



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

KATEDRA VÝTVARNÉ VÝCHOVY

Knižní design v kontextu fenoménu bestseller

Diplomová práce

Autor práce: Eva Lišková

Vedoucí práce: Doc. Lenka Vilhelmová, ak. mal.

České Budějovice, 2014



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

**UNIVERSITY OF SOUTH BOHEMIA**

PEDAGOGICAL FACULTY

DEPARTMENT OF ART

Book design in the context of the phenomenon bestseller  
thesis

Author: Eva Lišková

Supervisor: Doc. Lenka Vilhelmová, ak. mal.

České Budějovice, 2014

## **Bibliografická identifikace**

**Název diplomové práce:** Knižní design v kontextu fenoménu bestseller

**Jméno a příjmení autora:** Eva Lišková

**Studijní obor:** ZUŠ - VV

**Pracoviště:** Katedra výtvarné výchovy

**Vedoucí diplomové práce:** doc. Lenka Vilhelmová, ak. mal.

**Rok obhajoby diplomové práce:** 2014

### **Abstrakt:**

Teoretická část diplomové práce se ve své první kapitole zabývá knihou, fenoménem, který nás provází již od svého vzniku, a tím, jak na nás působí její literární svět. V další fázi rozebere literární druhy a počátek samotné beletrie, která výrazně podpořila čtenářskou kulturu a podnítila tím vznik právě bestsellerů. V další části se zaměří na knihu a její složitou cestu od spisovatele k designérovi, tiskaři a konečně ke čtenáři. Dále se zabývá knihami ve fyzické a elektronické podobě, čtenářem v etapách života a také již přímo pojmem bestseller jakožto současným fenoménem knižní kultury. Poté představuje jednoho ze spisovatelů, Dana Browna, a jeho knihy z obsahového a vizuálního hlediska. V poslední části se bude zabývat propojením knižního designu s výtvarnou výchovou a v praktické části diplomové práce popisem zpracování, jehož produktem bude soubor publikační kolekce vybraných knih Dana Browna.

**Klíčová slova:** autor, čtenář, Dan Brown, designer, e-kniha, grafik, knihkupectví, nakladatel, přebal knihy

## **Bibliographical identification**

**Title of the graduation thesis:** Book design in the context of the phenomenon  
bestseller

**Author's first name and surname:** Eva Lišková

**Field of study:** ZUŠ - VV

**Department:** Department of art

**Supervisor:** doc. Lenka Vilhelmová, ak. mal.

**The year of presentation:** 2014

### **Abstract:**

The theoretical part of the thesis in his first chapter of the book deals with a phenomenon that accompanies since its inception and how it affects us the literary world. The next phase will analyze literary types and origin of fiction itself, which strongly supported the reading culture and to encourage the creation of rights bestsellers. The next section will focus on the book and its difficult journey from writer to designer, printers and finally to the reader. The next phase deals with books in physical and electronic form, the reader walks of life and then directly bestseller term, as the current phenomenon of literary culture. Then represents one of the writers Dan Brown and his books of content and visual aspects. The last part will deal with the linking book design and art education in the practical part of the thesis description of the treatment, resulting arises file publishing a collection of selected books by Dan Brown.

**Keywords:** author, book cover, bookstore, Dan Brown, designer, e-book, graphic designer , publisher, reader

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě archivovaných Pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Podpis studenta

Datum.....

## **Poděkování**

Touto cestou děkuji doc. Lence Vilhelmové, ak. mal. za odborné vedení a za cenné a užitečné rady.

Eva Lišková

# Obsah

|   |    |
|---|----|
| Úvod  |    |
| I TEORETICKÁ ČÁST   | 11 |
| 1 Fenomén kniha   | 12 |
| 1.1 Kniha, její svět a člověk v něm                                     | 12 |
| 2 Literatura a její dělení  | 16 |
| 2.1 Společenské příčiny vzniku beletrie                                 | 16 |
| 3 Kniha a její cesta do knihkupectví                                    | 18 |
| 3.1 Od spisovatele po designéra ke čtenáři                              | 19 |
| 3.1.1 Spisovatel a nakladatel   | 19 |
| 3.2.1 Nelehký úkol knižního designéra                                   | 23 |
| 3.2.2 Typografie jako samostatný obor                                   | 27 |
| 4 Kniha elektronická versus hmatatelná, internet                        | 30 |
| 5 Čtenář  | 32 |
| 5.1 Klasický čtenář a čtenář sběratel (nutková potřeba výtisk vlastnit) | 33 |
| 5.2 Náš čtenář od mládí do stáří z pohledu dotazníku                    | 35 |
| 6 Fenomén bestselleru v knižním průmyslu                                | 37 |
| 6.1 Vymezení pojmu bestseller a příčiny popularity                      | 37 |
| 7 Fenomén Dan Brown   | 42 |
| 7.1 Cesta spisovatele a jeho dílo                                       | 42 |
| 7.2 Vydané knihy a jejich přebaly                                       | 49 |
| II PRAKTICKÁ ČÁST   | 50 |
| 8 Knižní design v praxi   | 51 |
| 8.1 Knižní design s uplatněním ve výuce na SŠ                           | 51 |
| 9 Praktická část diplomové práce  | 53 |
| Závěr   | 56 |
| Seznam použité literatury   | 57 |
| Obrazová příloha  | 61 |
| Seznam obrazových příloh  | 61 |
| Zdroje obrazových příloh  | 85 |

## Úvod

*„Jedním luxusem, který si jako spisovatel můžete dovolit, je žít prostřednictvím svých postav.“ Dan Brown*

*„Celá léta lidé prorokovali tištěnému slovu zánik. Mnozí věřili, že v jednadvacátém století pokrok v technologii a nové formy komunikace povedou k „bezpapírové“ společnosti a publikace, jak je známe, se stanou zastaralými.“<sup>1</sup>*

Předpovídalo se tak hlavně díky rozmachu World Wide Webu, neboli internetu. To, že se tak nestalo, je nám již zřejmé a o to více se dnes musí designéři snažit, aby právě ten jejich design byl co nejvýraznější a nejprodávanější (BHASKARAN 2007: 28). *„Spotřebitelé jsou bombardováni takovým množstvím tištěného materiálu, že je nabídka může snadno přesytit a konkurence je ostrá.“<sup>2</sup>*

Nové knihy, novinky, mají chvilkovou příležitost upoutat nejen svým hřbetem v polici knih uvnitř knihkupectví, ale také čelní stranou přebalu, kdy zdobí výlohu. A to, jak se kniha prodává, závisí právě z velké části na jejím designu. Série knih, které mají silnější hřbety a na nich zajímavou typografii, mají větší potenciál zákazníka oslovit. (BHASKARAN 2007: 34).

Cílem této diplomové práce v její praktické části je navrhnout zcela jiný pohled na design knihy jako tištěné publikace vůbec. Odvětví bestsellerů, ale i jiných knih, hýří v grafickém designu barvami a fotografiemi, kterých si ale v ten důležitý moment rozhodování o koupi mnohdy ani nepovšimneme. Aristotelův pojem Horror vacui neboli strach z prázdnoty vládne stále světem. Strach z něčeho jiného zaslepí novou ideu. Touha být výstřední se pomalu, ale jistě v odvětví beletrie neuplatňuje. Cílem designu je pouze výrazný nápis autora jména a příjmení, doplněný neurčitou fotografií, která nám má připomenout například dobře známé a konkrétní místo.

Často naleznete knihu, která má jméno autora na přebalu tak obrovské, aby alespoň to zákazníka bilo do očí. V zástupu stejných přebalů hýřících barevnými odstíny vedle sebe bude vždy snadné vyčnít něčím „jiným“ a vystoupit z davu. A o to se nám také bude jednat a budeme se snažit uspět v tomto konkurenčním boji nejen na poli ekonomickém, čili tržním, ale také především a hlavně v estetickém.

---

<sup>1</sup> BHASKARAN 2007: 28.

<sup>2</sup> BHASKARAN 2007: 6.



Vždyť již v 19. století ve Francii se poprvé na světlo dostala kniha, která měla čistě typografický přebal (PAVLÁT 1988: 136).

U nás se o něco takového jako „vyčnít“ v posledních letech pokouší grafik Adam Macháček, autor designu publikací *Město=medium*, *Zde jsou psi* anebo *Prkýnka na maso jsme uřízli* od projektu Bu2R.

Na druhou stranu ale dnešní moderní design rád staví do kontrastu nové a opovrhuje historií. Vše dnes podléhá současným módním trendům, ale kniha stojí a hlavně by měla stát na pomezí tohoto všeho. Kniha není pouhým plakátem na koncert nebo divadelní vystoupení. Nemá za úkol být s námi jen pouhý měsíc, do skončení akce, ale bude nás provázet roky a zdobit naši knihovnu. Knižní designér musí najít jakýsi kompromis mezi tímto vším (PECINA 2011: 46-47). Myslet dopředu, že co je dnes všeobecně vnímáno za „moderní“, nemusí už tak nutně být za pár let.

V první kapitole diplomové práce se budeme zabývat knihou, fenoménem, který přežívá již tisíciletí a jejími druhy. V další kapitole si rozvedeme, jak vznikla beletrie, bez které by nikdy nebylo možné, aby se kniha stala tak velkým bestsellerem. Poté rozebereme knihu jako takovou, všechny různé žánry, a její zdlouhavou cestu, kterou musí urazit ke svému čtenáři, tedy od spisovatele, který knihu napíše, až po její cestu k nakladatelům, do tiskárny a konečně do knihkupectví.

Budeme se zabývat knižním designérem a jeho úkolem, který není, ač by se mohlo na první pohled zdát, jednoduchý. Poté přijde na řadu rozpor mezi knihou fyzickou a knihou elektronickou. Jaké jsou výhody elektronických knižních čteček? Nahradí klasické knihy, jak je známe dnes nadobro? Byla by na to naše generace, ale i ty jiné připraveny? Jaké mají naši čtenáři raději? V kapitole čtenář rozebereme, jaký má čtenář na nás vliv a proč vlastně čteme. Budeme zkoumat čtenáře, pro kterého je důležité mít krásnou knihu doma a pro kterého je její hmatatelná estetická krása ještě stále velice důležitá. Na druhé straně stojí čtenář, co knihu považuje jen za určitý zdroj informací. V průřezu čtenářova života si dokážeme, že mladá generace není taková, za jakou ji většina populace má.

V další části diplomové práce se přikloníme již ke knižnímu žánru, jako je bestseller, dnešnímu fenoménu čtenářů a spisovatelů na celém světě. Jak se vlastně bestseller má psát? V čem tkví jeho kouzlo a přitažlivost? Jedním ze současných nejznámějších spisovatelů tohoto typu je Dan Brown. Kontroverzní osobnost, která ale přes to všechno přivedla ke knize dospělé čtenáře asi tak, jako to oněhdy udělala J. K. Rowlingová a její Harry Potter s čtenáři dětskými. Vždycky tomu ale u něj tak

nebylo. Která kniha tento fenomén jménem Dan Brown zapříčinila, rozebereme v kapitole věnované tomuto spisovateli. V další části si uvedeme možný postup při vytváření designu knihy v praxi, ve školním prostředí střední výtvarné školy a v poslední fázi samotnou praktickou část, která bude vyústěním této diplomové práce.

Bestseller, by nebyl bestsellerem, nebýt knihy a literatury, stejně tak by se nemohla stát kniha bestsellerem bez svého spisovatele. A bez toho všeho, by nemohl vzniknout obor knižního designéra. A nám by tak odpadlo takové radosti, jako je otevřít si krásnou knihu a přečíst si ji ve chvíli dnes tak drahocenného času.

# I TEORETICKÁ ČÁST

# 1 Fenomén kniha

Kniha. Fenomén, který nás provází životem, zprostředkovává nám dějiny, ideu, společenský život a individuální myšlenky (HALADA 1993: 18). Pojem fenomén označuje jev, ať již fyzický, historický či psychický (OLŠOVSKÝ 2011: 67).

Je předmětem, který se nám jeví a tyto jevy jsou poté jeho přímým prožitkem. V každé časové linii je fenomén něco zcela identického. Bez potřeby identity by nemohl vznikat. Je hluboce zakotven v našem vědomí a nakonec ho zcela překračuje a přechází i do lidského těla (NOVOTNÝ 2010: 357-397).

## 1.1 Kniha, její svět a člověk v něm

*„Od vynálezu písma je kniha stálým průvodcem člověka a hrála i doposud nadále hraje v jeho životě velmi důležitou a de facto nezastupitelnou roli.“<sup>3</sup> Znamená pro nás několikero důležitých funkcí, mezi nimiž například i materializační. V naší kultuře měla kniha vždy velký význam a dávala tak velkou příležitost a prostor k sebevyjádření (HALADA 1993: 5-6).*

*„Knihy jsou spojeny s naší kulturou, promítají se do kulturních archetypů, norem, hodnotového systému, žijí každého duchovního klimatu a odrážejí jeho negativa a pozitiva.“<sup>4</sup> Kniha je tedy sice považována funkčně i za druh zboží, ovšem funkce kulturní nemůže být nikdy zcela zanedbávající (HALADA 1993: 39).*

Za literární dílo považujeme souhru psaných jevů, které jsou již od počátku tvořeny proto, aby ve čtenářích a posluchačích vyvolávali estetickou emoci, která v nás cosi určitým způsobem zanechává. Je to právě estetická funkce díla, která má největší vliv na jeho trvanlivost v čase (KREJČÍ 2008: 60-63). *„Podle moderní literární vědy patří tedy do literatury každé dílo, které má estetickou funkci. Estetická funkce je dnes chápána velice široce a zasahuje daleko i do sféry mimoumělecké.“<sup>5</sup> Základními činiteli vývoje literatury není pouze sám autor a dílo, nýbrž i čtenářské publikum, mezi nimiž působí vztahy vědomě i nevědomě (KREJČÍ 2008: 107).*

Literatura sama, jako jedno z odvětví umění, je považována za jev sociální, jelikož ji autor jako objekt předkládá čtenáři a tím se dostává do veřejného společenství. Spisovatel sice tvoří také částečně sám pro sebe jako výtvar z vnitřního prožitku, ale hlavním důvodem je sdělení širšímu publiku. Podvědomě pracuje již předem s určitým

---

<sup>3</sup> HALADA 1993: 5.

<sup>4</sup> HALADA 1993: 14.

<sup>5</sup> KREJČÍ 2008: 60.

čtenářským kruhem, kterému jeho kniha následně po vydání připadne. (KREJČÍ 2008: 53).

Literatura má na nás dalekosáhlý vliv. Již ve škole v nás zanechává své stopy. Někteří čteme jen z pouhé povinnosti, jiní proto, že literaturu milujeme (KREJČÍ 2008: 108).

Kniha nás takřka nikdy neopustí pouze s dočtením poslední stránky. Často v nás vyvolávají její samotní hrdinové sympatie a oblibu takovou, že se jim snažíme připodobnit. Nápodobou rolí, které pokládáme za své vzory, se snažíme o zdůraznění své vlastní osobnosti. V souvislosti s literárními postavami vznikají časem tzv. literární typy. Postava, která se svými charakteristickými vlastnostmi vymyká ze společnosti jiných osob a stává se nám proto případným vzorem (KREJČÍ 2008: 140-148).

*„Narativní postavy se stěhují, pokud mají štěstí, z jednoho textu do druhého, a ty, které se nestěhují, tak nečiní proto, že by byly ontologicky odlišné od svých šťastnějších sourozenců, jednoduše neměly štěstí, a my jsme se jimi už dále nezabývali.“<sup>6</sup>* Jiné se v průběhu let staly již tak známými, že jsou považovány takřka za pravdivé (ECO 2004: 15).

Příkladem může být nejznámější knižní detektiv Agathy Christie, Hercule Poirot, kterému při odvysílání posledního zfilmovaného dílu vytiskli v deníku The Telegraph nekrolog (NĚMEC 2013). S hrdinou se čtenář nemusí nutně identifikovat pouze v žádoucím smyslu, nýbrž i v tom negativním (VÁŠOVÁ – ČERNÁ 1986: 93).

Jakékoliv dílo čteme, nevědomě nebo i vědomě dílo srovnáváme, a to ať už s reálným životem, nebo dílem jiným (HRABÁK 1983: 13). Základem literárního díla je příběh, odehrávající se v určitém světě, ve kterém nás provázejí určité postavy, které příběh vytvářejí (KŘÍŽ 2002: 7). Vše, co je nám v literárním světě známo a dozvídáme se, je výpovědí samotného autora. Vše ostatní neexistuje. V důsledku omezeného knižního prostoru by nebylo ani téměř možné sdělit vše. To, že se tomu tak děje, nám dává možnost dotváření nesměřujícímu k něčemu zcela specifickému (RONEN 2006: 140-141).

Pomocí děje vstupujeme do možných i fiktivních světů, které nás v něm paralelně obklopují. *„Fikční svět lze popsat jako jedinečný systém oddělený od kulturně historické skutečnosti, i když je na ni závislý, neboť byl v ní vytvořen a udržuje s ní více méně zřejmé příbuzenství.“<sup>7</sup>* Náš fiktivní svět je tedy částečně jako ten reálný skládán

---

<sup>6</sup> ECO 2004: 13.

<sup>7</sup> RONEN 2006: 27.

z postav a jejich vztahů, událostí, míst a předmětů v nich. Fikce provází literaturu již od nepaměti, ale poněvadž nebyl donedávna stanoven přesný termín tohoto slova, byla dlouhou dobu opomíjena. Není tedy zcela jistě jevem novým. Má velice blízko k mýtům, našim touhám, nebo snům, vyjadřující rozporuplnost a vztahy mezi určitými světy a mimo něj (RONNEN 2006: 9-27).

Mezi realitou, fikcí a mytologií může být pouze tenká hranice. Právě mytologie, kterou jsme dlouhá léta považovali za pravdivou, se v historickém kontextu mění v čirou fikci (RONNEN 2006: 57).

Realita, jež je nám předkládána v knižním světě, se od toho našeho liší hlavně svou mezerovitostí, kterou můžeme jako čtenáři do nekonečna měnit a doplňovat. Kdyby se každý ze čtenářů měl snažit o vizuální zachycení například téže postavy z literárního příběhu, bude se u každého z nich zcela lišit. Čím jsme vzdálenější od místa a civilizace kde kniha vznikala, tím se bude naše představivost více a více odlišovat od té autorova. Čtenáři tvoří individuální charaktery a proto i dílo, které právě čtou, na ně individuálně působí. Rozdíly nesou příčiny jak ve věku čtenářů, tak i v pohlaví. Lze bezpečně říci, že na světě neexistují dva stejně smýšlející čtenáři, kteří by zhodnotili literaturu stejně (KREJČÍ 2008: 122-127).

Obsah a podoba, které v nás literární dílo zanechává, se pod naším vlivem podstatně liší a podléhá několika dalším změnám. Deformujeme postupně literární identitu svými představami ze svých zkušeností, které za život poznáváme, a to zvláště, pokud čteme některou z knih opakovaně. Druhý pokus v nás může zanechat opět něco zcela jiného. Tento proces můžeme vyzorovat například při vyprávění příběhu našim blízkým nebo známým, kdy při každém dalším převyprávění je realita postupně zkreslována. Přesto čte knihu znovu jen velmi malé procento čtenářů. Hrdina pro nás není již zcela neznámý a máme možnost se soustředit i na jiné věci v příběhu. Podobně jako posloucháme znovu a znovu např. oblíbenou píseň a vnímáme v ni pokaždé něco jiného, naše pozornost se soustředí i zde vždy zcela jinam. Filmy rovněž shlédneme několikrát, ale právě u literatury se toto často neděje (HRABÁK 1977: 116). Proč pak? Určité literární příběhy lze v plynutí času označit již za tradiční, jelikož se jejich děj a obsah předává přes generace na generaci a tudíž je již zkreslené považujeme téměř za pravdivé (KREJČÍ 2008: 135-137).

*„Literatura má značný vliv také na módu. V každé době je módou číst knihy, jejichž znalost odlišuje člověka moderně vzdělaného od kulturního zaostalce.“<sup>8</sup>* Tento jev se objevuje především v konverzaci. Ať už s přáteli, nebo v různých institucích, se postupně stává trendem hovořit o aktuálním literárním autorovi a jeho dílech, které pro nás obsahují zásadní myšlenky. V některých případech poté tato móda přechází již do přímé identifikace a nápodoby s určitými druhy postav, jako již bylo zmíněno (KREJČÍ 2008: 148-149).

