám dává odpověď na otázku: Proč jsou britská knihkupectví tak úspěšná. Knižní sektor je v Anglii a v Irsku silně podporován nulovou daní, což se mimo jiné odráží na ceně knihy.

- *Jinou poměrně rozšířenou podporou knižního trhu je uplatňování tzv. pevné ceny knihy. Tímto termínem se označuje zásada, že týž titul musí být prodáván za stejnou cenu ve všech obchodech. Pevná cena knih je považována za významný faktor bránící monopolizaci trhu.*³⁰
- Některé státy mají **programy na podporu knihoven a čtenářských návyků**. Ve většině anglicky mluvících zemích je podpořena čtenářská výchova dětí. Výchova budoucích čtenářů. Další z programů je například poskytnutí některých publikací zdarma, ovšem je to ovlivněno tím, že knihu je možné získat pouze v určitý den a k určitému nákupu.
- Různé státy podporují knižní trh formou tzv. **přímé podpory**, která je poskytována ze státního rozpočtu. Uděluje se na vydávání málo nákladových knih, u kterých hrozí riziko ztráty. Tyto podpory jsou důležité pro rozvoj kulturního života země.
- Další z možností je také **snížené poštovné** pro knižní zásilky, které knihkupcům otevírají nové distribuční kanály a možnosti.
- Knihy jsou jako jedno z druhů zboží zpravidla **osvobozeny od cla**.³¹

³⁰ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 9 s. ISBN 80-7185-516-2.

³¹ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 24 s. ISBN 80-7185-516-2.

2.3. Český knižní trh

Autorka bakalářské práce zastává názor, že na českém knižním trhu dochází ke stagnaci³². Vychází z tabulky č. 4. Při pohledu na tabulku zjišťujeme, že dochází k poklesu počtu vydávaných knížek. To by se mohlo přisoudit poklesu celkového hospodářství České republiky. Důvod, proč český knižní trh stagnuje, je velmi jednoduchý. Lidé stále více upírají svůj zrak na velká obchodní centra a odvracejí se od malých knihkupectví. Určitě to není dobře, protože malá knihkupectví v sobě ukrývají kouzlo, které obchodní domy nikdy mít nebudou. Malí knihkupci postupně krachují. Pouze velké obchodní řetězce, jako například Luxor nebo Kanzelsberger, se na našem trhu drží velmi dobře. Český trh je zahlcen velkým počtem knih a obchodní centra nedávají tomuto segmentu dostatek prostoru. Pokud máme tedy velké množství knih a ruší se malá knihkupectví, pak z toho vyplývá, že klesají náklady knih na úkor velkého počtu vydávaných titulů.

Na českém trhu se vede tvrdý konkurenční boj. Nakladatelé odmítají zveřejňovat své náklady, stejně jako prodejci tají počty objednaných knih. Stejný boj je taktéž, co se týče rabatů. Velké knižní distribuce nárokují vyšší rabaty (aktuálně činí téměř 50% z maloobchodních cen). Díky vyšší sazbě DPH u knih (z 10% na 14%) se stala knižní produkce pro mnoho malých knihkupectví nerentabilní. Jedním z důvodů jsou vysoké tiskové náklady, které se pak na nízkých maloobchodních prodejních cenách odrazí. Velké obchodní řetězce, které nabízejí široký sortiment, mají velmi výhodnou pozici, protože mohou ovlivňovat úspěšnost konkrétních titulů a tempo jejich prodeje.³³

„V zásadě ale platí, že v systému komisního (neboli konsignačního) prodeje zůstává veškeré riziko pouze na nakladatelích. Produkci některých nakladatelů pomáhají státní dotace (Ministerstvo kultury, různé instituce, nadace a příspěvky zahraničních partnerů, kteří podporují vydávání překladů – nejlépe organizovaný systém takových grantů má Nizozemí a Francie), v jiných

³² Pozn. Stagnace – zastavení vývoje, uváznutí, ustrnutí (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 318 s. ISBN 80-901647-8-1.)

³³ KOLEKTIV, autorů. *Almanach Labyrint 2010*. 1. vyd. Praha : Labyrint, 2010. ISBN 978-80-87260-15-9.

případech pak zisky z bestsellerů umožňují realizovat ve vlastní režii ztrátové projekty. Struktura produkce, která se dostane na pulty knihkupectví, se v posledních letech nemění: podíl beletrie např. v roce 2008 z celkového počtu všech titulů dosáhl téměř 22%, knihám pro děti a mládež patří 7,5% a nejvíce se překládá z angličtiny (54%).“³⁴

2.3.1. Sazba DPH u knih

Na začátku letošního roku bylo navýšeno DPH u knih. Tato událost otřásla celým českým knižním trhem. Stalo se tak na základně schválené normy zákona o DPH. Sazba se zvýšila z 10% na 14%. To ovlivnilo ve větší míře cenu knih a jejich prodejnost. V tabulce č. 1, v kapitole 2.2. jsou zobrazeny evropské státy a jejich sazba DPH.

Milovníci knih se proti navýšení DPH snažili bránit. Svaz českých knihkupců a nakladatelů vydal „Výzvu na obranu knih“. Tato výzva byla předána vládě a českému parlamentu.

Výzva na obranu knih

„České knihy byly od konce druhé světové války postiženy dvěma pohromami. V roce 1948 byla vyvlastněna nakladatelství a knihkupectví, zavedena tuhá cenzura a řada autorů umlčena či vystavena perzekuci. Během normalizace po roce 1968 pak byly z knihoven staženy další statisíce svazků zakázaných autorů. Zvýšení DPH na knihy chystané vládou, tentokrát demokratickou, bude znamenat pohromu novou, neboť výrazně zredukuje knižní produkci. A tisíce dalších knih nebudou moci vyjít.

Žádáme proto českou vládu a české poslance, aby dalším daňovým zatížením knih, novin a časopisů nebránili volnému toku informací a výměně myšlenek. Nedopusťme, aby se Česká republika svou kulturní politikou ocitla na periferii Evropy.

Svaz českých knihkupců a nakladatelů“³⁵

³⁴ KOLEKTIV, autorů. *Almanach Labyrint 2010*. 1. vyd. Praha : Labyrint, 2010. 260 s. ISBN 978-80-87260-15-9.

³⁵ Výzva na obranu knih. Svaz českých spisovatelů a nakladatelů. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-23] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=vyzva>>.

Výzva byla propagována na literárních akcích, na sociálních sítích a na internetu obecně. Celkem podepsalo 163 156 lidí.³⁶

Nevýhody zvýšení sazby DPH u knih

Naprostá většina zemí EU vyjadřuje přesvědčení o významu knih. Česká republika se připojuje k Bulharsku a jsou tak jediné dvě země v rámci EZ, které nepodporují vlastní knižní produkci. Navýšením DPH se u mnohých knih také navýší jejich cena. To ještě více prohloubí úbytek českých čtenářů. Od toho se mimo jiné odvíjí i úpadek knižní sítě. Pokud nebudou občané nakupovat knihy, budou knihkupectví pomalu krachovat. Do potíží se také dostanou některá nakladatelství, která budou muset zúžit či zrušit svoji produkci. Mnohé knižní projekty budou muset být taktéž zrušeny nebo pozastaveny. Z celkového hlediska se poškodí rozvoj vzdělanosti a konkurenceschopnosti celého národa. Knihy jsou přece prostředkem vzdělávání a intelektuální kultivace.³⁷

Zvýšení sazby DPH u knih je hrubý zásah do knižní produkce. Hlavní závěr, který se dá vyvodit je, že v ČR by mohl následovat úpadek vzdělanosti. Produkce knih, jako součást národní kultury, bude zvýšením DPH silně ovlivněna. Týká se především nakladatelství, knihkupecké a distribuční sítě. Na Slovensku vedlo zvýšení sazby DPH u knih ke zmírnění jejich kvality. Nejvíce se tam nyní prodávají detektivky, romány pro ženy a náboženská literatura.

³⁶ Výzva na obranu knih. *Svaz českých spisovatelů a nakladatelů*. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-23] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=vyzva>>.

³⁷ DPH se zvýší i u knih, poslanci nereagovali na výzvy a argumenty odborné i laické veřejnosti. *Portál české literatury*. [Online]. 17.11.2011. [cit. 2012-2-23] Dostupné na WWW: <<http://www.czechlit.cz/zpravy/dph-se-zvysi-i-na-knihy-poslanci-nereagovali-na-cetne-vyzvy/>>.

2.3.2. Sociologie knižního prodeje

Ze sociologického složení lidí, kteří mají co dočinění s knižním sektorem, vyplývají různé poznatky. Na toto téma byl připraven průzkum s názvem: Jak čteme.

Jedná se o projekt Národní knihovny ČR a Ústavu pro českou literaturu AV ČR. Finanční podporu poskytlo Ministerstvo kultury ČR. Samotná terénní fáze průzkumu (agentura DEMA a.s.) proběhla od 1. června do 30. června 2010 na vzorku 1550 respondentů z celé České republiky (celkem 225 míst), a to formou vyplňování dotazníku face-to-face. Za statického čtenáře se považoval ten, kdo prohlásil, že v průběhu uplynulého roku přečetl alespoň jednu knihu.

Základní údaje

- 79% obyvatel ČR starších 15 let přečte za rok alespoň jednu knihu. Panuje velký pohlavní rozdíl: muži – 73%, ženy – 85%
- V průměru přečteme za rok 17,3 knih. Lidé nad 65 let přečtou 22 knih.
- Nejčastěji saháme ke knize několikrát týdně (23%), denně čte knihu 13% obyvatel a méně často než jednou za měsíc 14% obyvatel. Pokud jde o nejčastější čtenáře, tj. ti kteří sahají po knize denně, tak výrazně převažují ženy (17%) nad muži (9%).
- Cílem průzkumu je i sledovat trendy, jak se vyvíjejí v čase, proto i podstatná část dotazníku zůstala stejná. Zde je tabulka základních údajů z let 2007 a 2010.³⁸

Následuje tabulka, kde jsou uvedena čísla průzkumů z roku 2007 a 2010 a jejich porovnání.

³⁸ TRÁVNÍČEK, Jiří. Jak čteme (1), *GRANDbiblio*. 2010, roč. 4, č. 11/12, s. 32 – 33. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

Aktivity	2007	2010	absolutní	poměrný
čtení (v %)	83	79	-4	-5
nakupování (v %)	71	46	-25	-35
veřejné knihovny (v %)	40	38	-2	-5
počet přečtených knih za rok	16,1	17,3	1,2	8
domácí knihovny (svazky)	274	245	-29	-11
počet koupených knih (svazky)	6,6	5	-1,6	-14
peníze vydané za knihy (kč)	1303	1214	-89	-7
čtení (knih) (minuty denně)	41	38	-3	-7
noviny/ časopisy (minuty d.)	30	28	-2	-7
televize (minuty denně)	111	113	2	2
rozhlas (minuty denně)	113	106	-7	-6
internet (minuty denně)	86	92	6	7
nejoblíbenější autor (hlasů)	M. Viewegh (23)	M. Viewegh (34)	11	32

Tabulka 2 - Porovnávání výsledků průzkumu v roce 2007 a 2010³⁹

2.4. Produkce českých knih

Česká národní bibliografie (ČNB) je databáze, v níž Národní knihovna uvádí veškeré publikace, které byly vydány v ČSR, ČSSR a ČR, o kterých ví. Jedním z primárních úkolů národní knihovny je archivace dokumentů. Díky tomu můžeme snadno odhadovat počty vydaných knih v daném roce. Nakladatelé jsou povinni odevzdávat do konzervačního fondu 2 výtisky od každého vydaného titulu. ČNB je pak v podstatě obrazem katalogu

³⁹ TRÁVNÍČEK, Jiří. Jak čteme (1), *GRANDbiblio*. 2010, roč. 4, č. 11/12, s. 32 – 33. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

konzervačního fondu. I přes povinnost odevzdávat požadované výtisky, je část knižní produkce v ČNB nezachycena. Jedná se o knihy malých neprofesionálních nakladatelů, kteří zákon o neperiodických publikacích neznají. Jejich knihy proto zůstanou pro NK neznámé.⁴⁰

2.4.1. Mezinárodní registrační systémy

Pro lepší organizaci byl zprovozněn mezinárodní registrační systém, který si laik může přirovnat ke čárovému kódu na potravinách. Každý produkt, v našem případě publikace, má jisté číslo, díky kterému se lépe identifikuje. Máme tři typy číslování publikací. ISBN, ISMN a ISSN.

ISBN

Vzniklo ve Velké Británii původně jako národní systém a jeho počátek datovám ke konci 60. let. ISBN je z anglického International Standard Book Numbering. U nás bychom ISBN nazvali, jako systém mezinárodního standardního číslování knih.

„Systém používá třináctimístného čísla ISBN k jednoznačné identifikaci knih (neperiodických publikací). Číslo ISBN slouží především knižnímu obchodu (jeho prostřednictvím lze knihy objednávat a vést skladovou agendu), knihovnám (pro jednoznačnou identifikaci titulu v bibliografických databázích, ale i pro potřeby meziknihovních služeb) i nakladatelům (pro kontrolu vlastní produkce i pro vedení skladu).“⁴¹

Naším vrcholným orgánem je Národní agentura ISBN v ČR pracující v Národní knihovně ČR. Z celosvětového měřítko je vrcholným orgánem Mezinárodní agentura ISBN se sídlem v Londýně, která každým rokem vydává mezinárodní adresář nakladatelů, který obsahuje údaje o nakladatelích. Za zmínku stojí, že v adresáři jsou i nakladatelé z České republiky.

⁴⁰ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2.

⁴¹ JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz/pages/page.php3?page=weba_oma.html>.

V České republice je účast vydavatelství v systému ISBN dobrovolná. Abyste mohli být členem, musíte mít při vstupu výpis živnostenského rejstříku vydaného na vydavatelské činnosti a dále je třeba mít evidenční list, který vydavateli poskytne Národní agentura ISBN ČR. V poslední řadě je nutná osobní návštěva agentury. Právě při této návštěvě vydavatel dostane blok čísel ISBN. Nutná je osobní účast, protože bloky čísel ISBN se nezasílají ani poštou ani elektronicky. Pokud vydavatel/nakladatel získá blok čísel ISBN, je jeho povinností uvádět čísla ISBN ve všech svých publikacích.⁴²

*„Ve výjimečných případech přidělí číslo ISBN titulu Národní agentura ISBN v ČR. Týká se to publikací vydávaných vlastním nákladem autora nebo vydávaných ojedinele institucí, která nehodlá provozovat soustavnější vydavatelskou činnost. Žadatel o číslo ISBN musí Národní agentuře ISBN v ČR sdělit všechny základní bibliografické údaje o knize, tj. autora, název, podnázev, vydavatele (i s jeho adresou), pořadí a rok vydání, druh vazby, popř. i předpokládanou cenu a zda bude požadovat čísla ISBN do čárového kódu EAN. Přidělené číslo ISBN pak musí uvést v publikaci. Od července 2010 lze přidělovat čísla ISBN i online publikacím“.*⁴³

⁴² JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz/pages/page.php3?page=weba_oma.html>.

⁴³ JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz/pages/page.php3?page=weba_oma.html>.

Rok	Počet nakladatelů
1989	238
1990	650
1991	1 158
1992	1 210
1993	1 554
1994	1 813
1995	2 017
1996	2 180
1997	2 366
1998	2 552
1999	2 745
2000	2 898
2001	3 081
2002	3 267
2003	3448
2004	3619
2005	3775
2006	3908
2007	4073
2008	4344
2009	4583
2010	4875
2011	5074

Tabulka 3 - Počet nakladatelů 1989-2011³⁸

ISMN

ISMN v anglickém originále International Standard Music Numbering, je systém mezinárodního standardního číslování hudebnin a jeho počátek je datován k roku 1995. Německo bylo první zemí, kde byl tento systém zaveden. U nás byl zaveden o rok později. Tento systém je určen pro velmi specifický druh publikací, a to tištěné hudebniny. Systém ISMN vznikl díky úspěchu systému ISBN.

Systém ISMN používá k identifikaci hudebnin také třináctimístné číslo. Toto číslo slouží především knižnímu obchodu. Prostřednictvím ISMN lze

objednávat hudebniny a vést skladovou agendu. Dále slouží knihovnám, především díky své jednoznačné identifikaci titulu. Využívají ho hudební vydavatelé, kteří si díky číslu ISMN mohou provádět kontrolu vlastní produkce a vést sklad.

Protože se ISMN poprvé objevilo v Německu, není divu, že vrcholný celosvětový orgán systému - Mezinárodní agentura ISMN, má sídlo v Berlíně. Naším vrcholovým orgánem je Národní agentura ISMN, která pracuje, stejně jako u Národní agentury ISBN, v Národní knihovně ČR.

Vstup do systému ISMN je na stejné bázi, jako je systém ISBN. Účast hudebních vydavatelů je v systému ISMN dobrovolná.⁴⁴

Rok	Počet hudebních vydavatelů
1996	11
1997	21
1998	27
1999	35
2000	40
2001	43
2002	50
2003	51
2004	53
2005	55
2006	58
2007	61
2008	64
2009	68
2010	73
2011	83

Tabulka 4 - Počet hudebních vydavatelů 1996-2011³⁹

⁴⁴ JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz/pages/page.php3?page=weba_oma.html>..

ISSN

Tento systém byl v České republice zaveden od začátku 70. let, tehdy to byla Československá socialistická republika. Vznik systému ISSN je spojen se Spojenými státy americkými, kde se čísla přiřazovala centrálně. ISSN vznikl koncem 60. let. ISSN je systém mezinárodního standardního číslování sériových publikací, anglickým originálem International Standard Serials Numbering.

Systém již není třináctimístný jako u ISBN a ISMN. Používá se osmimístného čísla a slouží k jednoznačné identifikaci titulu tzv. pokračujících zdrojů, což byly dříve seriálové publikace. Číslo ISSN slouží ke knižnímu obchodu, knihovnám a vydavatelům. Funguje na stejném principu jako systém ISBN. Číslo ISSN se přiděluje tištěným i online publikacím.

Naším vrcholným orgánem je České národní středisko ISSN, které pracuje v Národní technické knihovně v Praze. Celosvětovým orgánem je Mezinárodní centrum ISSN v Paříži.⁴⁵

2.5. Elektronické knihy

„E-kniha nebo-li elektronická kniha je digitalizovaný dokument se specifickým obsahem (text, obrázky), který čtenář prohlíží na různých typech čtecích zařízeních. Tato čtecí zařízení mohou být nejrůznějších typů od specializovaných čteček e-knih přes osobní počítače až třeba k mobilním telefonům.“⁴⁶

Výhody a nedostatky

Jako každá věc, i e-booky mají své pro a proti. Jednou z důležitých vlastností elektronické knížky je **rychlost**. Absolutní předností e-booků je okamžitá dostupnost. Knihu si totiž můžeme koupit online a rovnou jí začít

⁴⁵ JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz/pages/page.php3?page=weba_oma.html>.

⁴⁶ eLibellus. E-knihy obecně. *eLibellus-Knihkupectví s internetovými knihami*. [Online]. 2011 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.elibellus.com/knihkupectvi/jaknato;jsessionid=D36CF35EFA878EC8FF30E5B973D82DCB?execution=e1s1>>.

číst. Velmi důležitým kladem tohoto fenoménu je, že e-booky jsou vždy skladem. Nemůže se stát, aby knížka nebyla skladem, protože je nahraná v internetovém knihkupectví a po zaplacení požadované částky je Vám k dispozici a vy v ní můžete začít listovat. Dalším důležitým bodem je **cena** elektronické knihy, která se liší podle prodejce. Na trhu existuje několik titulů, které jsou k dispozici zdarma, ale většina e-booků se samozřejmě musí koupit. Fungují totiž na stejném principu jako papírové knihy. Sice odpadají náklady na tisk a distribuci, ale zůstává autorský honorář, redakční zpracování a také sazba. Proto nejsou elektronické knihy zcela zdarma. Třetí prioritou je **dostupnost**. Je příjemné, když mohu mít svou četbu neustále po ruce. A to i několik knih najednou. Je k tomu potřeba příslušné čtecí zařízení, do kterého se vejde opravdu velké množství knih.⁴⁷

Z dalších výhod by se dalo doplnit, že na čtečce se může navolit velikost písma. Mezi kladné vlastnosti čtečky se řadí pojmání velkého množství elektronických knih. Odpadá tím povinnost mít ohromné regály plné knih, které se musí pečlivě udržovat.

Čtení elektronické knihy

Elektronickou knihu můžeme číst na mnoha zařízeních. Můžeme ji číst z mobilního telefonu, pokud to ovšem není zastaralý model s malým displejem. Dále si knihu můžeme přečíst na počítači, PDA, tabletu, iPadu nebo čtečce. Nejznámější výrobce čtecích zařízení a také největší celosvětový prodejce elektronických knih je Amazon. Vyrábí čtečky známé jako Amazon Kindle. Samozřejmě jsou na trhu i další firmy.

Čtení velmi ovlivňuje to, zdali čtečka má e-ink – elektronický inkoust.

