

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA BOHEMISTIKY

Paratextová variovosť jako prostředek nakladatelské strategie
Paratexty v edicích detektivní literatury

Ivana Malíková

Česká filologie se zaměřením na editorskou práci ve sdělovacích prostředcích

Bakalářská diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Lenka Pořízková
Olomouc 2011

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 28. 4. 2011

Za podnětnou spolupráci děkuji Mgr. Lence Pořízkové, vedoucí práce.

Obsah

Úvod.....	5
1 Teorie paratextů.....	6
1.1 Vymezení pojmu paratext.....	6
1.2 Paratextualizace.....	7
1.3 Typologie paratextů.....	9
1.4 Funkce paratextu v knize.....	13
2 Populární literatura.....	14
2.1 Vztah „vysokého“ a „nízkého“ v literatuře.....	14
2.2 K terminologickému vymezení populární literatury.....	15
2.3 Vývoj populární literatury napříč stoletími.....	18
2.4 Formy a rámce populárního čtení.....	20
2.5 Detektivka.....	22
3 Paratexty a strategie.....	28
3.1 Krátce českému knižnímu trhu.....	28
3.2 Paratextová variabilita v praxi.....	29
3.2.1 Populárně naučná literatura.....	29
3.2.2 Dětská literatura – poezie.....	32
3.2.3 Původní česká beletrie.....	34
3.2.4 Překladová literatura.....	35
3.2.5 Původní česká beletrie v edici.....	37
4 Paratexty v edicích detektivní literatury.....	41
4.1 Jota.....	41
4.2 Olympia.....	44
4.3 Víkend.....	46
5 Obligátní paratextové variace v edicích detektivní literatury.....	49
Závěr.....	52
Anotace.....	53
Seznam literatury.....	54
Seznam příloh.....	56
Přílohy	

Úvod

Knižní artefakt zahrnuje dva typy textů odlišných charakterů a funkcí – text primární (autorský) a texty sekundární (paratexty). Účelové sekundární texty jsou tradiční součástí knihy a také významným prostředkem knižní komunikace mezi jejími účastníky, přesto stále zůstávají málo probádanou oblastí textu. Na základě dostupných studií od teoretiků paratextové problematiky – zejména Gérarda Genetta, Lenky Müllerové a Daniely Hodrové – vymezíme pojem paratextu a jeho rozsah, roli a funkci v oblasti knižní kultury, popř. i knižním marketingu. Součástí teoretické platformy pro tuto práci je také průřez vývojem populární literatury, jejích forem a žánrů, zejména pak žánru detektivního.

Druhá část se zaměřuje na praxi užívání paratextových svazků u různých typů literatury, naplňujících současný český knižní trh – tj. literatura naučná, dětská, překladová, umělecká; zvláštní vsuvkou druhé části je analýza dvou paratextově specifických edic. Jedná se především o knihy, jejichž paratextová propracovanost zasluhuje větší pozornost, tj. knihy, které lze uvést jako dobré příklady práce s knižními paratexty. Primárním cílem je dokázat, že možnosti paratextového svazku knihy jsou v dnešní době široké a při jejich správném uchopení mohou být dokonale funkčním prostředkem marketingu knihy.

V následujících kapitolách se dostaneme k jádru práce, tj. k populárnímu žánru detektivky. Podrobně rozebereme ediční počiny tří českých nakladatelů z posledního desetiletí – nakladatelství Jota a edici *Sherlocka Holmese*, Olympia a edici skotského autora *Quintina Jardina* a do třetice *Levné sešity detektivek*, vydávané nakladatelstvím Víkend. Po zmapování jejich paratextové vybavenosti zhodnotíme i potenciál těchto edic v procesu paratextualizace.

Vzhledem k charakteru zkoumané problematiky a analytické povaze některých kapitol, považujeme za vhodné (ba přímo za nutné) přiložit k textu i obrazový materiál, který by mohl lépe ilustrovat popisovanou problematiku.

1 Teorie paratextů

1.1 Vymezení pojmu paratext

Kniha jako artefakt v sobě zahrnuje dva typy textů odlišných charakterů a funkcí. Základním textem knihy je text primární, tj. „holé“¹ dílo autora nebo lyrického subjektu. Primární text se vyznačuje svojí estetickou hodnotou a jeho existence hraje klíčovou roli při vzniku účelových textů sekundárních.²

Sekundární texty působí v blízkém okolí „holého“ díla a aktivně vstupují do procesu čtenářské recepce primárního textu. Jako synonymní označení pro sekundární text užívá literární věda 20. století termín paratext³, vycházející z koncepce francouzského vědce Gérarda Genetta. Podle Genettovy koncepce označujeme jako paratexty všechny prvky, „díky nimž se z textu stává kniha“ a pod paratexty zahrnuje i dodatky a doplňky k textu literárního díla, umístěné do „neurčité zóny“ mezi autorským textem a vnějškem (diskursem o textu), jejichž prostřednictvím je čtenáři podán komentář k dílu, který má podnítit a regulovat jeho recepci.⁴ Funkce paratextů tedy spočívá především v organizaci komunikace mezi textem a vnímatelem primárního textu.⁵ Genette ale upozorňuje na širší pojetí termínu a tím i na jeho variabilitu, způsobující mnohdy i překrývání pojmenovávaných faktů. „Pojem paratext je podložen spíše metodologickým rozhodnutím než faktickým zjištěním. Paratext jako takový neexistuje, spíše se rozhodujeme, že budeme z důvodu metody a účelnosti, nebo, chcete-li rentability, o určitém množství zvyklostí a účinků takto mluvit.“⁶

Primární a sekundární texty vedle sebe fungují v určité obousměrné interakci. Primární text je respektován jako výchozí, nabízející široké možnosti pro svou existenci. Sekundární texty zužují široké možnosti primárního textu a dochází k usměrňování recepce a vzniká atmosféra mnohem menšího nebo i jediného „správného řešení“, tj. recepčního návodu.⁷

¹ Slovo „holé“ uvádíme v uvozovkách záměrně v souladu s postojem k primárnímu textu jako k „holému“ textu, který svůj plný význam získá až prostřednictvím různých typů paratextů.

² Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 9–10.

³ Z prefixu *para-* (z řeč. – vedle, u), můžeme vyvodit základní vlastnost paratextu, tj. že je prvkem dotvářejícím primární text nebo se vyskytuje v jeho bezprostřední blízkosti.

⁴ Srov. MAREŠ, P.: *Průvodce světem paratextů*. In *Česká literatura 41/1993*, č. 5, s. 580–583.

⁵ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 7.

⁶ MAREŠ, P.: *Průvodce světem paratextů*. In *Česká literatura 41/1993*, č. 5, s. 581.

⁷ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 10.

Sekundární paratexty se orientují na potřeby potenciálního čtenáře či kupce knihy, které podmiňují vznik veškerých sekundárních složek při primárním autorském textu. Persvazivních schopností sekundárních knižních textů pak využívají nakladatelé k naplňování marketingových strategií.

1.2 Paratextualizace

Pojem paratextualizace označuje prostupování potenciálního čtenáře k primárnímu textu skrze paratextovou strukturu knihy. Základní genettovská teorie užívá v této souvislosti pojem „chodba knihy“, který metaforicky popisuje komunikační proces, k němuž dochází v konkrétním prostoru – mezi vnějším a vnitřním komunikačním švem, tj. s prvním kontaktem čtenáře a sekundárních textů a jejich následnou selekcí a recepcí. Prostor „chodby“ vyplňují nejrůznější druhy paratextů verbální i neverbální povahy, jejichž hlavním cílem je informovat potenciálního recipienta o charakteru autorském textu a dovést jej ideálně přes koupi knihy až k recepci díla.⁸

Na paratextualizaci můžeme širěji nahlížet jako na vstupování jednotlivých paratextů do svých rolí, jejichž prostřednictvím zároveň naplní své funkční poslání. Sekundární texty se v průběhu paratextualizace ujímají role „průvodce“, který čtenáře provádí paratextovou „chodbou“ a podává mu jednotlivé instrukce a indicie k ideální recepci autorského textu.

Mezi vnitřním a vnějším rámcem díla existuje oblast tzv. „neurčité zóny“, která nabízí každému zájemci o primární text postupovat „chodbou“ dál, nebo se obrátit a odejít z ní. Tato zóna navíc není striktně ohraničena směrem k diskurzu o textu ani směrem k primárnímu textu.⁹ Potenciální zájemce o knihu bude jinak čtenářsky přistupovat ke vzpomínkové próze a jinak ke sbírce poezie. Informace o charakteru textu s sebou nese i očekávání o jeho obsahu. Jediný paratext může způsobit, že zákazník knihu odloží – v našem případě pokud by neměl rád některý z těchto žánrů literatury.

Lenka Müllerová ve své práci zdůrazňuje především dynamickou složku tohoto procesu, která je v předchozích teoretických koncepcích opomíjena. Ona dynamičnost spočívá ve faktu, že jeden a tentýž paratext může plnit pokaždé jinou funkci. Vysvětleme například na možnostech umístění titulu v knize – přední strana,

⁸ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 7.

⁹ Tamtéž, s. 10.

titulní strana, záložka, uvnitř knihy by připadalo v úvahu ještě záhlaví stránky a na konec i název kapitoly.¹⁰

Proces paratextualizace probíhá ve dvou liniích – ve vztahu primárního a sekundárního textu a v jednotlivých vazbách mezi paratexty navzájem. Na paratextové komunikaci se podílí široké spektrum zprostředkovatelů metajazykového sdělování, jejichž role a míra důležitosti v procesu je značně proměnlivá, protože je závislá nejen na společenském, ideologickém a kulturním prostředí, ale i na tradici a na schopnosti čtenáře zorientovat se v literární komunikaci.¹¹

K paratextové komunikaci dochází ve dvou prostorech – vnějším a vnitřním. Komunikace vně knihy je zprostředkovaná tzv. epitexty (řec. *epi-* = nad, při), které vystupují samostatně a na knihu jsou vázány tematikou primárního textu a jeho autora. Epitexty jsou formou vnější komunikace mezi autorem a recipientem. Vnitřní komunikace probíhá skrze peritexty (řec. *peri-* = okolo), vyplňujícími prostor kolem primárního textu. Peritexty spoluutváří materiální podobu knihy – např. titul knihy, jméno autora textu, dále různé poznámky, záložkové texty, obálkové texty, ale i formát, obálka apod. – a jejím prostřednictvím komunikují se čtenářem uvnitř knihy, tedy se významným způsobem podílejí na komunikaci mezi autorem a čtenářem. Vnitřní paratexty vykazují příznakové rysy, které často urychlují identifikaci textu a ovlivňují jeho recepci. Vnitřní komunikaci lze rozřazovat na prvotní kontakt a identifikaci s knihou, tj. na kontaktní fázi, kde jistě sehrává jednu z hlavních rolí vizuální podoba knihy a její materiálové zpracování. Čtenář se zaměřuje na jednotlivé peritexty, aby získal další informace k textu primárnímu uvnitř knihy. V selekci se projeví individualita a čtenářská kompetence dotyčného. Například bude-li se čtenář chtít dozvědět více o tématu a žánru knihy, tak se zaměří na zadní stranu knihy, kde tyto informace bývají. Téma i žánr ale mohou být čitelné i z jiných paratextů – např. už se samotného názvu nebo obsahu knihy. Jakmile je dokončena selekce a recepcie paratextových vodítek, dochází u čtenáře k fázi očekávání ve vztahu k autorskému textu. Poslední fází před samotnou recepcí textu je rozhodování, zda přistoupit až k jádru knihy, primárnímu textu, nebo ne.¹² Větší míru kritičnosti u potenciálního

¹⁰ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 64.