Lidé rádi čtou o někom, koho již znají delší dobu a vědí již něco o jeho povahových rysech či minulosti. Ztotožňují se s ním a sdílejí společně jeho další příběhy a překážky, které mu samotný autor předkládá do cesty.

*„Okruh působnosti díla je různý, někdy se omezí na úzký kruh osob, autorovi blízkých dobově, národně i společensky, jindy dílo pronikne do vrstev širších, překročí hranice národní, i časové.“<sup>9</sup>*

*„Kniha si sama dokáže vytvořit image a v příhodné době nás oslovit. Ne vždy se jí to podaří a proto to zkouší znovu.“<sup>10</sup>*

---

<sup>8</sup> KREJČÍ 2008: 148.

<sup>9</sup> KREJČÍ 2008: 53.

<sup>10</sup> HALADA 1993: 7.

## 2 Literatura a její dělení

Literatura dostala svůj název podle latinského slova „littera“, znamenající písmeno. Dlouhou dobu se nečlenila vůbec. Nyní ji dělíme na literaturu krásnou, čili beletrii, která zahrnuje četbu uměleckou a zábavnou a na literaturu věcnou, čili odbornou. Literatura krásná není označením výsledku autorova psaní, nemusí být v jistém slova smyslu opravdu krásná a nemusí obsahovat uměleckou a estetickou hodnotu. O takovéto rozlišení se později stará literární kritika. Nejpočetnější z této skupiny je literatura zábavná, která je považována za konzumní, mající sice správnou formální úroveň, nepřinášející ale výrazné ideové hodnoty a sloužící hlavně k duševnímu odpočinku. Literatura věcná, odborná zahrnuje typy učebnic, encyklopedií či příruček. K její speciální odnoži patří také písemnictví, zahrnující typy smluv, zápisů atd. (HRABÁK 1977: 7-17).

V další podkapitole rozebereme vznik právě beletrie, krásné literatury, bez které by nebyla četba tak populární.

### 2.1 Společenské příčiny vzniku beletrie

V 18. století se od klasické literatury učeňské oddělila literatura, která nesouvisí v první řadě přímo se vzděláváním, a proto potřebovala jiné pojmenování. Vznikl pro ni proto název belles-lettres, neboli krásná písmena. V této době se od literatury oddělila i ta dětská a to hlavně z toho důvodu, aby bylo zřejmé, co je a není pro děti vhodné. Lidé v německých zemích v této době začínají více číst a hlavně přestávají číst jednu knihu opakovaně, z důvodu větší dostupnosti knih dalších. Po roce 1800 tedy rapidně stoupla gramotnost z 6% na 24% a v polovině 19. století již to bylo neuvěřitelných 61%. Začíná se utvářet nám již dnes tak známý vztah mezi autorem knihy a vydavatelem. Čtení nabývá významu ve vyplnění volného času a to hlavně u ženské populace. Na této půdě mohl vzniknout román. Beletrie ještě sice není tak masová jako dnes, ale značně se její okruh čtenářů zvětšuje. Čtení jako takové již pomalu neplatilo pouze pro vyšší vrstvy obyvatelstva a vzdělance. Označení vzdělaný člověk, které patřilo do 17. století pouze těm, kteří uměli číst, musel být rázem pozměněn. Literatura naučná se proto začala stavět proti beletrii. Od té doby může ještě přetrvávat u utilitaristů názor, že patří do skupiny podřadné literatury. Beletrie byla napadána pro její hlavní účel, a to číst pouze pro potěšení, kdy náplní četby by mělo být něco vyššího (TRÁVNÍČEK 2011: 15-21).



Už v této době se setkáváme u spisovatelů s přáním, aby jejich dílo četl velký počet čtenářů, čili aby se stal bestsellerem. Hlavním cílem spisovatele začíná být fiktivní děj, se kterým se jeho čtenář více ztotožní a nepůjde jen o smyšlenou exkluzivitu. Rozvoj gramotnosti přispěl nejen spisovatelům, ale hlavně i církvi, osvícencům nebo národním buditelům (TRÁVNÍČEK 2011: 21-32).

Brzy se však přišlo na to, že by mohlo dojít skrze beletrii k nekontrolovatelnému a zcela neřízenému přítoku informací, a to především revolucionářských. Na tento popud přišla proto výtka, že beletrie nás odvádí od reálného života a přivádí nás ke snění v bdělém stavu. Snaha odradit dospěla až ve vyvrcholení v časopiseckém článku, kdy byl román obviněn z maření lidské morálky. Na obranu se připojil kentský učitel a vystoupil s názorem, který by mohl být uplatnitelný až do naší současné čtenářské situace. Beletrie je podle něj jediným literárním žánrem, který čte mladá generace. 19. století se ukázalo z dnešního pohledu zlatým věkem knihy. Kromě časopisů a novin tehdy vydávaných neexistovalo jiné čtenářské médium a tak konkurencí samotné knihy byla pouze kniha jiná (TRÁVNÍČEK 2011: 21-32).

Že beletrie hraje důležitou a patrně největší roli v životě čtenáře, ukázal průzkum, kdy 98% dotázaných si vybralo za svou nejoblíbenější knihu právě beletrickou (TRÁVNÍČEK 2011: 63).

### 3 Kniha a její cesta do knihkupectví

„V primitivních společnostech byly příběhy součástí rituálů uvádějících člověka do nových období života od narození do smrti.“<sup>11</sup> Právě příběh vytváří jakýsi fantazijní svět, hřiště pro naši mysl, kdy přijímáme smyšlenou identitu, a odehráváme s její pomocí fiktivní příběh (BRAYFIELD 2007: 13).

Knihy nás určitým způsobem sdružují, socializují a dávají nám možnost vlastní sebereflexe. Čtení je tedy jakousi socio-kulturní stopou zanechávající v nás cosi, co můžeme nazývat jako otisky (TRÁVNÍČEK 2008: 18).

Právě možná proto pro nás stále neztratila svůj půvab a kouzlo. Kniha se od svého vytvoření stále vyvíjí směrem kupředu. V minulosti jí bylo dáno díky svým funkcím správného postavení a v dnešní moderní době se pro ni vytvářejí funkce nové (HALADA 1993: 27).

Kniha prošla v historii několika změnami. Od svitku přes kodex a v dnešní době až na digitální formu. Podle Rogera Chartiera je ale přesto tou největší změnou přechod ze svitku na kodex a ne její pozdější digitalizování. V dobách používání svitků bylo čtení neskutečně nepohodlné a obtížné. Velkou změnou bylo hlavně stránkování knih, její členění a celková orientace v textu. Knihu můžeme bez většího problému odložit a díky přidané záložce nebo stužce ji můžeme kdykoliv znovu otevřít a pokračovat později, kde jsme skončili. O to, aby se tak mohlo dít, se zasloužil v technice tisku Johann Gutenberg. (TRÁVNÍČEK 2011: 33).

Gutenbergův vynález značně pomohl publikaci knih, ale i tak byla kniha stále velice nákladná věc a posunovala svého majitele ve společenském žebříčku a postavení. Vlastnit knihu byla velká prestiž, kterou si nemohl dovolit každý. Výroba a materiál, z něhož se první knihy vyráběly, byly cenově oproti té dnešní zdrcující. Není divu, že se vzácné knihy připevňovaly řetězy ke čtecím pultrům, aby některé slabší povahy neuvedly v pokušení. Požadavkem na knihu se proto postupem času stalo, aby začala být více užitkovým nežli uměleckým artefaktem. K tomu hodně přispěl papírenský průmysl, který knihu velice zlevnil a v 19. století byl už odstraněn i takový luxus, jakým byly celokožené vazby. Počátkem 20. století se již hlásil o slovo nám již známý paperback. Doba přinesla knižní shon, nekvalitní materiály a špatné technické a výtvarné kvality. Ostatně tak je tomu až dodnes, kdy v mnoha případech rychlost vyhrává nad kvalitou zpracování (PECINA 2011: 23-24).

---

<sup>11</sup> BRAYFIELD 2007: 9.

Změny v proměně knihy měla vždy za následek doba, kdy dílo vznikalo, společnost a místo jejího vzniku. Hlavní podmínkou byla vyspělost doby a její zvládnuté technologické prvky a postupy (PECINA 2011: 117).

Naše generace již zřejmě ztratila pocit z toho, jak byla kniha kdysi vyjimečná a cenná. Často nám vůbec nevadí, když její tištěné stránky něčím polijeme, zašpiníme či natrháme. Cenová dostupnost sebou přinesla neúctu k práci lidí, kteří knihu vytvořili a zasloužili se o to, abychom ji měli doma ve svém vlastnictví. Stále se ale najde ještě mnoho lidí, kteří knihu považují za předraženou. Je ale cena tolik určující, nebo vyhraje touha knihu vlastnit?

### **3.1 Od spisovatele po designéra ke čtenáři**

Než se kniha dostane k nám, jako ke čtenáři a spotřebiteli, musí urazit dlouhou a strastiplnou cestu plnou překážek. Velice zjednodušeně kniha putuje od jejího původce, čili autora, k nakladateli, který se dále stará o její postupný vznik. Nakladatelství zahrnuje několik výrobních složek, jako například grafický design, typografii, ilustrátora a poté ve své téměř poslední fázi tiskárenskou produkci (PISTORIUS 2003: 106).

Od nakladatele kniha putuje do knihkupectví, ať už internetového nebo kamenného, které knihu dále zprostředkovávají čtenáři. Kniha tedy uráží velice dlouhou cestu a právě v našich rukou nakonec bojuje o naši přízeň a oblibu. To, že kniha nakonec uspěje, je jen a jen na nás, čtenářích.

#### **3.1.1 Spisovatel a nakladatel**

*„Počátek knihy je jasný. Knihu musí především někdo napsat. Popsané listy sami o sobě však ještě nejsou knížka – rukopisu se musí ujmout ten, kdo knihu vydá, nejčastěji nakladatelství.“<sup>12</sup>* Až dnes, v naší moderní době, také platí, že jak autor svůj spis odevzdá, takový také nakonec vyjde. V dřívějších dobách nebylo výjimkou u opisovačů textů zkracování či doplňování, až vzešla díla ve své podstatě jiná. Teprve až renesance sebou přinesla zákon o zachování věrnosti u děl antických a Bible. Na jiná díla se však toho opatření ještě dlouho nevztahovalo (KREJČÍ 2008: 113).

Množství vydaných knih ve všech zemích je obrovské. Jen u nás podle průzkumu vychází ročně až 18 000 titulů ročně. Bohužel, té kvalitní a krásné nejméně. K tomu,

---

<sup>12</sup> PAVLÁT 1988: 8.

aby dnes někdo vydal knihu, je zapotřebí už jen zvládnout gramatiku a s tím už mu kde kdo jistě pomůže (PECINA 2011: 10-14).

Knih dnes vychází tolik, že než se titul stačí ohřát, je vystřídán za jiný. Má tedy v knihkupectví reprezentativní schopnost přibližně dva měsíce, než ho vystřídá kniha nová. „*Sociálně prestižní status novinky tak titul ztrácí namnoze rychleji, než se vůbec stačí rozšířit, že kniha vyšla.*“<sup>13</sup> Knihkupci a nakladatelé se proto shodují, že kdyby knih vycházelo méně, prodalo by se jich rozhodně více (TRÁVNÍČEK 2011: 86). V zahlcení knižního průmyslu statistiky uvádějí, že do roka společnost uvede v zapomnění až 80% publikací a do dvaceti let to již bude neuvěřitelných 99% (HALADA 1993: 28). Z těchto údajů jasně vyplývá, že na prvním místě musí být snaha vymanit se a vyhnout se tomuto zapomnění a získat post v ostatních procentech, která nabudou v lidských myslích významu.

„*Čtení už dlouho nemá to výsadní postavení jako v minulosti, kdy bylo jediným oficiálním zdrojem poznání a jednou z mála smysluplných kratochvilných aktivit.*“<sup>14</sup>

Dnes máme na výběr mnoho dalších věcí než jen tištěnou knihu, ale například naše země patří mezi ty, kde je ještě vášnivých čtenářů stále dost. (PECINA 2011: 21-21). Kniha dnes také nabývá více rozměrů. Ke knize hmatatelné se přidává postupně kniha audio formátu a digitální (TRÁVNÍČEK 2011: 32).

Pro spisovatele je určující hlavně jeho první vydaná kniha. Jen málokterý autor, si dovede představit všechny překážky, úskalí a konkurenční boj, který v knižním průmyslu vládne. Zatímco dříve by se musel spisovatel spokojit pouze s psacím strojem, dnes mu moderní technika umožňuje již mnohem lepší práci v podobě textových editorů či programů přenášející mluvené slovo na textovou podobu. Jakmile autor své dílo dokončí a nabírá svou definitivní podobu, stává se samostatným útvarem, oddělujícím se částečně od svého tvůrce. Poté už vše závisí na někom jiném, čili hlavně na čtenáři. Jedním z celé řady požadavků, které jsou kladeny na spisovatele, je jeho image. Ta je vyžadována nejen od autorova nakladatele, ale také ji od něj očekává jeho čtenářské publikum. Zatímco dříve zastávali spisovatelé zejména kněžskou funkci, dnes mohou být například i politicky angažováni (KREJČÍ 2008: 116-121).

Autor a jeho literární výtvar spolu souvisí tak úzce jako herec a jeho nynější divadelní či filmová role. V historii samotný autor díla nehrál příliš velkou roli. Také nemusel být vždy zcela znám. Dnes ho však nelze od díla zcela odstranit. Spisovatel je

---

<sup>13</sup> TRÁVNÍČEK 2011: 86.

<sup>14</sup> PECINA 2011: 21.

již žijící postavou, která knihu i sama prezentuje. U těch, kteří již zemřeli, může vznikat tzv. autorský mýtus, který se na první pohled jeví jako pravdivý, již ustálený a ovlivňuje tudíž i chápání díla. Důležitou otázkou zůstává, do jaké míry autorský mýtus mění naše pohlížení na literární dílo (HRABÁK 1983: 24-26).

Podstatou ovšem je, že veřejnost má o spisovatelích jejich oblíbených knih jakési představy, které si vytváří buďto nevědomě nebo vědomě. *„Autorova osobnost je určitým způsobem zabudována do díla, přesněji řečeno představa, jakou si o jeho osobnosti čtenář vytváří a je součástí struktury literárního díla, které napsal.“*<sup>15</sup> Znamější autoři se pak často stávají hosty různých akcí, které dále přispívají k prodeji knih, ale také jsou prostředkem k bližšímu kontaktu s jejich čtenářským publikem (KREJČÍ 2008: 77).

Pokud jde o autory odborných publikací, jejich osobnost nemění jejich dílo takovým způsobem, jako například u těch beletrických. Odborníci mají v odborných kruzích určité místo a postavení, které již nadále zásadně jejich dílo nepozmění (HRABÁK 1983: 23).

Knihy může být vydána i v dlouhém rozmezí po jejím sepsání. To může mít za následek, že příběh do své doby nemusí již zcela zapadat (HRABÁK 1977: 105). Prvotní úspěch může zapříčinit zaslepení, nebo naopak obavy z toho, že další kniha nemusí být nutně lepší a tlak ze strany společnosti, je obrovský. Spisovatel si při psaní vytváří tzv. autorský styl, který nám podle specifického řazení slov do vět umožňuje poznat i zcela anonymní dílo (HRABÁK 1983: 21-36).

*„Čtenářská záliba určuje obvykle zájem nakladatelů a ten opět působí na autory, zejména literární průměr. Vydání knih je dnes ale také otázkou peněz, investice a zisku, což opět souvisí se situací knižního trhu, zálibami čtenářů, módou, reklamou atp.“*<sup>16</sup> Mnoho se váže také k otázce právního vlastnictví a vztahu mezi samotným autorem a nakladatelem (KREJČÍ 2008: 114).

Nakladatel je profese, která vyžaduje spojení několika funkcí a profesí v jednom. Měl by být schopen zvládat organizační úkony, být informovaný v knižním průmyslu a v neposlední řadě vybrat správně zaměření jeho nakladatelské činnosti. Jedním z jeho charakteristických rysů by měl být vztah ke knize jako takové a alespoň částečná orientace v procesu jejího vzniku. Musí také správně odhadnout situaci trhu a tedy i náklad jeho knih. Dnes je jednou z nejdůležitějších položek ovlivňující cenu knihy její

---

<sup>15</sup> HRABÁK 1983: 22.

<sup>16</sup> KREJČÍ 2008: 114.

výrobní materiál, jako například druh papíru, cena tiskařských barev atd. Nakladatel se tedy musí orientovat i v dostupných cenách (srov. HALADA 1993: 55-60).

Vydavatel může sledovat několik cílů při procesu vydání knihy. Prvním cílem je, aby kniha měla úspěch a předávala své hodnoty dál a dalším pouze to, aby se stala dobrým ziskem. V prvním případě jde i o společnosti, které se snaží knihy propagovat a rozšířit tím způsobem, jako je tomu například u náboženských spolků. V druhém případě jde nakladateli o to, aby knihu mělo v ruce co nejvíce čtenářů a to ještě předtím, nežli si knihu vypůjčí v knihovně (KŘEJČÍ 2008: 133-134).

*„Proto nakladatel obchodník všemožně vychází vstříc vkusu čtenářské vrstvy, s níž počítá jako s odběratelem, používá reklamu atp.“<sup>17</sup>* Reklamu dělíme na obraz, čili vizuální vjem a slovo. Nakladatelé již podle rukopisů autora vytváří co nejlepší anotace pro předvedení knihy a je-li to třeba, upravují i samotný název titulu, jelikož ten utváří neuvěřitelný podíl na prodejnosti, pomineme-li jméno samotného autora. Prostředkem reklamy mohou být kromě prospektů, brožur a titulků na internetu a v novinách i samotné představení knihy autorem, zahrnující například autogramiádu. Bestsellery jsou obvykle doprovázeny ohromnou kampaní, která velkým nakladatelům přináší poté i velký zisk (HALADA 1993: 62-66).

Nelehkým úkolem pro nakladatele je výpočet optimální ceny knihy. Jelikož nikdy přesně neví, jak vlastně kniha bude úspěšná, musí umět alespoň dobře předpovídat. Jestliže bude kniha předražená, může hrozit, že o ni čtenářská společnost nebude jevit velký zájem, nebo si počkají a knihu si později pouze půjčí v knihovně, nebo od přátel (PISTORIUS 2003: 133-134).

Důležitým ukazatelem prodejnosti se stává i kritika, působící na čtenáře například ještě před vydáním knihy. Ta může buď vzbudit zájem, nebo naprostý nezájem. Pokud byla kniha ale hodnocena negativně, neznamená to vždy, že se o ni čtenář přestane zajímat. Může tomu být přesně naopak a vzbuzovat ve čtenáři zvědavost (HALADA 1993: 89). Právě zvědavost je a vždy bude zodpovědná za to, že čtenář knihu čte a žene ho stále kupředu touha vědět (KŘEJČÍ 2008: 131).

Autor samotný postupuje často záměrně tak, aby získal kladný postoj kritiky anebo právě naopak, zaujímá vůči ní takřka bojovný postoj. Pouze jen v opravdu vzácných případech spisovatel nehledí na dnešní literární svět (KŘEJČÍ 2008: 111). Pokud o nějakém literárním dílu kritika mlčí a nepíše, veřejnost může mít pocit, že dílo nestojí

---

<sup>17</sup> KŘEJČÍ 2008: 134.

ani o pozornost, a to ani o tu negativní. Úroveň kritiky většinou značí samotnou úroveň literatury (HRABÁK 1983: 37-44).

Podle nakladatelských průzkumů, které jsou již dlouhodobě ověřeny, je nejlepším obdobím pro uvedení nové knihy na trh jaro nebo podzim. Další z možností pro uvedení nové knihy jsou knižní veletrhy. Ty nejsou ovšem jen výsadou návštěvnosti pouze nakladatelů, ale také i knihkupců a širokého čtenářského obecnstva. Pořádají se v rámci regionů, národů nebo i celosvětově. Milovníci literatury zde mají možnost setkat se jak se staršími knihami, tak s celou řadou novinek (HALADA 1993: 112-114).