„Výhoda tohoto přístupu je zřejmá – je minimalizována spotřeba celého zařízení, a to až do takové míry, že některé zařízení s elektronickým inkoustem (v dnešní době se hlavně jedná o čtečky elektronických knih) nevydrží hodiny nebo dny na jedno nabití akumulátoru, ale rovnou celé týdny. Z tohoto důvodu

⁴⁷ VOLFOVÁ, Iva. Začátek E-booků v Čechách. *GRANDbiblio*. 2011, roč. 4, č. 5/6, s. 39. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

*se výdrž elektronických čteček pro lepší orientaci udává v počtu překreslených stránek; řádově se jedná o tisíce "přečtených" stránek na jedno nabití (některé čtečky zvládnou i 15 tisíc překreslení displeje). Potěší taktéž velké pozorovací úhly, které dosahují hodnoty 180 stupňů v každém směru.*⁴⁸

Mezi výhody elektronického inkoustu by se tedy dala zahrnout velká výdrž baterie, 5 až 15 tisíc zobrazených stránek. Jednou z největších výhod e-inku je vynikající viditelnost textu na přímém slunci. Elektronická kniha pak splňuje stejnou funkci jako kniha papírová. Neleskne se. Obraz není na přímém slunci tmavý. Displej není podsvícen, což jen podmiňuje předchozí bod o snadném čtení na slunci. Mezi nevýhody čtečky je řazena cena a to, že jsou pouze černobílé.

Na co si dát pozor při výběru čtečky

Pokud člověk neovládá velmi dobře cizí jazyk, měl by se primárně zajímat o to, zdali čtečka „umí česky“. Důležité také je, aby čtečka zvládala česká písmena. Čtečky, stejně jako většina elektroniky se vyrábí v zemích východní Asie, kde české písmo nepoužívají. Vybírat čtečku můžete dvojím způsobem. Podle ceny, nebo podle technických parametrů. Doporučuje se přihlížet na oba směry. U čtečky je důležitá výdrž baterie. U novějších čteček, které obsahují e-ink je výdrž baterie opravdu velká. Člověk musí vědět, jak velkou čtečku vlastně chce. Jak velký musí být displej, aby byl dostatečný. Pokud čtečka nemá ani jednu z možností připojení k počítači (USB, wifi), čtečku není vhodné kupovat. Je nutností mít alespoň jednu z výše jmenovaných variant připojení k počítači. Stává se, že zakoupená čtečka podporuje e-knihy pouze z vybraného obchodu. Proto je dobré čtečku zkontrolovat, zdali není takto omezená. A jako poslední věc, na kterou u čtecího zařízení dbát, je pouzdro. Obal na čtečku, který zařízení chrání před nepříznivými vlivy.⁴⁹

⁴⁸ Popis technologie E-Ink. *Zonerbooks.cz*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-2] Dostupné na WWW: <<http://www.zonerbooks.cz/inpage/popis-technologie-e-ink/>>.

⁴⁹ DOČEKAL, Daniel. Elektronické knihy mění svět *GRANDbiblio*. 2011, roč. 5, č. 1, s. 21 – 22. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

2.6. Vybrané pojmy z knižního světa

Autor

Slovo autor je latinského původu a vychází z původního slova *auctor*. Jeho prvotní významy jsou: rozmnožovatel, návrhovač, původce. Přeneseně: spisovatel. Ten, který napsal nějaké literární dílo. Rozšířeně: tvůrce uměleckých děl a tvůrčí člověk.⁵⁰

Bibliofil, bibliofilie

„Bibliofilie je krásná kniha vytištěná na hodnotném papíře, vyzdobená často původními grafickými listy a vyšla v omezeném nákladu. Jednotlivé výtisky bývají číslovány a podepsány autorem, překladatelem, nebo výtvarníkem. Bibliofil je sběratel bibliofilii, člověk, který má potěšení z krásné, dokonale vytištěné publikace.“⁵¹

Edice

Toto slovo může podle slovníku literárních pojmů tři různé významy. 1. Může označovat vydání knihy nebo jiné publikace. 2. Tohoto významu výrazu užívají většinou literárněvědní badatelé pro označení kritického vydání nějakého díla.

3. *„Jiný význam má pro označení řady literárních děl nebo výtvarných publikací příbuzných svým zaměřením. Takovéto řady knih mají zpravidla jednotnou úpravu. Albatros vydává mj. edice nazývané *Knihy odvahy a dobrodružství, Střelka, Oko*. Pro edici v tomto významu máme i pěkné české slovo *knižnice*, které však většinou leží ladem. Na místo toho se podobné knižní řady u nás častěji nazývají *„knihovnamy: Knihovna klasiků, Národní knihovna, Máj – knihovna čs. mládeže... Záměrem těchto knižnic je poskytnout odběratelům postupně přehled o nejdůležitějších knihách klasické i soudobé literatury.“⁵²**

⁵⁰ TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 26 s. Klub mladých čtenářů.

⁵¹ TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 35 s. Klub mladých čtenářů.

⁵² TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 56 s. Klub mladých čtenářů.

Literatura

„Slovo skryté v názvu – litera, česky písmeno – napovídá, že literatura používá na rozdíl od jiných druhů umění – jako vyjadřovací prostředek psaný jazyk. Dříve se užívalo výrazu literatura v širším významu českého slova písemnictví, které označuje souhrn psaných a tištěných děl uměleckých, zábavných, vědeckých, odborných a publicistických. Dnes máme ve zvyku označovat slovem literatura jen literaturu uměleckou (literaturu krásnou, beletrii)“⁵³

Prvotina

Je první knižně nebo časopisecky vydané autorovo dílo. Přesný slovníkový výklad zamlčuje, čím je prvotina pro autora. Prvotina nejednou rozhodla o autorově tvůrčím, uměleckém osudu a ve spojení s ním i lidském osudu. Proto věnují prvotinám zvláštní pozornost také literární vědci.⁵⁴

Žánr

Literární žánr je specifický typ literárního díla, který se vyznačuje jistými obsahovými a formálními znaky. Žánr vznikl v průběhu vývoje literatury. Základní druhy žánrů jsou epika, lyrika a drama. Jsou založeny na rozdílných základních principech uměleckého vyjadřování. Dle rozsahu máme například román, anekdotu, povídku. Dle výstavby je to například arabeska, novela. Dle tematických okruhů se může jednat o povídku o přírodě, povídku historickou, povídku utopickou. Podle rozdílného významového pojetí skutečnosti to je komedie, tragédie, fraška, veselohra.⁵⁵

⁵³ TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 142 s. Klub mladých čtenářů

⁵⁴ TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 201 s. Klub mladých čtenářů

⁵⁵ TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 282 - 283 s. Klub mladých čtenářů

2.7.Soutěže a ocenění v knižním světě

Do této sekce byl zvolen pouze zlomek z dostupných soutěží. Bylo vybíráno především z aktuálních ocenění. Selekcí také ovlivnila velikost, myšleno v tom smyslu, zda-li je soutěž celonárodní či pouze školní. V praktické části práce jsou některá z ocenění použita u konkrétních titulů daných nakladatelství.

Cena Boženy Němcové

Cena za dílo, které významně přispělo k rozvoji české literatury a společnosti uděluje Akademie literatury od roku 2006.⁵⁶

Cena Egona Erwina Kische

Tato cena je udělována českým a slovenským spisovatelům za literaturu faktu od roku 1992. Nadaci E. E. Kische založila Gisela Kischová r. 1990 a po zániku SČSS převzaly péči o toto ocenění Obec spisovatelů a Asociácia organizací slovenských spisovateľov. Klub autorů literatury faktu organizuje setkání, na kterých je ocenění udělováno.⁵⁷

Cena Franze Kafky

Cena je udělována společností F. Kafky od r. 2001 u příležitosti 28. října. Cena se snaží vyzdvihovat osobnosti světové literatury. Především ty spisovatele, kteří se zasloužili svým dílem o hodnotu demokracie, humanismu a tolerance. Tato cena je mezinárodní.⁵⁸

Cena Jaroslava Seiferta

Cena vznikla z iniciativy Františka Janoucha, předsedy správní rady Nadace Charty 77, den po smrti Jaroslava Seiferta. Je udělována autorům děl, která jsou vydána za poslední tři roky. Jméno laureáta je oznámeno v předvečer

⁵⁶ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=40>>.

⁵⁷ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=21>>.

⁵⁸ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=14>>.

básníkovy narození. Toto ocenění vzniklo ve Stockholmu, ale od roku 1990 se předává v Praze.⁵⁹

Cena Jiřího Ortena

Založení této ceny je datováno k roku 1986, s tím, že poprvé byla cena udělena Kolegiem pro podporu nezávislé vědy, umění a vzdělání, roku 1987. Cena je udělována autorům mladším třinácti let, jejichž kniha byla vydána během 12ti měsíců před červnovou uzávěrkou. Cenu organizuje Svaz českých knihkupců a nakladatelů od roku 2009. Ocenění je udělováno na veletrhu Svět knihy, který je pořádán na pražském výstavišti.

Cena Josefa Jungmanna

Cena je udělována za nejlepší dílo publikované v prvním vydání v českém jazyce a to v oblasti poezie, prózy, dramatu, eseje a nebeletristické literatury z oboru humanitních věd. Cenu uděluje Obec překladatelů.⁶⁰

Cena Josefa Škvoreckého

Tuto soutěž vyhlásila Literární akademie – Soukromá vysoká škola J. Škvoreckého. Součástí soutěže je studentská část, kdy jejími kategoriemi je próza a poezie.⁶¹

Cena Karla Čapka

Cena je udělována od roku 1994 každým sudým rokem českým centrem PEN klubu. Kategorie, v nichž je cena udělována jsou prozaické, dramatické nebo esejické dílo, případně za celoživotní dílo, které přispělo k obraně a prosazování humanistických a demokratických hodnot.⁶²

Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=5>>.

⁶⁰ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=3>>.

⁶¹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=67>>.

⁶² Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=17>>.

Cena Maxe Broda

Studentskou literární soutěž pořádá Společnost Franze Kafky. Cílem je podpořit a vést mladé lidi k samostatnému uvažování. Vést je k hlubšímu zamyšlení nad aktuálními kulturními a společenskými jevy a k pěstování vlastního kultivovaného písemného názoru.⁶³

Cena Miroslava Ivanova

Cenu Miroslava Ivanova uděluje a vyhlašuje Klub autorů literatury faktu (zkr. KALF) společně s rodinou M. Ivanova. Kategorie, v nichž je cena udělována: celoživotní dílo, dílo vydané během posledních tří let, dílo autora do 39 let, časopisecká tvorba publikovaná během roku a nakladatel vydávající literaturu faktu.⁶⁴

Cena Waltera Sernera

Cena o nejlepší nepublikovanou povídku pro studenty středních škol. Pořadatelem této soutěže je Nadační fond FSP. Primárním cílem soutěže je motivace mladých lidí k vlastní tvorbě. Otevírání jejich obzorů v oblasti současné české i světové literatury. Soutěž je mimo jiné určena i pro ty, kteří chtějí nechat své prvotiny projít kritikou.⁶⁵

Českých 100 nejlepších

Cílem soutěže „ČESKÝCH 100 NEJLEPŠÍCH“ je v celonárodním měřítku nalézt, vybrat, zviditelnit a veřejně slavnostním způsobem ocenit registrované firmy, podniky, či společnosti z co nejširšího spektra ekonomických aktivit, které dosahují vynikajících, mimořádných anebo pozitivně pozoruhodných výsledků.⁶⁶

⁶³ Cena Maxe Broda. *Společnost Franze Kafky*. [Online] [Citace: 1. 2 2012.] <http://www.franzkafka-soc.cz/cena-maxe-broda/>.

⁶⁴ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23>>.

⁶⁵ Přehled literárních soutěží. *VašeLiteratura.cz*. [Online]. 2009-2011 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.vaseliteratura.cz/souteze/literarni-souteze.html>>.

⁶⁶ Českých 100 nejlepších. *Česká Kanada*. [Online] 5. 12 2011. [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ceska-kanada.cz/aktuality/ceskych-100-nejlepsich.html>>.

Máchova růže

Cena za nejlepší prvotinu vznikla v roce 2007 a uděluje ji Akademie literatury.⁶⁷

Magnesia Litera

Cena je udělována za knihy vydané v předchozím roce a uděluje se od roku 2002. Ocenění je rozvrženo do devíti kategorií: Litera za překladovou knihu, Litera za prózu, Litera za poezii, Litera za přínos české literatuře, Litera za nakladatelský čin, Litera za populárně naučnou literaturu, Litera za dětskou knihu, Litera za objev roku a hlavní cena Magnesia Litera za knihu roku.⁶⁸

Zlatá stuha

Soutěž je zaměřena na tyto okruhy: původní českou tvorbu slovesnou, překladovou a výtvarnou. Od roku 2005 byla soutěž novelizována přidáním podkategorií k jmenovaným okruhům.⁶⁹

⁶⁷ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=59>>.

⁶⁸ Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani>.

⁶⁹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=58>>.

3. NAKLADATELSTVÍ

Pod pojmem nakladatelství si mnoho lidí představí ledasco. Například továrnu na knihy. Hlavní činností nakladatele je vydávání knih. Ovšem nakladatelé se od sebe liší. Liší se ve své velikosti, v tom, na jaký žánr se nakladatelství specializuje. Na to navazuje cílová skupina, která je také rozdílná. Rozlišují se v systému fungování a v dalších oblastech, které budou následovat v průběhu celé kapitoly. A nyní se podívejme odborně na to, jaká je definice nakladatelství.

„Naše stávající slovníky praví o nakladatelství, že je to kulturní a hospodářská organizace, která vydává především neperiodické publikace, případně dodává, že tyto publikace i rozšiřuje, zahraniční slovníky prostě konstatují, že nakladateli jsou ti, kdo vydávají, prodávají knihy.“⁷⁰

3.1. Nakladatel

Rozdělení nakladatelů:

1. Ideální nakladatel

Tento typ nakladatele často bývá nazýván idealistou, protože nehledí na finanční stránku – zisk, ale bere vydávání knih jako poslání. Pokud není v této činnosti dostatečně finančně podporován, zkrachuje. Stává se to ve většině případů.

2. Skromný nakladatel

Nakladatel vstupuje do světa knih s velkou dávkou iluzí a rozvahy. Tento typ nakladatele také nemá dlouhé trvání na trhu a většinou končí bez slávy a bez zisku. Ovšem je pro knižní trh nepostradatelný, protože je pro něj oživením a zanechává po sobě trvalou stopu.

3. Nakladatel podnikavec

Hlavní předností je tržní způsob myšlení, který uplatňuje při svém působení na knižním trhu. Je velmi bezohledný ke konkurenci. Velmi rychle se

⁷⁰ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 50 s. ISBN 80-7066-767-2.

přizpůsobuje situaci a je dobře edičně i tržně orientován. Tento typ nakladatele se na knižním trhu drží velmi dlouho.

4. Nakladatel gigant

Často se jedná o skupinu, jen v ojedinělých případech jde o jedince. Nakladatelský gigant určuje knižní trh, dosahuje obrovských velikostí, odkupuje slabší konkurenty a vydává širokou škálu žánrů knih. Dalo by se říci, že vydává všechno.⁷¹

Tyto skupiny podléhají a závisí na místě, čase a optimálních podmínkách. Jak velká, tak i malá nakladatelství se snaží vzdorovat veškerým proměnám a působit v jakýchkoliv podmínkách. Aby nakladatel mohl správně fungovat, musí mít **jasné vědomí o svém zaměření**. Důležité je soustředění se na určitou oblast knižní produkce. Musí si vypracovat image, aby byl pro čtenáře dobře zapamatovatelný. Dále by měl mít vytvořenou dobrou mobilní organizaci podniku. Ve svém podniku by měl mít výborné spolupracovníky a v neposlední řadě mít pevný ediční plán.

Další z podmínek nakladatele je **osvojení způsobů nakladatelského podnikání**. To znamená, že si musí obstarávat informace o odbytu, o čtenářích, nákladech, potenciálních kupcích, o jejich kupní síle a celém o trhu. Musí znát stav své firmy stejně, jako musí odhadovat chování konkurenčních nakladatelů. Musí umět jednat s autory, knihkupci a literárními agenty. Také musí umět nabízet práva, a pokud je potřeba další vydání knihy, musí rychle reagovat a projekt realizovat. Určitě musí mít přehled o stavu zásob a pracovat s nimi.

Nakladatel musí mít **vlastnosti manažerského typu**. Každý manažer musí být dobrým psychologem a organizátorem. Měl by mít schopnost navazovat profesionální vazby. Zajisté musí mít důvěru ve vlastní nakladatelskou ideu. Musí dokázat realizovat ediční nápady, být výkonný a přijmout riziko podnikání. Neměl by hledět na čas a vstřícnost k novým podnětům a informacím by měla stoupnout v žebříčku priorit nakladatele.

Poslední podmínka, kterou nakladatel musí splňovat je, že se musí vyznačovat **vztahem ke knize a knižní kultuře**. Nakladatel se musí umět

⁷¹ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 54 s. ISBN 80-7066-767-2.

pohybovat ve světě knižní kultury. Musí dobře ovládat problematiku v rámci procesu vzniku knihy. Musí si vytvořit vztah k tištěnému slovu a médiím, které mohou knihy propagovat. Musí si vytvořit vztah k distributorům a knihkupcům. Dále také k tiskárnám a především si musí vytvořit dobrý vztah k samotným autorům.

Když nakladatel splňuje jmenované podmínky, přistupuje se k dalším požadavkům. Nutnost zvládat právní stránku nakladatelského podnikání zaregistrováním nakladatele (viz Mezinárodní registrační systémy), musí mít vydavatelské oprávnění, kapitálový vstup, technické zajištění provozu, zajištěnou reklamu nakladatelství apod. V našich podmínkách si nakladatelé potýkají s řadou problémů, co se týče tržního hospodářství. Rozpadají se jim staré vztahy, organizační struktura, potýkají se současnou nestabilitou a finanční krizí. Problém také nastane, pokud správně nefunguje distribuční síť.⁷²

3.2. Cíl nakladatelů

Cílem každého nakladatele je již od nepaměti vydat alespoň jednou do roka literárně, ilustračně, autorsky, graficky a výrobně publikaci, která by byla na světové nebo národní úrovni knižní kultury. Ve zkratce řečeno, každý nakladatel by měl vydat jednou do roka profesionální výrobek. V minulosti se o tento výrobek nakladatelé pokoušeli velmi často a brali celý proces s velkou vážností. Posláním každého nakladatele musí být myšlenka, že nakladatelství musí mít svou povahu, svou tvář a svůj charakter, který by se měl uplatnit mimo jiné i při přijímání a výběru autorů, redaktorů apod.⁷³

3.3. Funkce a role nakladatelství

Pro duchovní potřeby společnosti je potřeba trojice autor – nakladatel – čtenář. Nakladatelství má ve společnosti svou roli. Je třeba si uvědomit, že nakladatelství není pouze prázdné slovo, pod tímto pojmem si můžeme představit velmi složitý proces, který představuje mimo jiné i jeho

⁷² HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-767-2.

⁷³ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-767-2.

komponenty. Nakladatelství funguje jako ekonomická, kulturní a společenská instituce. Jako svoji hlavní i jako vedlejší náplň své činnosti, mohou mít nakladatelství vydávání knižních publikací. Nakladatelství se soustřeďují především na neperiodickou literaturu. Mají různé cílové funkce, zaměření a v neposlední řadě také strukturu a náplň vydavatelské činnosti. Z těchto náplní pak vznikají ediční plány a titulové záměry edic.

„*Máme různé typy cíle:*

- a. *Kulturní poslání*
- b. *Politický, náboženský, ideový záměr*
- c. *Úzce oborově, specializované zaměření*
- d. *Institucionální zaměření*
- e. *Charitativní či osobnostní zaměření a poslání*⁷⁴

Kulturní poslání. Evidentní samozřejmost postavení knihy v kultuře, vzdělání a tradici je vzhledem k důrazu na kulturní poslání pro většinu nakladatelů samozřejmostí. Ovšem většina nakladatelů je obeznána s tím, že kniha je především zbožím a ne pouze kulturní statek. Role knihy jako zboží není navenek pro čtenáře a pro veřejnost nijak traktována a akcent tu není kladen na materiální potřeby, ale potřeby duchovní.

Většina nakladatelů obhajuje a vyznává kulturní poslání jako cíl, protože si je vědoma toho, že vychází z funkce a podstaty knihy v její dlouhé historii. Cílem mohou být ovšem i různé ideologické, politické, náboženské záměry. Každá ediční činnost, výběr témat a autorů, je podroben přísné selekci a má tedy předem stanovenou funkci a promlouvá k vyhlédnuté skupině čtenářů. Zákonitě proto existuje velká skupina nakladatelství vydávající náboženskou literaturu, ale také nakladatelství nejrozličnějších politických a zájmových skupin anebo politických stran.