¹¹ Srov. tamtéž, s. 13–14.

¹² Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 64.

čtenáře může způsobit fakt očekávání konkrétního titulu – jak nové knihy, tak například reedice titulu, se kterým již má předchozí čtenářskou zkušenost.

Započetí recepce díla čtenářem neznamena konec procesu paratextulizace – čtenář totiž může kdykoli vstoupit do „paratextové chodby“ a znovu procházet jednotlivé sekundární texty.¹³

Variabilita paratextové komunikace může být způsobena třemi faktory. Prvním je faktor kvality, tj. snaha vytvořit takový svazek paratextů, který dovede čtenáře až k recepci primárního textu. S faktorem kvantity je spojené naplnění všech možností paratextového užití u konkrétního titulu, přestože si kupující nakonec vybere pouze část těchto textů. Nakonec musíme zmínit i hledisko času, kde hraje roli individualita potenciálního kupce. Ke konečnému rozhodnutí o koupi nebo odložení knihy se může dostat prostřednictvím jediné paratextové informace – např. autor, titul, obálka atd.¹⁴

1.3 Typologie paratextů

Teoretické platformy sekundárních knižních textů se postupně rodily teprve v průběhu posledních tří desetiletí. Během této doby vzniklo několik literárněvědných prací odlišných přístupů a metod. Většina z nich studovala paratexty spíše okrajově. V následující části práce se budeme zabývat koncepcemi tří autorů (Gérard Genette, Daniela Hodrová, Lenka Müllerová), kteří zásadněji promluvili do této problematiky.

První a nejkomplexnější zpracování teorie paratextů je spojeno se jménem francouzského strukturalisty Gérarda Genetta. Genettův badatelský zájem původně směřoval k naratologickým otázkám a vzájemným textovým vztahům, jež se snažil systematicky klasifikovat. Parametry paratextů byly vůči ostatním mezitextovým vztahům natolik specifické, že se Genette rozhodl zpracovat tuto oblast textů hlouběji. V roce 1987 vychází monografie s metaforickým titulem *Seuils* (z franc. = *prahy*), kde Genette poprvé zavádí a definuje pojem paratextu a následně studuje jeho život v knižní kultuře. Česká literární věda se s genetovským pojetím paratextu seznamuje v roce 1992 prostřednictvím německého překladu *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*.

¹³ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 12.

¹⁴ Srov. tamtéž, s.13–17.

Genette klasifikuje paratexty na základě pěti hledisek: *prostorového* – podle místa, v němž se paratext nachází (peritext, epitext), *časového* – zohledňuje dobu jeho vzniku (dřívější, originální, dodatečné, pozdní), *materiálního* – jakým způsobem se zapojuje do komunikace (souvisí i s aspektem času; ilustrace, typografie i faktické údaje jako jsou biografické údaje, datum vydání apod.), *pragmatického* – rozlišuje, kdo je původcem textu a kdo jeho adresátem (autorský, nakladatelský, alografický¹⁵), *funkčního* – zaměřuje se na funkci paratextu.

	<i>paratext</i>	<i>klasifikační kategorie/ příklad</i>
<i>prostorové hledisko</i>	peritext	nakladatelský/ ediční poznámka, záložkový text, doslov, texty s technickými a vydavatelskými údaji autorský/ autorská předmluva, autorská poznámka, titul, motto alografický/ anotace
	epitext	veřejný/ titul, jméno autora, tištěné věnování, prolog, epilog, komentáře či záložkové texty privátní/ rukopisné věnování či rukou dopisované poznámky

Tabulka č. 1: Klasifikace paratextů

Rozlišení paratextů na epitext a peritext, vycházející z prostorového aspektu sekundárního knižního textu, je v rámci typologie i popisu průběhu paratextualizace tím nejzákladnějším. Epitext se účastní vnější mimoknižní komunikace a svými prostředky ovlivňuje komunikaci mezi autorem a recipientem. Peritexty jsou umístěné v knižním rámci, a podílí se tak na vnitřní knižní komunikaci. Prostorové hledisko zůstává v rámci paratextualizace statické – podléhá tradicím a nakladatelským zvyklostem. Největší textovou proměnlivost způsobuje časové hledisko, zohledňující jak historickou životnost díla, tak i dominantnost jednotlivých textů.¹⁶

Následující paratextové typologie považujeme za modifikace Genettova pojetí, a to zejména prostorového a pragmatického hlediska. Například Matthew Kischenbaum zakládá svou typologii paratextů na pozici textu v knize.

¹⁵ Alografickými texty jsou myšleny texty, jejichž původcem je „třetí osoba“ – tj. jiná autorita, či instituce, než autor díla a jeho vydavatel. V praxi bychom jako takové označili například texty hodnotící, pod nimiž jsou podepsaní čtenáři nebo známé autority. Z hlediska marketingu knihy je můžeme považovat za formu propagace.

¹⁶ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 17–21.

Rozlišuje paratext *úvodní* (titulní strana, předmluva, motto), *prostřední* (názvy kapitol, mezititulky, ilustrace), *závěrečný* (poznámky, doslov, rozhovor).¹⁷

V prostředí české literární vědy vzniká koncem 90. let 20. stol kompendium Daniely Hodrové ... *na okraji chaosu... Poetika literárního díla 20. století* a přináší mimo jiné také nový pohled na paratextovou problematiku.

rámec X	interpretace, ohlasy aj.	<i>epitext</i>
rámec A	kniha (<i>knižní a grafický rámec</i>)	<i>peritext</i>
rámec B Ba	titul dedikace motto předmluva začátek	<i>textový rámec</i>
rámec Ca hlavní text	předmluva u nalezeného rukopisu či dekameronu	
rámec Cb	doslov/poznámka u nalezeného rukopisu či dekameronu	
rámec B Bb	konec doslov poznámky dodatky obsah	<i>textový rámec</i>
rámec A	kniha (<i>knižní a grafický rámec</i>)	<i>peritext</i>
rámec X	interpretace, ohlasy aj.	<i>epitext</i>