### **3.1.1 Nelehký úkol knižního designéra**

*„Design je komunikační kód, který nám zjednodušuje život.“*

Martin Pecina

Kniha jako samotná navazuje na několik dalších oborů a disciplín, jelikož neexistuje jeden, který by shrnul vše (HALADA 1993: 5). Grafický design a typografie se až do nedávné doby nezměnily téměř vůbec. Nyní však grafický software nahradil litery a celkově ruční práce vymizela jak u grafického designu, tak při práci na celé knize. O design knihy se stará knižní úpravce, neboli například umělec, redaktor atd. (PECINA 2011: 36-38).

Knižní designér má oproti tomu například produktovému ještě mnohem více věcí k zamyšlení. Jaká bude cílová skupina moji knihy? Kdo ji bude číst? Jak bude velká z hlediska přenositelnosti (BHASKARAN 2007: 44)? Knižní grafik, umělec, výtvarník nachází jakýsi vztah mezi textem knihy a obrazem. Ilustrace, má-li kniha nějaké mít, mají knihu spoluvytvářet a propojit v celek (PECINA 2011: 45).

Ilustrátor má většinou již předem dáno, kolik jich kniha bude obsahovat. Důležité je jejich správné rozmístění, aby nedošlo k tomu, že například jedna polovina knihy nebude ilustrována téměř vůbec (PAVLÁT 1982: 94).

Co se týče technologického hlediska, je pro nás tato doba už takřka v ničem nelimitující, kromě cenové relace, jak už bylo řečeno a tak máme-li k tomu prostředky, fantazii se meze nekladou (PECINA 2011: 120). Dnes pro nás není problém například již ilustrace tvořené v ruce převádět do digitální podoby. Otevírá se nám tudíž brána k použití mnoha jiných technik, které by dříve nebylo možno uplatit pro velkovýrobu a byli bychom odkázáni na dřevoryty nebo například mědirytiny.

Grafických studií je všude nadmíru, ale ne každé je dobré. Grafický design stojí peníze, ale jen ten správný nakladateli peníze vydělá zpět. Vždy bychom měli mít na paměti, že grafická úprava ovlivňuje knihu a její vnímání, ač je v poslední době mnohdy veřejností opomíjená. Velkým omylem bývá, když člověk odděluje vnější a vnitřní část knihy, čili knižní desky a její textový arch. Při výrobním procesu jsou sice částečně chvíli od sebe rozděleny na několik částí, ale finálně tvoří jeden harmonický celek. „*Kniha je vlastně příběh, který začíná na obálce a končí v technické tiráži.*“<sup>18</sup> Proto často dopadá nejlépe, když je celá kniha svěřena jednomu člověku, jednomu designérovi, který vytvoří dokonalý soulad, nebo spolupracuje s někým, kdo má ohledně typografické stránky stejné smýšlení a vkus (PECINA 2011: 36-89).

Knižní grafik by si měl v první řadě knihu přečíst a poté s ní teprve začít pracovat. Často jde ale četba stranou, díky úspoře času, jelikož „čas jsou peníze“, nebo proto, že něco za něj rozhodne již předem nakladatel. Někdy bohudík nebo bohužel. Někdy tedy na grafika přijde už jen malý, určitý podíl práce. Zadavatel ale většinou nemá výtvarné cítění a tak jeho hlavním úkolem je spíše specifikovat a tlumočit zadání. Horší je potom spolupráce s někým, kdo nějaké ambice do designu má. Každý z nás má jistě absolutně rozdílný názor na to, jak by jaká kniha měla přesně vypadat. Ale v žádném reálném světě nemá grafik absolutně volnou ruku a vždy musí jednat první řadě s klientem a vytvářet kompromis (PECINA 2011: 36-89).

Vydavatel konzultuje s autorem řadu věcí od designu, přes upoutávku, reklamu až po datum vydání. Pro samotného autora může být obal knihy šokem. Zdá se mu, že nepředstavuje dostatečně jeho knihu, ale často by měl nechat tuto část v rukou odborníků, stejně jako samotnému autorovi neradí nikdo nezasvěcený při psaní knihy. Design knihy je zkrátka jedním z nejdůležitějších faktorů úspěchu knihy. Většina z nás, je-li nám autor neznámý, knihu uchopí přesně v tom momentě, upoutá-li nás její zevnějšek. V tomto momentě teprve posuzujeme, kdo je jejím autorem a o čem kniha vlastně je. Někdy zjistíme, že je o něčem jiném, než jsme čekali a doufali, ale na první pohled nás stejně alespoň osloví. Nevhodným přebalem zapadla do zapomnění už řada knih, když si autoři nedali říct a neporadili se spolu se svými vydavateli a jejich designéry. Bohužel, stejně mohou dopadnout ti, kteří si poradit nechají a i tak má kniha nakonec nevhodný přebal (BRAYFIELD 2007: 188-203).

---

<sup>18</sup> BRAYFIELD 2007: 11.



Následně je nakladatelem a designérem vybírán formát a materiál, z něhož bude kniha vyrobena a určí tak její cenovou dostupnost. Podstatný vliv na efektivitu díla má hlavně gramáž či textura materiálu, na který můžeme tisknout. V současné době je k dispozici velké množství a výběr tiskových materiálů, které nám umožňují popustit naši fantazii a kreativitu (AMBROSE – HARRIS 2011b: 11).

*„Měřítkem knihy je člověk. Kniha slouží čtenáři a volba knižního formátu má být podřízena tomu, jakým způsobem a na jakých místech čteme.“<sup>19</sup>* Určující je to, co primárně budeme s knihou dělat. Například velké objemné encyklopedie jsou již předem určeny na pracovní stůl. Formát by měl být tedy pro grafika jednou z první věcí, s kterou bude počítat. *„Představuje místo fyzického kontaktu s uživatelem, které ovlivňuje způsob, jakým vnímáme tištěnou i online komunikaci.“<sup>20</sup>* Bohužel je většinou nucen využívat standartizované formáty, které zamezí větší množství odpadového materiálu při špatně zvolené velikosti. Poezie například si žádá malý a intimní formát nebo takový, aby nebylo nutné dělit verše. Beletrie jsou oproti tomu formované na velikost okolo A5 na výšku. Předpokládá se, že si čtenář sebou knihu bude přenášet a tak není větší formát příliš žádoucí (PECINA 2011: 36-89).

Při návrhu knihy designér může často zapomenout na závěrečný tiskový proces. Ten je mnohdy opomíjený, ale velice důležitý a to nejen z vizuálního hlediska, ale také z toho cenového (AMBROSE – HARRIS 2011b: 47). *„Grafičtí designéři mají k dispozici širokou škálu tiskových technik a dokončovacích postupů, pomocí nichž dokážou vytvářet atraktivní publikace dosahující svého účinku. Tisk je metoda umístění barvy na podklad; ale to, jakou metodu si designér konkrétně vybere, záleží kromě estetických faktorů, mezi něž patří požadovaná vizuální kvalita výsledku, hlavně v praktických otázkách, jako je cena, počet výtisků nebo rychlost.“<sup>21</sup>*

*„Přestože samotná formulace dokončovací práce nasvědčuje konec výrobního procesu, nemělo by se dokončení brát jako pouhý dodatek, ale naopak by mělo tvořit nedílnou součást designu, kterou je vhodné zvažovat již během plánování.“<sup>22</sup>* Dokončovací práce znamenají například různé výseky do podkladu, ražby nebo vlepování, které je třeba zahrnout do závěrečného dokončení knihy (AMBROSE – HARRIS 2011b: 11).

---

<sup>19</sup> PECINA 2011: 83.

<sup>20</sup> AMBROSE 2011a: 6.

<sup>21</sup> AMBROSE - HARRIS 2011: 6.

<sup>22</sup> AMBROSE - HARRIS 2011: 67.

Jednou z dokončovacích prací, využívající se při výrobě malého nákladu knih, je neořezaný okraj knižního bloku. Při použití ručně vyráběného papíru vznikají čtyři nepravidelné hrany, které se neořezávají zcela běžně. Tento vzhled se dá ale jednoduše napodobit trháním listů knihy (AMBROSE – HARRIS 2011b: 102).

Další úpravou může být také potisk ořízky knižního bloku. K tomu se používá speciální postup tisku, který dokáže nanést barvu speciálně jen na určené místo. Dnes se již nepoužívá tak často jako v minulosti, a právě proto dokáže publikaci oživit a znevšednit (AMBROSE – HARRIS 2011b: 104). Jednou z dnes často využívaných technik v oblasti tisku, která vypadá velice efektně, je parciální lak. Ten umožňuje aplikaci jen na požadovaná místa přes samotný tisk a tvoří na něm jakousi prsty nahmatatelnou lesklou nebo matnou vrstvu (AMBROSE – HARRIS 2011b: 161).

Příslloví, že méně je více, je obvyklé designerské heslo. Přesto spotřební trh většinou požaduje něco jiného a grafika si chce vyžádat co největší pozornost mezi velkým množstvím výrobků svou pestrostí. V této záplavě ovšem dochází k tomu, že použitím jednoduchého designu budete nakonec z řady ostatních produktů vyčnívat. Navíc užitím pouze černé a bílé docílíte čistého a rázného designu, který navíc dá vyniknout doplňkové barvě a zároveň vytváří neuvěřitelnou čitelnost (TSELENTIS 2014: 106-130).

Grafik po výsledném návrhu řeší případné připomínky s nakladatelstvím a celým týmem, a pokud si dokáže úspěšně obhájit svůj design, vrací se zpět k autorovi textu, aby vše dovršil svým konečným schválením. Teprve poté putuje vše do tiskárny a celý tým se může modlit, aby vše dobře dopadlo a kniha byla nakonec i úspěšná (PECINA 2011: 36-38). „*Jenže to už jsme zase na úplném začátku: může se připravovat nová knížka, pokud možno lepší, než byla ta předešlá.*“<sup>23</sup>

Nejrozšířenější tiskovou technikou, vytvářející publikace, je ofsetová litografie. Mezi další používané je také sítotisk, horká sazba nebo ještě občas knihtisk (AMBROSE – HARRIS 2011: 32). Při ofsetovém tisku lze připravovat stránky v počítači a proces je tedy mnohem rychlejší a flexibilnější než klasický knihtisk. Do roku 1981 byl ještě využívanější technikou knihtisk, dnes je však už radikálně vytlačen (PISTORIUS 2003: 53).

Po výsledném tisku je nejdůležitější částí samotná vazba knihy. Vazba slouží k propojení listů stran dohromady a umožňuje tak vzniku různým typům publikací.

---

<sup>23</sup> PAVLÁT 1988: 104.

Rozlišujeme celou řadu od těch lepených po šité atd., ale u knih dáváme přednost vazbě pevné (známá pod názvem V8), která má předem danou odolnost a trvanlivost při větším namáhání a zacházení (AMBROSE – HARRIS 2011b: 133-140).

Samotná kniha může být potahována kůží, koženkou, plátýnkem nebo různými druhy papíru. Dnešní přebal, který by měl knihu vlastně chránit před prachem a poškozením, se nevyrábí z tak kvalitních materiálů a tak mnohdy moc nevydrží (PECINA 2011: 91-92). „*Takže hlavním a vlastně i jediným smyslem přebalu se už od začátku 20. století stalo propagovat knihu, odít ji do pestrého a přitažlivého hávu, který naláká potencionální kupce.*“<sup>24</sup> Někdy může přebal nahrazovat pouzdro, do něhož je knihu možné zasunout. Užívá se ale většinou u dražších a lepších výtisků, zvláště v dnešní době. Dříve se používala zcela běžně (PAVLÁT 1988: 136). Pokud chceme knihu, která již upadla v zapomnění, vynést znovu do společnosti mezi čtenáře, může mnohdy stačit právě nový přebal, který knihu oživí a přinese opětovný zájem (CARRIERE – ECO 2010: 121).

### 3.1.2 Typografie jako samostatný obor

*Typograf začíná od slova, grafik začíná od obrazu.*

Erik Spiekermann

Výběr písma má na design neuvěřitelný vliv. Samotná sazba může vypadat jednoduše, ale opak je pravdou (AMBROSE – HARRIS 2010: 61). Umělecko-technický obor, který se zabývá právě písmem, se nazývá typografie. Písmo je soubor znaků, číslic, symbolů atd., které dají dohromady jedinečný design. Když začneme vybírat písmo, měli bychom mít na paměti, že každé bylo vytvořeno původně pro nějaký konkrétní účel (AMBROSE – HARRIS, 2010: 16-22).

Designér, který se věnuje již pouze odvětví typografie, musí umět a znát i vývoj písma a jeho historické proměny (TSELENTIS 2014: 27).

Charakter jednotlivých písem, ač jsou na první pohled podobné, je nakonec stejně jedinečný, jako písmo samo. Písmo může čtenáři, nebo i jen tomu, kdo se na něj dívá, říci mnohem více, než je zjevné. Může působit formálně, neformálně nebo vesele a podobně. Vždy ale zcela plní svou funkci (AMBROSE – HARRIS 2010: 12-13).

---

<sup>24</sup> PECINA 2011: 92.

Písmo rozlišujeme na několik základních skupin, do nichž se dají zaškatulkovat téměř všechna písma, jež někde uvidíme nebo známe. Základní kategorii tvoří písma lomená, neboli švabach, již zmiňované antikvy, grotesky a skripty neboli písma psaná. K tomu je zapotřebí ještě ale jedné skupiny pro ta písma, která se již dnes do těchto kategorií zaškatulkovat nedají, a to písma grafická, čili experimentální. Lomená písma vycházejí z písem používaných ve středověku. Čitelnost může být pro nás už dnes dosti obtížná. Proto vznikají písma na podobných rysech, ale mnohdy již maximálně zjednodušená a zbavena veškerých nepodstatných zdobných prvků (AMBROSE – HARRIS 2010: 14-40).

*„Blok textu je považován za snadněji čitelný, když je vysázen renesanční, barokní, nebo klasicistní antikvou, tedy kombinací verzálek (velkých písmen a minusek, malých písmen.“<sup>25</sup> Antikva patří k písmům vůbec nejstarším, z dob Starověkého Říma. Právě díky své výtečné čitelnosti se pouze s malými úpravami používá ještě dodnes (AMBROSE – HARRIS 2010: 14-40).*

Použití písma závisí primárně na tom, pro jakou velikost bylo primárně zamýšleno, takže plakátová písma se povětšinou do knihy nehodí. Pro sazbu knihy se nejvíce doporučují písma klasická, vycházející již ze zmiňované antikvy, která má patky, jako například Book Antiqua, Times New Roman, Garamond atd. Písmo poté zarovnááme do bloku a je třeba hlídat, aby se nevytvářely mezi slovy v jednotlivých řádcích řeky, čili velké mezery. Text zarovnaný do bloku se nejlépe čte a tvoří tak jednotný celek (PECINA 2011: 120-133). U knižní publikace musíme kromě samotné sazby ještě zkontrolovat, aby u námi vybraného papíru nedocházelo k prosvítání potištěné strany na druhou, což by vedlo k obrovskému zhoršení čitelnosti (AMBROSE – HARRIS 2011b: 28).

I když můžeme dobrý design vytvořit i s pouhým jedním písmem, mnohem častěji se jich používá víc. Zapojení dvou a více okamžitě umožní vytvořit hierarchii, která orientaci v dokumentu neuvěřitelně zjednoduší. Pro tituly a hlavní nadpisy proto používáme písmo, které je svým vzhledem osobité a na první pohled výrazné (AMBROSE – HARRIS 2010: 66).

Vytváření nových písem je a vždycky bylo velice časově náročné, ale dává pocit osobitosti a jedinečnosti. I přesto, že písem existuje již na tisíce, mnohdy je třeba použít

---

<sup>25</sup> AMBROSE - HARRIS 2011: 23.

i vlastní invenci a vytvořit nové. Často se tak uplatňuje při vytvoření firemní identity, log a podobně (AMBROSE – HARRIS 2010: 110).

V dnešní době jsou technologie pro vytváření nových fontů dostupné takřka pro kohokoliv a odborníci proto tvrdí, že nové a nové fonty zahrnují už již tak rozvětvené velké množství (TSELENTIS 2014: 19).

## 4 Kniha elektronická versus hmatatelná, internet

Knihy digitální, elektronické e-knihy, mají jedno velké plus oproti knihám tištěným. Nestárnou a nezabírají žádné místo. Pouze leda to malé, na disku našeho počítače. Na druhou stranu nevzniká takové pouto, jako s knihou reálnou. Nelze ale popřít, že se díky digitálnímu věku mnoho věcí zjednodušilo. Místo objemných starých encyklopedií si stačí pouze vyhledat požadovanou věc na internetu. Na druhou stranu si ale musíte vybrat z nepřehledného množství informací různých kvalit a věrohodnosti. Digitální soubor téměř nic nestojí a nemusí procházet zdoluhavým procesem přes nakladatele po tiskárnu (PECINA 2011: 20-77).

Elektronické čtečky knih jsou dnes jedním z nejvíce kupovaných kusů elektroniky. Ty mají většinou velikost větších dnešních mobilních telefonů. Digitální knihu dělíme podle toho, v jakém zařízení ji otevíráme a podle formátu dokumentu. Při čtení máme k dispozici pouze jednu stranu knihy a ne dvoustránku, na kterou jsme zvyklí u klasických knih. Elektronické čtečky se snaží svou technologií displeje přiblížit tištěné knize tím, že nesvítí a neblíká, oproti tomu počítačovému, a čtenáři tak příliš neunavuje oči. Dalším faktorem je, že elektronické knize úplně chybí hřbet, na který jsme od konce doby svitků zvyklí. A co se týče velikosti oproti té reálné, jsme odkázáni na rolování textu právě jako dříve (PECINA 2011: 20-77).

Elektronické čtečky sice přinášejí pohodlnost díky hmotnosti a možnosti sebou nosit téměř celou svou knihovnu, ale zároveň neřeší tolik kvalitu našeho čtení. I když pokrok jistě udělala. Nedodržování stále stejného formátu vede k rozházení textu a k dělení slov, s čímž si elektronika neumí poradit tak dobře, jako samotný člověk. Stejně tak grafik nemusí vědět, jaká čtečka bude podporovat jeho zvolené písmo a jak jaká bude zobrazovat obrázky atd. Zároveň nemá žádnou možnost zvolit pro svou „knihu“ formát. Špatná grafická úprava poté zabraňuje čtenáři se správně orientovat v textu. To však také platí i pro knihu tištěnou (PECINA 2011: 20-77).

Digitální kniha je nám samozřejmě k dispozici snadněji a rychleji, okamžitě ke stažení, ale nutno říci, že není také tak úplně zadarmo. Někdy se až zdá, že její cena není oproti knize hmotné nijak ochuzena. Zvláště pak vezmeme-li v úvahu, jakou část lidské práce je třeba na tyto dva rozdílné typy použít. Digitální knihu prostě a jednoduše člověk kopíruje a kopíruje. Neexistují horší nebo lepší výtisky, méně kvalitní papír, atd. (PECINA 2011: 78-77).

Na druhou stranu pro lidi, kteří berou knihu pouze jako zdroj informací, je e-kniha samozřejmě tou lepší variantou. Pro ty z nás, kteří mají knihu i ze zcela jiného hlediska, bude mít fyzická kniha vždy větší materiální význam a ten potrvá (TRÁVNÍČEK 2011: 33).

Do elektronické podoby se dává většinou primárně taková kniha, kterou přečteme jen jednou. Paperbacky, červená knihovna atd., pro které je škoda plýtvat papírem a celkovou prací spojenou s knižní výrobou. Neznamená to ale, že dobré knihy se elektronické verze nedočkají. Díky objemnosti a lehkosti se mohou objevovat i objemnější díla a pro jejich oblíbenost se dočká i této verze. U většiny knih je proto ta digitální úprava až na druhém místě (PECINA 2011: 78-77).

Kniha digitální nám však přináší jeden problém, a to potřebu elektřiny, nebo jiného zdroje a obrazovku (TRÁVNÍČEK 2011: 33). „*Internet a vůbec digitální podoba textu není jen jiný nosič informací, ale je to i jiný způsob komunikace a zároveň i jiný způsob vztahu mezi čtenářem a textem, respektive mezi čtenářem a autorem*“<sup>26</sup>. V dnešní době digitálního věku se mluví o tzv. sblížení, kdy se stará a nová média střetávají. Digitální média ta současná neporazila ani nevytěsnila a vstoupila spolu do společného prostoru (TRÁVNÍČEK 2011: 31).

„*Stejně jako kultura písma nezrušila kulturu orální, stejně jako televize nevytěsnila film nebo jako knihy brožované neskoncovaly s těmi vázanými, tak ani internet neznamená konec knihy*“<sup>27</sup>. Nesmíme zapomínat, že kniha kdysi čelila stejnému obvinění a negativnímu nátlaku veřejnosti, jako právě dnes internet a to takovému, že odvádí od skutečnosti a reálného života (TRÁVNÍČEK 2011: 37).