Na určitý obor lidské činnosti se zaměřují úzce zaměřená a specificky orientovaná nakladatelství, která ve své produkci představují a nabízejí právě ten určitý obor. Většinou se jedná o malou část čtenářské obce. Mezi nakladatelství s kulturním posláním se řadí právě nakladatelství, která jsou

⁷⁴ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 37 s. ISBN 80-7066-767-2.

specificky orientovaná. Na knižním trhu můžeme nalézt také nakladatelství, která jsou podporovaná, řízená, dotovaná, institucemi zřízená. Ty se nazývají: nakladatelství institucionálního zaměření. Další nakladatelství vznikají jako nadační zařízení z vůle sponzora, kde je společnost limitována ekonomickými možnostmi a zájmem zřizovatele. To samé pravidlo platí i pro charitativně zaměřená nakladatelství.⁷⁵

3.4. Nakladatelství v číslech

Nakladatelská scéna na území ČR se od roku 1989 zásadně změnila. Tehdy existovalo něco málo přes 40 poměrně velkých státních nakladatelství. Jejich ediční plány byly schvalovány ministerstvem kultury a jednotlivá nakladatelství měla přidělena dané množství papíru. Nyní máme na území našeho státu necelých 5000 registrovaných nakladatelů.⁷⁶

Rok	Počet nakladatelů
1997	2 337
1998	2 582
1999	2 745
2000	2 898
2001	3 136
2002	3 267
2003	3 448
2004	3 619
2005	3 775
2006	3 908
2007	4 073
2008	4 344
2009	4 583
2010	4 875

Tabulka 5 - Počty nakladatelů 1997-2010⁷⁷

⁷⁵ HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-767-2.

⁷⁶ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2

⁷⁷ Základní fakta o produkci knih v ČR. *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

Jak je vidět dle tabulky, počet nakladatelství velmi roste. Za třináct let se počet nakladatelů téměř zdvojnásobil. Podle statistik NK (Národní knihovny) většina nakladatelství sídlí v Praze. Dalším městem v pořadí je Brno.

Rok	Počet vydaných titulů
1997	11 519
1998	11 738
1999	12 551
2000	11 965
2001	14 321
2002	14 278
2003	16 451
2004	15 749
2005	15 350
2006	17 019
2007	18 029
2008	18 520
2009	17 598
2010	17 054

Tabulka 6 - Počty vydaných titulů 1997-2010⁷⁸

Počty vydaných titulů rostou jako počty nakladatelů. Ovšem v posledních letech, od roku 2009, byl zaznamenán pokles vydaných knih. Je to dáno národní ekonomikou trhu.

⁷⁸ Základní fakta o produkci knih v ČR. *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

Nakladatelství		2010	2009	2008	2007	2006
1	Euromedia Group, Praha¹	484	440	446	409	425
2	Grada Publishing, Praha	391	464	345	361	344
3	Moravská Bastei - MOBA, Praha	385	438	370	347	323
4	Computer Press, Brno	341	427	311	382	323
5	Egmont ČR, Praha	307	265	264	251	177
6	Tribun EU, Brno	280	190	230	139	
7	Fragment, Havlíčkův Brod/Praha	221	213	258	231	130
7	Levné knihy/Československý spisovatel, Praha²	206	172	50	45	45
8	Václav Svojtka & Co, Praha	200	294	143	228	133
9	BBart, Praha	191	273	277	228	299
10	Albatros, Praha	188	221	214	184	172
11	Mladá Fronta, Praha³	185	205	189	154	110
12	Rebo Productions CZ, Čestlice-Průhonice	179	265	233	180	161
13	XYZ, Praha	174	161	12	27	19
14	Argo, Praha	138	135	80	117	111
15	Naše vojsko, Praha	120	114	63	57	74
16	Slovart, Praha	119	116	127	128	93
17	Academia, Praha	117	110	96	106	89
18	C. H. Beck, Praha	111	110	86	60	80
19	Baronet, Praha	110	88	108	65	101
20	Víkend, Praha	105	86	70	56	51
21	Fortuna Libri, Praha	101	150	143	86	26

Tabulka 7 - Počty vydaných titulů jednotlivých nakladatelů⁷⁹

¹ Produkce Euromedia Group je uvedena souhrně. Jednotlivé značky za posledních pět let vykazují následující bilanci:

Knižní klub 281/261/267/221/194

Ikar 169/155/152/164/171

Odeon 34/24/27/24/24

² Z tohoto pod značkou Československý spisovatel vyšlo 70 titulů; dále nakladatelství vydalo v koprodukcí 63 titulů, které nejsou do toho výčtu zahrnuty.

³ Bez produkce lékařské literatury, která vychází pod značkou Medical Service.

⁷⁹ CÍSAŘ, Jaroslav. Produkce knihv ČR 2010 (1), *GRANDbiblio*. 2011, roč. 5, č. 2, s. 8 - 10. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

3.5. Jaký je rozdíl mezi nakladatelstvím a vydavatelstvím

Kdyby se Vás někdo zeptal, jaký je rozdíl mezi důvodem a argumentem, chvíli byste se zamysleli. Oba jsou totiž prostředky přesvědčování, ale nejsou to v žádném případě synonyma. Na stejném principu je založeno nakladatelství a vydavatelství. Obě organizace vydávají. Důležité ovšem je to, „co“ vydávají.

Vydavatel:

„Fyzická či právnická osoba odpovědná za přípravu neperiodické či periodické publikace k vydání a oprávněná k vydání této publikace (tj. její zveřejnění tiskem).“⁸⁰

Jinými slovy, vydavatel vydává časopisy, deníky, týdeníky, a veškerá periodika, která si můžeme koupit v trafice. Vydává tedy periodické publikace, jinými slovy tiskoviny.

Nakladatel:

„Fyzická nebo právnická osoba odpovědná za uvedení neperiodické publikace (knihy, hudebniny, reprodukce, mapy, fotografie apod.) na knižní trh.

Zajišťuje hmotné prostředky k vydávání publikací, pečuje o odbornou a výtvarnou stránku vydávaných publikací, zajišťuje jejich vytištění, někdy též distribuci.“⁸¹

Rozdíl je konkrétně třeba v tom, že vydavatel může knihu připravit k vydání a vydat prostřednictvím nakladatele. Tedy vydavatel dokument připravuje k tisku, edičně připravuje apod., kdežto nakladatel zajišťuje technickou, ekonomickou stránku vydání. V praxi bývá obojí často spojeno.

Služby, poskytované nakladatelem plynou zčásti z uvedené definice. Pod slovem příprava publikace k vydání si lze představit zpracování rukopisu od redakční práce až po sazbu, přípravu ilustrací apod.⁸²

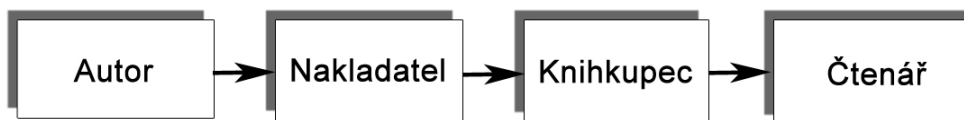
⁸⁰ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Pistorius & Olšanská, 2011. ISBN 978-80-87053-50-8.

⁸¹ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Pistorius & Olšanská, 2011. ISBN 978-80-87053-50-8.

⁸² PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2.

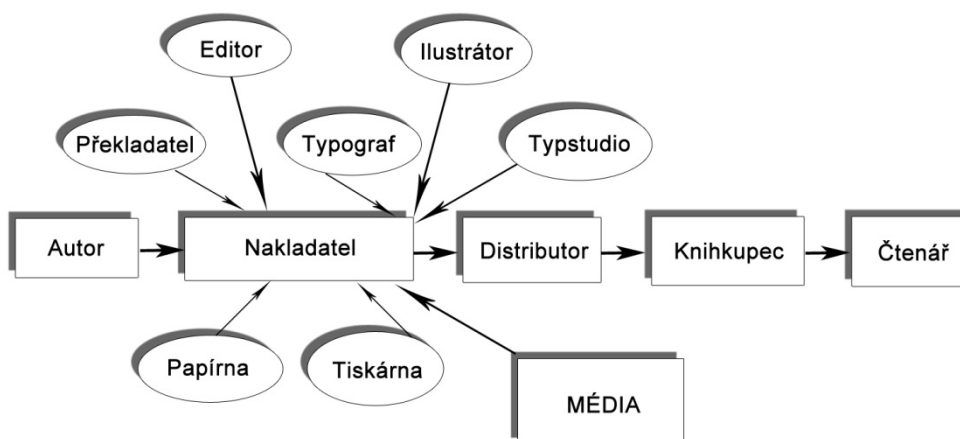
3.6. Činnost nakladatele

Rozbor cesty knihy od autora ke čtenáři lze z obecného hlediska popsat jako cestu mezi čtyřmi subjekty:



Obrázek 3 - Činnost nakladatele⁸³

Při detailnějším rozboru se dá zjistit, že nakladatel má specifickou úlohu, neboť na něj se váže řada úkonů, které běžná populace nezaznamenává. Ve skutečnosti vypadá cesta knihy následovně:



Obrázek 4 - Detail činnosti nakladatele⁸⁴

Slovní popsání výše uvedeného schématu. Autor napíše své dílo. Následuje výběr ze dvou možností. 1. Autor nabízí různým nakladatelům své dílo. 2. Nakladatelství osloví autora. Po absolvování právních úkonů, které jsou potřeba k navázání spolupráce autora a nakladatelství, se může přijít k úpravě textu. Text musí být upraven redaktorem a předán na posouzení. Pokud jde o cizojazyčný text je dán na překládání. Následuje typografické zpracování a korektury. Významnou součástí knihy je obal knihy. Když je text plně připraven, následují polygrafické práce. Po vytvoření knihy jako celku je kniha

⁸³ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 106 s. ISBN 80-7185-516-2.

⁸⁴ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. 106 s. ISBN 80-7185-516-2.

předána distributorům, kteří knihu předávají knihkupcům. Aby se kniha dobře prodávala, musí být dobře propagována. O propagaci se stará většinou marketingové oddělení daného nakladatelství. K samotnému čtenáři se kniha dostane od knihkupce.

A nyní se podívejme podrobněji na základní činnosti nakladatelství. Mohli bychom sem zařadit shánění nových titulů pro nakladatele, zajišťování autorských práv a samotnou přípravu knihy od přípravy technické, přes výrobu knihy, až po prodej a propagaci. Práce nakladatelství se tedy sestává ze šesti základních činností, které teď podrobně rozebereme.

- **Akvizice⁸⁵ rukopisů.** Redakce nakladatelství musí mít snahu zajistit vznik nových titulů, které se následně uplatní na knižním trhu. Musí vyhledávat nové autory, tituly vydávané u nás ale i v zahraničí.
- **Autorskoprávní agenda.** Každé vydání knihy by mělo být autorskoprávně ošetřeno, tzn. mít licenční smlouvy. To ovšem neznamena mít licenční smlouvu uzavřenou pouze s autorem textu. Smlouva musí být uzavřena se všemi subjekty, které s vydáním knihy přišli do styku. Jedná se zejména o překladatele, tvůrce obálky, typografických úprav, fotografií, ilustrací, doslovu, edičního výběru atd. V tomto případě nestačí jen proplatit fakturu a rozloučit se. Se všemi subjekty musí být uzavřena licenční smlouva, a to vždy před vydáním knihy. Často vznikají problémy se zahraničními autory a jejich licenčními smlouvami. Bývá obtížné zjistit, kdo je nositelem autorských práv, případně, kdo autora zastupuje, obstarání příslušných adres a veškerých informací s tím spojených. Samotné jednání o licenční smlouvě se proto může protáhnout na řadu týdnů, měsíců a někdy i let.
- **Redakční příprava.** Aby mohla být kniha vytištěna, musí projít tzv. technickou přípravou knihy. Ta se stává z několika bodů - z pořízení předpisu, lektorského posouzení rukopisu, práce redaktora s autorem či překladatelem, typografického zpracování, korektur, přípravy rejstříku atd.

⁸⁵ Akvizice – získání, nábor, přírůstek (Zdroj: *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 16 s. ISBN 80-901647-8-1.)

- **Výroba knih.** Nakladatelství by mělo organizačně a finančně zajišťovat polygrafické práce. Musí se s tiskárnou dohodnout na výrobní ceně, termínu dodávky a použitém materiálu (papír, předsádky, vazba, ražba, laminace, parciální lak atd.). Také musí nechat vyrobit filmy a další podklady pro tisk (např. raznice pro ražbu atd.).
- **Marketingová příprava a propagace titulů.** Každý titul by měl mít zajištěn optimální podmínky pro prodej. Snahu o tento proces musí mít vždy nakladatel, který by tak měl činit ještě před vydáním své knihy (vydávání edičních plánů, interview s autorem, všemožné další informace o chystané knize atd.). Již vydaný titul také musí být propagován a to například autogramiádou s autory, tištěním plakátů pro knihkupecké výlohy, zadáváním inzerce apod.
- **Prodej.** Nakladatelství musí zajišťovat prodej svých knih, skladování neprodaných zásob, dohadovat rabat a fakturovat jednotlivé dodávky.⁸⁶

Jmenované činnosti jsou pouze obecné. Malé nakladatelství má jinou strategii nežli velké nakladatelství. Ve finále jde ale všem nakladatelům o jedinou věc. Produkovat lidem knihy. Ať už to budou knihy odborné, ve kterých člověk hledá vědění, nebo to budou knihy pro mládež, u kterých se nám lépe tráví dlouhé chvíle, stále jsou to knihy. Studny vědění, které nám pomáhají žít a které bychom neměli, nebýt nakladatelů.

3.7. Personální složení nakladatelství

Každá dobře fungující firma má různé druhy profesí, které fungují v hierarchii. Liší se ovšem velikostí nakladatelství. Menší nakladatelé si nemohou dovolit velké množství pracovníků, proto následující rozřazení profesí platí jenu velkých skladatelství.

- **Redaktor.** Osoba, která pracuje s autorem textu. Je to partner autora, který zajišťuje, aby dílo mělo logiku a stylistiku. Redaktor celý text opravuje. Je v nakladatelství od toho, aby upozornil na to, co je špatně. Pracuje

⁸⁶ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2.

s rukopisem. Nerozhoduje o tom, zda bude text přijat, o tom rozhoduje rada daného nakladatelství.

Liší se funkce redaktora v nakladatelství od úlohy redaktora v tiskovinách.

- **Výtvarný redaktor.** Zajišťuje typografickou úpravu knih. Tu provádějí většinou externí grafici. Výtvarný redaktor odpovídá za ilustrace. Má na starosti, aby dílo vypadalo jako celek. Hlídá strukturu knihy.
- **Technický redaktor.** Typograf, který připravuje podklady pro tiskárnu. Někdy i láme text. V malých nakladatelstvích může technický redaktor zastávat funkci výtvarného redaktora a výrobního referenta.

Může to být i ten, který text dává do počítače. U technických redaktorů došlo v poslední době k značnému vývoji. V současné době můžeme nazvat technického referenta specialistou na informační technologie. Hlídá také tamní stroje, doladuje barvy na obrazovkách. Veškerou práci odvádí na počítači.

- **Výrobní referent.** Stará se o styk s typografickými studií a tiskárnami. Volí optimální tiskárnu pro každé vydání, zajišťuje dovoz knih a v neposlední řadě také dojednává výrobní ceny a termíny.
- **Vedoucí odbytu.** Primárním úkolem je zajistit odbyt nakladatelství. Řídí propagaci jednotlivých titulů, spravuje práci skladníků a rozhoduje o podání inzerátů. Dojednává s distributory a dalšími odběratelskými kanály rabatové podmínky a hlídá placení faktur.
- **Odbyt a fakturace.** Toto oddělení spadá pod vedoucí odbytu. Zde vyřizují objednávky, vystavují faktury atd. Rozsah tohoto oddělení závisí na druhu distribuce, který nakladatelství podporuje. Pokud má nakladatelství vlastní distribuci (např. GRADA Publishing), potřebuje více pracovní síly než-li nakladatelství, které využívá síť distributorů.
- **Propagační pracovník.** Realizuje styk s médii. Stará se o inzerci, zařizuje propagační akce (autogramiády apod.), registruje recenze. Úzce spolupracuje s vedoucím odbytu při vytváření nových způsobů propagace.
- **Autorské smlouvy, honoráře.** Hlavním posláním je vystavování a registrace licenční smlouvy. Dále může spravovat prodej autorských licencí do zahraničí.

- **Ekonomika a účetnictví, vedení pokladny.** Pracovníci vyřizují veškeré věci spojené s financemi. Vedou účetnictví a mají přehled o finanční situaci.
- **Sekretářka.** Pracovnice, která se stará zázemí nakladatelství. Přepojuje telefony a vyřizuje poštu.
- **Skladník.** Stará se o sklad a o knihy v něm uskladněné. Knihy dle objednávek balí a odesílá.⁸⁷

Nakladatelství prošla různými změnami. Uvedené pozice nemusí platit pro všechna nakladatelství. Pokud je nakladatelství o pěti zaměstnancích, tak jistě nemá obsazené veškeré výše jmenované pozice. Naopak u velkých nakladatelství, jsou tyto pozice doplněny o další potřebné mezičlánky. Vše záleží na struktuře a velikosti nakladatelství.

⁸⁷ PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. 1.vyd. Litomyšl: Paseka, 2003. ISBN 80-7185-516-2.

PRAKTICKÁ ČÁST

4. SROVNÁNÍ VYBRANÝCH NAKLADATELSTVÍ

Praktická část bakalářské práce je rozdělena do dvou částí. V první jsou informace o jednotlivých nakladatelství. Pro sestavení medailonů bylo čerpáno z rozhovorů, které poskytli vedoucí osoby nakladatelství. Samozřejmě nebylo zcela jednoduché získat představitele vybraných nakladatelství k rozhovoru. Spojení na nakladatelství Epoque jsem získala od spisovatele Václava Tikovského. Dále bylo čerpáno z webových stránek nakladatelství. Informace byly také porovnávány s daty uloženými v Národní knihovně. Pro ocenění nakladatelů byl použit ve velké míře web: Ústav pro českou literaturu AV ČR, který je jediným souhrnným zdrojem pro tento typ informací. Loga uvedená v medailonech byla nalezena na webu vybraných nakladatelství.

V druhé části je graficky prezentována činnost jednotlivých nakladatelství. Data, která má autorka v grafech použita, jsou převzata z Národní knihovny, Svazu českých spisovatelů, časopisu Grandbiblio a nebo od vedoucích osob jednotlivých nakladatelství.

4.1. Epoque

Autorka práce zvolila nakladatelství Epoque, protože je to nakladatelství, které se specializuje na literaturu faktu, science fiction a fantasy literaturu. Také jí bylo toto nakladatelství doporučeno spisovatelem a novinářem Václavem Tikovským.

V pravé části medailonu nakladatelství je zobrazeno logo společnosti a v levé části jsou veškeré organizační názvy včetně sídla firmy a data jejího vzniku. Jsou zde uvedeny důležité identifikátory ISBN, pod kterými nakladatelství uvádí své knihy. Důležité je zaměření nakladatelství dle žánru. Data jsou získána z rozhovorů, kdy respondent zaškrtoval z nabízených možností. Uvedené možnosti jsou ty, které komunikant označil. Možnosti, které byly k dispozici, se naleznou v tabulce č. 8. Distribuci u nakladatelství Epoque zajišťují největší knižní distributoři Euromedia k.s., Pemic books a.s., Kosmas

s.r.o., Dobrovský BETA s.r.o., Krameriova K.D. spol s.r.o., Seqoy s.r.o. Historii nakladatelství představil Zdeněk Pobuda, majitel nakladatelství. Veškeré informace, které respondent prozradil, jsou uvedeny v Příloze A a zde, v sekci nakladatelství jsou zpracovány. Další důležitou sekci jsou Edice, které jsou převzaty z webových stránek nakladatelství Epoque. Rozsáhlou kapitolou u nakladatelství je ocenění. Jsou to ocenění knih, které vydalo nakladatelství Epoque. Více o jednotlivých soutěžích je použito v kapitole 2.7.

Informace o nakladatelství Epoque:

Název organizace: Epoque

Podnikový název organizace: Epoque s.r.o.

Datum vzniku: 2002 navázání na činnost stejnojmenného subjektu, který vznikl v r. 1996

Sídlo: Praha

Zakladatel: Zdeněk Pobuda a Ladislav Pešek



Identifikátor ISBN nakladatele: 80-86328; 80-87027; 80-7425⁸⁸

Velikost nakladatelství: střední nakladatelství (viz Příloha A)

Zaměření dle žánru:

- Literatura faktu se zaměřením na historii
- Fantasy a science fiction
- Beletrie – okrajově (viz Příloha A)

Cílová skupina: nevyhraněná skupina. Zájemci o historii a milovníci Nepraktiky a Švandrlíka (viz Příloha A)

Způsob distribuce:

1. E-shop (www.epoque.cz)
2. Distribuční partneři: Euromedia k.s., Pemic books a.s., Kosmas s.r.o., Dobrovský BETA s.r.o., Krameriova K.D. spol s.r.o., Seqoy s.r.o. (viz Příloha A)

⁸⁸ České knihy - databáze vydaných titulů. *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. [Online]. 2012 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.sckn.cz/ceskeknihy/>>.