Tabulka č. 2: Rámcový přístup ke knižním textům

Hodrová pracuje s tzv. rámcem knihy. Jak můžeme vidět v tabulce č. 2, artefakt knihy utváří několik rámců – především knižní, grafický, textový. Za hlavní rámec pokládáme samotnou knihu, přesněji desky knižní vazby, které primárně vymezují začátek a konec knihy. Už v knižním rámci najdeme některé obligátní peritexty (například název titulu a jméno autora). Grafický rámec sestává z určitého počtu stran, které se svou úpravou značně odlišují od následujícího vlastního textu knihy zejména svojí textovou nezaplňeností – například situace, kdy je jedna strana vyhrazena pouze na autorskou dedikaci. Tento prostor bychom mohli srovnat s tzv. „neurčitou zónou“, o níž se zmiňuje Lenka Müllerová – tj. momentem

¹⁷ MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 17–21.

paratextualizačního procesu, který dává potenciálnímu čtenáři prostor se rozhodnout zda pokračovat v recepci dalšího textu, nebo nikoliv. Ve výčtu knižních rámců uvádí Hodrová také dva paratextové rámce, čímž odkazuje na znalost Genettovy studie. Rámec epitextu označuje Hodrová jako rámec X a metaforicky jej přirovnává k jakémusi „sémantickému oparu“ obestírajícímu dílo a dávající mu smysl. Prostor pro peritextové ilokutní působení v genettovském pojetí bychom našli mezi rámcem X a rámcem A.¹⁸

Jako přínosnou studii, vztahující se k paratextové otázce, hodnotíme disertaci Lenky Müllerové – *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století* z roku 2009, která se v nejbližší době dočká i knižního vydání. Müllerová přejímá základní genettovské třídění a rozšiřuje ho ještě o další knižní texty, které jsou součástí paratextualizace, ale nebyly dosud podrobněji popsány.

peritext	
<i>neverbální</i>	formát, edice (řada), materiál, typografie, titulní strana a příslušenství, sazba a vydání, vizuální prvky
<i>verbální</i>	jméno autora, titul knihy a mezititulky, dedikace, motto, předmluva, doslov, názvy kapitol a mezititulky, poznámka, komentář, nakladatelské texty v užším smyslu

Tabulka č. 3: Rozšíření genettovské paratextové typologie

- obálkové texty
- propagační texty a reklama
- prvky otvírající text
- texty s vydavatelskými a technickými údaji
- texty čtenářské reflexe

Vychází ze základního genettovského hlediska, tj. prostoru, ale další subtypy rozlišuje pomocí doplňujících genettovských aspektů – tj. aspektu času, materiality, pragmatiky a funkčnosti.

Podrobněji se věnuje nakladatelským verbálním peritextům, tj. především textům na obálce a propagačním nakladatelským textům, které se snaží propagovat

¹⁸ HODROVÁ, D. a kol: ... *na okraji chaosu... Poetika literárního díla 20. století*. Torst, Praha 2001, s. 212–225.

jednak produkt (knihu) a jednak nakladatele – odkazuje například na jeho další produkci.¹⁹

Při srovnání se statickou Genettovou typologií působí tato koncepce daleko pružněji a dynamičtěji. Müllerová totiž zohledňuje nové (především marketingové) prvky, které se dostávají do knižního rámce. Navíc obohacuje starší základní přístup o reflexi výskytu persvazivních textů na obálkách či přebalech knih, které oproti předchozím obdobím knižní kultury zásadně změnily svou funkci.

1.4 Funkce paratextu v knize

Paratexty jsou metatextovou rovinou knihy – tj. sekundární texty odvozené od jiného textu, v našem případě textu primárního.²⁰ Sekundární knižní texty se podřizují primárnímu autorskému textu ve všech směrech – formou, povahou, existencí i svou funkcí. Genette shrnuje několik základních funkcí: *zprostředkovávací* – zprostředkování identity primárního textu, *interpretační* – návod k interpretaci díla, *závazkovou*. Müllerová tento výčet rozšiřuje o funkce transakční, persvazivní a propagační, apelující na emoční stránku lidské osobnosti. Nejdůležitější funkcí však zůstává organizační akt komunikace mezi tvůrcem a příjemcem textu.²¹

Role paratextů v knize je naplněna také skrze jejich informační nasycenost a identifikační efekt na jejich recipienta. Dále slouží čtenáři jako návod jakým způsobem a s jakým očekáváním přistupovat k autorskému textu. Nakladatelské marketingové strategie jsou zahrnuty do funkce propagační. Cílem této ekonomicky motivované strategie je persvazivní účinek na potenciálního kupce a svého naplnění dosahuje v okamžiku koupě knihy. Řemeslně zvládnutá kniha může zapůsobit jako persvazivní estetický objekt. Do jisté míry souvisí s účinkem funkce předchozí – existují lidé, kteří se při koupi knihy zaměřují pouze na její materiální a vizuální stránku.

¹⁹ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 63–73.

²⁰ Srov. LOTKO, E.: *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Vydavatelství UP, Olomouc 2005. Heslo *metatext*, s. 72.

²¹ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 21–22.

2 Populární literatura

2.1 Vztah „vysokého“ a „nízkého“ v literatuře

Na základě poznatků literární teorie a sociologie můžeme hovořit o dvou hlavních sférách literární komunikace, které odpovídá i dvojitá vrstva literární produkce. Haman v tomto smyslu mluví o literatuře triviální a kreativní.²²

Od doby zrodu masové literatury stojí proti sobě různé názory na její roli a funkci. Peter Liba²³ uvažuje nad dvojitým komunikačním modelem, tj. populární literatury jako okraje umělecké literatury a populární literatury jako samostatného centra. Podobně rozlišuje dva modely literatury i Pavel Janáček²⁴ – konzervativní a moderní – přičemž první model je postaven na literatuře umělecké, v rámci které stojí populární literatura jako její kaz, tj. jako nežádoucí element. Druhý koncept absorboval populární literaturu v celé její šíři.