Naprosto nevhodné jsou elektronické knihy v případě dětských knih, u kterých hraje velkou roli hlavně použitý materiál, proporčnost knihy a ilustrace. Tyto přednosti elektronické médium nikdy zcela nenahradí. Kde se ovšem využít dá a v budoucnu by se mohlo uplatnit ještě více, jsou periodika, jako jsou časopisy a noviny (PISTORIUS 2003: 178).

U nás už některé časopisecké společnosti tento způsob čtenářům nabízejí a jejich cena je v elektronické podobě ekonomičtější. Jde ovšem především o to, zda si člověk nekupuje časopis právě proto, aby si ukrátil chvíli čtením například v autobuse, čekárně apod. Pokud tedy nemá vždy u sebe elektronickou čtečku či jiný čtecí materiál, digitální soubor je zcela nepotřebný.

---

<sup>26</sup> TRÁVNÍČEK 2011: 28.

<sup>27</sup> TRÁVNÍČEK 2011: 30.

## 5 Čtenář

*„Literární dílo vždycky podává nějakou informaci a je někomu adresováno, jinak by nemělo smysl.“*<sup>28</sup> Čtení je zálibou, která nás nelimituje dobou, ani místem, jako jiné aktivity. Pro určité lidi se nakonec čtení stává potřebou, spojenou s nějakým cílem. Tato potřeba se v průběhu života mění. Pojem čtenář není zcela definovatelným pojmem. V užším slova smyslu znamená osobu, která umí číst, nebo právě čte. Z každého hlediska pojem znamená něco zcela jiného, například pro knihovníka je čtenář pouze tím, kdo má vystaven čtenářský průkaz (VÁŠOVÁ 1986: 31-32).

V jistém slova smyslu můžeme čtenáře považovat za určitý druh skupiny, jejíž jedince pojí stejná záliba, stejně jako například muzikanty hudba. Představuje jednu z nejsoukromějších aktivit člověka, kamsi nás zařazuje a nechává v nás něco ze sebe. Každé naše čtení má nějaký výše opodstatněný důvod. Čteme pro informace, na doporučení nebo jen pro odpočinek (TRÁVNÍČEK 2011: 39).

Čtení je viditelně závislé na vlivu socializačního prostředí, čili nejprve na naší rodině a prostředí, ve kterém vyrůstáme a poté na situaci ve škole a našich přátel. Nejoblíbenější četbou je stále ta beletrická. Co se týká jejich autorů, upřednostňujeme ve velké míře hlavně ty zahraniční (TRÁVNÍČEK 2011: 126). Ač je kniha věcí snadno přenosnou a bereme si ji sebou mnohdy kamkoliv, obvykle stejně nejraději čteme v klidném domácím prostředí (TRÁVNÍČEK 2008: 128).

Čtenářská kultura nezahrnuje pouze čtení, ale vše, co se týká knih a jejich vztahu k nim. Jak velkou a četnou máme doma knihovnu? Co a kde nejraději čteme? Kolik knih přečteme za rok? To jsou vše otázky úzce s ní spojené (TRÁVNÍČEK 2008: 36).

Vztah ke knihám si tedy utváříme již v dětství a mládí. S potřebami čtenáře souvisí čtenářský návyk, určující i osobnost čtenáře. Ten zahrnuje to, jak s knihou zacházíme, kde čteme, kde si knihy pořizujeme atd. Právě osobnost čtenáře hraje významnou roli při výběru literárního díla a v různých věkových etapách má na četbu jiné požadavky. Ke knize nás připoutává několik druhů motivace od touhy poznání až například po zálibu v samotném autorovi (VÁŠOVÁ – ČERNÁ 1986: 31-52).

Četba má relaxační psychický charakter, kdy čtenář může zapomenout na všechny starosti, odreaguje se a zároveň odpočine. Můžeme hovořit o tzv. úniku, kdy čtenář nalézá v literárním příběhu svět imaginace, který mu zprostředkovává. *„Čtenář často prožívá četbu tak intenzivně, že ztrácí dočasně kontakt s reálným světem kolem sebe*

---

<sup>28</sup> HRABÁK 1983: 15.



*a noří se do světa vlastní imaginace.*<sup>29</sup> Kniha v nás vyvolává určité psychologické účinky, které mají velký vliv na náš duševní život a to nejen svou obsahovou stránkou, ale i tou formální, zahrnující vzhled knihy jako jsou ilustrace, text atd. (VÁŠOVÁ – ČERNÁ 1986: 31-52). Určitá slova, jdoucí za sebou v pořadí, vyvolávají ve čtenáři různé asociace (KUBÍNOVÁ 2009: 54).

## **5.1 Klasický čtenář a čtenář sběratel (nutková potřeba výtisk vlastnit)**

*„Právě prvotřídní design podmiňuje vznik tištěné knihy a je také jedním z důvodů, proč ji lidé chtějí vlastnit. Hodnotu a kouzlo do detailu propracovaného knižního artefaktu digitální soubor nahradit nemůže.*<sup>30</sup> Knižní kultura nezahrnuje pouze čtení, ale také vše co se děje kolem nich, jako například jejich získávání, informace o nich a jejich propagaci (TRÁVNÍČEK 2011: 28).

Podle Umberta Eca můžeme pozorovat dvě úrovně čtenářů, a to čtenáře, který se touží dozvědět, jak jeho příběh dopadne a čtenáře druhého typu, který touží odhalit styl, jakým píše autor, který ho doprovází příběhem.

Klasický čtenář knihy čte, ale nemusí je přesto nutně vlastnit. Dnes je celá řada veřejných knihoven, kde si ji může vypůjčit nebo od přátel, kteří knihu mají. Čtenář sběratel na rozdíl od běžného čtenáře musí nutně knihu vlastnit ve své fyzické podobě. A i když to znamená, že v jejich nepřeberném množství nemusí všechny z nich přečíst. Člověk si mnohdy nepořizuje knihu proto, aby ji jen četl. Mnohdy si koupíme například i knihu, kterou jsme již četli a líbila se nám, tudíž si ji pořídíme v krásném novém vydání prostě jen proto, že ji chceme vlastnit (PECINA 2011: 19-22).

Sběratelství knihy a jejich předchůdců je zálibou starou již takřka dva tisíce let. Již staří Římané měli potřebu vlastnit určité svitky. Jelikož byly oblíbeným zbožím, vždy převládala u jejich majitelů snaha se o ně pečlivě starat a uchovávat je na bezpečných místech (TRÁVNÍČEK 2003: 25).

Každá kniha, kterou kdy přečteme, se nám postupně z paměti vytrácí. Nejprve se vytratí části, poté téměř celý příběh. Čtenář sběratel má proto vždy knihu při ruce, aby to mohl dříve nebo později napravit a svoje myšlenky a paměť tak obnovit. K tomuto nám veřejná knihovna tak dobře neposlouží. Vzpomeňme si, jak dlouho například na vytoženou knihu čekáme, než na nás při rezervaci přijde řada. Mnohdy nás po takové době může na knihu přejít chuť. *„Potřeba číst vytváří čtenářský neklid spojený se*

---

<sup>29</sup> VÁŠOVÁ - ČERNÁ 1986: 51.

<sup>30</sup> PECINA 2011:78.

*snahou opatřit si konkrétní knihu nebo literaturu s určitou tematikou.*“<sup>31</sup> Jak už jsme ale zmínili, člověk kupuje knihu například i jen proto, že je prostě krásná. Zde se dostáváme zpět v koloběhu ke knižnímu designu, bez kterého by se toto jistě nedělo. Lidé mají vždy, tedy téměř vždy nutkání obklopovat se krásnými věcmi, ať už je jejich estetické vnímání a cítění jakkoliv odlišné od druhých lidí. Právě tady má grafik příležitost skrze knižní médium působit na lidi a na širokou veřejnost (PECINA 2011: 19-22).

O koupi knih se ve velké míře zasloužil internet. Dokonce se podle průzkumu dá říci, že lidé si knihu prohlídnou v běžném knihkupectví a poté, byla-li úspěšná na jejich smysly, si ji objednájí na některém z internetových knihkupectví rovnou domů. Také knihovnám napomáhá internet a to hlavně systémem výpůjčních rezervací nebo dalších informací (TRÁVNÍČEK 2011: 29).

Knihovna domácí pro nás plní nejen společenskou funkci, ale zastává také i tu reprezentativní. Vypovídá o svém majiteli a jeho celkovém vkusu. Existují dokonce i publikace, které radí, jak a podle čeho můžete vaši knihovnu uspořádat nebo jak by měla být ideálně velká (PECINA 2011: 28-32).

Domácí knihovna čtenáře se pomalu rozrůstá s jeho přibývajícím věkem. Tento fenomén domácích knihoven má možné příčiny v zakotvení u právě starších generací, kdy knižní trh nebyl ještě zdaleka tak dobře zásobovaný a veřejné knihovny nefungovaly tak dobře, jako je tomu dnes. Česká republika má v současné době podle průzkumů nejlepší a nejhustší síť knihoven vůbec (TRÁVNÍČEK 2008: 75-78).

*„Přestože kniha – v poměrném vyjádření – zatěžuje naši kapsu o něco větším procentem, než tomu bylo před rokem 1989, lze mít za co, že část výroků starší generace je způsobena blokem nikoli finančním, nýbrž spíše mentálním.*“<sup>32</sup> Neboli tato generace pamatuje ještě doby, kdy knihy stály do 20 Kčs, ale zároveň si neuvědomují, že s tímto poměrem se změnil i současný plat (TRÁVNÍČEK 2008: 155).

Ač je kniha věcí snadno přenosnou a bereme si ji sebou mnohdy kamkoliv, obvykle stejně nejraději čteme v klidném domácím prostředí (srov. TRÁVNÍČEK 2008: 128).

---

<sup>31</sup> VÁŠOVÁ - ČERNÁ 1986: 31.

<sup>32</sup> TRÁVNÍČEK 2008: 155.

## 5.2 Náš čtenář od mládí do stáří z pohledu dotazníku

Následující data pocházejí z vyplnění dotazníku obyvateli ČR z roku 2007 a 2010, který uveřejnil v publikacích Jiří Trávníček, literární vědec, kritik a vysokoškolský učitel. Z průzkumu se dají naši čtenáři rozdělit do těchto skupin:

**nečtenář:** 0 knih za rok

**čtenář sporadický:** 1 - 6 knih za rok

**čtenář pravidelný:** 7 - 12 knih za rok

**čtenář častý:** 13 a více knih za rok

**čtenář vášnivý:** 50 a více knih za rok

Ač na věkovou skupinu 15-24 let kolují z řad těch dříve narozených největší stížnosti, že tato generace nečte, opak je pravdou. Náš průměrný čtenář v tomto věku čte nejvíce ze všech věkových kategorií. Velkou roli hraje jeho vzdělání, a to je-li bez maturity nebo má vzdělání vyšší. Nejvíce toho tedy přečtou vysokoškolsky vzdělaní, kdy panuje i menší rozdíl mezi genderem.

V tomto věku také čtenář nejvíce navštěvuje knihovnu, kdy u čtenářek je procento ještě vyšší. Při výběru, co má číst, dá v tomto věku nejvíce na doporučení ostatních, beletrie si vybírá podle žánru a za rok přečte alespoň jednu beletrickou knihu. Tato věková skupina, hlavně čtenářky, čtou také nejčastěji poezii, což by se na první pohled nemuselo zdát.

Ač mají blízko k počítačům a internetu, stále si nedovedou představit život bez knih hmatatelných a nepreferují tedy e-knihy. Při tomto dotazu odpovědělo pouze 5% pro čistě knihu elektronickou. V tomto období dostane čtenář nejčastěji také knihu jako dárek. Zároveň se ke konci tohoto období diferencuje čtenář, který četl proto, že musel, nebo proto, že sám chtěl.

Ve věku 25-34 let má již náš čtenář většinou ukončené vysokoškolské vzdělání a proto má čas i na jiné knihy, kromě těch vzdělávacích a to hlavně na beletrii. Poezii již čte nejméně. Pokud jde ale o statistiku, v této věkové kategorii čte nejméně a nejméně také navštěvuje veřejné knihovny. Přejít ze studentského života do období ekonomické aktivity se musí nejprve ustálit.

Když je již čtenáři 35-54 let, má již ustálený harmonogram a opět má více čas na čtení. Baví ho hlavně zážitkové knihy, ve kterých zažívá něco zcela jiného. Lidé z velkoměst čtou o něco více, než ti z vesnice, ale diference není tolik patrná.

Od 55 let věku začíná náš čtenář sahat po knize zase o něco více, tedy jde li hlavně o čtenáře vášnivého. Jinak najdeme v této době také nejvíce nečtenářů vůbec.

Pověra o tom, že lidé, kteří čtou, jsou všeobecně líní a jen sedí u knížek, se dokázala snadno vyvrátit. Ač by se nemuselo na první pohled zdát, je náš čtenář více aktivnější i v kultuře a sportu, nežli nečtenář. Tyto hodnoty klesají až u zcela vášnivého čtenáře. Podle průzkumu v roce 2010 jsou našimi nejoblíbenějšími autory například Michal Viewegh, E. M. Remarque, Dick Francis, Karel Čapek, Božena Němcová nebo například Agatha Christie.

Pokud se ale říká, že někdo nerad čte, nemusí tomu být nutně tak napořád a radost z četby se dá opět znovu nalézt. Jen je potřeba vědět, kde ji hledat (PENNAC 2004: 30-31).

## 6 Fenomén bestselleru v knižním průmyslu

Bestsellery se dnes prodávají v mnohem větší míře, než tomu bylo dříve. Z velké části to může být zapříčiněno dobrým marketingovým tahem a tou správnou reklamou (TRÁVNÍČEK 2008: 32).

*„Nikdy nebylo jasné, má-li být kvalitní bestseller chápán jako román s popularizačními sklony, který využívá některých vzdělaných strategií, nebo jako vzdělaný román, který se z nějakého důvodu stal populárním.“*<sup>33</sup> Ne každá kniha, kterou nakladatel vyprodukuje, se jím nakonec stane. Jedním z nedávných obrovských bestsellerů byly například serie Harryho Pottera. V době jeho největší slávy ho četli nejen děti, ale také jejich rodiče. Z hlediska knižního trhu se rok, kdy měl vyjít další díl, mohl rovnou přejmenovat na rok Pottra (TRÁVNÍČEK 2008: 33).

Nakladatelé a knihkupci rozlišují několik typů výtečně se prodávajících knih. Steady-sellers jsou knihy, které jsou rovnoměrně prodávány v celém roce. Jde především o učebnice nebo encyklopedie. Fast-sellers se prodávají velice rychle a pak prodej pozvolna odeznívá. Best-sellers jsou tvořeny skloubením obou skupin. V prvních chvílích je jejich prodej neobyčejně vysoký a poté se pomalu stabilizuje. Bestseller nejdříve vzbuzuje zájem u určité skupiny lidí a poté si získává přízeň u dalších čtenářských mas. Kniha tedy brzy nabývá na významu a vzbuzuje zájem u čtenářů, které zprvu ani neoslovila (HALADA 1993: 63).

### 6.1 Vymezení pojmu bestseller a příčiny popularity v současné literatuře

Co se týče čísel, je bestsellerem kniha, které se prodalo více než 100 000 výtisků, pokud se jedná o zemi velkou například jako Velká Británie. Kniha, která se stala bestsellerem, se opakovaně tiskne, dočká se televizního ztvárnění, videoher, kreslených seriálů, divadelních her a podobně. Na takovou knihu mohou dokonce vznikat napodobeniny, a ty se také nakonec mohou stát bestsellerem. Je určitým způsobem jakousi součástí populární kultury. Jiné parametry splňuje bestseller výhradně pro ženy, jako výhradně pro muže. *„Často bývají takové knihy označovány jako únikové čtení. Tvrzení, že bestseller je vytvořen inspirací, inteligencí, schopností, oddaností a tvrdou prací bývá zavržováno“*<sup>34</sup>. Aby se příběh stal bestsellerem, musí

---

<sup>33</sup> ECO 2004: 204.

<sup>34</sup> BRAYFIELD 2007: 11.

u nás uspět na citové a psychologické úrovni. Téma knihy a její postavy působí v oblasti psychologie, umístění děje, v oblasti vědomí a dramatizace a vývoji v oblasti emocionální. Po psychologické stránce nám příběh popisuje příběh hlavního hrdiny, jeho vývoj a proměnu, ke které ho dovedlo množství zkoušek. Jde o tzv. hrdinskou cestu, která se váže již k dávné mytologii (BRAYFIELD 2007: 7-26).

S měnícím se zájmem naší společnosti se mění i usazení příběhu, s hlavní myšlenkou, jasně a srozumitelně psaný. Zajímavé je, nebo možná podmínkou?, že většina autorů bestsellerů pracovala například ve školství, politice, v médiích nebo jinde tam, kde navazovali s lidmi přímý kontakt. Takoví autoři proto dokážou odpozorovat, kdy je jejich publikum vnímá a kdy je mají ještě více zaujmout. Pokud kniha bude postrádat smysl, bude čtenářem brzy zapomenuta. Spisovatel navazuje se čtenářem dialog, ve kterém udržuje stále jeho pozornost. „*Pochopení toho, jak lidé čtou a jaké místo zaujímá v jejich životě čtení, je začátek uchopení toho, jak pro ně psát*“<sup>35</sup>. Výzkum prokázal, že koupě knížky souvisí z celých 98% s tím, že čtenář už od autora, kterého se chystá číst, něco dříve četl a chce i jeho další knížku (BRAYFIELD 2007: 7-26).

Mezi základní principy, podílející se na oblíbenosti knihy, které ale platí i u ostatních knih, nejen bestsellerů, nalezneme na prvním místě postavy a příběh. Důležitou roli hraje, kde se děj bude odehrávat, které místo mají čtenáři rádi a kde to například i znají. „*Každý čtenář začíná číst knihu v očekávání, že ho autor bude držet za ruku a odvede ho pryč – někam. Kamkoliv. Kamkoliv jinam, než je nyní*“<sup>36</sup>. Čtenáři stále hledají a mnozí vědomě očekávají, v příběhu zjištění, že lidská přirozenost není stále ještě ve své podstatě zlá, že dobro vyhraje nad zlem a láska překoná smrt. Tady přesně musí dát spisovatel najevo, na čí straně vlastně stojí on sám. Autor má několik možností, kam časově svůj příběh zařadit. Musí však dávat pozor i na drobné detaily, které by mohly v čtenáři vzbudit pochybnosti, že tady něco nehraje. Ústřední postava bestselleru musí rázem splňovat hned postavy dvě v jedné a to skutečnou postavu z masa a kostí, snadno rozpoznatelnou a archetyp vzbuzující citové zážitky. Čtenář se pak může do postavy snadno převtělit a příběh se stává rituálem životních bojů. Pro Sigmunda Freuda toto neslo pojmenování přenesená identifikace, pro Carla Gustava Junga mystická účast (BRAYFIELD 2007: 31-41).

---

<sup>35</sup> BRAYFIELD 2007: 31.

<sup>36</sup> BRAYFIELD 2007: 32.

Důležitou roli hraje i pojmenování postav. Jména v nás vyvolávají určité představy. Například použijeme-li některá z řecké mytologie nebo ta, která vyjadřují konkrétní místo nebo etniku. Proto čím je hlavní postava důležitější, dostává běžnější, jednodušší jméno, snadno vyslovitelné a zapamatovatelné, které běžně slýcháme. Rovněž jsou důležité i zakomponované příběhy, které se udály již dříve, než jsme se s hlavní postavou setkali my, jako čtenáři (BRAYFIELD 2007: 139-146).

Například Dan Brown, popisující Roberta Langdona trpícího klaustrofobií, ke které přišel díky nehodě v dětství. Literární postava se může podobat té z masa a kostí do té míry, do které ji autor dokáže popsat a to i s jeho nedostatky a hříchy.