Ocenění nakladatelství:

1997 Cena Egona Ervína Kíše – Dušan Tomášek, Robert Kvaček: Generál Alois Eliáš⁸⁹

1998 Cena Egona Ervína Kíše – Vladimír Nálevka: Fidel Castro⁹⁰

2004 Cena Miroslava Ivanova- Nakladatel vydávající LF⁹¹

2005 Cena Egona Ervína Kíše – Zora Dvořáková: Politikové na útěku
Roman Cílek, Miloslav Moulis: Dokonáno jest-!⁹²

2005 Cena Miroslava Ivanova – II-dílo vydané během posledních tří let Jiřina Rybáčková: Svět zvaný Amerika⁹³

2006 Cena Egona Ervína Kíše – Dušan Tomášek: Nevyhlášená válka
Josef Opatrný: Velká luxusní válka⁹⁴

2006 Cena Miroslava Ivanova – II-dílo vydané během posledních tří let Roman Cílek: Zapomeňte, že jste byli lidmi
Radek Fukala: Sen o odplatě⁹⁵

2007 Cena Egona Ervína Kíše – čestné uznání Jiří Noha: Lékař léčí, příroda uzdravuje⁹⁶

2007 Cena Miroslava Ivanova – II-dílo vydané během posledních tří let Karel Richter: Hrnice placená krví
Ivan Brož: Arabsko-izraelské války⁹⁷

2008 Cena Egona Ervína Kíše – Ivan Brož: Husajn kontra Chomejní⁹⁸

⁸⁹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/c=21/>>.

⁹⁰ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

⁹¹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

⁹² Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

⁹³ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

⁹⁴ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

⁹⁵ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

⁹⁶ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

⁹⁷ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

⁹⁸ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

2008 Cena Miroslava Ivanova – II-dílo vydané během posledních tří let Karel Richter: Třeba i železem a krví

III. dílo autora do 39 let, 1. Místo Monika Bandasová: Horatio Nelson⁹⁹

2009 Cena Miroslava Ivanova – II-dílo vydané během posledních tří let, 1. Místo Marin Novák: Džihád proti Kremlu¹⁰⁰

Jiří Chalupa: Don Carlos a ti druzí¹⁰¹

Čestné uznání Karel Richter: Zločin, který unikl trestu. Masakr v Katyni¹⁰²

2010 Cena Egona Ervína Kishe – Roman Cílek: Každý, kdo unese oštěp¹⁰³

2010 Cena Miroslava Ivanova - III. dílo autora do 39 let, 1. Místo Pavel Vodička: Kavalíři, puritáni, královrazi¹⁰⁴

II-dílo vydané během posledních tří let Miroslav Martínek:Krvavá cesta k Sarajevu

Čestné uznání Dušan Tomášek: Vláda emigrantů. Duben- listopad 1945¹⁰⁵

Postoj k e-bookům: Kladný, nakladatelství má již k dispozici cca 60 knih v elektronické podobě. (viz Příloha A)

Historie vzniku nakladatelství detailněji:

Nakladatelství Epoque ve stávající podobě existuje a vydává od října roku 2002. Navazuje na činnost stejnojmenného subjektu, který vznikl roku 1996. Jeho ediční profil byl tehdy vyhraněný, soustředil se na historii prezentovanou životopisnými monografiemi významných postav českých, ale i světových dějin.

⁹⁹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹⁰⁰ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹⁰¹ Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

¹⁰² Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

¹⁰³ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

¹⁰⁴ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹⁰⁵ Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

V roce 2002 se Epocha rozšířila, a to nejen personálně, ale především koncepčně. Její ediční záběr se rozrostl o další žánry a s tím se rozšířila i autorská základna, která se neomezuje jen na domácí zdroje.¹⁰⁶

Nakladatelství Epocha založil Zdeněk Pobuda a Ladislav Pešek.

Pan Zdeněk Pobuda k historii vzniku nakladatelství prozradil:

„Je to trošku netypické, protože jak pan Pešek, tak já, jsme dělali někde jinde. Já jsem pracoval v nakladatelství Olympia před rokem 1989 a také v nakladatelství Svoboda. A předtím jsem byl dlouhou dobu knihkupcem. A pan Pešek se rozhodl, že vedle svého zaměstnání sem tam vydá nějakou knížku. Protože jsme byli dobří přátelé, tak jsme si řekli, že budeme vydávat knihy spolu. Takové to vydávání formou vedlejší činnosti se v roce 2002 proměnilo v založení normálně fungujícího nakladatelství, zaměřeného zejména na vydávání literatury faktu.“ (citováno z přílohy A)

Hodnocení současné situace panem Zdeňkem Pobudou. Situaci označil za:

„Nejednoduchou. Důvodem je snížení tržeb v minulém roce a určité ekonomické potíže, které postihují nejenom nás, ale i jiné nakladatele. Letošní rok se budeme snažit fungovat velmi úsporně, abychom fungovali na trhu i nadále.“ (citováno z přílohy A)

Edice

- Seznam edic nakladatelství Epocha: Polozapomenuté války, Magnetka, Victima, Erudica, Fantastická Epocha, Pevnost, Neprakta do kapsy, Z archivů krále humoru, NEPRAKTYcké lexikony
- Edice zařazené dle žánru:
 - Literatura faktu
 - Polozapomenuté války
 - MAGNETKA
 - VICTIMA

¹⁰⁶ O firmě. *Nakladatelství epocha*. [Online] [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.epocha.cz/o-nakladatelstvi.php>>.

Odborná literatura

- Erudica

Fantastika

- Fantastická Epocha
- Pevnost

Humor

- Neprakta do kapsy
- Z archivů krále humoru
- NEPRAKTYcké lexikony

4.2. Grada Publishing

Autorka práce zvolila nakladatelství Grada Publishing, protože je to největší nakladatelství vydávající odbornou literaturu. Bylo zvoleno také především kvůli žánru vydávajících knih. Odbornou literaturou se v České republice zabývá jen pár nakladatelů. Informace o nakladatelství jsou uváděny stručně a v bodech.

Struktura celého medailonu nakladatelství je stejná jako u EPOCHY. Liší se daty, které jsou uvedeny. Distribuční kanály má tato firma své vlastní, což je ve srovnání s ostatními nakladateli velice ojedinělý způsob. Historii velice podrobně uvedla PhDr. Jana Vytlačilová, vedoucí propagace a PR nakladatelství Grada Publishing. Veškeré informace, které respondentka uvedla, jsou převzaty z Přílohy B a zde, v sekci nakladatelství jsou zpracovány. Důležitou sekci jsou Edice, které jsou z nejnovějšího Katalogu Grady. V tomto katalogu, jak zmínila p. Vytlačilová, jsou veškeré tituly, které má nakladatelství k dispozici. Obsahuje také připravované tituly, ocenění jednotlivých knih a knihkupectví, kde jsou knihy nakladatelství Grada Publishing nabízeny.

Informace o nakladatelství Grada Publishing:

Název organizace: Grada Publishing

Podnikový název organizace:

Grada Publishing a.s.

Datum vzniku: 1991

Sídlo: Praha

Zakladatel: Ing. Roman Šviták



Identifikátor ISBN nakladatele: 80-247; 80-80-247

Velikost nakladatelství: Velké nakladatelství

Zaměření dle žánru:

- CD-ROM
- Duchovní literatura
- Knihy pro děti a mládež
- Literatura faktu
- Literatura pro volný čas
- Počítačová literatura, právo, ekonomie a daňové příručky
- Náboženství a teologie
- Odborná literatura
- Školství a pedagogika
- Společenské vědy

Cílová skupina: široké spektrum zaměřené dle jednotlivých redakcí

Způsob distribuce: Vlastní distribuce – prodejci/zásobovači v jednotlivých krajích, callcentrum

Ocenění nakladatelství:

Českých 100 nejlepších konkrétní umístění:

Rok 2011 – 70. místo	Rok 2006 – 64.místo
Rok 2010 – 72. místo	Rok 2005 – 53. místo
Rok 2009 – 78. místo	Rok 2004 – 62. místo
Rok 2008 – 88. místo	Rok 2003 – 60. místo
Rok 2007 – 66. místo	Rok 2002 – 47. Místo

Daně, účetnictví a právo:¹⁰⁷

2002 – Inka Neumaierová: Výkonnost a tržní hodnota firmy

¹⁰⁷ Ocenění – daně, účetnictví, právo. Grada. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/dane-ucetnictvi-pravo/>>.

2003 Cena děkana a Podnikohospodářské fakulty v kategorii monografie za rok 2010 ocenění sítě Rodinného knihkupectví za nejprodávanější knihu roku 2009 – Hana Marková: Daňové zákony 2009

Ekonomická literatura:¹⁰⁸

1999 Cena děkana Fakulty podnikohospodářské VŠE v kategorii monografie – Jiří Fotr: Strategické finanční plánování

2000 Cena děkana Fakulty podnikohospodářské VŠE v kategorii monografie – Jiří Fotr: Podnikatelský plán a investiční rozhodování

2002 Cena za prestižní publikaci VŠE – Hana Machková: Mezinárodní obchod a marketing

2005 ocenění Nejlepší publikace roku 2004 na Fakultě hospodářské VŠE v kategorii Knižní monografie – Růžená Lukášová: Organizační kultura

Počítačová literatura:¹⁰⁹

2004/2 ocenění časopisu Computer - Václav Kovařík: Adobe Photoshop v praxi

Psychologická literatura:¹¹⁰

2000 Čestné uznání Grand Prix za odbornou literaturu – Jan Šmarda: Člověk v proudu dědičnosti

2005 Cena prof. Hanzlíčka od Nadačního fondu Dr. Paula Jansseny – Eva Malá: Schizofrenie v dětství a adolescenci

2006 Cena prof. MUDr. Josefa Hynieho, DrSc – Jaroslav Kratochvíl: Sex jako obohacení života

2008 Cena prof. MUDr. Josefa Hynieho, DrSc, za nejlepší odbornou publikaci – Hanka Fitková: Transsexualita a jiné poruchy pohlavní identity

Technická literatura:¹¹¹

2002 Cena Dr. Cihelky – Jaroslav Řehánek: Tepelně-technické a energetické vlastnosti budov

¹⁰⁸ Ocenění – ekonomická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/ekonomicka-literatura/>>.

¹⁰⁹ Ocenění – ekonomická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/pocitacova-literatura/>>.

¹¹⁰ Ocenění – ekonomická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/psychologicka-literatura/>>.

¹¹¹ Ocenění – ekonomická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/technicka-literatura/>>.

2004 Ocenění Zlatá pečeť – Jan Vinař: Historické krovy
2006 Nejlepší kuchařka roku – Hana Zemanová: Biokuchařka
2006 Ocenění Zlatá pečeť – Radomíra Sedláková: 20. století české architektury
2007 Ocenění Zlatá pečeť – Eva Dvořáková: Industriál paměť východiska
2009 Cena Dr. Cihelky – Jiří Novák: Vzduchotěsnost obvodových pláštů budov

Zdravotnická literatura:

V této sekci získalo nakladatelství Grada Publishing 56 ocenění.

Postoj k e-bookům: Kladný. Nakladatelství je napojeno na funkci Googlebooks. Kdy, dává k náhledu 20% z každé publikace.

Historie vzniku nakladatelství detailněji:

„Nakladatelství působí na trhu od roku 1991. Zakladatelem byl současný majitel Ing. Roman Šviták, který je majitelem a předsedou představenstva dodnes.

Grada je nakladatelství odborné literatury. V současné době máme 8 základních velkých redakcí. Ty jsou potom vyprofilované k jednotlivým oborům. Redakce vznikaly postupně. Grada vznikla jako nakladatelství odborné literatury se zaměřením na počítačovou literaturu. První redakce a první signál k tomu, že nakladatelství vznikne, byl vznik počítačové literatury. V roce 1991 začínal velký nástup počítačové techniky. V té době se práce s počítači neučila ve školách, takže řekněme, že především střední generace, ale vůbec celá generace, která potřebovala pracovat s počítači, neměla dostupnou literaturu a neměla podle čeho pracovat. Dalo by se dodat, že většina z nás neprocházela moc kurzy. Uživatelé v té době byli odkázáni na různé příručky, které samozřejmě nebyly. Byla tedy objevena díra na trhu. Přesně tuto informaci si zjistil pan majitel a začal vydávat nejdříve příručky a o něco později začali vznikat knížky. Tak to byl, řekněme první stimul, proč Grada vznikla. První redakce naší společnosti, kterou máme dodnes, začala tedy vydávat počítačovou literaturu. Tu redakci máme dodnes. Poměrně brzy se Grada etablovala na trhu v oblasti již jmenované počítačové literatury. A

začalo se příručkami: *Jak na počítač, MS Word, MS Excel*. Postupně se na to začaly nabalovat knížky pro různé stupně uživatelů podle toho, jak se vyvíjela počítačová gramotnost. K počítačové redakci se postupem času přidaly redakce ekonomická a technická. Právě technická redakce má ve své podstatě nejširší portfolio, protože v sobě zahrnuje technickou literaturu, klasickou stavební literaturu, technická literaturu, co se týče aut, profí hobby literaturu. Když se nad tím zamyslíte, ono je to logické. Protože jak rostl hlad po vzdělávání, musely být k dispozici nějaké tituly v daném oboru, aby měla tehdejší generace k dispozici aktuální informace, protože všechny vydané knihy v té době byly zastaralé. Knihy se jednak překládaly a taky zde začal vznikat kolektiv odborníků, kteří k tomu měli co napsat. V roce 1993 jsme koupili práva Avicena, což bylo za bývalého režimu v podstatě jediné nakladatelství odborné zdravotnické literatury pro lékaře. To po revoluci skončilo a tehdy již fungující Grada koupila jejich práva. To znamená, že nám vznikla další redakce, zdravotnická. Dnes jejich logo již nevyužíváme, protože značka Grada je zavedená i ve vztahu ke zdravotnické literatuře. Takhle se to postupně nabalovalo. A protože děláme průzkumy trhu, zjistili jsme, že je poměrně velký hlad a není obsazená pozice s účetní a daňovou literaturou. Proto další byla daňová účetní redakce. To je náš základ redakcí.“ (citováno z Přílohy B)

Hodnocení současné situace vedoucí propagace a PR PhDr. Janou Vytlačilovou:

„Tak my jsme v současné době největším nakladatelstvím odborné literatury s největším portfoliem.“ (citováno z Přílohy B)

Edice nakladatelství Grada Publishing (Knižní katalog Jaro-Léto 2012):

- Dětská literatura
- Učíme se číst
- Předškoláček
- Čteme s rodiči
- Obrázkové čtení
- Čtení pro prvňáčky

- Pohádky
- Hlavalamy a omalovánky
- Strašidlář od 8 let
- Historie pro děti od 9 let
- Největší malíři od 11 let
- Fantasy
- Komiks od 8 let

Jazyky

Kariéra a rozvoj osobnosti

- Poradce pro praxi
- Komunikační dovednosti a osobní rozvoj

Ekonomika a podnikání

- Ekonomie a související obory
- Management v informační společnosti
- Podnikání a management
- Prosperita firmy
- Personalistika a trénink
- Cestovní ruch
- Obchodní prodej
- Marketing a reklama

Finance

- Finanční řízení

Právo

- Právo

Investování

- Finanční trhy a instituce
- Investice

Účetnictví a daně

Sport

- Sport extra
- Fitness – síla – kondice
- Sport

- Děti a sport
- Zdraví a životní styl
- Rady pro rodiče
- Pedagogika
- Vedení lidí v praxi
- Psychologie pro každého
- Lepší život
- Záhady a esoterika
- Harmonie duše
- Harmonie těla
- Magie, čarodějnictví a astrologie
- Mystika
- Militaria
- Zbraně
- Válečná tažení
- Duel
- Elita
- Fortifikace
- Válečná technika
- Přepadové edice
- Auto moto
- Retro
- Technická elita národa
- Automobily a další
- Řemesla a kultura
- Řemesla
- Výtvarný kurz
- Ostatní
- Šikovné ruce
- Kultura
- Stavitelství a architektura
- Architektura

- Interiér
- Stavební řemesla – tradice z pohledu dneška
- Dřevostavby
- Studium
- Nízkoenergetické a pasivní domy

Profi a hobby

- Vytápění a instalace

Zahrada

- Zahradní architektura
- Rostliny kolem nás
- Česká zahrada

Myslivost

Chovatelství

Gastronomie

Počítače

- Začínáme s počítačem
- Kancelářské programy
- Programování
- Digitální fotografie, video, grafika a CAD
- Internet a IT management

Politologie

Dějiny

Žurnalistika a komunikace

Sociologie

Religionistika

Psychologie

Lékařské vědy

- Farmacie a farmakologie
- Fyziatrie, léčebná rehabilitace, balneologie
- Gynekologie a porodnictví
- Chirurgie, ortopedie, traumatologie
- Kardiologie, gastroenterologie, vnitřní lékařství, onkologie

- Neurologie
- Ostatní obory a další literatura
- Psychiatrie
- Stomatologie
- Teoretické obory
- Veterinární lékařství
- Ošetřovatelství a další obory
- Laická veřejnost, lékaři radí nemocným
- Ošetřovatelství a další obory

4.3. Mladá fronta

Autorka práce zvolila nakladatelství Mladá fronta, protože patří mezi nejstarší nakladatelství na území České republiky.

Struktura celého medailonu nakladatelství je stejná jako u EPOCHY. Liší se daty, které jsou uvedeny. Historie je velice podrobně popsána v knize, kterou doporučil pan Antonín Kočí, ředitel Divize Knihy. Kniha nese název: Poválečná léta od autora a zakladatele Mladé Fronty, Jaromíra Hořce.

Úryvek z knihy:

„Bylo mu teprve 23 let, ale jeho autoritu vedoucího jsme uznávali všichni, nejen my mladší, ale i starší kolegové – profesionální novináři, k nimž patřili mimo jiné (abecedně): Karel Balák, Jan Beran, Vladimír Bor, Jiří Brabec, Karel Bureš, Jiří Círk, Václav Hofner, Mira Holzbachová, Jindřich Chalupecký, Vladimír Kovářik, Zdeněk Noháč, Ivan Osvald, Emil Pardubský, Eduard Petiška, Karel Petruš, Otakar Štembera, Bohuslav Vávra, František Vrba, František Žemla...

Se svými druhy v květnu 1945 dokázal revolučním způsobem oznámit tehdejšímu vedoucímu podniku, v němž se ještě včera tiskl nacistický deník Der Neue Tag, že podle rozhodnutí České národní rady, podepsaného předsedou

Albertem Pražákem, se zde bude od zítřka vyrábět, tisknout a expedovat deník české mládeže Mladá fronta. Tiskárnu se podařilo obsadit v úterý 8. května, kdy se v Praze ještě bojovalo, a 9. května, když přijížděly do Prahy první tanky našich osvoboditelů, ještě dopoledne vyšlo první dvoustránkové číslo Mladé fronty. Nezůstalo jen u jednoho titulu, Hořec hned založil stejnojmenné nakladatelství, týdeník My 45, obnovil vydávání časopisu pro skauty a junáky, dále založil časopis Středoškolák, Mladý technik nebo literární revue Generace. Všude poskytoval příležitost mladým, začínajícím talentům, budoucím literátům, spisovatelům, výtvarníkům, cestovatelům, tvůrcům, umělcům.“¹¹²

Informace o nakladatelství Mladá fronta:

Název organizace: Mladá fronta

Podnikový název organizace: Mladá fronta a.s.

Datum vzniku: 1945

Sídlo: Praha

Zakladatel: Jaromír Hořec



Identifikátor ISBN nakladatele: 80-204

Velikost nakladatelství: Velké nakladatelství

Zaměření dle žánru:

- Beletrie
- CD-ROM, e-books, audioknihy
- Hudba, divadlo, film
- Literatura faktu
- Počítačová literatura, právo, ekonomie a daňové příručky
- Literatura pro volný čas
- Odborná literatura
- Společenské vědy
- Umění

Cílová skupina: zaměřena na široké spektrum čtenářů

¹¹² **Hořec, Jaromír.** *Poválečná léta*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 2010. str. 282. ISBN 978-80-204-1797-8.