S kvalitativním štěpením literatury na lehkou a uměleckou četbu, které jsou jako protipóly přirozeně stavěny do protikladu, souvisí i otázka polarity jejich čtenářského publika. Lehká, triviální literatura má oporu v masovém čtenářském zájmu. Umělecká literatura je naopak specifická svou výlučností a je předmětem zájmu intelektuálnějšího, a tedy užšího, čtenářského spektra. Badatelská činnost literárních kritiků a teoretiků se však zaměřuje jen na druhý celek v celé jeho šíři a hodnotí především originalitu a kvalitu autorské práce. Nad otázkou, zda se literární věda má zabývat populární četbou, se polemizuje.

Oldřich Sirovátka v eseji *Literatura na okraji* srovnává situaci v literatuře s jinou uměleckou oblastí, a to s hudbou – jako se proti sobě staví populární a umělecká četba, tak se rozlišuje hudba vážná a populární.

Literární kritika vytváří jakýsi „kánon“ literatury, jíž přiznává vyšší umělecké hodnoty. Populární literatura spadá mimo zájem kritiky a svoje největší kritiky nachází právě mezi čtenáři. Názorně to můžeme vidět na příkladu detektivního žánru, protože v žádném jiném není tolik odborníků mezi neliteráty. Karel Čapek ve svých esejích na téma okrajové literatury uvažuje nad možnostmi a ambicemi literatury, nacházející se mimo epicentrum kritických analýz, ale těšící se přízni čtenáře.

²² Srov. HAMAN, A.: *Literatura z pohledu čtenářů*. Čs. spisovatel, Praha 1991, s. 5–9.

²³ LIBA, P.: *Kontexty populárnej literatúry*. Bratislava, Tatran 1981, s. 5.

²⁴ Srov. JANÁČEK, P.: *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Host, Brno 2004, s. 22–23.

„...kritika nemá pokdy, aby si všimla toho, co čtou statisíce neznámých čtenářů. Kritika musí pojednat o sbírce 17 básní, vydaných ve 250 číslovaných výtiscích. Zajímá se o literaturu, ale nezajímá se o její okraj. Jenže na tom okraji se najde ledacos: především lid.“²⁵

V českém prostředí vzniklo několik studií k okrajové literatuře. Tradici zkoumání „nižší“ slovesné produkce započal Karel Čapek ve svých esejích o různých typech konzumní četby – o novinách, pouličních písních, kalendářích, kriminální próze, ženském sentimentálním románu a dalších. Nejvíce bylo napsáno k problematice detektivního žánru, namátkou Jan Cigánek a *Umění detektivky* (1962), Hrabákova *Napínavá četba pod lupou* (1986) nebo kniha Pavla Gryma *Sherlock Holmes a ti druzí* (1988). Jiným žánrů populární literatury se věnuje podstatně méně. Připomeňme alespoň titul Oldřicha Sirovátky *Ach, ta láska* (1984), který se věnuje ženské četbě. Po roce 1989 literární věda nevěnovala tématu okrajové literatury příliš pozornosti. Vznikla monografie Pavla Janáčka *Literární brak: operace vyloučení, operace nahrazení*, v níž podrobně mapuje život braku v českém prostředí v období let 1938–1951. Janáček přesně vystihuje to, jak byl brak vnímán cenzurními a kritickými aparáty už od svého vzniku v jediné větě – „Brak jako „zlý“ výrobek, poškozený a nefunkční, předurčený k zpětné přeměně na surovinu, jež by dávala naději na dobrý a užitečný výtvar.“²⁶ V úvodním slově pak poukazuje na inklinaci české literární kultury k obavám z populární kultury a na existenci citlivé hranice „vysoké“ a „nízké“ literatury. Nejnovější publikací je *Literatura přes palubu* (2010) Antonína K. K. Kudláčka. Přestože autorův přístup k vývoji literatury je přinejmenším velmi osobitý, mohou být myšlenky v jeho statích pro čtenáře podnětné.

2.2 K terminologickému vymezení populární literatury

Terminologie, snažící se pojmenovat proud inferiorní literatury, který prostupuje napříč čtenářským spektrem už po dvě stovky století, zůstává v literárněvědeckých kruzích spornou otázkou. Podstatná část dostupné terminologie je determinována určitým časovým obdobím knižní kultury a přirozeně tedy přistupuje k této problematice rozdílnými měřítky. Triviální, pokleslá, nízká, masová, konzumní, bulvární – z pejorativního charakteru většiny těchto přívlastků cítíme tendence vymezovat inferiorní literaturu z pohledu uměleckých hodnot reprezentativního

²⁵ ČAPEK, K.: *Marsyas čili Na okraj literatury*. Fr. Borový, Praha 1984, s. 200.

²⁶ JANÁČEK, P.: *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Host, Brno 2004, s. 21.

vzorku literatury krásné. Uvědomme si však, že uvažujeme nad literaturou naplňující nejpodstatnější ze svých funkcí, a to funkci zábavnou. Řečeno slovy Karla Čapka, mimo vlastní literární počiny také horlivého obránce žánrů literárního okraje, především pak detektivek: „...čekám od umění, aby bylo jistou kratochvílí; nebo řekněme jakýmsi potěšením. Já vím, že má nad to jiné, velké a tajemné úkoly; ale tento není z posledních.“²⁷ Stejným směrem se ubírají i úvahy osvícenského filozofa Françoise A. M. Voltaira: „Všechny žánry jsou dobré, kromě nudných.“²⁸

Jako zastřešující pro čtenářsky úspěšné knihy bychom mohli užít obecnější termín populární literatura (dnes užívaný více oproti staršímu a hodnotícímu triviální literatura). V českém prostředí s sebou populární literatura nese širší spektrum významů, a tak se vedle sebe mohou ocitnout knihy rozdílných uměleckých kvalit – na jedné straně klasická braková kniha se všemi svými specifiky, na druhé například bestseller čtenářsky oblíbeného autora, který ale nemusí být umělecky nízký. Populární literatura většinou chce být chápána jako součást literárního života a nelze jí toto právo zcela upírat, protože tvoří většinu toho, co se vydává a čte.