Člověk, ponořený do děje, by měl mít pocit, že s hlavní postavou sdílí stejné hodnoty. Nemělo by jít ale pouze o stereotypní vzor, jak se často o úspěšné beletrii veřejnost domnívá. Nejčastěji se v ději objevuje pouze jedna hlavní postava, jeden hrdina, kolem kterého se soustředí postavy přidružené neboli vedlejší. Dva hlavní hrdinové vyžadují i dvě dějové linie a takové jsou bližší ženám. Vzpomeňme například na Agathu Christie. Ženské ego je podle studií Joa Tannenbauma při orientaci rozptýlené a má větší úspěšnost identifikovat se s více než jednou postavou. Mužské ego se soustředí výhradně jen na vztah skutečnosti k jemu samotnému. Vzniká tak riziko, že se hlavní postava nebude čtenáři líbit. Na druhou stranu ale není zcela jisté možné, aby mohla být vytvořena postava, již budou milovat miliony lidí (BRAYFIELD 2007: 41 - 56).

S hlavní postavou pracuje spisovatel jako herec, který má zahrát určitou roli a vtěsňuje se do ní. Pojednává o začátku hrdinské cesty, a jakou změnu na ni prodělá. Ženské role se objevují nejčastěji v detektivních žánrech, z nichž jednou z nejznámějších je zcela jistě slečna Marplová zpodobněná již zmiňovanou Agathou Christie. Dalším klíčem k úspěchu je téma. Může být staré, od počátků lidstva sama, současné, nebo moderní (BRAYFIELD 2007: 41 - 56).

Dan Brown například využívá témata, jež sahají hluboko do minulosti a prolínají se skrze současnost.

U bestsellerů se nejčastěji objevuje boj mezi dobrem a zlem. Zabývají se jím například takové odvětví, jako je thriller, detektivka, válečný příběh a jiné. Ale ať už je ale téma jakékoliv, směřuje nakonec k našemu přežití a to jak jednotlivce, tak i celého lidstva. Mnoho čtenářů dnes začíná upřednostňovat v knize tzv. vzdělávací faktor, z důvodu zvyklosti všudy přítomných informačních médií, pomocí něhož jsou v knize

jako turisté. Další upřednostňovaný style je dokumentární, který se zaměřuje na spíše na popis, nežli na pocity (BRAYFIELD 2007: 41 - 56).

Když jsme ponořeni do příběhu, naše fantazie předbíhá příběh a domýšlí možnosti, kterými by se mohl děj ubírat dále. Srovnáváme ho, již jak bylo řečeno, s něčím, co už jsme například někdy četli nebo co se nám zdá povědomé. Dokud může autor natahovat v čtenáři napětí, pohání tím touhu dozvědět se víc. Na každém setkání čeká na hrdinu nebezpečí, že bitvu prohraje, a čtenář, ztotožněný s ním, cítí jeho strach. Každý ví, že příběh by měl mít šťastný konec, ale otázkou zůstává, jak a kdy náš hrdina vyhraje. Proto spisovatel vkládá do děje rafinovaná překvapení, aby výsledky nečekaně zvrátil a dal čtenáři jasně najevo, že nic není předvídatelné. Tomu ve spisovatelské hantýrce říkáme „červený sled“, čili falešná a matoucí stopa (BRAYFIELD 2007: 96 - 111).

Populární beletrie vyžaduje mistrné zvládnutí jasného, plynoucího stylu. U thrillerů většinou krátké věty, odstavce a jednoduchá stavba. Bohužel je stále rozšířen názor, že populární kniha musí být nutně špatně napsaná. Komerční úspěch je podle všeobecného mínění neslučitelný s dobrou spisovatelskou hodnotou (BRAYFIELD 2007: 149).

Podle průzkumu, co nás nejvíce ovlivňuje při rozhodování, zda si knihu v obchodě koupíme, publikovaném v knize *Jak napsat bestseller*, se na prvním místě umístila oblíbenost autora. Design obalu a celkový výraz knihy se umístil až na pátém místě. Druhé místo zaujalo doporučení, které může být mnohdy u každého velice odlišné, související s osobním vkusem jedince. Na třetím místě se ukázala jako rozhodný faktor záložka knihy, která nám stručně vysvětluje její děj a na čtvrté příčce recenze knihy. I ta může být velice proměnlivá a osobitá. Na posledním místě z nejčastějších se umístila zlevněná cena knihy.

Nezapomínejme však, že tyto průzkumy pocházejí ze Spojených států, u nás tomu může být jinak a význam můžeme přikládat něčemu zcela jinému.

Bestsellery se mohou v dnešní době objevovat v několika verzích a dostupnosti. Jako kniha elektronická, v pevné vazbě, brožovaná - neboli paperbacku, brožované s masovou produkcí, jako audio kniha na CD a v poslední řadě jako audio, které si můžeme stáhnout na některých vybraných internetových stránkách (TRÁVNÍČEK 2011: 32).

Kdybychom se vrátili ale zpět k převádění bestsellerů do filmové podoby, lze knihu doopravdy a snadno převést do vizuální podoby na filmové plátno? Je příběh psaný a zfilmovaný totéž nebo nám v něm poté může něco scházet (TRÁVNÍČEK 2003: 69)? Zatímco v románech 18. století bylo hlavním tématem člověk a poměry ve společnosti,



dnes, v moderním románu, je tomu jinak. Čtenář je vtažen do děje takovou rychlostí, jako by již téměř seděl u filmového plátna (TRÁVNÍČEK 2003: 41-42).

Ale při pouhém převedení literárního díla do vizuální podoby je vše divákovi přetransformováno a odpadá mu již přemýšlení o jednotlivých postavách a jejich charakterech a podobách (PENNAC 2004: 20).

A není právě na knize krásné to, že si svou postavu každý představí po svém? Jen podle autorových výpovědí a naší fantazie? Je velice těžké, jestliže vám již někdo předloží svůj vizuální pohled na hrdinu, se od těchto představ opět odpoutat. Snad i takřka nemožné. Může se stát, že filmový hrdina nám téměř toho literárního otráví, poněvadž ta naše představa, byla o hodně jiná, než ta režisérova. Jeho obraz máme poté stále na paměti a už nejde vytěsnit.

## 7 Fenomén Dan Brown

Každá doba v historii sebou nese určitý počet autorů a typy děl, které se pak stanou v dané době určitými symboly (HRABÁK 1983: 44). Jedním z takových je Dan Brown, autor nejznámějšího bestselleru jménem Šifra mistra Leonarda, díky němuž naučil číst znovu i ty, kteří již ztratili ze čtení radost.

Již v roce 2010 se podle průzkumů objevil na 9. místě mezi nejoblíbenějšími autory českých čtenářů a to i před takovým spisovatelem, jako je Jules Verne (TRÁVNÍČEK 2011: 120).

### 7.1 Cesta spisovatele a jeho dílo

Dan Brown. Stal se neprodávanějším autorem Spojených států amerických. Ze jména „Dan Brown“ se stala nedocentelná obchodní značka (ROGAK 2006: 119).

Vychovaný jako křesťan, který je dnes hlavně křesťany pranýřován za některá svá hypotetická tvrzení v jeho knihách. Dan Brown se stal jednou z nejznámějších osobností světové literatury tak rychle, že dosud o něm existuje jen velice málo životopisných publikací, jedna z nich psaná Lisou Rogak. Místo toho se několik autorů snaží přizivit na jeho knihách tím, že vydávají knihy, které se zabývají rozborem jeho děl. V magazínu Forbes byl Brown již v roce 2005 umístěn v kategorii 100 celebrit na 25. pozici nejvlivnějších lidí (BROWN 2005: 13).

Brownův otec je učitel matematiky, vydávající učebnice a matka studovala církevní hudbu. Vyrostl v rodině, jejíž součástí kódy a šifry jsou. Jako malému jemu a jeho sourozencům rodině schovávali vánoční dárky a k jejich nalezení jim pomáhali šifrované mapy a básně. Což se podle něj promítá do jeho díla po celou dobu. Chodil na Phillips Exeter Academy v Nové Anglii, která je pověstná množstvím organizací a tajných spolků, mezi nimi i různé odnože svobodných zednářů. Nejspíš by každého z nás napadlo, že byl skvělým vypravěčem už na škole, ale opak byl pravdou. Učitel mu prý vždy z jeho textů vyškrtal 90% textu a doporučoval mu, že najde krásu v jednoduchosti. Po matce ho to vždy táhlo k hudbě. Zkusil štěstí v hudebním průmyslu, ale problém byl v jeho uzavřené povaze. Rád skládal a psal písně, ale nedělalo mu dobře hlavně vystupování před publikem. Při jedné ze zkoušek ale potkal svou tehdy budoucí ženu Blythe, jakožto ředitelku uměleckého vývoje (ROGAK 2006: 23-59).

Vydal tehdy několik alb, mezi nimiž v roce 1995 jedno nesoucí nám již známý název Andělé a démoni. V té době již pracoval společně s Johnem Langdonem, který

pro něj později bude tvořit ambigramy pro knihu se stejnojmenným názvem. Už tehdy si přál mít ambigram na obálce jeho CD. Jedním ze zásadních zlomů ovlivňující jeho život nastal na univerzitě v Seville Amherst College, kde začal studovat dějiny umění. Profesor tehdy přednášel o Leonardovi da Vincim a o jeho poselství skryté v obrazech. Dalo by se říci, že to bylo prvním spouštěcím mechanismem pro jeho psaní. Po studiích se vrátil na Phillips Exeter Academy, tentokrát jako učitel angličtiny, literatury a tvůrčího psaní. První myšlenku stát se spisovatelem prý podnítilo jeho dovolenkové čtení. Ve volné chvíli četl knihu *Spiknutí soudného dne* a napadlo ho, že by to tak také zvládl (ROGAK 2006: 23-59).

V roce 1995 napsal Dan Brown první knihu, která ještě neměla s jeho pozdějšími nic společného, ani co se týká žánru. Jelikož se týkala mužské populace a byla určena výhradně ženám, přišlo mu nejspíše vhod, aby udal svůj pseudonym, než skutečné jméno, a tak kniha vyšla pod pseudonymem Danielle Brown. V roce 1998 mu vyšla další, „Kniha pro plešaté“, která již vyšla pod jménem jeho ženy, opustil své učitelské místo a pokusil se stát spisovatelem na plný úvazek (ROGAK 2006: 12)

Poté už začal usilovně pracovat na svém prvním thrilleru, *Digitální pevnosti* (Digital Fortress), který by mu zaručil mnohem větší čtenářskou pozornost. Původně byl svým zaměřením určený spíše pro čtenáře technicky zaměřené z prostředí počítačových kódů. Již dříve, ještě jako student, se dozvěděl, že americký úřad NSA (Národní bezpečnostní úřad) disponuje pátracím programem, pomocí něhož prohledává po celém internetu nebezpečná slovní spojení, která by odhalila případný pokus o atentát atd, a to již v roce, kdy se odesílalo denně mnohem méně sms zpráv a emailů, než v dnešní době. Tehdy přečetl veškeré knihy o kryptografii a dalších technologiích, které využívá NSA. Většina z nich byla pro amatéra tak složitá, že se obracel na internetová diskuzní fóra. Zaráželo ho, do jaké míry má NSA možnost nahlížet do soukromých záležitostí občanů. Na druhou stranu bylo ale pozoruhodné, kolik se pomocí toho programu podařilo odhalit teroristických útoků, aniž by o tom veřejnost, ve snaze vyhnout se panice, vůbec věděla (ROGAK 2006: 62-85).

*„Už v případě digitální pevnosti se Brown naučil trávit daleko více času sháněním informací o pozadí připravované knihy a jejích postav, takže nakonec měl k dispozici třikrát více faktů, než k vyprávění příběhu potřeboval“<sup>37</sup>. Jména postav vytvářel pomocí přesmyček, nebo od známých z akademie. Při výběru zápletek si vzpomněl na svá*

---

<sup>37</sup> ROGAK 2006: 66.

studia ve Španělsku a část děje zasadil do města Sevilla. První náklad Digitální pevnosti činil asi pár tisíc výtisků. Jeho žena se starala o propagaci knihy a Dan vymýšlel obálky a slogany pro představení titulu. Několik kritiků a čtenářů už tehdy upozornilo Browna na nesrovnalosti nebo chyby v textu. Jednou z dalších pomluv bylo také to, že pro svůj román ztvárnil až nereálné a krásné postavy. Brown na to tehdy opověděl: „Celý den se setkáváme s nudnými lidmi, tak proč si o někom zajímavém alespoň nepočíst?“ Brown si tehdy pro Digitální pevnost pořídil i webové stránky. Dnes je to zcela běžné, ovšem dříve to byla velká prestiž. Později byla kniha dokonce převedena do digitální podoby. Byla to doba, kdy již většina Američanů vlastnila osobní počítač (ROGAK 2006: 62-85)

Po vydání Digitální pevnosti začal pracovat na další knize, tentokrát s názvem *Andělé a démoni* (*Angels & Demons*), jejichž příběh zasadil do evropského města Řím. Námět ho napadl při cestě do Evropy, kdy údajně průvodce po Vatikánském muzeu utrousil poznámku, že nepřítelem celého Vatikánu byli ilumináté, jenž se mu chtěli pomstít za tresty spáchané církví na Galileovi (ROGAK 2006: 73).

Je zvláštní, zmiňoval-li se o tomto poprvé samotný průvodce, protože právě tato myšlenka byla později Brownovi často vytýkána za zcela smyšlenou a neopodstatněnou. Ostatně také je, jelikož ilumináté působili v Bavorsku o několik století déle, než Galilei vůbec žil.

Zároveň prý vatikánský průvodce hlásal, že ilumináté se nerozpadli a mají ještě dnes velkou moc ve vlivných pozicích. Další fakt nebo spíše fikce, za což byl později odsuzován hlavně Brown. Už tehdy přemýšlel nad tím, že je důležité vybrat správné čtenářské prostředí. Koncept knihy *Andělé a démoni* se vydavateli tak zalíbil, že s ním vyjednal smlouvu na ně a na další po nich následující tituly. Brown chtěl na obálku použít opět ambigram Johna Langdona, který už použil na svoje dřívější CD, ale protože ho vydavatelé označili za špatně čitelný, byl použit jen na první vydání. Na dalších vydáních jeho jméno zaujímal na přebalu stejně velké místo, jako samotný název knihy. Což je v knižním průmyslu známka „zavedeného spisovatele“. Zde se poprvé setkáváme s hlavním hrdinou Robertem Langdonem, univerzitním profesorem symbologie, kterého později obsadí do dalších svých knih. Už když poskytoval médiím rozhovory ohledně *Andělů a démonů*, byl překvapen z mnohých obvinění, jako například antikaticismu a ateizmu. Na soupis výtek přišlo i to, že upřednostňuje vědu před náboženstvím. Což odmítl a přirovnal tyto dva póly k jeho rodičům (ROGAK 2006: 88-92).

Jeho další kniha *Pavučina lží* (Deception point) se odvrátila od historického jádra a její děj se přesunul na americkou půdu, kde hrála hlavní roli organizace NASA. Zde Brown otevřeně líčil, jaké peníze utrácí USA za svůj vesmírný program. Většinu času se děj odehrával na odlehlém místě v Arktidě a Brown si brzy uvědomil, že vybral špatné místo zápletky, ale také načasování vydání se nepovedlo. Pár měsíců po uvedení knihy do prodeje v roce 2001, se uskutečnil teroristický útok na Dvojčata, a tak všechny knihy vydané v tomto období byly rovnou odsouzené k zániku. V době semknutosti amerického národa z nedávné katastrofy rozhodně knižní konflikt o padělání meteoritu skupinou NASA nepřispěl. Andělé a démoni velký výtisk nepřinesli a stejně tak tomu bylo u *Pavučiny lží*. Jedním z faktorů byla rostoucí doba digitálních médií, kdy se kniha mohla dostat elektronicky nebo v antikvariátu. Jediný výtisk se tedy mohl dostat do rukou hned desítky čtenářům (ROGAK 2006: 76-111).

Když pomýšlel na vydání knihy nové, opět si vzpomněl na svá studia ve Španělsku a svého profesora. Mohl využít opět Roberta Langdona do role provádějícího dějem. Údajně se mu postava tak líbila, že si sepsal hned dvanáct dalších příběhů. Sám Langdon popsal jako Harisona Forda v tvídovém saku a mnozí si myslí, že se Brown s touto postavou ztotožňuje. Jednou dokonce prohlásil, že Langdon je člověk, jakým by chtěl být. Moc dobře si uvědomoval, že pokud se tato kniha nebude prodávat lépe než předchozí, bude se muset vrátit k původnímu povolání učitele. „*Celá jeho kariéra stála na této knize. Ačkoliv kritici jeho příběhy chválili, během prvních měsíců po vydání – v tom malém časovém okénku, kdy se nový román pokouší oslovit čtenáře – se každé knihy prodalo jen několik tisíc kusů.*“<sup>38</sup> Když Brown učil, lehce viděl zpětnou vazbu hned, teď to bylo jiné. Reakce čtenářů na jeho knihu, kromě agentů a redaktorů, k němu dolehly teprve až tehdy když některý z nich Brownovi napsal, že se mu kniha nelíbila nebo udělal nějakou chybu. Zpětná vazba obvykle přicházela, když už pracoval na knize další. U nového románu začal opět nejprve se sběrem materiálu, s kterým mu pomáhal knihovník z Ohia, který doporučoval, co by si měl Brown k jakému tématu přečíst (ROGAK 2006: 76-111).

Děj nové knihy *Šifra mistra Leonarda* (Da Vinci code) se měl odehrávat v Paříži. Chodil tedy po pařížských uličkách a hledal vše, co by mu zapadalo do příběhu. Záměrně vybral kontroverzní téma, které vzbudí zájem u velké části čtenářského publika a bude se prodávat lépe. Části z nového románu předkládal postupně literárním

---

<sup>38</sup> ROGAK 2006: 8.

agentům a redaktorům, nakladatelství Doubledy, pro které psal již dříve, bylo z příběhu tak nadchnuté, že si u Browna předplatilo ještě další román, následující po Šifře mistra Leonarda. Na přebal Brown tehdy plánoval vsadit šifry a kódy přímo z knihy, aby je měl čtenář hned na očích. Postupem času ale vyhrála varianta s vyobrazenou Mona Lisou, jenž přivede více budoucích čtenářů. Průměrná doba života knihy na pultech je totiž omezená přibližně na 90 dní nebo i méně a poté se odesílá zpět distributorovi. Když v březnu roku 2003 vyšla Šifra mistra Leonarda, názor na Browna jako na spisovatele se rapidně změnil. Začal být hostem v několika pořadech, kam se dostanou například jen velké rockové hvězdy. Začínal se obávat, zda zvládne napsat příště ještě knihu, která by ji s úspěchem překonala. Prodané knihy na pultech po celém světě se blížili k částce 25 000 000 a jen v USA 6 500 000. V roce 2005 byla kniha přeložena do čtyřiceti čtyř jazyků. Brown se nechal slyšet, že z úspěchu knihy je překvapený hlavně on sám (ROGAK 2006: 8 - 13).

Celý knižní průmysl se v tom momentě shlukl na propagaci této jedné knihy. Okamžitě se vyšplhala v deníku New York na první místo prodávaných knih v pevné vazbě. Kritikou byl úspěch Šifry přirovnáván k tehdejšímu úspěchu J. K. Rowlingové a jejímu Harrymu Potterovi. Ale to byl jen začátek, to co se stalo potom – a ne jen se Šifrou mistra Leonarda, ale i se staršími Brownovými romány – nemá v dějinách literatury obdoby. Po přečtení Šifry si běželi čtenáři koupit do nejbližšího knihkupectví hned ty ostatní. Nakladatelství nebyla ani zdaleka připravena na to, že by měl ještě někdy někdo zájem o Brownovy starší romány, jako například zatracované Anděly a démony. Jakmile se proto vzpamatovala z počátečního šoku, pustila se do práce s novými přebaly, kde vyzdvihla hlavně jméno autora. Nikdo nečekal, že by se pět let stará kniha ještě mohla stát bestsellerem (ROGAK 2006: 119 - 135).

Na druhou stranu přišlo to, co možná Brown čekal, ale ne v takové míře. Čelil ohromné míře kritiky ze strany nábožensky založených lidí, jaká nemá obdoby. Katoličtí kněží, Vatikán a ostatní žádali prostor v médiích na vyvrácení Brownových teorií. Kniha rozzuřila i ty, kdo ji vůbec nečetli. Na druhou stranu se tento spor stal výborným marketingovým tahem pro prodejnost dalších výtisků a uspokojení zvědavosti. Na druhou stranu ale pouze reklama neudělá z knihy bestseller. V Libanonu dokonce došlo ke stažení výtisků z pultů prodejen a byl zakázán. Poté se mu ale dokonce ozvalo několik kněží a jeptišek, kteří byli z jeho knihy nadšeni a oznámili mu, že ji za „protikřesťanskou“ nepokládají. Od této doby se mu změnil dosavadní život. Omezil kontakty s okolním světem a dával si více pozor na své soukromí. Později se

Brownovi podařilo uplatnit nápad s použitím kódů na přebal knihy a uspořádal celostátní soutěž, kdy se samotní čtenáři snažili rozluštit význam několika šifer. Vítěz tehdy získával zájezd do Paříže, spolu s průvodcem po nejzajímavějších místech (ROGAK 2006: 119 - 135).