Způsob distribuce:

1. E-shop (www.kniha.cz)
2. Knihkupectví U Jednorožce, sídlo: Staroměstské náměstí 17, Praha 1
3. Distribuční partneři: Euromedia k.s., Pemic books a.s.,
Nakladatelský servis s.r.o., Dobrovský BETA s.r.o., Kosmas s.r.o.,
Krameriova K.D. spol s.r.o.
4. Cesty přímo k zákazníkům skrze zájmové skupiny a organizace

Ocenění nakladatelství:

1999 Cena Josefa Jungmanna – Mimořádné tvůrčí odměny Pavel Dominik;
Salman Rushdie: Maurův poslední vzdech

- Anna Valentová; Péter Nádas: Kniha paměti
- Josef Hiršal a Bohumila Grögerová; Ernst Jandl: Rozvrzaný mandl
- Olga Krijtová; Cees Nooteboom: Následující příběh
- Luba a Rudolf Pellarovi; David Malouf: Vzpomínka na Babylon,
- Jindřich Vacek; Šmuel Josef Agnon: Šátek a jiné povídky¹¹³

2001 Cena Egona Erwina Kische – Adolf Branald: Pražské promenády¹¹⁴

2001 Cena Miroslava Ivanova - II – dílo vydané během posledních tří let,
prémie František Kafka: Karel IV.¹¹⁵

2002 Zlatá stuha nakladatelství Mladá fronta za ediční počin – edice
Jednorožec¹¹⁶

2003 Cena Josefa Jungmanna za nejlepší literární překlad - Zbyněk Černík
Mikael Niemi: Popmusic z Vittuly

- Anna Valentová; Péter Nádas: Dům paní Kláry¹¹⁷

¹¹³ Statut Ceny Josefa Jungmanna. *Obec překladatelů*. [Online] [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.obecprekladatelu.cz/cz/ceny--stipendia--akce/cena-josefa-jungmanna/>>.

¹¹⁴ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=21/>>.

¹¹⁵ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny//index.php?c=23/>>.

¹¹⁶ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹¹⁷ Statut Ceny Josefa Jungmanna. *Obec překladatelů*. [Online] [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.obecprekladatelu.cz/cz/ceny--stipendia--akce/cena-josefa-jungmanna/>>.

- 2004 Magnesia Litera – Překladová kniha Mario Vargas Llosa: Vypravěč¹¹⁸
- 2005 Cena Egona Erwina Kische – Ivan Brož: Masarykův vyzvědač¹¹⁹
- 2005 Magnesia litera – Překladová kniha Ferdinand Sločes: Písně a verše staré Číny¹²⁰
- 2006 Cena Egona Erwina Kische – Čestné uznání Jaromír Hořec: Brzy jazyk nazývati Ruzyně¹²¹
- 2006 Cena Miroslava Ivanova - II – dílo vydané během posledních tří let Soňa Thomová: Pod hradbou Himaláje¹²²
- 2006 Obec překladatelů – Anticena Skřípec, překlad knihy David Baldacci: Hrátky o hodinu¹²³
- 2006 Zlatá stuha – Dětská beletrie Jan Cimický: Vrch čajové konvice¹²⁴
- 2006 Zlatá stuha – Philip Pullmann: Hodinový strojek¹²⁵
- 2007 Zlatá stuha – Literatura faktu a uměleckonaučná literatura pro děti Iva Procházková: Vyprávění o Leonardovi¹²⁶
- 2008 Zlatá stuha – Překlad, Beletrie pro děti a mládež Philip Reeve: Tajemství prstenců Saturnu¹²⁷
- 2008 Cena Egona Erwina Kische – Oldřich Šuleř: Třináctá komnata¹²⁸

¹¹⁸ Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani/>.

¹¹⁹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=21/>>.

¹²⁰ Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani/>.

¹²¹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=21/>>.

¹²² Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹²³ Statut Ceny Josefa Jungmanna. *Obec překladatelů*. [Online] [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.obecprekladatelu.cz/cz/ceny--stipendia--akce/cena-josefa-jungmanna/>>.

¹²⁴ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹²⁵ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹²⁶ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹²⁷ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹²⁸ <http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21>

2008 Cena Miroslava Ivanova - II – dílo vydané během posledních tří let Jiří Kovařík: Rytířské bitvy a osudy 1066-1525¹²⁹

2009 Cena Egona Erwina Kische, za dlouhodobé vydávání lit. faktu¹³⁰

2009 Cena Egona Erwina Kische – 2. Místo Břetislav Ditrich: Jak létají sny¹³¹

2009 Cena Josefa Jungmanna za nejlepší literární překlad – Stanislava Sýkorová přeložila ze srbštiny, Milorad Pavić Vnitřní strana větru¹³²

2009 Zlatá stuha – Překlad, Literatura pro děti a mládež Bunty Cutlerová: 211 věcí, které zvládne každé bystré děvče¹³³

2009 Cena Mirislava Ivanova - Čestné uznání Pavel Šrámek: Ve stínu Mnichova¹³⁴

2010 Cena Miroslava Ivanova- Nakladatel vydávající LF¹³⁵

II – dílo vydané během posledních tří let Pavel Schreier: Příběhy z dějin našich drah

Čestné uznání Milan Kovář: Protiteroristické operace na záchranu rukojmích.¹³⁶

2011 Cena Miroslava Ivanova- II – dílo vydané během posledních tří let Zdeněk Dienstbier: Hirošima a zrod atomového věku

- Yvette Heřtová: Gallipoli 1915. Místo pro tisíc britských pušek

Čestné uznání Miroslav Šnajdr: Muž proti muži, stroj proti stroji¹³⁷

2010 Magnesia Litera – Překladová kniha David Lodge: Nejtišší trest¹³⁸

¹²⁹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹³⁰ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=21/>>.

¹³¹ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/?c=21/>>.

¹³² Statut Ceny Josefa Jungmanna. *Obec překladatelů*. [Online] [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.obecprekladatelu.cz/cz/ceny--stipendia--akce/cena-josefa-jungmanna/>>.

¹³³ Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15/>.

¹³⁴ Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

¹³⁵ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

¹³⁶ Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

¹³⁷ Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/index.php?c=23/>>.

2011 Magnesia Litera – Překladová kniha Herta Müllerová: Rozhoupaný dech¹³⁹

Postoj k e-bookům: Kladný. Nakladatelství již vydává knihy v elektronické podobě. Například: Králova řeč, Kuky se vrací, Malá kniha etikety – u stolu

Historie vzniku nakladatelství detailněji:

„Nakladatelství Mladá fronta bylo založeno v roce 1945. Nejprve zde vycházel deník, a pak začaly vycházet i knihy. Samozřejmě nejdříve to bylo nakladatelství a vydavatelství, jak název vypovídá, pro mládež, které bylo svázané s Českým svazem mládeže, tehdy Socialistickým svazem mládeže a i tomu byly podřízené některé tituly, které v nakladatelství vycházely. Ale teď už je ta situace samozřejmě úplně jiná, takže do roku 1989 s výjimkou realitně kvalitní literatury, zahraniční i naší české, vycházely spisy typu: příručka vedoucího Socialistického svazu mládeže nebo příručky pro jiskry a pro pionýry. Dnes již naše produkce vypadá úplně jinak. Také nám postupně od roku 1989 narostl počet vydaných titulů. Od tohoto roku jsme zaznamenali rapidní nárůst titulů, kdy jich ročně vydáváme okolo 200.

O zakladateli Mladé fronty kolují různé legendy. Jeden z těch zakladatelů se jmenoval Jaromír Hořec, básník. Údajně malá skupinka 17ti letých chlapců pronikla do Německé tiskárny deníku Der Neue Tag. Bylo to v době pražského květnového povstání, skupina chlapců řekla Němcům v tiskárně, že musí budov předat do rukou Čechů a že do dalšího dne musí připravit nový deník, který se bude jmenovat Mladá fronta. Snaha obsadit tiskárnu byla úspěšná a druhý den vyšlo opravdu první číslo, myslím, že 9. května, které vítalo osvoboditele. Tak to je naše legenda vzniku. Samozřejmě, že se pak nabalovala a rozšiřovala působnost Mladé fronty. Začala vydávat časopisy, noviny a knihy.“ (citováno z Přílohy C)

¹³⁸ Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani/>.

¹³⁹ Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani/>.

Hodnocení současné situace programovým ředitelem divize Knihy:

„Situace je obtížná, nikoli však zoufalá.“

Každý rok se říká, že krize trhu přichází. Vidíme, že mnoho lidí si nekupuje drahé dárkové publikace, takže už v předchozím roce jsme překročili k tomu, že musíme dávat pozor, na to, v jakém formátu vydáváme knihy. Také jsme si říkali, že omezíme počet těch velkých tlustých drahých bichlů, na které lidi nedosáhnou, a budeme se snažit vyjít vstříc s menšími formáty. Jsme schopni udělat o něco menší knížky, které jsou levnější tak, aby případně byli i pro děti, i pro dospělé, i na oddychové čtení, i pro poučení a byli jsme připraveni nabídnout dobré knížky. A mají úspěch. (citováno z Přílohy C)

Edice:¹⁴⁰

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| - Arma & Musae | - Mladá fronta E15 |
| - F.O.O.D. | - Moderní světová próza |
| - Historický román | - Moje psychologie |
| - Hodina duchů | - Myšlenky |
| - Ikaros | - Propaganda |
| - Jednorozec | - Sluníčko |
| - Klukům nepřístupno | - Svítání |
| - Kolumbus | - Tajný archiv |
| - Květy poezie | - Už umím číst |
| - Lidé a Země | - Zítřka v zoo |
| - Maminka | - Žijeme s dětmi |

¹⁴⁰ Edice. *Knížní web Mladé fronty a.s.* [Online]. 2006-2009 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.kniha.cz/edice/>>.

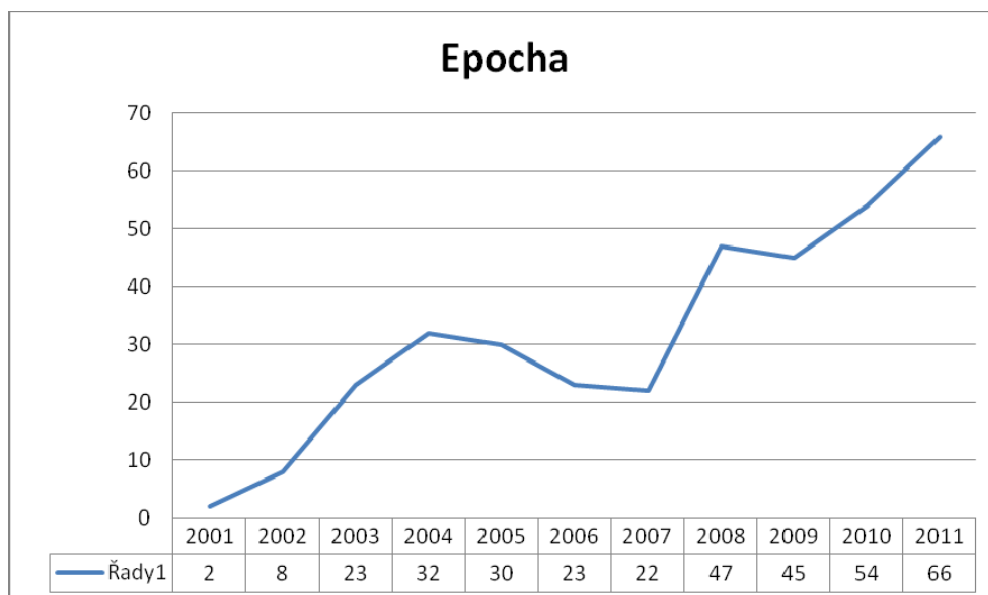
4.4. Statistiky

Použitá data byla nalezena na stránkách Národní knihovny, Svazu českých spisovatelů, v různých číslech časopisu GRANDbiblio, nebo byla ústně předaná od reprezentantů vybraných společností.

Nakladatelství Epoque

Nakladatelství Epoque vzniklo v roce 1996. Počáteční rok uvedený v tabulce, je odlišný. Pro nedostatek záznamů v Národní knihovně znázorňuje graf počty vydaných knih od vzniku nového nakladatelství, které ovšem navazuje na své předchozí vydávání.

Křivka grafu je exponenciální. Je tudíž vidět dobrá produktivita nakladatelství. Počet vydaných knih stoupá. Údaje o vydaných knihách od roku 2004 do roku 2010 prozradil pan Zdeněk Pobuda, majitel nakladatelství Epoque. Tato čísla jsou přesná. Ostatní data byla vyhledána v Národní knihovně a porovnána s údaji ze svazu českých knihkupců a nakladatelů.



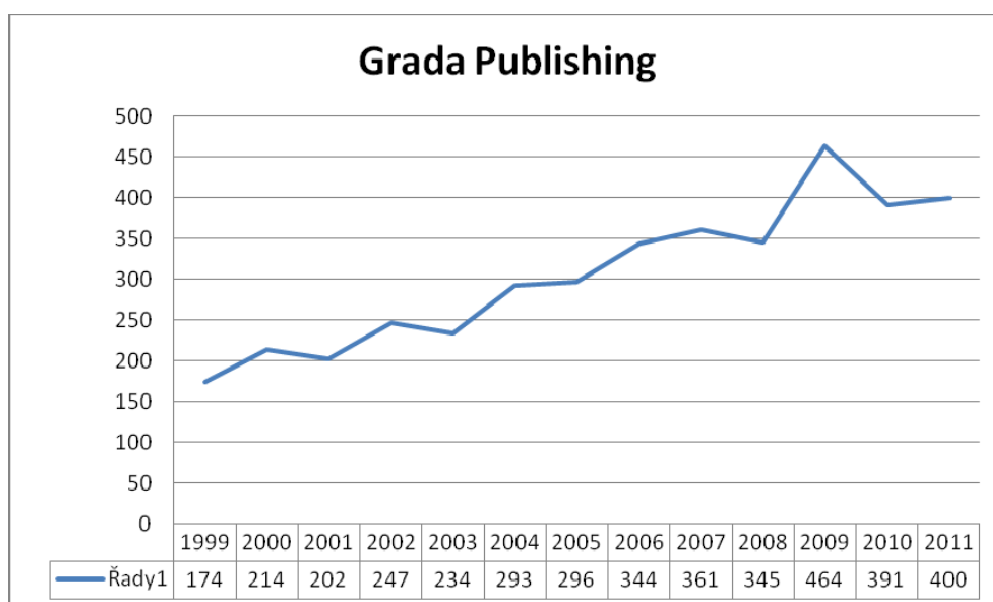
Graf 1 - Počty vydaných knih - Epoque

Nakladatelství Grada Publishing

Nakladatelství Grada je velkým hráčem na knižním trhu. Je to nakladatelství s druhým nejvyšším množstvím vydaných knih. Velice dobře je to vidět v tabulce pod grafem, kde jsou uvedené přesné počty vydaných publikací.

Rostoucí křivka napovídá nejen o úspěšnosti nakladatelství, ale také o vysoké poptávce po knihách tohoto nakladatelství. Nakladatelství vydává průměrně 400 knih ročně. To je v přepočtu každý den jedna a půl vydané knihy. Tohoto výpočtu se docílilo tím, že se odečetl počet nepracovních dní (svátky a víkendy) od počtu dní v roce. Získali jsme tím počet dní, kdy se kniha může vydat. Průměrný počet knih vydělíme od výsledného počtu pracovních dní. Získáme přibližný výsledek toho, kolik knih nakladatelství Grada Publishing vydá za jeden den.

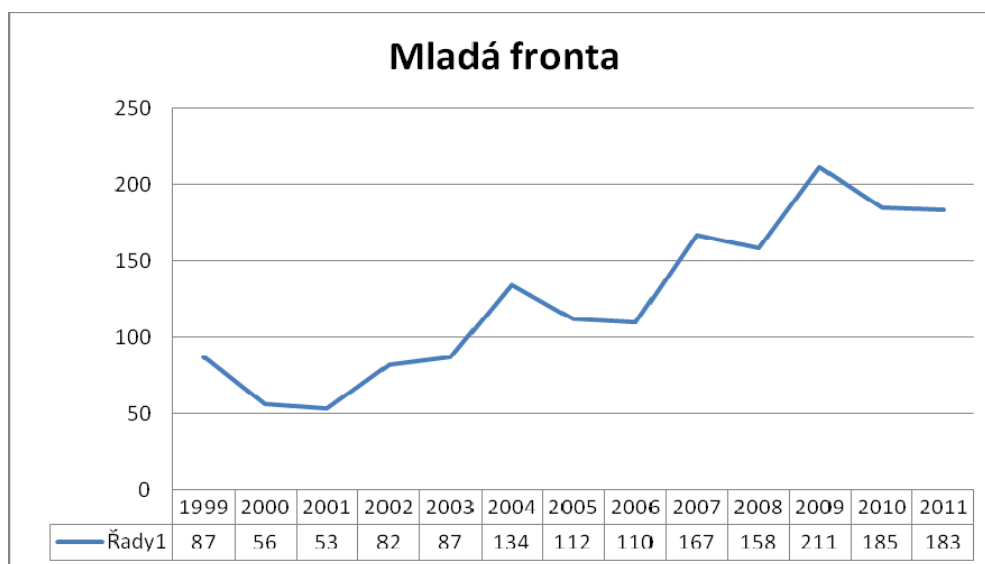
Veškeré uvedené údaje byly nalezeny na stránkách svazu českých knihkupců a nakladatelů. Při porovnávání s časopisem GRANDbiblio byla nalezena shoda.



Graf 2 - Počty vydaných knih - Grada Publishing

Nakladatelství Mladá fronta

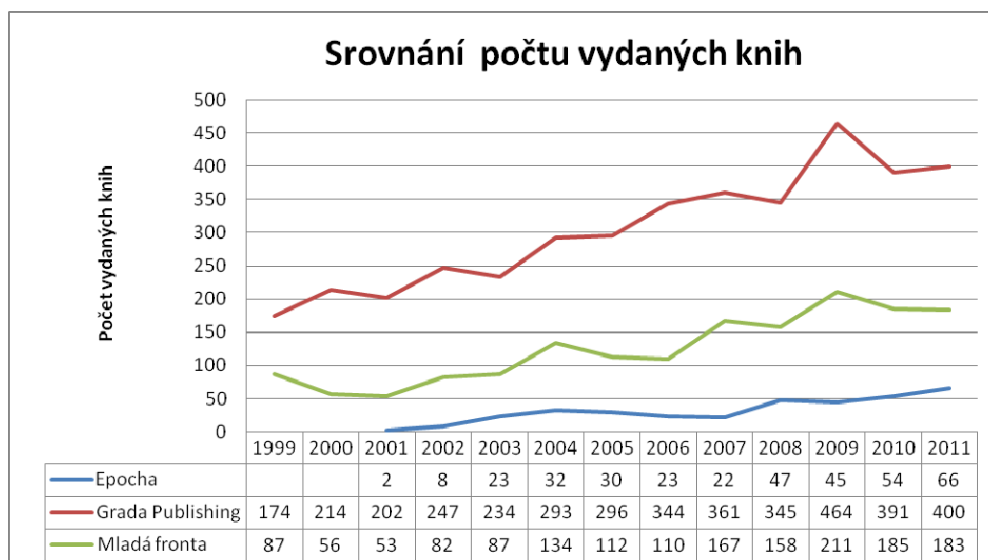
Rostoucí křivka u stejně rostoucího nakladatelství značí prosperitu společnosti. Nakladatelství se řadí do skupiny velkých nakladatelství a je známo především díky stejnojmennému názvu velmi úspěšného vydavatelství.



Graf 3 - Počty vydaných knih - Mladá fronta

Porovnání nakladatelství

Zde je souhrnný graf, na kterém je znázorněn počet vydaných knih. Součástí grafu je tabulka se zadanými údaji. Je to sjednocení tří předešlých grafů. Každé nakladatelství je označeno jinou barvou. Je zde zcela zřetelná produkce jednotlivých nakladatelství. Nejvyšší počet vydaných knih v jednotlivých letech má nakladatelství Grada Publishing. O necelou polovinu menší, co se týče produkce knih je pak Mladá fronta, která se díky svému počtu vydaných knih drží v první desítce nejproduktivnějších nakladatelů. Epocha je velmi specificky orientované nakladatelství, které dává přednost kvalitě před kvantitou a křivka nakladatelství ukazuje v průměru okolo padesáti knih ročně.



Graf 4 - Srovnání počtu vydaných knih

Zaměření jednotlivých nakladatelů se liší. Pomocí dat z rozhovorů vznikla tabulka, která napovídá, na jaký žánr se nakladatelství při vydávání knih zaměřuje.

Žánr vydávaných knih	Epoque	Grada Publishing	Mladá fronta
Beletrie	ANO	NE	ANO
Bibliofilie a vzácné/raritní tisky	NE	NE	NE
CD-ROM, DVD, e-books, audioknihy	NE	ANO	ANO
Cizojazyčná literatura	NE	NE	NE
Duchovní literatura	NE	ANO	NE
Hudba, divadlo, film (vč. monografií)	NE	NE	ANO
Knihy pro děti a mládež	NE	ANO	NE
Literatura faktu	ANO	ANO	ANO
Literatura pro volný čas	NE	ANO	ANO
Mapy, atlasy a turistické průvodce	NE	NE	NE
Nábožensví a teologie	NE	ANO	NE
Odborná literatura	NE	ANO	ANO
Počítačová literatura, právo, ekonomie a daňové příručky	NE	ANO	ANO
Školství a pedagogika	NE	ANO	NE
Společenské vědy	NE	ANO	NE
Umění	NE	NE	ANO

Tabulka 8 - Výsledek z odpovědí respondentů

Nakladatelství se dají srovnat podle své distribuce, která je uvedena v detailu nakladatelství. Vybraná nakladatelství jsou velmi specifická a to především díky žánru knih, které vydávají. Grada Publishing a Mladá fronta se řadí do první desítky nejproduktivnějších nakladatelů v rámci České republiky. Při hlubším prozkoumání rozhovorů se dá mimo jiné zjistit, jakým směrem se budou nakladatelství v budoucnu ubírat. Všechna nakladatelství se nyní zabývají novým fenoménem v knižním světě – ebooky. Každé nakladatelství přistupuje k elektronickým knihám jiným způsobem. Nakladatelství Epoque plánuje vydávat veškeré knihy jak v tištěné, tak i v elektronické podobě. Mladá fronta přichází s jiným způsobem nabízení elektronických knih, kdy čtenáři poskytnou část knihy zcela zdarma a pokud se mu zalíbí, má možnost si knihu zakoupit celou. Nakladatelství Grada Publishing dává veškeré své publikace k dispozici službě Google books. Díky ní si mohou čtenáři prohlédnout 20% knihy online. Této služby mohou čtenáři využívat na webových stránkách nakladatelství nebo na oficiálních stránkách Google books.