Jiří Urbanec²⁹ uvádí jako vhodnější a jednoznačnější označení masová literatura, pojem spadající spíše do oblasti sociologie literatury, ale zahrnující v sobě hledisko kvantity čtenářského zájmu a současně i kvantitu nakladatelské produkce. Výrazy „masový“ a „populární“ v sobě navíc neobsahují hodnotící prvek kvalitativní, na jehož základě se tato literatura většinou vymezuje. V souvislosti s populární četbou se můžeme ještě setkat (i u našich teoretiků – například u Josefa Hrabáka) s termínem paraliteratura, případně polská literární věda mluví o tzv. třetím proudu literatury, nacházejícím se mezi vysokou uměleckou literaturou a nejnižší triviální.

Mluvíme-li o populární literatuře, pak bychom se měli dotknout i pojmu literární brak a vysvětlit jejich vzájemný vztah. Populární literatura, jak jsme definovali výše, je pojem významově nadřazený literatuře brakové, která je vnímána jako užší název pro triviální texty vystavěné zpravidla na stejných nebo velmi podobných principech.

²⁷ ČAPEK, K.: *Marsyas čili Na okraj literatury*. Fr. Borový, Praha 1984, s. 117.

²⁸ HADALA, J.: *Člověk a kniha. Úvod do nakladatelské specializace*. Karolinum, Praha 1993, s. 104.

²⁹ Srov. URBANEC, J.: *K terminologickému vymezení pokleslé literatury* [online, cit. 5. 3.2011]. Dostupné z WWW: <<http://ubk.fpf.slu.cz/pracovnici/urbanec/doc/kterminologickemu.doc>>.

Kdy a kde se objevil termín „brak“? Pavel Janáček³⁰ uvádí jako nejranější doklad o užívání pojmu brak informaci o jeho hromadění v knihovnách, otištěnou v čísle České osvěty z roku 1906. *Seznam nepřátelské, závadné, zastaralé a nežádoucí literatury* z 50. let 20. století vymezuje brak jako literaturu „líčící barvitými efekty různé děje s cílem upoutat čtenářovu pozornost k bezvýznamným věcem postrádajícím jakoukoli výchovnou tendenci, nebo právě naopak jsoucími s výchovnými tendencemi v příkrém rozporu.“³¹ Ideologicky podmíněné jsou postoje Josefa Hrabáka – tj. brak jako literatura, která odvádí pozornost čtenáře od důležitých společenských událostí – a Vlašínova *Slovníku literární teorie* – tj. brak jako „dílo, jehož účelem je poskytovat vzrušení širokým čtenářským vrstvám a které nedbá na uměleckou a ideovou hodnotu. Vyznačuje se nedostatkem původní invence, chudou a mechanickou kompozicí, potlačením psychologickým a vůbec složitějších prvků románové skladby, naivní motivací, nevyplývající z charakteru postav, falešným morálním závěrem a neuměleckostí jazykového projevu (např. kovbojky, dívčí románky). Ekonomické a ideologické podmínky pro samotné šíření braku vytvořil buržoazní systém.“³²

Brak (z něm. *brack* = zmetek) dnešní věda vymezuje jako imanentní složku literatury populární. V minulosti jej nazývali také jako literaturu bulvární, tj. dostupnou za malé peníze na bulvárech (širokých městských ulicích). Dodnes se braku vyčítá podbízivost vkusu širokých lidových vrstev – odtud označení brakové knihy jako pokleslého umění.

K základním vlastnostem populární literatury patří její žánrová pestrost, která se neustále vyvíjí a pružně reaguje na aktuální čtenářské potřeby. V rámci žánrové diferenciaci je pak možno stanovit míru umělecké pokleslosti nebo pouhé podbízivosti konkrétního textu. Dějově atraktivní příběhy – tj. dobrodružné, kriminální, erotické, milostné nebo i science fiction – byly vždy čtenářsky úspěšné.

V populární literatuře je potlačena originalita a individualita autora i díla, naopak se dodržují žánrová a subžánrová specifika textu a materiální podoby knihy. V rámci žánru se vytváří příznačný korpus, který dává příběhu základní tvar. Na autorovi textu je pak volba postav a určení jejich rolí v zápletkách děje. Žánrová

³⁰ Srov. JANÁČEK, P.: *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Host, Brno 2004, s. 10.

³¹ ŠÁMAL, P.: *Soustružníci lidských duší: lidové knihovny a jejich cenzura na počátku padesátých let 20. století: (s edicí seznamů zakázaných knih)*. Academia, Praha 2009, s. 219–221.

³² VLAŠÍN, Š.: *Slovník literární teorie*. Československý spisovatel, Praha 1977, s. 471.

schematičnost se projevuje ve všech liniích díla – v námětu, kompozici i volbě jazykových prostředků. Kompozice příběhu je vždy završena happyendem, ať je děj sebekomplikovanější – odtud plyne původ označení „pohádka pro dospělé“, tj. dobro zvítězí a vše dobře dopadne.

Populární knihy signalizují svou žánrovou příslušnost především vizuálním a materiálovým zpracováním, díky kterému dokážeme knihu spolehlivě identifikovat a zařadit do kontextu literatury. Nejdůležitějším komunikátorem je samozřejmě obálka – barevná nebo jinak nápadná, někdy až kýčovitá, ale plnící svou primární funkci, totiž upoutat pozornost. Obálka nesmí postrádat výrazný titul knihy, jež má napovědět téma a žánr knihy. Obálka ve vsí své výstřednosti a atraktivnosti vzbuzuje u potenciálního čtenáře očekávání o obsahu.