V témže roce se ale objevilo obvinění, že Brown čerpal informace z knihy historiků Michaela Baigenta a Richarda Leigha. Ti v roce 1982 napsali knihu Svatá krev a svatý grál, jehož novější přebal dokonce i hlásá, že právě odtud si Brown vypůjčil informace, díky nimž stanul před soudem. Soudce ale obvinění nepotvrdil a proto museli historikové zaplatit všechny soudní výlohy (AUTOŘI IDNES 2006).

Po úspěchu Šifry se pustil do nového románu, který již přislíbil svému nakladateli a opět počítal s Robertem Langdonem. Začínal se objevovat také zájem na odkoupení práv Šifry mistra Leonarda pro filmové ztvárnění. Brown ale dlouho váhal a dodal: „Jednou z krásných věcí na četbě je to, že si každý čtenář může Langdona představovat po svém. Jakmile ho někdo ztvární na plátně, bez ohledu na to, jak Langdona nebo jinou postavu popíšete, všichni si pak budou představovat Bena Afflecka nebo Hughu Jackmana nebo kohokoli jiného, kdo by tu roli hrál.“ Práva se rozhodl prodat nakonec s podmínkou, že bude mít možnost s filmaři spolupracovat a diktovat si některá pravidla (ROGAK 2006: 119 - 135).

Nakonec hlavní role připadla Tomu Hanksovi, který ztvárnil Roberta Langdona už dvakrát. Jak rostla popularita, vznikl také určitý nátlak a nedočkavost na další slibovaný knižní příběh. Pracovní název zněl Šalamounův klíč a Brown nad ním strávil prozatím nejvíce svého spisovatelského času. Tentokrátě děj zasadil do hlavního města USA, Washingtonu DC. Tehdy teprve promluvil o tom, že v každé ze svých předchozích knih vložil záměrně odkaz místa nebo přirovnání, která se bude vázat k jeho nadcházejícímu příběhu (ROGAK 2006: 119 - 143).

O datu vydání Šalamounova klíče se dlouho nic nevědělo a začalo se tvrdit, že Brown román zahodil nebo že se na jeho tvorbě podepsal soudní proces. Nic z toho ale nebylo podloženo a poté se na knižním veletrhu v Londýně, více než pět let po vydání posledního románu, oznámilo datum 15. září 2009 a s ním i nový název Ztracený symbol (The lost symbol). Po celou tu dobu před vydáním knihy se na sociální síti twitteru a internetových stránkách objevovalo desítky útržků a zpráv, jak se poté ukázalo nepravdivých, s cílem až do data vydání zmást čtenáře a ponechat děj v tajnosti. Ani datum vydání nenechal Brown náhodě. Jejich součtem si dáme dohromady číslo třicet

tři, jež nám jako jediné vodítko poukazuje cestu k zednářskému stupni zasvěcení (COX 2010: 13 - 16).

V roce 2013 se ke knihám s Robertem Langdonem přidalo Inferno, které se odehrává z velké části v Itálii, a to Florencii a Benátkách a v poslední řadě také v Istambulu. Honba se tentokrát koná okolo italského spisovatele Dante Alighieriho a jeho dílu Peklo, čili Inferno. Mezi další umělce zde Brown použil Giorgio Vasariho. Langdon má opět po boku pomocníci, se kterou se snaží zabránit propuknutí moru a zachránit tak lidskou populaci.

Podle průzkumů bude tato kniha Dana Browna jeho nejrychleji prodávanou publikací a zároveň nejúspěšnější knihou roku 2013 (HOŠEK – HROMÁDKA 2013).

Brownovi se vyplácelo používat do děje svých románů jména a díla umělců, jež zná celý svět. Poprvé tak učinil v Andělech a démonech, v němž figuroval sochař Gian Lorenzo Bernini. Slávou ale nepřekonal věhlasnost Leonarda da Vinci, kterého použil do dalšího románu. Ten, kdo se nevyzná mnoho v historii, zná alespoň jeho Mona Lisu a přiblíží tím příběh mnohem většímu publiku. Postupná popularita poté zapříčinila, že čtenáři přečetli všechny jeho knihy, a to i ty, které by jindy přesahovali rámeček jejich zájmů.

Kamkoliv dnes dorazíte, cestovní kanceláře Vám nabízejí okružní cesty po Brownových příbězích, ale u něj v jeho rodném městě, kde by bylo tolik příležitostí a míst, nic podobného nechystají. Brown později sám uveřejnil na webových stránkách několik prvků, které pokládal za důvod svého úspěchu. Inspirací prý mu byla kniha Alberta Zuckermana – Jak napsat knižní trhák. Za číslo jedna považoval hlavně prostředí, zavést čtenáře do jiných světů, vzdálených míst. Dalším důležitým prvkem je rychlý děj a jeho spád. To jak je známo Brown používá vždy, neboť všechny jeho romány se udají v časovém rozmezí přibližně 24 hodin. Nedílnou součástí úspěchu je podle něj také sběr faktů a podkladů, jež může poté vypravěč děje čtenářům předkládat, ovšem po stravitelných dávkách, aby bylo vše správně pochopeno. Jinými slovy, několik stran odborného textu za sebou by mohlo čtenáře uspat nebo otrávit. A poslední a nedílnou součástí k dokončení práce je její opětovné přečtení a seškrtnání prvotního rukopisu (ROGAK 2006: 94-95).

V současné době to vypadá v knihkupectví tak, že se nepodíváte někam, aniž byste neviděli některou z jeho knih, a to i když byl před několika málo lety Dan Brown takřka neznámý autor. Problémem, kvůli němuž jsou proti němu určité skupiny lidí, je, že jeho teorie říkají něco jiného, než celá tisíciletí Bible. Nikdo přesnou pravdu nezná a to



přirozeně umožňuje měnit si příběh podle svého. Každý bude vždy upřednostňovat svou pravdu, ale nekonečný mýtus bude moci být interpretován takřka donekonečna (DUNN – BUBECK 2006: 13-25).

V současné době pracuje Dan Brown na další knize. Tento rok navštívil dokonce i Prahu, aby zde v Národním divadle předčítal ze své nejnovější vydané knihy *Inferno* a převzal ceny. V Praze se poté zajímal o cesty v podzemí, navštívil knihovnu v Klementinu, kde ho zaujali hlavně staré tisky a barokní fresky. Nevylučuje prý, že jeho další kniha by mohla být o Praze (VLČKOVÁ – VETEŠKOVÁ 2014). Ale nebude to jen další jeho červený sled, aby opět odpoutal naši pozornost od pravé zápletky jeho příští knihy? Necháme se překvapit.

## 7.2 Vydané knihy a jejich přebaly

V obrazových přílohách I. - IX. je zdokumentován vizuální vzhled Brownových vybraných vydaných knih, o které se jedná v praktické části diplomové práce. Již na první pohled je vidět, že každá verze knihy je velice přebarvená až nečitelná.

Šifru mistra Leonarda tvoří z velké části pouze reprodukováná *Mona Lisa* nebo freska *Poslední večeře* a to i přesto, že v příběhu hrají tato díla jen velmi malou podstatnou část a roli. Na některých novějších přebalech *Andělů* a *démonů*, jak zahraničních, tak našich vydavatelů, je zcela vidět ovlivnění filmovou verzí, která zapříčinila výraznou změnu v pojetí celkového vzhledu.

Téměř všechny knihy mají jedno společné, a to, že jejich názvy a autor zaujímají téměř veškeré místo, které je k dispozici.

U českých verzí *Andělů* a *démonů* a *Ztraceného symbolu* je k dispozici speciální knižní edice, která obsahuje dokonce obrazové přílohy. Ty čtenáři sice usnadní představivost u některých složitostí v textu, ovšem s tím, jak je vysázet a upravit již si nikdo zřejmě nedělal velké starosti.

U *Ztraceného symbolu* je celkový vzhled o něco umírněnější, stále ale písmo zabírá většinu prostoru k vyjádření. Poslední zatím vydaný titul *Inferno*, využívá již písma na některých přebalech podstatně méně. V českém překladu zatím vyšla pouze jedna kniha od nakladatelství Argo, tudíž nemáme velkou možnost porovnání.

Na obrazové příloze číslo IX. jsou uvedené některé z dosud vydaných e-knih, které se v poslední době také hlásí o svou přízeň. Některé kopírují své tištěné předchůdce a některé se snaží o zcela jiný vzhled.

## II PRAKTICKÁ ČÁST

## 8 Knižní design v praxi

### 8.1 Knižní design s uplatněním ve výuce na SŠ

Text teoretické části diplomové práce by mohl sloužit svým obsahem středním výtvarným školám, například oboru grafický design. Při vytváření každého designu by měl mít grafik vždy na paměti, že by měl hlavně správně plnit svou funkci. Text by mohl posloužit k pochopení provázanosti mezi samotnou knihou, jejím výrobním procesem a konečně samotným čtenářem jako hlavním spotřebitelem, určujícím konečnou úspěšnost publikace.

V rámci hodin věnovaných grafickému designu by studenti měli za úkol vytvořit maketu knihy, čemuž by předcházely technické přednášky v hodinách technologie. V těchto hodinách by se studenti seznámili s historií knihy, její výrobou a procesem, který je zapotřebí k jejímu vydání a výrobě. V praktických hodinách, které by navazovaly těm teoretickým, by studenti měli možnost si tento proces sami vyzkoušet a zhodnotit svou práci. Práce strávená nad tímto úkolem by mohla posloužit také k lepší úctě ke knize jako takové a k práci lidí, kteří se podílejí na jejím vzniku.

#### Struktura přípravy učitele na vyučovací jednotku výtvarné výchovy

Škola: Střední škola uměleckoprůmyslová

Ročník: 3.

Časový úsek: 8 - 12 x 45 minut vyučování

Datum: x

Výtvarný materiál: papír na kresebné návrhy, tužky nebo fixy, program Adobe collection

Vzdělávací a výchovný cíl:

seznámení se současnou populární literaturou typu bestseller

seznámení se zásadami grafického knižního designu

uvědomění si principu výroby knihy a jejich zásadami

ukázky na vhodných a méně vhodných příkladech a vysvětlení použitelnosti (estetické cítění)

nácvik dovedností v programu Adobe collection

### Námět:

- a) motivační – Design publikace
- b) popisný – Design publikace typu bestseller

### Motivace:

Kombinovaná – stručné zopakování informací o grafickém designu, ukázky realizovaných přebalů v knižní produkci, s důrazem i na neestetická díla

### Úkol:

Každý student si vybere knihu, jejíž přebal bude následně přepracován v Pc programu Adobe collection. Vzhledem k povaze knihy a vlastnímu uvážení si student připraví publikaci, kterou bude moci použít jako maketu. Přebal bude tedy ve výsledné práci zhotovený 1:1 a vytištěn na požadovanou gramáž papíru. V rámci prvních vyučovacích hodin vytvoří několik průvodních skic na formát A3, ze kterých bude vybrán jeden pro výsledné zpracování.

Klíčová slova: knižní design, bestseller, přebal knihy

### Didaktická analýza úkolu

#### Výtvarně technické informace:

jeden přebal knihy ve velikosti 1:1

výběr z knih typu bestseller

finální verze přebalu vytištěna pro maketu knihy

doba práce 8-12 vyučovacích hodin

#### Výtvarně estetické informace:

- a) základní pojmy z VV a výtvarného umění – kniha a její části, design, přebal
- b) obrazové ukázky – publikace o designu, příklady přebalů knih

### Hodnocení:

- a) forma hodnocení (kdo?) – kolektivně, učitel + žáci, seznámení se s knihami ostatních a zhodnocení zvládnutí technické a estetické stránky
- b) kritéria hodnocení (co?) – hodnotí se estetická stránka a originalita knižního designu

## 9 Praktická část diplomové práce

Ke zpracování knižního designu jsem měla předem jisté, že se chci opět zabývat tvorbou Dana Browna, jakožto jednoho z nejvýznamnějších spisovatelů dnešního bestselleru v oblasti literatury. Doposud napsal v tomto žánru šest knih, z nichž poslední byla vydána nedávno. Dlouho jsem váhala, které z nich graficky ztvárnit, ale poté jsem se uchýlila k názoru zpracovat knihy, které jsou svým jádrem založené na stejném principu, a to historii. Mezi další spojovací prvky patří to, že ve všech těchto knihách vystupuje tatáž hlavní postava, tudíž by mohla být kolekce těchto knih pojímána jako sběratelská z více hledisek.

Ve výsledném zpracování tedy budou zahrnuty knižní tituly jako *Andělé a démoni*, všem známá *Šifra mistra Leonarda*, *Ztracený symbol* a letošní novinka *Inferno*. Všechny tyto knihy pojí minulost a zároveň něco z ní prosakující do přítomnosti.

Od této chvíle považuji knihy jako součást celku, který bude nabízen pospolu v krabici, nebo boxu jako „speciální knižní edice“. Obdobně jako jsou vytvářeny pro milovníky Agathy Christy knihy 3x *Hercule Poirot*. Ale tato edice bude každá kniha zvlášť sama o sobě svázána, ne pouze v jednu knihu, v níž je několik příběhů. Vzhledem k proporčnosti knižních bloků Dana Browna by tato možnost nepřipadala v úvahu jak z hlediska přenositelnosti, tak výrobního procesu. Všechny čtyři knihy budou mít velice obdobný formát a budou vysázeny stejným písmem, se stejnou vnitřní úpravou a sazbou. Knihy budou vytvářené čistě pro český trh, takže budou obsahovat český jazyk a celý překlad.

Jedním z prvních úkolů bylo vytvořit nové logo fiktivní designérské společnosti, jelikož sem nechtěla používat již logo staré. Tvoří ho stylizovaná hlava lišky v origami stylu, tvořeným pouze linkami, která odpovídá mému příjmení. Výchozím programem pro tvorbu podle skic mi byl Adobe Illustrator CS6. Geometricky rýsovaný styl se zároveň váže i k historii, jelikož v každé době měl svůj význam. Logo bude využíváno převážně ve své černé nebo zlaté variantě.

Aby mohla kniha fungovat i jako samostatný celek a být rozeznatelná pro budoucího čtenáře nejen podle svého názvu, je opatřena jednoduchým piktogramem. Každý symbol vytvořený pro publikaci se vztahuje k základní dějové linii a zároveň ji svým způsobem vyjadřuje.

Knihu *Andělé a démoni* symbolizují čtyři kruhy, jako čtyři dávné prvky oheň, země, voda, vzduch, protínající se do tvaru kříže, připomínající čtyři křesťanské kostely.

Ty sehrály v ději největší úlohu, jelikož sochy v nich umístěné od Gian Lorenza Berniniho postupně značí každá jeden z prvků, protínající celý Řím.

Šifru mistra Leonarda symbolizuje základnou otevřený tvar trojúhelníku - ženský symbol a kapka nad ním, značící pokrevní linii, jelikož děj pojednává o údajném potomstvu Ježíše Krista jako o pravém Svatém grálu a jeho strážcích.

Ztracený symbol, je kniha zabývající se primárně svobodným zednářstvím a tzv. Otcí zakladateli Spojených států amerických. Piktogram zjednodušeně představuje kružítko s pravítkem, které je ústředním hlavním motivem svobodného zednářství.

V poslední knize Inferno, čili v pekle, se hlavní hrdina se svou spolupracovnící snaží zabránit vypuštění nového viru, který by část lidstva vyhladil, jako to kdysi udělal velký mor. Příběh je provázen na své pouti vodítky spisovatele Danteho Alighieriho, proto knihu symbolizuje maska středověkého morového lékaře.

Každá kniha má tedy svůj symbol, značku, která ji bude reprezentovat a symbolizovat. Všechny tyto symboly budou zároveň fungující pospolu v jakési časové přímce, otáčejícím se kruhu. Časově symboly nenavazují po letech vydání knih, ale po době, do které příběh prosakuje. Čili jako první bude Inferno, jelikož zasahuje do období italské gotiky, druhá Šifra mistra Leonarda, již z názvu patrná renesance, třetím titulem budou Andělé a démoni, čili baroko a jeho Bernini a posledním Ztracený symbol, doba zednářství a vzniku USA. Každá z knih bude mít tento spojený znak kruhu na přebalu a jednotlivý symbol bude barevně odlišen podle toho, o jakou knihu se bude jednat. Jeho součástí je tmavá poškrábaná textura, která symboly vyzdvihuje a zároveň dává najevo zub času.

Dalším úkolem bylo správně zvolit pro všechny knihy použité písmo. Kvůli rozdílným historickým kontextům se zdálo být dobře uplatnitelné písmo z různých dob jeho vzniku, které by zároveň korespondovalo s příběhem. V celkovém dojmu ale působila rozdílná písma roztržitým dojmem a proto jsem nakonec zvolila písmo pro všechny čtyři knihy stejné, které je zároveň vhodně uplatnitelné a na první pohled výrazné. Vychází z písma ručně psaného, které není tudíž počítačovým písmem a podobné bylo použito na plakátech značky Vans off the wall.

Podle naskicovaných písmen, která byla zapotřebí na názvy knih, byla následně vytvořena ve vektorovém programu Adobe Illustrator CS6. Svými tvary připomíná písmo gotické, které je v dnešním designu opět velice oblíbené, ale zároveň stojí na pomezí.

Jelikož jsou názvy knih různě dlouhé a ve výsledném vzhledu by působily rozdílně, více slovné názvy jsou typograficky rozděleny na hlavní název, který knihu nejvíce vystihuje a vedlejší, který je vysázen písmem jiným. Tento doplňující font, Nexa, je geometricky vytvářen a obsahuje dva řazy, Nexa bold a Nexa light. Bude zároveň využíván i na doplnění v sazbě knihy. Celkový vzhled knihy by měl působit jednoduchým a přitom výstižným dojmem, který bude vybočovat od ostatních přebalů, ale i celkového ztvárnění tohoto literárního žánru. Přebal má omezenou barevnost, která se skládá téměř výhradně z černé a bílé barvy, kterou doplňuje pouze zlatá barva v malém množství. Příprava přebalu pro následné zpracování byla vytvořena v programu Adobe Indesign. Aby se předešlo předčasnému poničení knižního přebalu v důsledku nekvalitního materiálu, bude použit místo papírového materiálu materiál plastový. Zároveň tak zamezí případnému zašpinění bílého přebalu, jelikož plast bude možno kdykoliv omýt a očistit.

Samotná kniha je bez přebalu čistě matně černá a to i její knižní blok, čili ořízka. Na sazbu knihy je použito písmo Garamond, které je knižní klasikou a její velice dobrá čitelnost je prokázána již dlouhou dobu. Součástí knihy by mohly být i celostránkové ilustrace, které by byly uplatněné po pravé straně. Každá z knih bude mít záložku, jejíž design bude korespondovat s tím knižním. Další variantou by mohla být záložková stužka, která by byla ve stejné zlaté barvě, která je použita již na logo a piktogramy.

Poslední a nedílnou součástí publikace je její černý dřevěný box, ve kterém budou všechny knihy zasazeny. Na jeho vrchu bude natištěn technikou sítotisku bílý, opět spojený symbol, tvořený z piktogramů jednotlivých knih.

Jelikož bude box s knihami prodejním artiklem, je na závěr opatřen QR kódem, který bude sloužit jak pro propagaci, tak pro případnou koupi. Celkový box s knihami bude poté zasazen do knihkupeckých regálů a domácí knihovny mezi knihy, aby se potvrdila myšlenka, že čistý a světlý design přitahuje oči člověka nejvíce.

Posledním cílem praktické části diplomové práce bude propagace nové edice knihy, která bude zahrnovat citylight nebo billboardy či letáčky.

## Závěr

Přesvědčili jsme se, že než se kniha dostane ke svému potřebiteli, má před sebou nelehkou cestu, jejíž úspěšnost není posléze již jen v jejích rukou, ale právě v těch našich. Design, ač nemusí být vždy na prvním místě v rozhodnutí o koupi knížky, stále zaujímá velice důležitou pozici a neměl by být opomíjen.