Každé nakladatelství je unikátní. Neexistují dvě naprosto stejná nakladatelství se stejným portfoliem. Vybraná nakladatelství jsou zástupci jednotlivých žánrů, které se na knižním trhu nejvíce vyskytují.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo porovnání nalezených dat k vybraným nakladatelstvím. Zvolená metoda rozhovorů naplnila stanovený záměr práce a poskytla autorce velké množství informací, ze kterých se daly postavit základy pro tvorbu medailonů nakladatelství a jejich následné srovnání. Dalšími velmi důležitými zdroji byly stránky Národní knihovny, Svazu českých knihkupců a nakladatelů a Ústavu pro českou literaturu AV ČR. Cíle, které byly v úvodu práce vytyčeny, byly splněny.

Práce byla koncepčně rozvržena takto. V teoretické části je nejprve charakterizována kniha. Nalezneme zde funkci knihy, její filosofické pojetí a historii vzniku. Plynulým přechodem bylo navázáno na knižní trh, který je nejprve pojat obecně a pak specifikován na český knižní trh. V této kapitole nalezneme téma elektronických knih, zvýšení sazby DPH u knih a mezinárodní registrační systémy. Do této sekce byly zařazeny také soutěže a ocenění, které navazují na praktickou část. Hlavní kapitola teoretické části nese název nakladatelství. Tento díl se zabývá fungováním nakladatelství, personálním složením, cílem a celkovou rolí nakladatelů. V praktické části jsou vytvořeny medailony vybraných nakladatelství a následně jejich srovnání.

Nakladatelství je velmi specifická organizace s důležitým posláním. Vydávat knihy. Čtením sami sebe obohacujeme. Rozvíjíme svou slovní zásobu. Náš český jazyk je velmi bohatý na slova. Snad každý zná Čapkovu lásku k naší mateřštině. Náš jazyk přeci patří podle Čapka, k „nejbohatším všemi významy“. I přesto, že je někdo více a někdo méně sečtělý, neznamená to, že nemiluje knihy.

Za každou knihou je spousta práce. Někdo vidí práci spisovatele, který vysedává v kavárnách a sepisuje si důležité poznámky, jiný vidí těžkou úlohu redaktora, který se snaží o to, aby byl obdržený rukopis vydán. Máme různé druhy nakladatelství. Od malých nakladatelů, kteří vydají pouze jednu knihu za dobu svého působení, až po ta nakladatelství, která zásobují knihkupectví hned několika vydanými knihami denně. Jsou tací autoři, kteří píšou „na koleně“ a

další, kteří by bez technické podpory nemohli fungovat. V různých nakladatelstvích jsou různé strategické metody, ale vždy je všechno propojeno se vším. Proto se teoretická část nezaměřovala pouze na fungování nakladatelství, ale také na to, jak funguje celý knižní trh. Na sociologii knižního prodeje v rámci České republiky. Autorka práce se zaměřila také na to, že nakladatelé nemusí vydávat pouze tištěné knihy a na to, co je to vůbec kniha, a co si pod tímto pojmem dokážeme představit.

SEZNAM LITERATURY

Monografie

BEČKA, Josef Václav. *Slovník synonym a frazeologismů*. 2. vyd. Praha: Novinář, 1979. 431 s. Knihovnička novináře; sv. 16.

BENEŠ, Bohuslav. *Česká lidová slovesnost: Výbor pro současného čtenáře*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1990. 363 s. Lidové umění slovesné. ISBN 80-207-0181-8.

BOHATCOVÁ, Mirjam et al. *Česká kniha v proměnách staletí*. 1. vyd. Praha: Panorama, 1990. 622 s. ISBN 80-7038-131-0.

CEJPEK, Jiří et al. *Dějiny knihoven a knihovnictví*. 2., dopl. vyd. V Praze: Karolinum, 2002. 247 s., [8] s. obr. příl. ISBN 80-246-0323-3.

CEJPEK, Jiří, HLAVÁČEK, Ivan a KNEIDL, Pravoslav. *Dějiny knihoven a knihovnictví v českých zemích a vybrané kapitoly z obecných dějin*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1996. 192 s. ISBN 80-7184-163-3.

FALADOVÁ, Adéla. *Užití autorského díla v praxi: Nakladatelské smlouvy*. 1. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 1994. 71 s. ISBN 80-7282-092-3.

HALADA, Jan. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1993. 120 s. ISBN 80-7066-767-2.

HOŘEC, Jaromír a KOLEČKO, Jiří, ed. *Poválečná léta: vzpomínky zakladatele Mladé fronty*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. 284 s., [16] s. obr. příl. ISBN 978-80-204-1797-8.

KAVKA, Stanislav J. *Fonetika a fonologie*. 2., přeprac. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita, 1994. 120 s. Učební texty filozofické fakulty Ostravské univerzity. ISBN 80-7042-403-6.

KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy: po stopách knih, knihtisku a knihoven*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1989. 143 s. Členská knižnice; prémie 1989. ISBN 80-205-0093-6.

KOLEKTIV, autorů. *Almanach Labyrint 2010*. 1. vyd. Praha : Labyrint, 2010. 978-80-87260-15-9.

KOLEKTIV, autorů *Čeští knihkupci, nakladatelé a hudebníkáři 1945*. V Praze: Svaz knihkupců a nakladatelů, 1945. 61 s.

KOLEKTIV, autorů. *Slovník cizích slov*. 2., dopl. vyd. Praha: Encyklopedický dům, 1996. 133 s. ISBN 80-901647-8-1.

KŘEHLOVÁ, Jana, ed. aj. *Knihy: Soupis edičních plánů čes. nakladatelství. 1992*. Praha: Agentura Biblio, 1992. 210 s. ISBN 80-7050-117-0.

LEDERBUCHOVÁ, Ladislava. *Fraus slovník literárních pojmů, aneb, Co se skrývá za slovy*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2006. 159 s. ISBN 80-7238-620-4.

NOVÁK, Arne, NOVÁK, Arne a SVOZIL, Bohumil, ed. *Dějiny českého písemnictví*. 3. vyd., v Bráně 1. vyd. Praha: Brána, 1994. 313 s. ISBN 80-901783-0-8.

NYTROVÁ, Olga a PIKÁLKOVÁ, Marcela. *Etika a logika v komunikaci*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007. 340 s. ISBN 978-80-86723-45-7.

PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Příbram: Pistorius & Olšanská, 2011. 280 s. ISBN 978-80-87053-50-8.

PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. 1. vyd. Praha: Paseka, 2003. 248 s. ISBN 80-7185-516-2.

PODEŠVOVÁ, Květa, ed. aj. *Knihy...: Soupis edičních plánů českých nakladatelství. 1991*. Praha: Iris, 1990. 347 s. ISBN 80-7050-081-6.

POLÁČEK, Václav. *Nakladatel píše synovi: dvacet pět listů o poslání a práci nakladatele a knihkupce*. V Praze: Svaz knihkupců a nakladatelů, 1941. 140 s.

RÁDL, Emanuel. *Dějiny filosofie. II., Novověk*. Praha: Votobia, 1999. 668 s. Velká řada. ISBN 80-7220-064-X.

RESSLER, Miroslav, ed. *Informační věda a knihovnictví: výkladový slovník české terminologie z oblasti informační vědy a knihovnictví: výběr z hesel v databázi TDKIV*. 1.vyd. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2006. 161 s. ISBN 80-7080-599-4.

TENČÍK, František. *Slovníček literárních pojmů*. 1. vyd. Praha: Albatros, 1976. 283, [1] s. Klub mladých čtenářů.

VOIT, Petr. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století*. 2. vyd. Praha: Libri ve spolupráci s Královskou kanonií premonstrátů na Strahově, 2008. 2 sv. 655 s. ISBN 978-80-7277-390-9.

Tištěná periodika

CÍSAŘ, Jaroslav. Produkce knihv ČR 2010 (1), *GRANDbiblio*. 2011, roč. 5, č. 2, s. 8 - 10. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

DOČEKAL, Daniel. Elektronické knihy mění svět, *GRANDbiblio*. 2011, roč. 5, č. 1, s. 21 – 22. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

TRÁVNÍČEK, Jiří. Jak čteme (1), *GRANDbiblio*. 2010, roč. 4, č. 11/12, s. 32 – 33. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

VOLFOVÁ, Iva. Začátek E-booků v Čechách, *GRANDbiblio*. 2011, roč. 5, č. 5/6, s. 39. ISSN 1802-3320, elektronická verze ISSN 1802-4408.

Webové stránky

Cena Maxe Broda. *Společnost Franze Kafky*. [Online]. 1990-2011 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.franzkafka-soc.cz/cena-maxe-Broda/>>.

Cena Miroslava Ivanova za literaturu faktu. *Kalf*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://kalf.cz/?q=node/37/>>.

České knihy - databáze vydaných titulů. *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. [Online]. 2012 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.sckn.cz/ceskeknihy/>>.

Českých 100 nejlepších. *Česká Kanada*. [Online] 5.12.2011. [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ceska-kanada.cz/aktuality/ceskych-100-nejlepsich.html>>.

DPH se zvýší i u knih, poslanci nereagovali na výzvy a argumenty odborné i laické veřejnosti. *Portál české literatury*. [Online]. 17.11.2011. [cit: 2012-2-23] Dostupné na WWW: <<http://www.czechlit.cz/zpravy/dph-se-zvysi-i-na-knihy-poslanci-nereagovali-na-cetne-vyzvy/>>.

Edice. *Knižní web Mladé fronty a.s.* [Online]. 2006-2009 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.kniha.cz/edice/>>.

eLibellus. E-knihy obecně. *eLibellus-Knihkupectví s internetovými knihami*. [Online]. 2011 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.elibellus.com/knihkupectvi/jaknato;jsessionid=D36CF35EFA878EC8FF30E5B973D82DCB?execution=e1s1>>.

JEŘÁBEK, Antonín. Mezinárodní registrační systémy. *Národní knihovna České republiky*. [Online]. 13.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://www.nkp.cz//pages/page.php3?page=weba_oma.html>.

Knižní databáze KDb.cz - Citáty. *Knižní databáze KDb.cz*. [Online]. NHSoft. 2008-2012. [cit. 2012-1-19] Dostupné na WWW: <<http://www.kdb.cz/nakladatelstvi.html>>.

ČCE HORNÍ KRUPÁ. Citát: (J.A.Komenský). *Českobratrská církev Evangelická*. [Online]. 18.2.2010. [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://horni-krupa.evangnet.cz/citat/jakomensky/ten-kdo-nemiluje-knihu-nemiluje-moudrost-ten-kdo-nemiluje-moudrost-stava-se-hlupake>>.

Lecos - Anopistografická listina. *Lecos*. [Online] [cit. 2012-2-17] Dostupné na WWW: <<http://leccos.com/index.php/clanky/anopistograficka-listina>>.

Literární ceny. *Ústav pro českou literaturu AV ČR*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.ucl.cas.cz/ceny/>>.

NYTROVÁ, Olga. Dialog na cestě. *Literárně dramatický klub*. [Online] [cit. 2012-2-21] Dostupné na WWW: <http://www.husiti.cz/dialognaceste/nytrova_cteme02.htm>.

Ocenění – daně, účetnictví, právo. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/dane-ucetnictvi-pravo/>>.

Ocenění – ekonomická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/ekonomicka-literatura/>>.

Ocenění – počítačová literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/pocitacova-literatura/>>.

Ocenění – psychologická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/psychologicka-literatura/>>.

Ocenění – technická literatura. *Grada*. [Online]. 13.1.2012 [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.grada.cz/technicka-literatura/>>.

O firmě. *Nakladatelství epocha*. [Online] [cit. 2012-1-15] Dostupné na WWW: <<http://www.epocha.cz/o-nakladatelstvi.php>>.

Popis technologie E-Ink. *Zonerbooks.cz*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-2] Dostupné na WWW: <<http://www.zonerbooks.cz/inpage/popis-technologie-e-ink/>>.

Poslání cen. *Magnesia litera*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <http://www.magnesia-litera.cz/o_litere/poslani>.

Přehled literárních soutěží. *VašeLiteratura.cz*. [Online]. 2009-2011 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.vaseliteratura.cz/souteze/literarni-souteze.html>>.

Statut Ceny Josefa Jungmanna. *Obec překladatelů*. [Online] [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.obecprekladatelu.cz/cz/ceny--stipendia--akce/cena-josefa-jungmanna>>.

Ústav pro jazyk český AV ČR. *Internetová jazyková příručka*. [Online]. 2008-2012 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://prirucka.ujc.cas.cz/>>.

VAT Rates Applied in the Member States of the European Union. *European commission*. [Online]. 1.1.2012. [cit. 2012-1-7] Dostupné na WWW: <http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf>.

VOJTĚCHOVÁ, Jaroslava. Vydavatelství ZČU v Plzni. *Západočeská Univerzita v Plzni*. [Online]. 2012 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.zcu.cz/pracoviste/vyd/>>.

Výzva na obranu knih. *Svaz českých spisovatelů a nakladatelů*. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-23] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=vyzva>>.

Základní fakta o českém knižním trhu. *Svět Knihy*. [Online]. 2007 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://www.svetknihy.cz/cz/menu/archiv/2003/knizni-trh/>>.

Základní fakta o produkci knih v ČR. *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. [Online]. 2009 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

Zlatá stuha. *iBbY*. [Online]. 2010 [cit. 2012-2-1] Dostupné na WWW: <
http://www.ibby.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=48:2002-zlata-stuha-vysledky&catid=10:zlata-stuha-historie&Itemid=15>.

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

OBRÁZEK 1 - HISTORICKÝ ZÁZNAM MÉDIÍ A TECHNOLOGIÍ PRO ZÁZNAM INFORMACE

OBRÁZEK 2 - OBECNÁ IMPLIKACE

OBRÁZEK 3 - ČINNOST NAKLADATELE

OBRÁZEK 4 - DETAIL ČINNOSTI NAKLADATELE

Seznam tabulek

TABULKA 1 - SAZBA DPH

TABULKA 2 - POROVNÁVÁNÍ VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU V ROCE 2007 A 2010

TABULKA 3 - POČET NAKLADATELŮ 1989-2011

TABULKA 4 - POČET HUDEBNÍCH VYDAVATELŮ 1996-2011

TABULKA 5 - POČTY NAKLADATELŮ 1997-2010

TABULKA 6 - POČTY VYDANÝCH TITULŮ 1997-2010

TABULKA 7 - POČTY VYDANÝCH TITULŮ JEDNOTLIVÝCH NAKLADATELŮ

TABULKA 8 - VÝSLEDEK Z ODPOVĚDÍ RESPONDENTŮ

Seznam grafů

GRAF 1 - POČTY VYDANÝCH KNIH - EPOCHA

GRAF 2 - POČTY VYDANÝCH KNIH - GRADA PUBLISHING

GRAF 3 - POČTY VYDANÝCH KNIH - MLADÁ FRONTA

GRAF 4 - SROVNÁNÍ POČTU VYDANÝCH KNIH

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – ROZHOVOR EPOCHA	I
PŘÍLOHA B – ROZHOVOR GRADA	VI
PŘÍLOHA C – ROZHOVOR MLADÁ FRONTA.....	XV

PŘÍLOHY

Příloha A – Rozhovor Epocha

Rozhovor s Mgr. Zdeňkem Pobudou, majitelem nakladatelství Epocha.

Jak bylo založeno nakladatelství Epocha?

Je to trošku netypické, protože jak pan Pešek, tak já, jsme dělali někde jinde. Já jsem pracoval v nakladatelství Olympia před rokem 1989 a také v nakladatelství Svoboda. A předtím jsem byl dlouhou dobu knihkupcem. A pan Pešek se rozhodl, že vedle svého zaměstnání sem tam vydá nějakou knížku. Protože jsme byli dobří přátelé, tak jsme si řekli, že budeme vydávat knihy spolu. Takové to vydávání formou vedlejší činnosti se v roce 2002 proměnilo v založení normálně fungujícího nakladatelství zaměřeného zejména na vydávání literatury faktu.

Jaký žánr literatury vydáváte?

Hlavní je literatura faktu se zaměřením na historii. Dneska je pro nás beletrie spíše okrajovou záležitostí. Stále vydáváme něco z díla Miroslava Švandrlíka, zejména v souvislosti s Jiřím Wintrem Nepraktou, a potom se začínáme hodně orientovat na sci-fi a fantasy. Poměrně dlouho, vlastně od začátku, vydáváme tituly tohoto žánru a míníme tuto činnost rozšiřovat. Chceme se zaměřit nejen na tuzemské autory, ale také na překladovou sci-fi a fantasy. Dále máme jednotlivosti, nicméně ten základní záběr tvoří literatura faktu. Máme knížku z poezie. Máme knížku o půdních bytech. Máme dvě nebo tři knihy pro mládež. Najdete dokonce v rámci těch vydaných Švandrlíkových a Nepraktových knížek Seka a Zulu. To jsou komiksy pro děti. Máme také nějaké detektivky a cestopisy. Ale základní záběr je literatura faktu a beletrie se zaměřením na fantastiku.

Jaká je Vaše cílová skupina?

Zájemci o historii a čtenáři nebo milovníci Miroslava Švandrlíka a Nepraktky, dále pak fandové SFA fantasy. Není to vyhraněná cílová skupina,

protože my sice děláme většinou literaturu faktu, ale děláme i historii. Za takovou řekněme vlnkovou loď považujeme edici Polozapomenuté války, ale máme třeba edici Magnetka, pak řadu knížek se zaměřením na literaturu faktu, které jsou mimo edice. Jsou lidé, kteří kupují všechno o 2. světové válce, a ta naše historická literatura faktu je samozřejmě v širším záběru. Máme knížku o Alexandru Makedonském stejně jako třeba o Hitlerovi. Ty cílové skupiny nejsou tak vyhraněné, jako pokud někdo se zaměří na nějaký technický obor nebo ekonomický obor, nebo vydává odborné knížky pro sociologii, tak ta cílová skupina je vyhraněnější, dá se lépe oslovovat, dá se jim lépe dávat na vědomí, že novinka vyšla buď v nějakém časopise, nebo přes struktury vysokých škol. Což u našich cílových skupin moc nejde. Tady ta informace je spíše obecná, jde přes základní kanály, jimiž se čtenář o nové knížce dozvídá. Od návštěvy knihkupectví s tím, že to má knihkupectví v nabídce, přes inzerci v takzvaných inzertních profesních časopisech, jako je Knižní Revue, Knihi, Knižní novinky, Biblio nebo Novinky Kosmas a podobně, až přes recenze v denním nebo periodickém tisku obecně.

Jak se vyvíjeli základní ukazatelé tzv. tiráže publikací, případně, jak se prodávali?

To je poměrně obecná otázka. Náklady klesaly od roku 1990 poměrně prudce. Myslím náklady jako tiráže, počet vydaných výtisků. Prodeje klesaly a tím pádem ceny stoupaly. A tento trend se nezastavil. U nás je to tak. My jsme nefungovali v roce 1990, ale já jsem jako nakladatel, protože jsem léta pracoval v nakladatelství Olympia, před rokem 1989 jsem pracoval v nakladatelství Svoboda a předtím jsem byl dlouhá léta knihkupcem, takže vývoj toho trhu jak za bývalého režimu, tak po roce 1989 mohu sledovat z první linie. Takže je to tak, jak říkám.

Jak se vyvíjel čtenářský zájem?

Co je patrné i bez jakéhokoli průzkumu je to, že klesá zájem mladých lidí o četbu. Řekl bych, že čtenářské návyky se pomalinku vytrácejí. Mezi důvody bych zařadil konkurenci jiných médií, počítače a internetu. Ty jsou snadno

viditelné. Problém s úbytkem čtenářů trochu zastaví nástup elektronických knih, o kterých se teď hodně mluví, a začínají se pomalinku prosazovat i na našem území. Nakladatelé se začínají zabývat tou myšlenkou, vydávat řadu knížek nejen v tištěné, ale také v elektronické anebo jen v elektronické a třeba ne v papírové podobě. Naráží to samozřejmě na množství elektronických čteček, které jsou k dispozici na našem trhu. Protože číst na počítači není ono. Prozatím nabídka čteček není až tak levná a až tak masově rozšířená, že by se mohly elektronické knihy v nejbližší době výrazněji prosadit. Ale je to jedna z mála cest, jak dostat mladé lidi ke čtení.