2.3 Vývoj populární literatury napříč stoletími

Úkolem následující kapitoly je zmínit klíčové okamžiky ve vzniku a vývoji populární literatury. Za jejími počátky musíme do ciziny do období renesance, kdy v prostředí bohatých šlechtických rodin vznikají první moderní čtenářské komunity, pro jejichž čtenářský požitek psali i mnozí slavní spisovatelé, například v Itálii Dante Alighieri.³³ Velikost čtenářského publika se několikanásobně zvětšila po Gutenbergově vynálezu tiskařského lisu v polovině 15. století³⁴. Knihtisk se záhy stal revolučním prostředkem v šíření informací a jeho existence promluvila do budoucího vývoje mnoha oblastí lidské činnosti – v našem případě do růstu knižního trhu, jeho publika a pojmání knihy jako zboží pro masy. Během dalšího století knižní produkce zvolna zesílila, ale až do 18. století bylo vlastnictví a četba knih sociálně-hierarchizovanou záležitostí spojenou především s existencí soukromých knihoven. Kniha má v této době vysokou cenu, proto si ji mohou dovolit jen ti movitější.

Na přelomu 18. a 19. století propuklo masové čtenářství v pravém slova smyslu, a to díky postupnému zavádění povinné školní docházky a tedy povinnosti základního vzdělání, k němuž gramotnost jistě patří. Navíc je základem čtenářské kompetence, tj. schopnosti recepce textu v jeho tištěné podobě. Pokud bychom neměli gramotné čtenářské publikum, nemohli bychom se bavit přirozeně ani o masovém čtenáři a jeho literatuře.

³³ Srov. ŠMEJKALOVÁ, J.: *Knihy. K teorii a praxi knižní kultury*. Host, Brno 2000, s. 70–83.

³⁴ Záměrně uvádíme obecnější časové zařazení, protože letopočet vzniku knihtisku se v některých monografiích liší až o desítku let – většinou se udávají data v rozmezí let 1445–1450.

V meziválečném období sehrál klíčovou roli ve vývoji populárního čtení rozmach moderních zábavných a kulturních prostředků, tj. hlavně filmu, rozhlasu a později i televize. Literatura musela na tuto skutečnost včas zareagovat, a tak zvolila strategii přiblížení se čtenáři do jeho osobního prostoru prostřednictvím levných paperbackových knih. Levným knihám na stáncích čtenáři rychle přivykli – paperback totiž splňoval požadavky grafické, ekonomické, a především je dostupný širokému okruhu čtenářů.³⁵ Uvedení paperbackové knihy na trh znamenalo pro knižní produkci 30. let 20. století další kvantitativní nárůst. Ve stejném období u nás vznikla první velká síť biografů a došlo k paradoxnímu jevu, když česká filmová dramaturgie čerpala z populárních témat brakové literatury, stejně jako popularity konkrétních titulů nebo známého autora jména.

Koncept zhoubné četby, která ve svých důsledcích fatálně poškozuje jedince a také společnost, se rodil na evropském kontinentu už od 18. století. Do prostoru veřejné literární komunikace se dostaly texty, jevící se jako podřadné vzhledem k dobovým vysokým hodnotám literatury a racionální osvícenské kultury jako celku. Přelom 18. a 19. století charakterizuje Pavel Janáček jako období „strachu z románu“. Strach z oblíbenosti zhoubných knih a přílišného vznícení čtenářské fantazie svírá nejen evropské země – jako hrozící nebezpečí je chápán i v americkém prostředí, kde románovou beletrii srovnávají s jedem, jež tráví mysl lidí.³⁶

V literatuře přelomu 19. a 20. století můžeme pozorovat štěpení na dva kvalitativně odlišné proudy, tj. proud umělecký a proud populární. Oficiální umělecká literatura, vyznačující se uměleckou hodnotou a ambicí vzdělávat a kultivovat svého čtenáře, odráží estetické hodnoty, normy a postoje doby. Na tuto literaturu se kromě vzdělaného čtenářského publika zpravidla orientuje také většina literárních periodik a především literární kritika a věda, která na základě vývoje tohoto proudu literatury sepisuje literární dějiny. Proud populární zahrnuje triviální komerční četbu a orientuje se na masového čtenáře. Literatura se tak na přelomu století stává součástí masových zábavních prostředků.

Kritika populární četby trvala kontinuálně po celou dobu její čtenářské oblíbenosti, jen si pokaždé našla jiné východisko – estetickou hodnotu, filozofický koncept nebo ideologický záměr. S otázkou ideologicky motivované snahy odstranit brak

³⁵ Srov. SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Československý spisovatel, Praha 1990, s. 56–57.

³⁶ Srov. JANÁČEK, P.: *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Host, Brno 2004, s. 20–32.

ze společnosti si v českém kulturním prostředí spojíme se dva totalitní režimy, které vnímaly brak jako něco, co narušuje a podlamuje jejich vizi společenských hodnot. S tendencemi vymýtit brak jde ruku v ruce jeho co nejpřesnější charakteristika, klíčová pro vznik seznamů nevhodných knih a cenzurní zásahy. Zmiňme, že na těchto seznamech se scházely jak texty primárně triviální, tak i díla autorů nepohodlných – za nacismu židé, za komunismu především emigranti. Praktické kroky (selekce a cenzura rukopisů) usilující o odstranění braku ze socialistické literatury, vedly k stírání hranice mezi „vysokou“ a triviální literaturou.