Podle Martina Peciny si špatná kniha nezaslouží pěkný design, aby se předešlo jejímu případnému prodeji na prvních příčkách. Ale vyvstává nám zde otázka, kdo z nás dokáže odhadnout, jaká kniha bude zrovna oblíbená a ta „dobrá“? Není někdy právě úkolem knižního designéra udělat krásnou knihu i z té, která by byla jinak špatně prodejná? V obalovém průmyslovém designu se toto praktikuje zcela běžně. Vzpomeňme si na to, kolikrát jste si koupili něco pod působením krásného designu nebo dokonce televizní reklamy a jak jsme nakonec byli nebo nebyli spokojeni.

Problematika veškerého designu nebude nikdy zcela vyřešena. Každý z nás má jiný názor a s ním také jiný vkus a estetické cítění. Problémem je naše konzumní společnost, která často potřebuje mít vše, co je zjevné a na první pohled patrné. A to neplatí pouze a jen u knihy.

Cílem práce bylo přetvořit celkový vizuál knih, které nejsou co do estetické formy zvládnuté a možná i ve svém odvětví často přehlížené. Jakoby se nakladatelé domnívali, že pouze jméno autora a fakt, že půjde o bestseller, zajistí prodejnost a na ostatním už čtenáři zcela nezáleží. Ve výsledné práci svůj úkol design plní a zároveň se stává výrazným. Z tištěné literatury mi byla velkým přínosem publikace *Knihy a typografie*, která je do velké míry ojedinělou záležitostí jak u nás, ale i ve světě, kdy převládá psané slovo nad obrazovou přílohou.

Jistým zůstává nadále i to, že kniha fyzická, jak ji známe nejdéle, nás bude provázet i v budoucnu, a to i přes dnešní moderní technologie. Svoje místo ve společnosti a v naší oblíbenosti neztratí. Právě naopak. Fenomén kniha, bude žít dál.



## Seznam použité literatury

AMBROSE, G. – HARRIS, P. (2011a): *Grafický design, Formát*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2966-1.

AMBROSE, G. – HARRIS, P. (2011b): *Grafický design, Tisk a dokončovací práce*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2968-5.

AMBROSE, G. – HARRIS, P. (2010): *Grafický design: typografie*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2967-8.

AUTOŘI IDNES. (2006): *Dan Brown Šifru neukradl, rozhodl soud*. *Idnes: kultura* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: [http://kultura.idnes.cz/dan-brown-sifru-neukradl-rozhodl-soud-dx1-/filmvideo.aspx?c=A060407\\_135846\\_show\\_aktual\\_gra](http://kultura.idnes.cz/dan-brown-sifru-neukradl-rozhodl-soud-dx1-/filmvideo.aspx?c=A060407_135846_show_aktual_gra)

BAIGENT, M. – LEIGH, R. - LINCOLN, H. (2006): *Svatá krev a svatý grál*. Praha: Rybka. ISBN 80-86182-99-1.

BHASKARAN, L. (2007): *Design publikací*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7209-993-1.

BRAYFIELD, C. (2007): *Jak napsat bestseller: tajemství úspěšného psaní*. Praha: Olympia. ISBN 978-80-7376-004-5.

BROWN, D. (2006): *Andělé a démoni*. 2. vyd. Praha: Argo. ISBN 80-7203-770-6.

BROWN, D. (2013): *Inferno*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0934-4.

BROWN, D. (2003): *Šifra mistra Leonarda*. Praha: Metafora. ISBN 80-86518-62-0.

BROWN, D. (2010): *Ztracený symbol*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0240-6.

BROWN, D. M. (2005): *Dan Brown's Road to Success: An Unauthorized Biography of the Creator of the Da Vinci Code*. Lulu. ISBN 1411643844.

CARRIERE, J.C. – ECO, U. (2010): *Knih se jen tak nezbavíme*. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-0266-6.

COX, S. (2010): *Rozluštění ztraceného symbolu: průvodce třetím románem Dana Browna*. Praha: Knižní klub. ISBN 978-80-242-2777-1.

CULLEN, K. (2007): *Layout Workbook: A Real-World Guide to Building Pages in Graphic Design*. Rockport: Rockport Publishers Inc. ISBN 978-1592533527.

DUNN, J. – BUBECK, C. (2006): *The Gospel According to Dan Brown*. Colorado Springs: David C Cook Publishing Company. ISBN 9780781445016.

ECO, U. (2004): *O literatuře*. Praha: Argo. ISBN 80-7203-588-6.

HALADA, J. (1993): *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7066-767-2.

HASLAM, A. (2006): *Book design*. China: Laurence King Publishing. ISBN 978-0810992207.

HOŠEK, J. – HROMÁDKA, M. (2013): *Český rozhlas: Kritici jím pohrdají, čtenáři ho milují. Brownův nový román aspiruje na bestseller roku*. [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/literatura/\\_zprava/1211774](http://www.rozhlas.cz/zpravy/literatura/_zprava/1211774)

HRABÁK, J. (1983): *Úvahy o literatuře*. Praha: Československý spisovatel.

HRABÁK, J. (1977): *Úvod do studia literatury*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.

JANKOVIČ, M. (2009): *Dílo v pohybu*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1746-8.

KUBÍNOVÁ, M. (2009): *Text v pohybu četby: (úvahy o významové a komunikační povaze literárního díla)*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1747-5.

- KREJČÍ, K. (2008): *Sociologie literatury*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2623-6.
- KŘÍŽ, J. (2002): *Postavy a světy: v klasických dílech moderní prózy*. Praha: Práh. ISBN 80-7252-064-4.
- NĚMEC, J. (2013): *Nadešla smutná událost - Zemřel milovaný detektiv Hercule Poirot*. *Blog.idnes.cz* [online]. [cit. 2014-06-12]. Dostupné z: <http://josefnemecnemec.blog.idnes.cz/c/298191/Nadesla-smutna-udalost-Zemrel-milovany-detektiv-Hercule-Poirot.html>
- NOVOTNÝ, K. (2010): *Co je fenomén?: Husserl a fenomenologie ve Francii*. Červený Kostelec: Pavel Mervart; Praha: Oikoymenh. ISBN 978-80-87378-24-3
- OLŠOVSKÝ, J. (2011): *Slovník filozofických pojmů současnosti*. Vyd. 3. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3613-6.
- PAVLÁT, L. (1988): *Tajemství knihy*. 2. dopl. přeprac. vyd. Praha: Albatros.
- PECINA, Martin. (2011): *Knihy a typografie*. Brno: Host. ISBN 978-80-7294-393-7.
- PENNAC, D. (2004): *Jako román*. Praha: Mladá fronta. ISBN 80-204-1140-2.
- PISTORIUS, V. (2003): *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Praha: Paseka. ISBN 80-7185-516-2.
- ROGAK, L. (2006): *Muž, který stvořil Šifru mistra Leonarda: neautorizovaný životopis Dana Browna*. V Praze: Metafora. ISBN 80-7359-041-7.
- RONEN, R. (2006): *Možné světy v teorii literatury*. Brno: Host. ISBN 80-7294-180-1.
- TRÁVNÍČEK, J. (2011): *Čtenáři a internauti: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)*. Brno: Host. ISBN 978-80-7294-515-3.

TRÁVNÍČEK, J. (2008): *Čteme? : obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize* (2007). Brno: Host. ISBN 978-80-7294-270-1.

TRÁVNÍČEK, J. (2003): *Příběh je mrtev?: schizmata a dilemata moderní prózy*. Brno: Host. ISBN 80-7294-079-1.

TSELENTIS, J. (2014): *Typografie: o funkci a užití písma*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-807-1.

VÁŠOVÁ, L. – ČERNÁ, M. (1986): *Biblio-pedagogika*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.

VLČKOVÁ, Z. – VETEŠKOVÁ, M. (2014): *Český rozhlas: Spisovatel Dan Brown zahájí v Praze putovní čtení svého posledního románu*. [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/literatura/\\_zprava/1303412](http://www.rozhlas.cz/zpravy/literatura/_zprava/1303412)

# Obrazová příloha

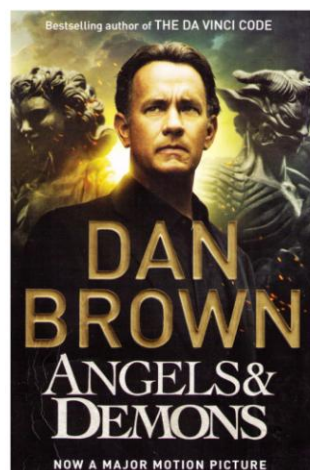
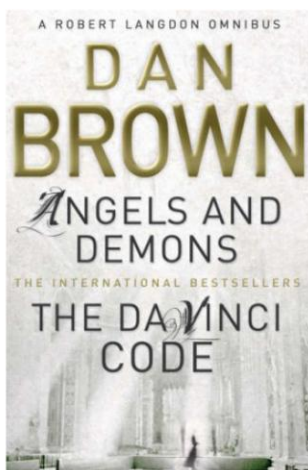
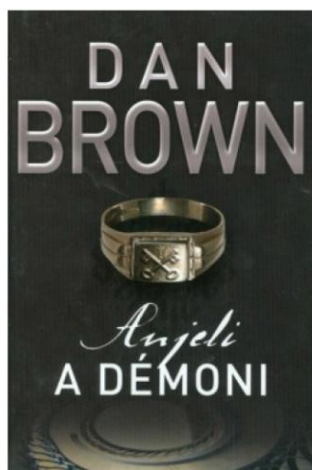
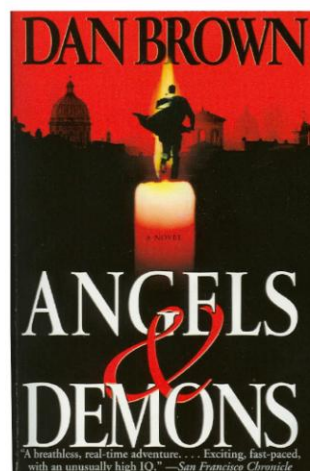
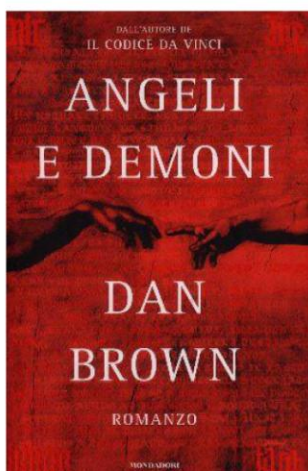
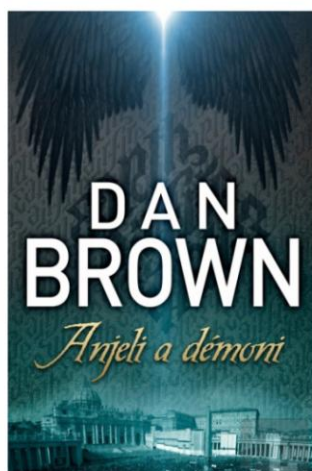
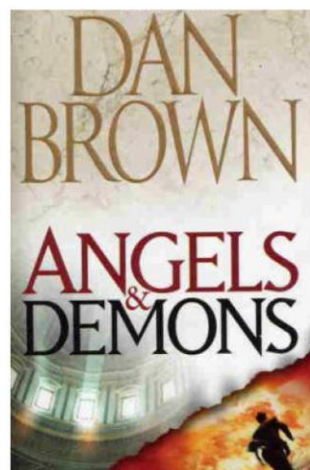
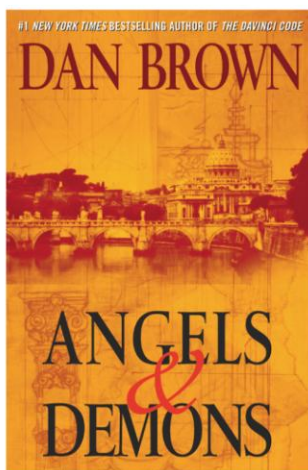
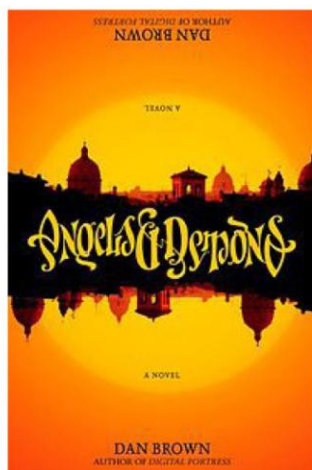
## Seznam obrazových příloh

### I Vydané knihy Dana Browna

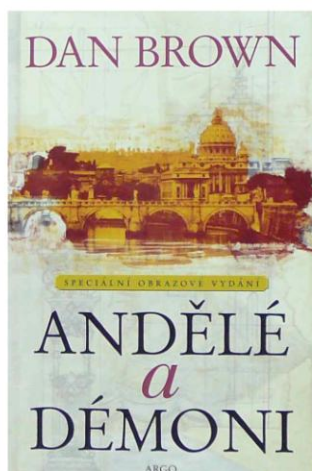
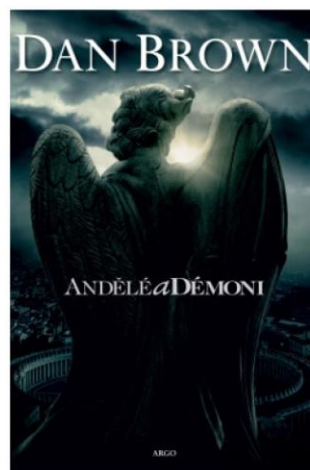
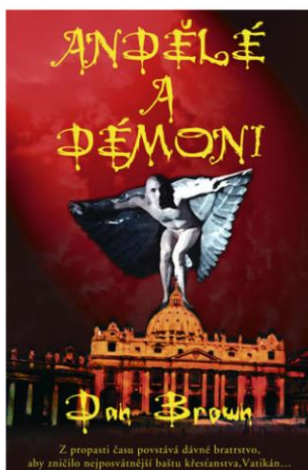
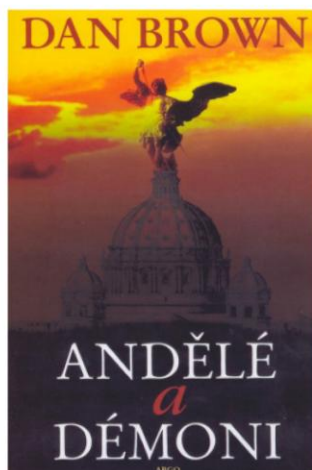
|              |  |
|--------------|--|
| Příloha I    | Dan Brown - Šifra mistra Leonarda, cizojazyčné verze |
| Příloha II   | Dan Brown - Šifra mistra Leonarda, české verze       |
| Příloha III  | Dan Brown - Andělé a démoni, cizojazyčné verze       |
| Příloha IV   | Dan Brown - Andělé a démoni, české verze             |
| Příloha V    | Dan Brown - Ztracený symbol, cizojazyčné verze       |
| Příloha VI   | Dan Brown - Ztracený symbol, české verze             |
| Příloha VII  | Dan Brown - Inferno, cizojazyčné verze               |
| Příloha VIII | Dan Brown - Inferno, české verze                     |
| Příloha IX   | Dan Brown - E-knihy                                  |

### II Diplomová práce - praktická část

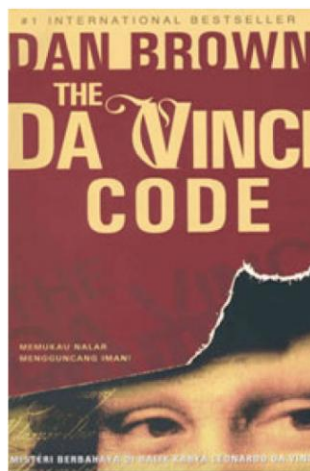
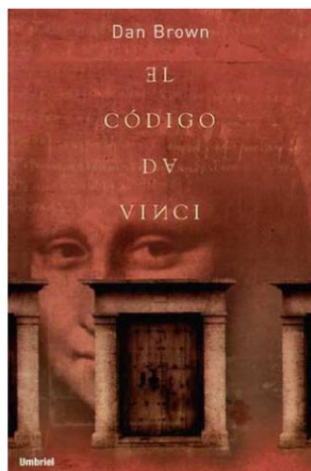
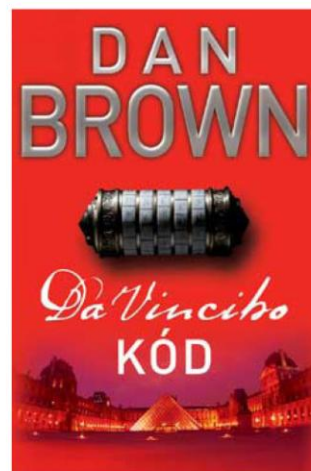
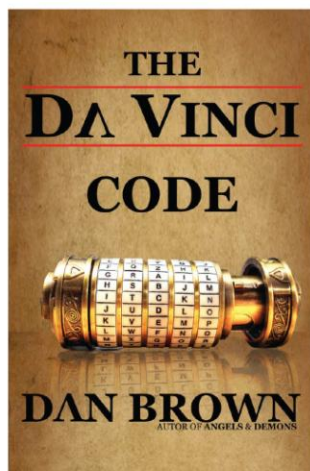
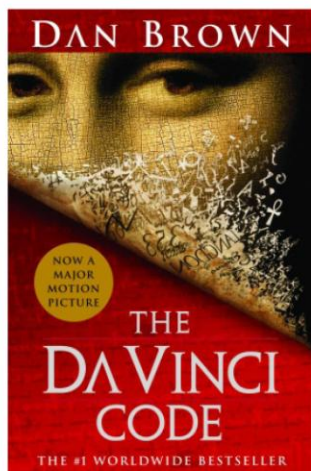
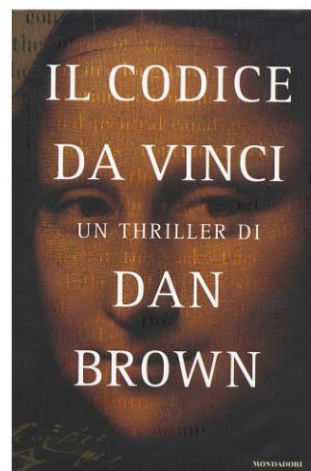
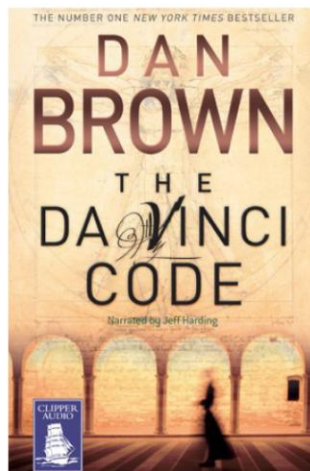
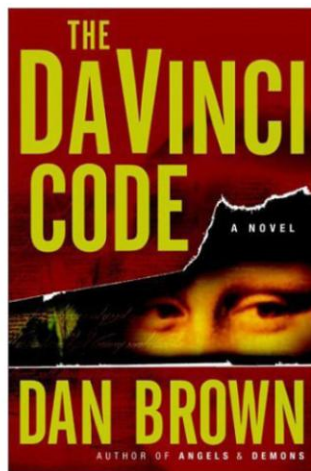
|              |   |
|--------------|---|
| Příloha I    | Logo Fox Design                                   |
| Příloha II   | Piktogramy ke knihám                              |
| Příloha III  | Piktogramy sloučené v kruhu - varianty            |
| Příloha IV   | Piktogramy sloučené finální varianta – s texturou |
| Příloha V    | Varianty písem pro názvy knih                     |
| Příloha VI   | První návrhy na přebaly                           |
| Příloha VII  | Vytvořené písmo pro názvy knih                    |
| Příloha VIII | Finální písmo pro názvy knih                      |
| Příloha IX   | Verze Dan Brown pro přebaly                       |
| Příloha X    | Záložky do knih                                   |
| Příloha XI   | Titulní list                                      |
| Příloha XII  | Sazba textu s ilustrací                           |
| Příloha XIII | Tiráž knihy                                       |
| Příloha XIV  | Celkový pohled v boxu                             |
| Příloha XV   | Rozložené knihy                                   |
| Příloha XVI  | Rozložené knihy II                                |