Bude nakladatelství Epoque vydávat elektronické knížky?

Vedle těch normálních papírových samozřejmě už nabízíme asi 50 nebo 60 titulů v elektronické podobě. Postupně bychom chtěli mít všechny knížky, které prodáváme, jak v papírové, tak i v elektronické podobě. Pokud k tomu ovšem budeme mít licenční oprávnění. Protože se může stát, že nám třeba zahraniční majitel práv řekne ne, elektronicky to zakazují, nechci knihu v elektronické podobě, nedávám k tomu oprávnění. Za takovýchto okolností bychom knihu v elektronické podobě vydat nemohli, ale tam, kde budeme mít svolení autora nebo majitele práv, tak by ty knihy byly.

Jak hodnotíte celkovou situaci nakladatelství?

Nejednoduchou. Důvodem je snížení tržeb v minulém roce a určité ekonomické potíže, které postihují nejenom nás, ale i jiné nakladatele. Letošní rok se budeme snažit fungovat velmi úsporně, abychom fungovali na trhu i nadále.

Jaké máte plány do budoucna?

Víte, já nechci mluvit o konkrétních edičních počinech nebo o konkrétních titulech. Máme v plánu pokračovat v edičních řadách, které se osvědčily, což je zejména edice Polozapomenuté války nebo edice Magnetka. Nechci mluvit o konkrétních titulech.

Co považujete za největší dosavadní úspěchy?

Za největší úspěch považuji, že s produkcí, kterou děláme, ještě nezahynuli, ekonomicky. Tak to považuji za nemalý úspěch. Je to odpověď trochu žertem míněná, ale nepostrádá racionální názor.

Jakým způsobem spolupracujete s knihkupci?

Zejména prostřednictvím distribučních firem. Spolupracujeme s firmami: Euromedia, Pemic, Kosmas, Beta-Dobrovský, Krameriova knižní distribuce, Sekvoj. To jsou ty hlavní. Je jich šest a v pořadí jsou: první je Euromedia, druhý je Pemic, třetí Kosmas, čtvrtá Beta-Dobrovský, pátá Krameriova KD, šestý Sekvoj.

Dostalo některé z vydání knížek nějaké ocenění?

Spousty. My jsme dostali v podstatě vždycky jenom cenu, buď to byla Cena Miroslava Ivanova, nebo to byla Cena Egona Ervína Kische. Tyhle ty soutěže jsme obsazovali.

Jakým způsobem spolupracujete s lidmi, kteří vám přinesou své dílo, abyste mu ho vydali?

Musím připustit, že ve většině případů odmítáme. Protože málo kdy se jedná o námět, který by nás nějak zaujal. Navíc, drtivá většina autorů nás oslovuje s nabídkami beletrie, kterou děláme málo. Pokud jde o literaturu faktu nebo populárně naučnou produkci, tak řekněme, že možná. I každý desátý autor se nakonec dostane do stavu, že o vydání jeho knížky vážně uvažujeme. A v nemálo případech i k vydání dojde, ale přece jenom hlavní autorskou základnou jsou autoři, které si vyhledáme sami, které buď oslovíme, nebo s nimi už dlouho spolupracujeme. Počet autorů, kteří se u nás uplatní, jako jsou to autoři „z ulice“, je spíše zanedbatelný.

Jaký druh distribuce umožňujete?

Máme e-shop, ale jinak drtivá většina produkce jde přímo přes distribuční firmy, to znamená do knihkupeckých prodejen. Vlastní knihkupeckou prodejnu naneštěstí nemáme.

Jaké jsou vaše ediční plány?

Na internetových stránkách máme edice, ale ne všechno, co je tam vypsané jsou edice. Máme tam také kategorie. Edice je třeba Z archivu krále humoru, Neprakta do kapsy, a mimo jiné také Nepraktické lexikony.

Informace poskytl: majitel nakladatelství Epoque – Mgr. Zdeněk Pobuda

Rozhovor vznikl: březen 2011

Příloha B – Rozhovor Grada

Rozhovor s PhDr. Janou Vytlačilovou, vedoucí propagace a PR společnosti Grada Publishing.

Kdy bylo založeno nakladatelství Grada?

Nakladatelství působí na trhu od roku 1991. Zakladatelem byl současný majitel Ing. Roman Šviták, který je majitelem a předsedou představenstva dodnes.

Co podmínilo vznik nakladatelství?

Grada je nakladatelství odborné literatury. V současné době máme 8 základních velkých redakcí. Ty jsou potom vyprofilované k jednotlivým oborům. Redakce vznikaly postupně. Grada vznikla jako nakladatelství odborné literatury se zaměřením na počítačovou literaturu. První redakce a první signál k tomu, že nakladatelství vznikne, byl vznik počítačové literatury. V roce 1991 začínal velký nástup počítačové techniky. V té době se práce s počítači neučila ve školách, takže řekněme, že především střední generace, ale vůbec celá generace, která potřebovala pracovat s počítači, neměla dostupnou literaturu a neměla podle čeho pracovat. Dalo by se dodat, že většina z nás neprocházela moc kurzy. Uživatelé v té době byli odkázáni na různé příručky, které samozřejmě nebyly. Byla tedy objevena díra na trhu. Přesně tuto informaci si zjistil pan majitel a začal vydávat nejdříve příručky a o něco později začali vznikat knížky. Tak to byl, řekněme první stimul, proč Grada vznikla. První redakce naší společnosti, kterou máme dodnes, začala tedy vydávat počítačovou literaturu. Tu redakci máme dodnes. Poměrně brzy se Grada etablovala na trhu v oblasti již jmenované počítačové literatury. A začalo se příručkami: Jak na počítač, MS Word, MS Excel. Postupně se na to začaly nabalovat knížky pro různé stupně uživatelů podle toho, jak se vyvíjela počítačová gramotnost. K počítačové redakci se postupem času přidaly redakce ekonomická a technická. Právě technická redakce má ve své podstatě nejširší portfolio, protože v sobě zahrnuje technickou literaturu, klasickou stavební literaturu, technická literaturu, co se týče aut, profí hobby literaturu. Když se

nad tím zamyslete, ono je to logické. Protože jak rostl hlad po vzdělávání, musely být k dispozici nějaké tituly v daném oboru, aby měla tehdejší generace k dispozici aktuální informace, protože všechny vydané knihy v té době byly zastaralé. Knihy se jednak překládaly a taky zde začal vznikat kolektiv odborníků, kteří k tomu měli co napsat. V roce 1993 jsme koupili práva Avicena, což bylo za bývalého režimu v podstatě jediné nakladatelství odborné zdravotnické literatury pro lékaře. To po revoluci skončilo a tehdy již fungující Grada koupila jejich práva. To znamená, že nám vznikla další redakce, zdravotnická. Dnes jejich logo již nevyužíváme, protože značka Grada je zavedená i ve vztahu ke zdravotnické literatuře. Takhle se to postupně nabalovalo. A protože děláme průzkumy trhu, zjistili jsme, že je poměrně velký hlad a není obsazená pozice s účetní a daňovou literaturou. Proto další byla daňová účetní redakce. To je náš základ redakcí.

Jaký žánr literatury vydáváte?

Naše nakladatelství má velice široké portfolio, co se týká odborných knih. Beletrii a cizojazyčnou literaturu vůbec nevydáváme. Duchovní literaturu myslíte ve smyslu vyloženě církevní záležitosti, to znamená výklady Bible a tak dále?

Duchovní literaturou myslím různé nauky, například astrologii, esoteriku.

Ano, v tom případě bychom mohli duchovní literaturu zařadit do žánrů, které vydáváme. Dále bych zmínila také literaturu faktu. Máme takzvanou edici Militarie, což je v podstatě literatura faktu. Jsou to knížky, které se týkají buď daleké historie, nebo druhé světové války. Jsou to vyloženě překladové knížky. Tato knihy této edice pojednávají o různých bitvách, o druhé světové válce, ale najdete tady i spartské vojsko, bitva u Filip a další historické události. Je to vždycky zmapovaná ta část. Buď je to velká bitva, například bitva pod Moskvou a veškerá tažení, která k tomu spadala. Takže to se dá považovat za literaturu faktu. Dříve se za literaturu faktu brala třeba knížka, která je věnována první válce. I když taky je pravda, že jsem tohle vždycky dost četla a i za bývalého režimu, když se podíváme zpátky přes rameno, byly

tyto knížky hodně vydávány. Dalším ze žánrů je literatura pro volný čas. Dali by se sem zařadit volnočasové aktivity, do kterých řadíme literaturu sportovní, kde jsou manuály, nápady, kam si jít zaběhat v okolí Prahy a další podobné věci. Jsou tam také outdoorové knížky, kde se popisují aktivity v různých krajích republiky, například v Krkonoších nebo Jizerských horách. Dále by se do volnočasových aktivit dala zařadit cvičení pro ženy: jak se po těhotenství vrátit do kondice nebo jak mají zdravě žít. Co se týká náboženství a teologie, tak nevydáváme klasickou církevní literaturu. Nevydáváme výklady Bible, ale máme religionistiku. Je to poměrně v plenkách. Začali jsme s tím před rokem a půl. Literatura je určena především pro studenty religionistiky, teologie a sociálních věd. Součástí některých našich knížek jsou CDčka. Vyloženě knihy na CD nevydáváme. Dnes jsem měla jednání, kde jsme se dohodli, že kniha na zakázku bude jednak tištěná a jednak na CD. Není to, že by kniha byla jenom na CD. Jsou třeba lékařské knížky, kde součástí té knihy je CDčko s histopatologickými vzorky. Jsou to obsahově velké soubory. Samozřejmě, že by to šlo vytisknout, ale kniha by byla zbytečně drahá, protože ty obrázky jsou technicky náročné.

Také se připravujeme na e-booky. Je to, dá se říct, v konečné fázi. Je to módní hit. V letošním roce tyto knížky pustíme na trh.

Jaká je vaše cílová skupina?

Cílové skupiny jsou podle jednotlivých redakcí, nebo taky oborů. Například do psychologie a zdraví spadají knížky pro volný čas. Ale je pravdou, že knížky pro volný čas spadají i pod sport. Některé aktivity jsou víc spojené se sportem, další jsou víc pro ženy, například zkrášlování. Ono je to takto rozdělené. Z našeho základu redakcí, medicíny, techniky, počítačů, ekonomiky a účetnictví, se vyčlenily další redakce. Časem se ukázalo, že z medicíny se vyloučila psychiatrie, která je samozřejmě součástí medicíny, ale tam to bylo personální, kdy bývalý šéfredaktor, který nastoupil, byl psychiatr a stáhnul si k sobě i psychologii, která s tím jde ruku v ruce. Šéfredaktor medicíny říkal: já té psychiatrii moc nerozumím. Přestože psychiatrie spadá do oboru medicíny, tak jsme udělali zvláštní redakci. Ta redakce na sebe postupně

navázala další aktivity, co se týče oblastí a tím pádem cílové skupiny. Zrovna tak z technické redakce, která má největší portfolio, se postupně vyčlenil sport, zahrada, militaria a myslivost. Veškeré členění se dělo postupně, když to bylo personálně tak velké, že se to nedalo stíhat, tak se nám to takto rozšířilo. Cílová skupina je opravdu velká a závisí na druzích redakcí.

Jak se vyvíjely základní ukazatele, tzv. tiráže publikací?

Tiráž má ze zákona věci, které tam musí být. Je pravda, že knížky, především ty hodně odborné, aby byly přístupnější ke koncovému zákazníkovi, tak se do nich snažíme zajistit vstup nějaké firmy. Je to především markantní u medicíny a je to taky u ekonomické literatury. Jsou to především inzeráty, ne všude, jsou to například inzeráty farmaceutických firem u medicíny. To má spojitost s tím, že ta farmaceutická firma do toho dá určitý finanční obnos, kterým vlastně sníží tu cenu publikace na trhu. Většinou se pak v knize objeví obrázek daného přípravku a v textu se o přípravku hovoří. Velmi často se stává, že na základě smluvního vztahu, který mezi námi a farmaceutickou firmou musí vzniknout, se domluví, že součástí našeho plnění bude to, že třeba v tiráži bude poděkování dané farmaceutické firmě.

V knížce tedy musí být ty základní informace, které tam ze zákona musí mít. Číslo publikace, redaktoři, číslo vydání, dovětky o tom, že to není návodem, že se tím dá léčit, ale je to základní informace, ze které čtenář čerpá. Jinak mají tiráže stálou tvář. Každá redakce má trošinku jinou, protože je to zase z důvodu odbornosti knihy. Například medicína literatura by měla být recenzována z důvodu serióznosti. Dříve se recenzenti neuváděli, ale postupem času, jak se zkvalitňuje práce, se recenzenti u odborných publikací začali uvádět.

Jak se vyvíjel váš čtenářský trh?

Když to odvodím od toho profilu, tak my jsme začínali počítačovou literaturou a dneska už není tolik dominantní, ale je to dáno gramotností trhu. Dneska děti běžně už od základní školy s počítači pracují. To znamená, že ta gramotnost výrazně vzrostla a například z té počítačové literatury se už úplně

ustoupilo. Již vydáváme minimum příruček typu jak pustit počítač nebo jak dělat na počítači. Naopak z počítačové literatury vydáváme knihy pro programátory, na různé aplikace, webové stránky a tak dále. Je to reakce na vzdělanost a gramotnost trhu. Jinak čtenář je obecněji náročnější, což je správné a na to my musíme reagovat. Daleko častěji se tisknou knihy barevné, to znamená barevné fotografie a tak dále. Já už jsem tady strašně dlouho a pamatuji si, že černobíle tisknout nebyl problém. Dneska už samozřejmě jsou černobílé stránky běžnou záležitostí, ale tam, kde to má větší vypovídající hodnotu, tam saháme po barvě a samozřejmě ji použijeme. Dále se snažíme, aby většina našich autorů byli čeští autoři. Snažíme se, aby náš autorský kolektiv byl dominantně český, protože chceme, aby i ty odborné knížky byly aplikovatelné na české prostředí. U celé řady překladů jsou výklady v češtině, aby pokud jsou to oblasti, kde to české specifikum je velmi výrazné, snažíme se a my chceme, aby to bylo právě s českým výkladem.

Jak hodnotíte současnou situaci?

Tak my jsme v současné době největším nakladatelstvím odborné literatury s nejširším portfoliem. Samozřejmě máme konkurenci, to je v pořádku, protože konkurence hýbe trhem, ale pořád se držíme v pozici té jedničky právě v tom záběru, protože v jednotlivých redakcích máme vždycky konkurenta. Každá ta redakce si vždycky hlídá svého nejhlavnějšího konkurenta. Medicína si hlídá nakladatelství, které vydává vyloženě medicínskou literaturu. Ekonomická sleduje ekonomickou. Ale s takovým záběrem tady zatím nikdo není. My si samozřejmě neustále sledujeme trh. Průzkum je trvalý, jednak ho sledujeme my z marketingu a taky ho sledují šéfredaktoři, kteří si hlídají své. Prázdná místa na trhu již nejsou. Velice pečlivě monitorujeme trh a snažíme se tam vstoupit. Pozitivum tohoto širokého záběru je v tom, že ve chvíli, kdy dojde k poklesu prodeje v jedné komoditě, tak se prodávají dobře ty ostatní. U nás je to udělané tak, že my jsme akciová společnost, máme jednoho majitele, jedeme na jedny peníze, ale každá redakce si hlídá svůj ekonomický rozpočet. To znamená, že to není tak, že když by se jedna redakce položila, že to zaplatí

druhá. V tom konečném balíku peněz ano, ale velmi pečlivě si to hlídají. Jsou to samostatné jednotky, které dělají dohromady, ale mají svůj rozpočet, takže ve chvíli, kdybychom viděli, že jedna redakce dlouhodobě klesá, tak se samozřejmě dělají různé ekonomické kroky, abychom je posílili a zkvalitnili. Takže to je ta výhoda, že se ty disbalance v tom celku se dají srovnat. Nevýhodou je velmi široký záběr pro nás, jako pro oddělení. Jsme soukromá společnost, moc nás není, takže toho musíme zvládnout daleko víc než ve státním sektoru. Tak je to tu nastavené. Například já mám na starosti propagaci a mám k sobě ještě dvě kolegyně. Co se týče rozdělení redakcí, tak je máme rozdělené. To by se nedalo zvládnout v jednom člověku. Kdysi dávno, když jsem rozjížděla PR a propagaci, tak jsem na to byla sama. Těch redakcí bylo málo a postupně to samozřejmě bylo potřeba personálně posílit.

Jaké jsou vaše dosavadní největší úspěchy?

Jsme na trhu dvacet let. Za největší úspěchy považuji výrazné rozšíření portfolia od té počítačové literatury. Máme vlastně celé pokrytí trhu mimo beletrii. Beletrii nechceme zatím dělat. Jsme profilovaný jako odborné nakladatelství a když to vezmu z marketingového hlediska, tak je to celkový obraz společnosti Grada. Když jsem sem nastupovala, tak to nakladatelství nebylo tak známé. Dneska si často každý řekne: Grada, jo to jsou ty odborné knížky. Řada lidí, a není to pouze střední generace, od středních škol až po seniory, už si za červenou značkou Grady dokážou představit kvalitní knížky. To si myslím, že je největší úspěch a samozřejmě to rozšíření portfolia a obsazení trhu.

Jaké plány máte do budoucna?

Plánujeme spustit e-booky. Snažíme se držet moderního trendu v naší oblasti.

Jaké jsou celkové počty vydaných titulů?

Ročně vydáváme okolo 400 novinek. Je tam vidět výrazný nárůst. Ono to kopíruje rozšiřování redakcí, takže pak máme více novinek. 400 je jen novinek.

Pak máme samozřejmě k tomu ještě dotisky. Denně máme jednu nebo dvě novinky.

Jakým způsobem spolupracujete s knihkupci?

U nás došlo k podstatnému a zásadnímu vývoji. Na území České republiky jsme mívali tři kamenné prodejny, a to: Praha, Brno, Ostrava, a na území Slovenska to byly prodejny v Bratislavě a Košicích. Postupně jsme se rozhodli, že přejdeme k jiné strategii a změnili jsme celkovou vnitřní strategii. Takže vlastní kamenný obchod už nemáme žádný, ale rozšířili jsme spolupráci s knihkupci a máme obchodní zástupce. To jsou naši kmenoví zaměstnanci a vždycky mají svoji oblast. Teď je to uděláno tak, že nemáme ty kamenné prodejny, ale místo toho jsme pokryli celou Českou i Slovenskou republiku díky našim obchodním zástupcům. Kolegové jezdí a nabízejí knihy včetně novinek. Pak máme knihkupectví, ne vlastní, kde se dají naše knihy koupit. Kluci je zavážejí, spolupracují s nimi, obchodují.

Pokud tomu správně rozumím, tak máte naprosto unikátní systém. Využíváte také jiných distribučních sítí?

Ne, máme vlastní distribuci. I v tom je naše síla. Distribuujeme pouze naše knihy. Komunikace s knihkupci je velmi významná, máme tu děvčata, která připravují pro knihkupce zboží. A plus se s nimi komunikuje ještě jedním způsobem. Děvčata mají callcentrum, takže jsou trvale ve spojení. Ale je to callcentrum pouze pro knihkupce.

Distribuce je tedy zajištěna osobním stykem našich kolegů a callcentrem. Knihkupcům posíláme elektronicky informace o našich novinkách a knihy si u nás mohou objednávat přímo. Každý pátek to my v marketingu elektronicky zpracováváme. Knihkupci jsou informováni o tom, co přijde, jak a kdy to vyjde, mají detailnější informace a podobně.

Jakým způsobem spolupracujete s lidmi, kteří Vám přinesou své dílo, abyste mu ho vydali?

My si autory vytipováváme sami a následně je oslovujeme. To se to většinou týká odborné literatury. Naši šéfredaktoři hlídají různé odborníky. Když některý začne pracovat nějakým novým způsobem, například, když začne jinak operovat mozek, tak naši šéfredaktoři dotyčného osloví. Plus samozřejmě jsme oslovováni zvenku, poměrně dost často. Dost často to jde přese mě. Velmi často se stane, že když ten člověk neví, jestli může nebo nemůže oslovit, tak volá na PR. Takže to připadá na mě a volající říká: já mám v šuplíku knížku, nebo chtěl bych napsat knížku, vydáte mi ji? To já pak automaticky předávám na patřičného šéfredaktora, v jehož kompetenci je, aby ses tím dotyčným dohodnul. Buď se nám ta knížka líbí, nebo se nám nelíbí, nebo víme, že už je na trhu. Šéfredaktoři moc dobře vědí, jestli se ta knížka již píše u konkurenčního nakladatelství. Pak zvažujeme. Buď tedy vyhledáváme aktivně a dělají si to šéfredaktoři, anebo jsme oslovováni. Je to důkazem toho, že Grada je velkým hráčem na trhu.