I Vydané knihy Dana Browna - Příloha I

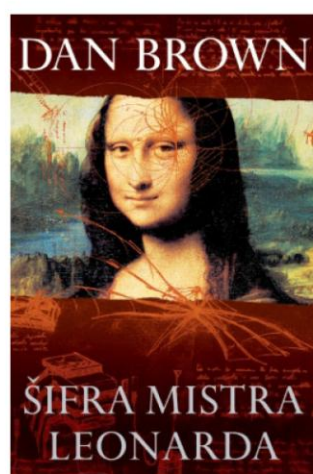
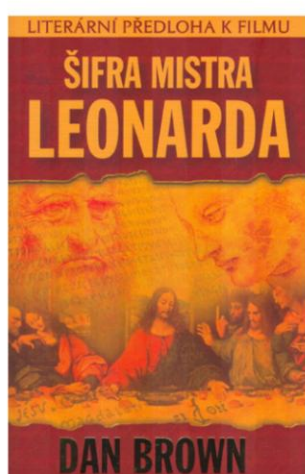
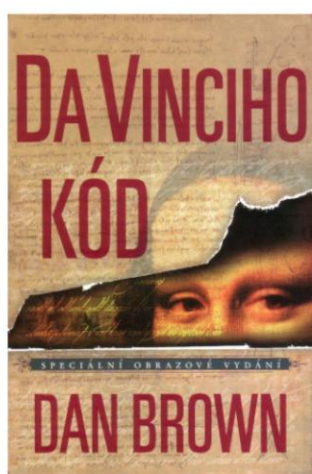
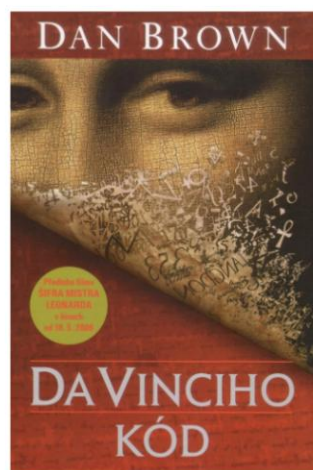
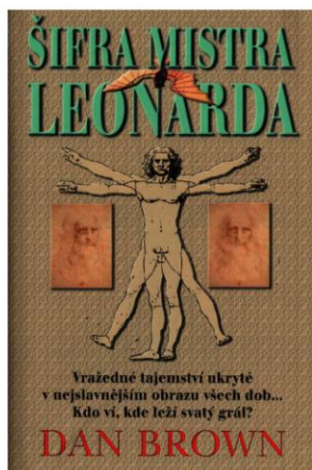


Příloha II

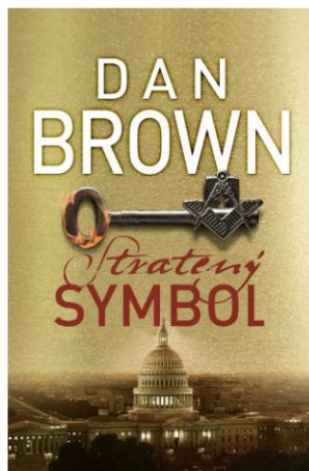
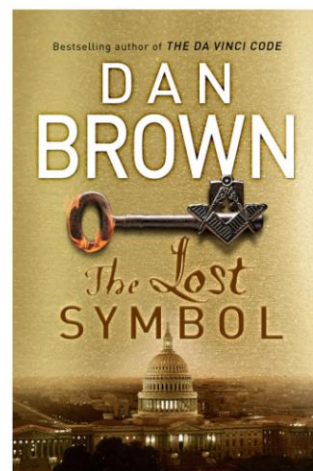
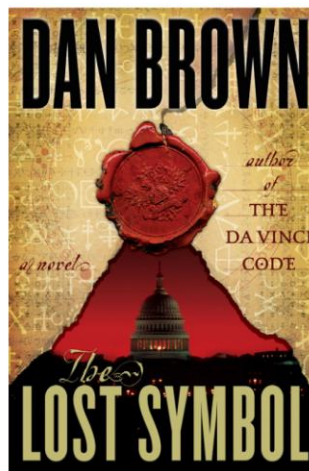
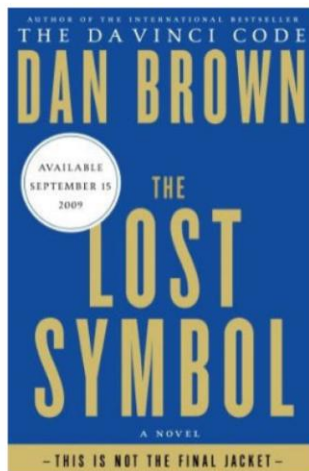


Příloha III

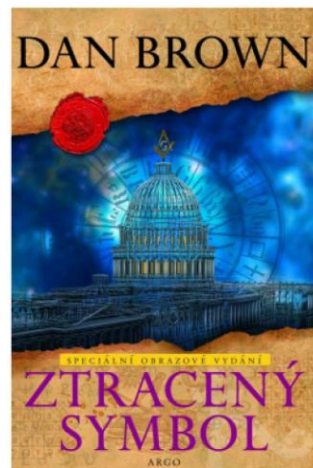
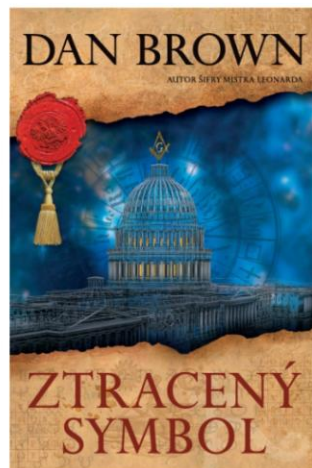




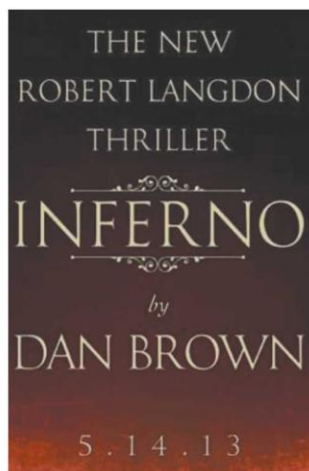
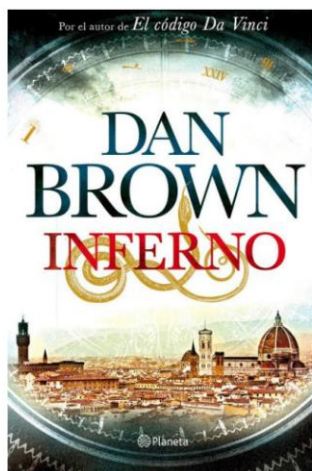
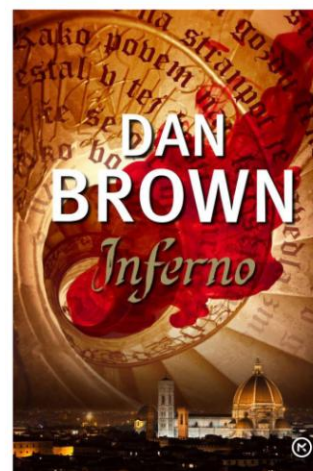
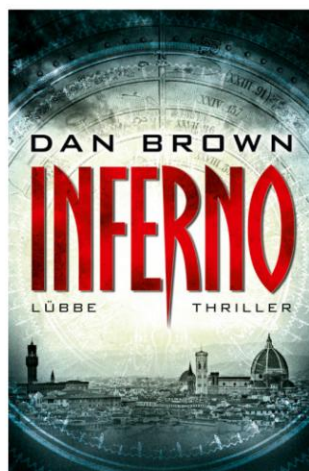
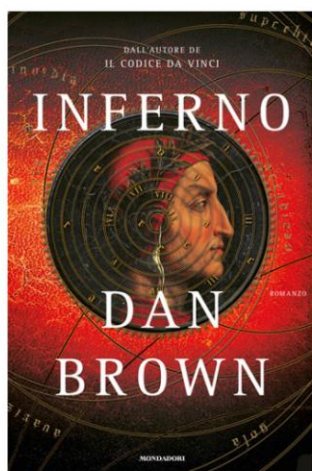
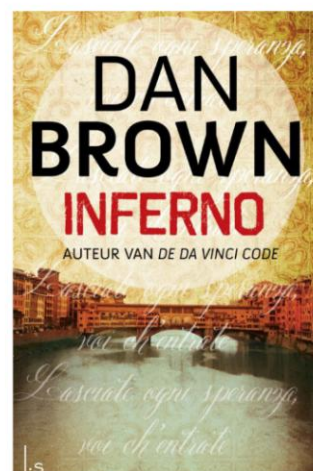
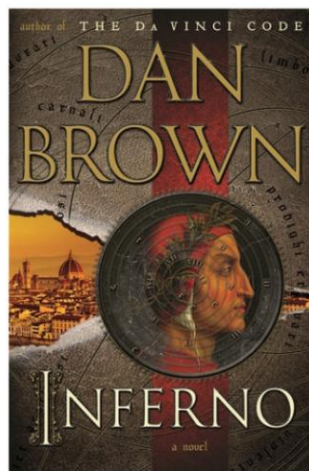
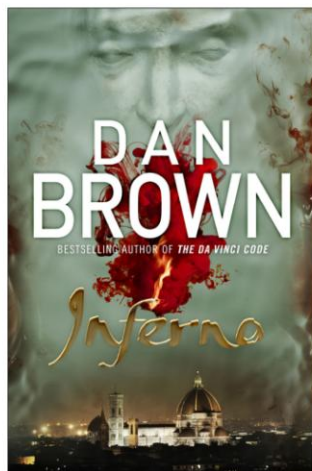
Příloha IV



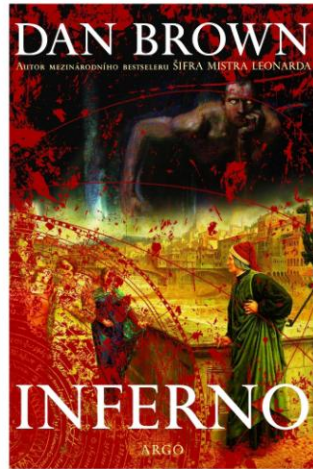
Příloha V



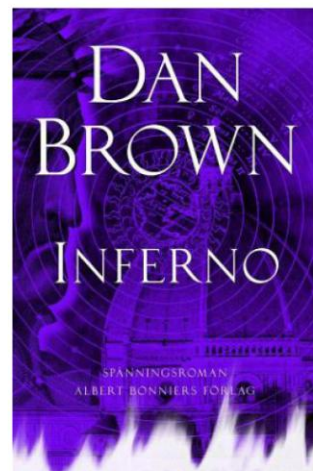
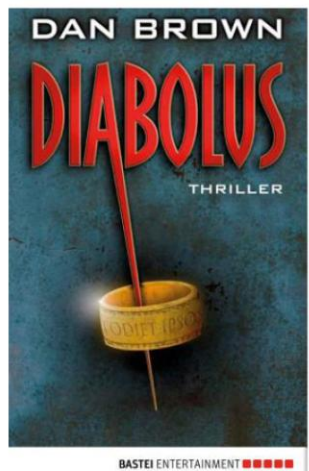
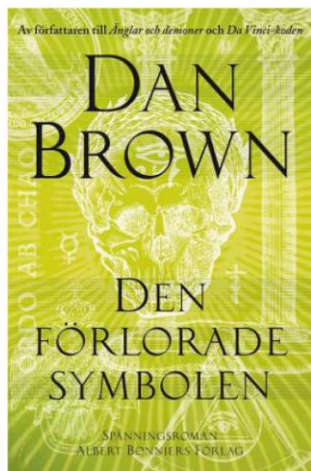
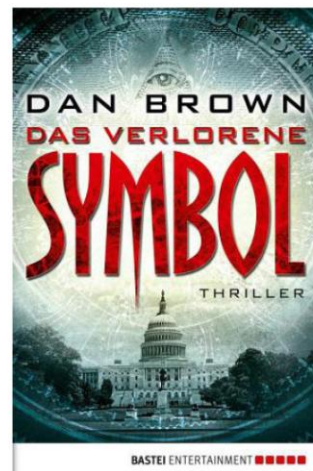
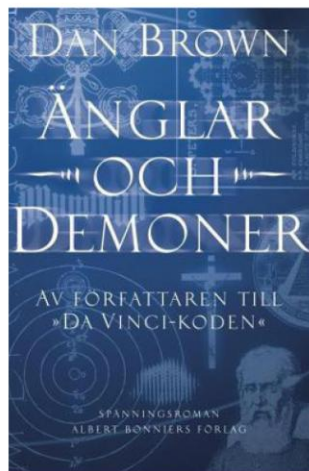
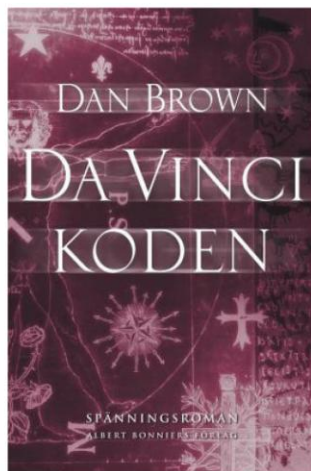
Příloha VI



Příloha VII



Příloha XIII



Příloha IX



  $\frac{C}{33} \frac{M}{31} \frac{Y}{66} \frac{K}{13}$

  $\frac{C}{100} \frac{M}{100} \frac{Y}{100} \frac{K}{100}$

II Diplomová práce - praktická část, Příloha I



Příloha II





Příloha III



Příloha IV

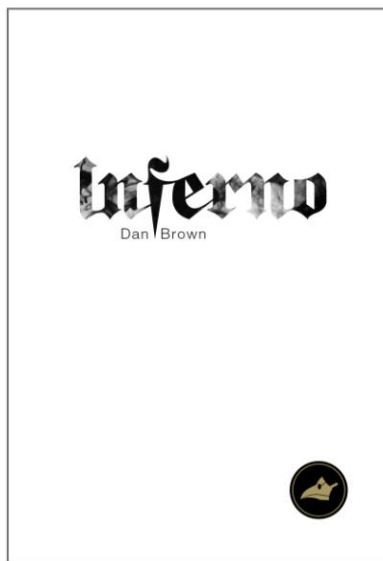
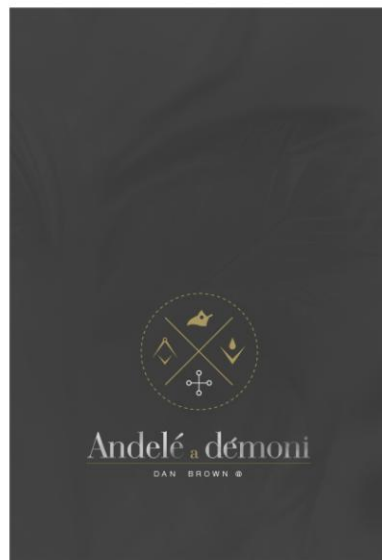
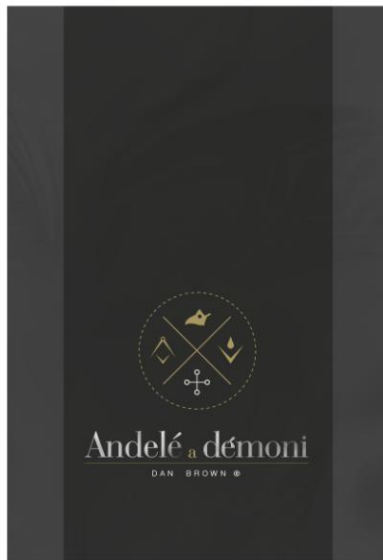
**Inferno**

ŠIFRA MISTRA  
**LEONARDA**

ZTRACENÝ  
**symbol**

**ANDĚLÉ**  
A DÉMONI

Příloha V



Příloha VI

A a b c d  
e e f i l  
m n o r r  
r r s s t  
u w y

**Inferno**

ŠIFRA MISTRA  
**leonarda**

**Andělé**  
A DÉMONI

ZTRACENÝ  
**symbol**

DAN  
**BROWN**  
×

DAN  
**BROWN**  
2014

DAN  
**BROWN**  
2014

DAN  
**BROWN**  
2014

DAN  
**BROWN**  
×

DAN  
**BROWN**

DAN  
**BROWN**

DAN  
**BROWN**

DAN  
**BROWN**

DAN  
*BROWN*

DAN  
*BROWN*

Dan  
**BROWN**

Dan  
**BROWN**

DAN  
**BROWN**

DAN  
**BROWN**



Příloha X, XI



## KAPITOLA 92

Agent Brüder se nenápadně přikrčil, protáhl se pod zábradlím a vložil do vody. Sahala mu po prsa. Jakmile mu studená tekutina pronikla šatstvem, ztuhly mu tím chladem svaly. Podlaha vodojemu pod podrážkami byla kluzká, ale pevná. Chvilu jen stál, zvažoval své možnosti a sledoval soustředěné kruhy vlnek, které se rozbíhaly od jeho těla přes lagunou.

Na okamžik zadržel dech. Pohybuje se pomalu, napomenul se v duchu. Nesmíš to tu moc rozvířit.

Na lávce před ním se Langdon opíral o zábradlí a sledoval okoli.

„V pořádku,“ zaseptal po chvíli. „Nikdo vás nevidí.“

Brüder se otočil a stanul přímo proti obří převrácené tvaří Medúsy, jasně osvětlené červeným reflektorem. Když se teď dostal na její úroveň, vypadala převrácená stůna ještě větší než předtím.

„Postupujte před lagunou směrem, kterým se dívá Medúsa,“ zaseptal Langdon. „Zobrist si potrpěl na symboliku, rád dramatoval. Nedivil bych se, kdyby svůj výtvar umístit přímo před smrtící pohled Medúsy.“

Velké mozky myslí stejně. Brüder byl vděčný, že se americký profesor nedal odbýt a vypravil se dolů s ním. Díky Langdonovým znalostem prakticky okamžitě našli ten správný kout vodojemu.

Za doprovodu vzdálených tónů Dantovské symfonie Brüder vytáhl vodojetnou baterku Tovatec, ponořil ji pod hladinu a rozsvítil. Vodu proti ostří halogenový paprsek a ozářil duo náidže před ním.

Jen klid, napomenul se znovu Brüder. Hlavně to moc nerozvířit.

Bez dalšího slova začal opatrně postupovat lagunou, brodit se pomalíku vodou a metodicky přejíždět kuzelem světla po dně jako nějaká podvodní minolovka.

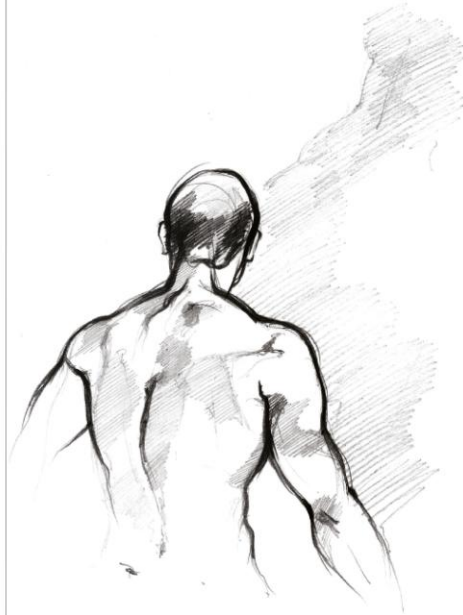
Langdon u zábradlí začínal cítit, jak se mu znepokojivě stahuje hrdlo. Vzduch ve vodojemu byl vlhký a zatučle páchl, jako by postrádal dostatek kyslíku. Profesor sledoval jak se Brüder opatrně brodí lagunou, a v duchu se přesvědčoval, že bude všechno v pořádku.

Dorazili jsme včas.

Nikdo se tu ničeho nedotkl.

Brüderův tým dokáže nákazu zneškodnit.

376



## Inferno

DAN  
BROWN  
ISBN 978-90-107-0894-2

Z anglického originálu INFERNO,  
vydaného roku 2013  
nakladatelstvím Random House v New Yorku  
přeložil Michal Martová a David Pítrá.  
Design a sazba FOX DESIGN.  
Vydáno nakladatelství FOX DESIGN,  
Táborská 87, 150 00 Praha 3,  
vytiskla tiskárna Face.  
První vydání.



[www.foxdesign.com](http://www.foxdesign.com)



Příloha XIV



Příloha XV



Příloha XVI

## **Zdroje obrazových příloh**

Veškeré přebaly knih Dana Browna pocházejí od nakladatelů a knihkupectví z internetového serveru [www.google.com](http://www.google.com)