Jaká je pravděpodobnost, že vydáte knihu, když Vás o to někdo požádá?

Pokud nám někdo nepřinese knížku, o které víme, že už je na trhu desetkrát a my víme, že se moc neprodávají, tak ji určitě nevydáme. Pak také závisí na kvalitě knihy. Jako samozřejmě, že knihu zpracovávají redaktoři, ale někdo přijde a je velmi přístupný k tomu, že s textem se musí pracovat, ale někdy redaktoři přijdou s tím, že jsou to věci, které jsou stažené z internetu. To už je otázka problému s autorskými právy. Pokud je rukopis špatný, to musí posoudit šéfredaktoři. Pokud to projde přes šéfredaktory a ten šéfredaktor řekne, že ano, rukopis se mi líbí, pak je nakročeno správným směrem. Námět se posoudí se stavem na trhu. Pak tu u nás máme takzvanou redakční radu, kde sedí zástupce marketingu, vedení společnosti, obchodu, šéfredaktor a posuzují námět knihy ze všech úhlů. Jestliže obchod řekne: ale já ji neprodám, protože už těch knížek je deset, tak ji nevezmeme, protože víme, že by ta knížka prodělala. Ale pokud je kvalitní, bereme.

Dostalo některé z vydání knih nějaké ocenění?

Když se podíváte do našeho katalogu, tak tam jsou zaznačené knihy, které dostali nějaké ocenění. Hodně je to u medicíny. Máme ocenění Grady. Toto ocenění dáváme každý rok a to dáváme my ocenění našim knihám. Za každou redakci je to jedna knížka, která se nejlépe prodává. A pak jsou oceněné knihy a u nich je to přímo napsané.

Dostalo nakladatelství Grada nějaké ocenění?

Určitě. Podrobné informace o jednotlivém umístění naleznete v našem katalogu.

*Informace poskytla: Vedoucí propagace a PR nakladatelství Grada Publishing
- PhDr. Jana Vytlačilová*

Rozhovor vznikl: březen 2011

Příloha C – Rozhovor Mladá fronta

Rozhovor s Mgr. Antonínem Kočí, Programovým ředitelem divize Knihy.

Kdy bylo založeno nakladatelství Mladá fronta?

Nakladatelství Mladá fronta bylo založeno v roce 1945. Nejprve zde vycházel deník, a pak začaly vycházet i knihy. Samozřejmě nejdříve to bylo nakladatelství a vydavatelství, jak název vypovídá, pro mládež, které bylo svázané s Českým svazem mládeže, tehdy Socialistickým svazem mládeže a i tomu byly podřízené některé tituly, které v nakladatelství vycházely. Ale teď už je ta situace samozřejmě úplně jiná, takže do roku 1989 s výjimkou realitně kvalitní literatury, zahraniční i naší české, vycházely spisy typu: příručka vedoucího Socialistického svazu mládeže nebo příručky pro jiskry a pionýry. Dnes již naše produkce vypadá úplně jinak. Také nám postupně od roku 1989 narostl počet vydaných titulů. Od tohoto roku jsme zaznamenali rapidní nárůst titulů, kdy jich ročně vydáváme okolo 200.

Kdo založil nakladatelství Mladá fronta?

O zakladateli Mladé fronty kolují různé legendy. Jeden z těch zakladatelů se jmenoval Jaromír Hořec, básník. Údajně malá skupinka 17ti letých chlapců pronikla do Německé tiskárny deníku Der Neue Tag. Bylo to v době pražského květnového povstání, skupina chlapců řekla Němcům v tiskárně, že musí budov předat do rukou Čechů a že do dalšího dne musí připravit nový deník, který se bude jmenovat Mladá fronta. Snaha obsadit tiskárnu byla úspěšná a druhý den vyšlo opravdu první číslo, myslím, že 9. května, které vítalo osvoboditele. Tak to je naše legenda vzniku. Samozřejmě, že se pak nabalovala a rozšiřovala působnost Mladé fronty. Začala vydávat časopisy, noviny a knihy.

Jaký žánr literatury vydáváte?

Naše nakladatelství se ve velké míře zaměřuje na beletrii. Co se týče CD-Rom, DVD, e-books a audioknihy tak, toto z tohoto odvětví máme již taky

několik děl vydaných. Další z druhů žánrů je duchovní literatura, od které v posledních letech upouštíme. Vydáváme knihy z oblasti hudby, divadla, filmu, společenských věd a umění. Soustředíme se také na literaturu faktu, literaturu pro volný čas a na odbornou literaturu. V menším měřítku se dá do našeho portfolia zařadit také náboženství a teologie a okrajově také počítačová literatura.

Jaká je vaše cílová skupina?

Každý nakladatel by chtěl vědět, komu ty knihy nabízí, pro koho je vydává, ale já bohužel musím říci, že cílová skupina, je u každé té knížky jiná. Pokaždé je to střelba skoro naslepo. Dá se to určit podle žánru, ale to neznamena, že to tu cílovou nebo věkovou skupinu zasáhne. My se snažíme oslovovat potencionální cílovou skupinu, aby se o té knize dozvěděli, protože jak víte, knih vychází ročně 18 000 v naší republice a vyznat se v té naší produkci je obtížné. A proto se snažíme, aby se cílová skupina o knize, která právě vychází, dozvěděla. Cílové skupiny Mladé fronty jsou obecně asi tři. První jsou děti, ovšem většinou dětem knihy vybírají stejně jejich rodiče, případně prarodiče. Druhou skupinu tvoří milovníci knih. Ti, kteří čtou rádi dobré knihy, a to jak kvalitní literaturu, tak oddechovou četbu, ale ta má současně nějakou rozumnou kvalitu, což my se snažíme vybalancovat, a proto nechceme vydávat klasickou ženskou četbu, ale i v tomto žánru se najdou kvalitní autoři a dobré čtení. Do té oddechové literatury patří i kriminálky, trillery, takže i z téhle oblasti my doufáme a dáváme prověřené autory, nebo autory výjimečné, nadané, mladé. Třetí skupinu bych charakterizoval, že jsou to lidé, kteří se snaží něco dozvědět, kteří si buď čtou, kupují nebo si půjčují knihy populárně naučné, poučné, případně dárkové.

Jaká je skladba vašeho čtenářského trhu?

Skladba čtenářské obce je obtížná. Ohlasy na vydávanou produkci máme. Většinou se ozývají nespokojení, ale recenzenti v novinách nebo jiní novináři nás mohou pochválit. Případně občas se objeví různé ankety. Anketa Lidových novin, Kniha roku, a další ankety. Také když pan prezident Klaus řekne, že se

mu v loňském roce nejvíce líbila kniha Mladé fronty od Herty Müllerové, tak to potěší. Ohlasy na naši vydávanou produkci prochází různými periodami Mladá fronta je tradiční nakladatelství a je známa pod stejnou značkou vydavatelství a jako jediná přetrvala, ale byly tam turbulence, které pramenily ze změn majitelů a taky ze změn vedení. Záleží na řediteli případně na skladbě redakce, jakou produkci budou vydávat, a jaké potom mají na produkci nároky. Pakliže, jsou to kvalitní lidi s velkými nároky, tak vše je bez problémů. Máme pak velké ohlasy na naši produkci, jsme chváleni, že naše knížky jsou skvělé, že máme výborné překlady knížek a tak dál. Tohle bylo období do roku 2000, kdy odešel z Mladé fronty pan Pistorius, dlouholetý ředitel. Pak nastalo problematické období, než se podařilo najít vedení, a než se obměnila redakce. V té době došlo k vydání knih, na které Mladá fronta není hrdá. V období od roku 2005 až po rok 2010 jsme si museli zpátky vybojovat to dobré jméno, které je nejdůležitější. Je klíčové, aby bylo nakladatelství dobře zapsáno u čtenářů.

Jak hodnotíte současnou situaci?

„Situace je obtížná, nikoli však zoufalá.“

Každý rok se říká, že krize trhu přichází. Vidíme, že mnoho lidí si nekupuje drahé dárkové publikace, takže už v předchozím roce jsme přikročili k tomu, že musíme dávat pozor, na to, v jakém formátu vydáváme knihy. Také jsme si říkali, že omezíme počet těch velkých tlustých drahých bichlů, na které lidi nedosáhnou, a budeme se snažit vyjít vstříc s menšími formáty. Jsme schopni udělat o něco menší knížky, které jsou levnější tak, aby případně byli i pro děti, i pro dospělé, i na oddychové čtení, i pro poučení a byli jsme připraveni nabídnout dobré knížky. A mají úspěch.

Každý rok očekáváme, který nakladatel zkrachuje. Kolik knihkupců zkrachuje. Celý sektor je podfinancovaný, jsou tam mnohé problémy pramenící z toho, že se zvyšují rabaty prodejců a taky se zvyšuje, prodlužuje doba, kdy se naše investované peníze, které zaplatíme tiskárně, se vracejí později a později. Je důležité, aby nakladatel plánoval. Problémy jsou určitě před námi, a je to taky tak, že lidi už se hodně nasýtily knížkami, a už to není tolik „in“. Lidé mají

méně času na čtením a je tam i několik důvodů. Začíná to už od dětí, které se odvracejí od čtení, a tudíž si nechováváme další čtenáře. Nicméně jsou tam možnosti, které ukazují e-booky. Tam je na jedné straně nebezpečí, že by nám to mohlo odčerpat čtenáře, nebo že by se trh mohl zborstit.

Jaké jsou vaše dosavadní největší úspěchy?

Úspěch je každý rok, když se spočítá bilance a řekne se O.K., tak pokračujeme dál. Tedy úspěch je mít co nejméně ztrátových titulů, a co nejvíce úspěšných titulů. Může být bráno jako úspěch, že stále zvyšujeme obrát. To je věc, která alespoň navenek působí tak, že se nakladatelství daří. Určitě mám radost z toho, že se v loňském roce mnoho z titulů dotisklo. Vlastně, když dojde k dotisku, tak už mnoho té práce se nemusí platit, protože kniha už je připravená, takže díky tomu se i ta rentabilita zvyšuje. Počet dotisků v loňském roce stoupl o 50%. Takže, i když by se dalo říct, že ekonomika moc nestoupá a celá knižní branže je v krizi, tak my, kupodivu asi nejsme v krizi.

My si každý rok snažíme stanovovat nějaké cíle, plány, jak být úspěšní na více frontách. Jeden rok jsme si dali za cíl uspět v některé z anket. To se povedlo v loňském roce, když jsme získali cenu za nejlepší překlad v soutěži Magnesia Litera.

Jaké plány máte do budoucna?

Naše cíle jsou pokud možno uspět na všech frontách. Nechceme být největším nakladatelstvím v republice. Nám stačí se pohybovat na té špičce, abychom byli zahraničním vnímání, jako jedno z největších a nejrespektovanějších nakladatelství. V počtu vydaných titulů figurujeme někde kolem desátého místa, tak to asi bude i nadále. Ale loni jsme si dali za úkol uspět v některé z těch anket, čímž se povedlo v případě toho překladu. Předloni jsme si dali za cíl vydat, prodat práva na nějakou z našich knih do zahraničí, což se taky povedlo. Myslím, že 3 nebo 4 knihy jsme prodali. A to jsme v dřívějších dobách moc nedělali. Někteří čeští nakladatelé to dělají mnohem častěji a úspěšněji. Tak tomu bychom se v budoucnu taky chtěli věnovat trochu víc, ale není to žádná naše priorita. Také jsme chtěli mít nějaký bestseller, což

se taky podařilo. Loni vyšla knížka: Kuky se vrací, která se stala nejprodávanější dětskou knížkou za celý loňský rok a myslím si, že na tom nemá vliv jenom ten film, který kritici a téměř by se dalo říct, strhali. A ten divácký ohlas také nebyl takový, jak pan Svěrák očekával. Na knížce je vidět, že dokáže oslovit děti i dospělé, a možná i víc než ten film. Tak to je pro mě velká satisfakce a velký úspěch a takovou knížku když vydáme, tak věřím, že ji prodáme do zahraničí, do několika jazyků.

Jak se stavíte k elektronickým knihám?

Stavíme se k nim pozitivně. Určitě v tom nevidíme velké možnosti, jak zbohatnout, ale je to jakýsi doplněk. Odhadujeme, že tam budeme generovat obraty 5%, což nejsou vysoká čísla. Ale myslíme si, že v některých případech může e-book pomoci jako propagační nástroj. Takže třeba v e-booku nemusí být celá kniha, ale jen nějaká ukázka, kterou když si člověk zadarmo přečte, tak si může říct, jo to se mi líbí, to si chci přečíst celé. A to je cíl Mladé fronty, a to si myslím, že může pomoci.

Plánují se e-booky i jako celé knížky. Některé budou zadarmo, některé budou za peníze. Ten trh je ještě v plenkách, začíná se. My něco připravujeme.

Jak se stavíte k reformě o tzv. zvyšování DPH u knih?

Z oblasti obecné ekonomiky. Mluví se o tom, že vláda potřebuje reformu důchodu a kvůli tomu bude potřebovat zvýšit sazbu z té základní deseti procentní až na 19%, což se bude týkat i třeba potravin. Velmi rychle dojde k tomu, že se ceny knih o 10% zvýší. Což je hodně. Když kniha za 250 bude za 280Kč, tak si daleko víc lidí řekne. No, tak to si teda ještě rozmyslím. A jenom taková drobnost, v tom případě se DPH srovná i s e-booky, protože ty mají DPH 20%. A tudíž je to pro nakladatele i v tomto ohledu malinko méně výhodné.

Jakým způsobem spolupracujete s knihkupci?

Máme 6 hlavních distribučních partnerů, a to: Euromedia k.s., Pemic books a.s., Nakladatelský Servis s.r.o., BetaDorovský, Kosmas s.r.o., Krameiova

K.D.. A ti by v podstatě měli dokázat nerozvést knížku kamkoli. Máme i vlastní e-shop. Snažíme se, aby servis byl dobrý, a pak jsou samozřejmě ještě eventuální cesty přímo k zákazníkům. Jsou různé zájmové skupiny a organizace, které jsou od nás ochotné odkoupit různé knihy pro své účely. Když my prodáváme knížku distribuci, tak oni si řeknou o 50% rabat. (7:10)

Kolik jste vydali knih v loňském roce?

V loňském roce jsme vydali 185 nových titulů plus 40 dotisků.

Jakým způsobem spolupracujete s lidmi, kteří Vám přinesou své dílo, abyste mu ho vydali?

To je hrozně různorodé. Záleží na tom, kolik se hlásí uchazečů. Spousta lidí chce vydat knihu. My se snažíme to brát tak, že když kniha splňuje kvality a věříme tomu, že by mohla oslovit dost širokou čtenářskou skupinu, tak proč bychom ji nevydali? Ale to síto je opravdu velmi jemné, takže jím propadne jen málo knížek tohoto zdroje. Opravdu posílají nám denně 1-2 nabídky. Máme spoustu odborných lektorů, kteří čtou ta díla a vypracovávají na ně posudky. Samozřejmě, že ty lektory platíme, což všechno stojí peníze a trvá dlouhý čas. Pořád věříme, že najdeme nějakého mladého autora, který vyhraje nějakou cenu, nebo bude úspěšný a kvalitní. Nemusí být komerčně úspěšný, ale spíš bychom rádi našli někoho, kdo za to stojí vydávat a říkali jsme, jo, toho jsme objevili my. Nedávno nám poslala 14ti letá dívka své povídky. Tak si říkáme, jo dobrý, ještě to není na vydání, ale třeba za 3 roky z ní bude skvělá spisovatelka. Věříme, že nějaká taková perla se dříve nebo později musí najít. I když je to obtížné, protože vím, že udělat z nuly hvězdu je obtížné a někteří nakladatelé to umí zatím lépe než my, ustanovit to nové jméno na trhu, ale budeme se o to pokoušet.

Jaké druhy distribuce umožňujete?

Distribuci umožňujeme přes e-shop, dále máme knihkupectví u Jednorožce, a v neposlední řadě přes již jmenované distribuční partnery.

Jaké jsou vaše ediční plány?

Ted' v poslední vzniklo několik nových dětských edic. Například: Už umím číst, což je pro první čtení (1.-3. třídy). Ale jinak se snažíme udržet ty tradiční edice typu Kolumbus, to je silná edice moderní světová próza. Trošku máme potíže s edicí Lidé a země, což jsou cestopisy. Tu jsme prozatím pozastavili. Pak máme edici Květy poezie, u té je to už také docela dlouho, co jsme vydali novou sbírku v této edici, ale myslíme si, že v těch Květech poezie jsou také perly, které stačí jen oprášit a můžeme ty hlavní, takový ten kánon básnické literatury, vydávat pořád dokola. Edice klukům nepřístupno je edice, kterou tu máme od roku 2003.

Jedna z našich tendencí je zuniformovat produkci, takže bychom mohli říct, že budeme mít edici na detektivky, a že celá hřada knih v dané edici bude vypadat stejně, bude mít stejno obálku. Ale my máme spíše zahraniční autory, kteří už mají vlastní tvář knihy. Tak to jsou jednotně vypadající knížky. A pak zase třeba máme spisy Arnošta Lustiga, které vypadají v podstatě hodně podobně, mají bílou barvu, s jednou fotografií a to taky se jen proměňuje barva písma a proměňuje se fotka a název, ale jinak to má podobu nějaké řady nebo edice. Mnoho titulů ani nemůžeme řadit do nějaké edice, protože když kupujeme práva od jiného nakladatele, a ti si vymíní, že musí obálku odsouhlasit, a často nejsou ochotní být zařazeni v nějaké naší edici. I pro nás je vhodné, když použijeme ten vizuál, tu obálku, pod kterou je kniha známá v zahraničí. Ta globalizace postupuje tímto směrem. Mnohdy opravdu radši přebereme skvělou vydesignovanou obálku a věříme, že to bude fungovat. To je například u knih, spojených s filmem, například kniha Králova řeč. Mladá fronta není jen nakladatelství, ale máme asi 40 různých časopisů a novin a různé weby, takže my tam jsme schopni, když tu knihu vydáme, o ní i relativně slušně v těch našich médiích informovat. Také můžeme pomoci filmovým distributorům tím, že o nich můžeme v našich periodikách psát. Takže ta propagace pak probíhá jednotně, že máme stejný vizuál jako oni a díky tomu se pak dá kniha lépe propagovat. Jako je to právě u Královy řeči. Protože samozřejmě mnohdy jsou to věci spojené s filmem a svezou se komerčním úspěchem. My toho prodáme 2-3 tisíce a nejsme na to nijak zvlášť pyšní.

Například, když jsme před dvěma roky vydali poslední Tarantinův film Hanební pancharti, tak to bylo celkem fungující čtivo, ale víme, že literární kvality to nemá veliké. Ale právě u Královy řeči to vypadá, že knížka sama o sobě je skvělá a stojí za to ji vydat, i kdyby neměla ten plakát a nominaci na Oscara.

S jakými filmovými distributory spolupracujete?

Tam je to vždycky obtížné. My kupujeme práva na vydání knížek v různých obdobích. Někdy koupíme knížku, až když se dozvíme, že práva na filmové zpracování koupilo Garamond Picture. Ale nikdy nevíme, za jak dlouho film vznikne, takže tam můžeme čekat, až ten film bude, anebo nemusíme a vydáme tu knížku. Ale někdy kupujeme tu knihu, když už víme, že se film připravuje, tak v tom momentu už se začínáme pít po tom, jestli některý z filmových distributorů v Česku ten film už nekoupil a nepřipravuje ho do distribuce. Někdy to dopadne tak, že ten filmový distributor film koupí, ale vyje jenom na DVD. Ale pak jsou ty ideální případy, kdy opravdu zjistíme, že film půjde do distribuce. Spolupracujeme například s Bontonfilmem, takže tam potom je a spolupráce dobrá. Děláme pak například společné projekce pro novináře, kde představíme jak film, tak knížku. A pro nás je to výhodné v tom, že ti novináři když už o tom tématu píšou, tak napíší: je dobrý film, jděte všichni na něj a kromě toho existuje i kniha, a ta je jiná v tom a v tom. Například vloni jsme dělali knihu, která se jmenovala Škola života, a na základě ní vznikl film. Ta knížka pojednává o životě starší dám. Nicméně film pojednává pouze o prvních šedesáti stránkách jejího života. Proto my pomůžeme upozornit čtenáře, že ta osmnáctiletá holčička z filmu pak pokračuje v knize v životě, a stala se z ní jedna z nejrespektovanějších novinářek. Což je možná může oslovit a oni si tu knížku přečtou. Tak to je i pro nás nějaká možnost jak knížku relativně úspěšně prodat.

Informace poskytl: Programový ředitel divize Knihy – Mgr. Antonín Kočí

Rozhovor vznikl: únor 2011

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Veronika Valentová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Prezenční

Název práce: Prezentování činnosti vybraných nakladatelství a jejich srovnání

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 73

Celkový počet stran příloh: 22

Počet titulů české literatury a pramenů: 29

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 30

Vedoucí práce: PhDr. Olga Nytrová