2.4 Formy a rámce populárního čtení

Historie zábavné četby začíná hluboko v minulosti a její počátky jsou spojeny s prvopočátky slovesné tvorby a s lidovým folklórem. Karel Čapek viděl počátek rodokmenu zábavné literatury v pohádkách, bibli, antické literatuře, ve středověkém eposu a v dalších nejstarších literárních památkách. Ačkoli muselo lidové čtení od počátku odolávat četným výtkám mířeným proti jeho pokleslosti, budoucí vývoj ho profiloval jako velmi perspektivní žánr.³⁷

Za první masovou formu literatury považujeme tzv. volksbuchy, u nás známé pod názvem *knížky lidového čtení*, popisované jako fantastické povídky s napínavým dějem. Tyto příběhy měly své oblíbené hrdiny – například Fausta (*Historia o životu doktora Jana Fausta*) nebo Meluzínu (*Kronika o ctné a šlechetné Meluzíně*). Dalším mezníkem ve vývoji forem masového čtení byly tzv. *kramářské písně*, u nás oblíbené zejména v 16. a 17. století. Kramářské příběhy vycházely v hlavním městě (trhy, poutě,...), ale prostřednictvím kolportérů, tedy jakýchsi „roznašečů“, se dostávaly i do vesnic. Oldřich Syrovátka uvádí, že se tehdy distribuovalo až 30 000 tisků, což dokládá masový charakter této literatury.

Od 18. století se začaly prosazovat nové typy zábavné literatury, které se k českým čtenářům dostávaly prostřednictvím německých překladů. „Začalo kvést několik typů zábavné prózy, četby „pro vyrazení myslí“, jak se tehdy říkalo: rytířský román, loupežnický, hrůzostrašný a strašidelný, povídka výchovná, mravoučná a rodinná, i žertovná rozprávka.“³⁸ Nový literární trend si našel rychle odpůrce – Karel Sabina psal o těchto knihách jako o „odpadcích německé literatury“ – i příznivce, kteří začali vydávat první edice *kratochvilné lidové četby*.

³⁷ Srov. SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Československý spisovatel, Praha 1990, s. 12.

³⁸ Srov. SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Československý spisovatel, Praha 1990, s. 14.

Z těchto edic se nejvíce proslavila *Česká expedice* neboli *Česká novinárna V. Kramera*, založená roku 1790.

Zábavná literatura si své postavení mezi čtenáři upevnila v polovině 19. století. Nejprve prostřednictvím tzv. *románů na pokračování* nebo *románů na vystřihování*, které otiskovala dobová periodika. Rámcem pro četbu lidového charakteru byly tzv. *kalendáře*, které otiskovaly pouze kratší útvary – povídky, črty, humoresky.

Se vzrůstající popularitou u čtenářů se tyto příběhy postupně oddělily od novinového tisku a na počátku 20. století začínají vycházet samostatně v levných sešitech a v pravidelných periodách – vznikají tzv. *sešitové edice*. V každém sešitě z edice vyšel kratší román, ale v plné textové verzi, už ne na pokračování. Sešity pocházely z levného novinového tisku, tedy kvalita nebyla jejich prioritou, ale šlo o příběh.

Zakladatel sešitového románu v Čechách, Zdeněk Holfeld, stál za vznikem dalšího oblíbeného formátu, který vychází dodnes. Ze sešitového formátu se vyvinuly tzv. *pocketbooks* – levné *kapesní knížky*, u nás známé jako *rodokapsy* (zkrácený název pro „romány do kapsy“). U nás vyšel první v roce 1935 a zachovával si týdenní periodicitu. Během několika let se v rámci rodokapsů začaly profilovat různé žánrové specializace – například rodokapsy kriminální, detektivní, gangsterský, milostný nebo westernový. Kromě Holfelda je vydávalo nově také nakladatelství Melantrich. Pro názornost uvedme opět číselný údaj, který by doložil oblíbenost těchto příběhů. V období největšího rozkvětu románových sešitů činil roční náklad 15 miliónů, což znamená přibližně 500 až 600 textů ročně. Románové edice vycházely v sešitové podobě, cenově dostupné pro masu, a pak v klasickém knižním formátu pro čtenáře, kteří si mohli koupit knihy finančně dovolit. Braková literatura nikdy nebyla „duševním majetkem“ pouze nejnižších vrstev.³⁹

Románový sešit žije i dnes, téměř 100 let po svém vzniku, kdy jej některá česká nakladatelství stále nabízí ve svém knižním sortimentu – například brněnská Moba vydává krimi a western. Formát i rozsah rodokapsů zůstal zachován. Současnou variantou rodokapsů jsou ještě tzv. *dodokapsy* („dobrodružství do kapsy“), vydávané nakladatelstvím Olympia.

³⁹ Srov. SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Československý spisovatel, Praha 1990, s. 35–45.

2.5 Detektivka

Josef Poch⁴⁰ rozlišuje konzumní četbu dvojího druhu – literaturu romantických činů, odpovídající vkusu mužské části masového čtenářského publika, a literaturu romantických citů, která je vlastní ženám. A právě láska všech podob a dobrodružný western se stávají největšími konkurenty zločinu.

Škvorecký v postavě detektiva vidí jakéhosi rytíře v civilních šatech, který zjedná cestu k právu.⁴¹ Detektivka vychází z dějové zápletky s opakujícím se motivem zločinu a hlavní pozornost autora i čtenáře se posléze upíná na logické rozuzlení konkrétního případu. Jako specifikum tohoto žánru, kromě pátrání po zločincích, lze chápat velikost jeho čtenářské obce. Obdivovatele detektivek najdeme jak mezi „unavenými chirurgy a vysílenými vědci“⁴², tak i mezi lidmi obyčejnými.

Jednu z možných odpovědí na otázku proč je detektivka tolik oblíbená nabízí Karel Čapek v eseji *Holmesiana čili O detektivkách*⁴³. Podle něj se čtenář zabývá zločinem právě pro jeho možnost. Vzrušuje ho představa, co a jak dokonale je možné spáchat. Za nejsilnější motiv detektivní četby označuje motiv kriminální. S hladem po zločinu působí současně i stejně silná potřeba po naplnění spravedlnosti a práva. Detektivka má být především zábavným čtením, ale můžeme na ni nahlížet také jako na „pohádkové“ podobenství naplněného dobra a potrestaného zla, tak i kritiku policejní práce (proto si vytváří ideál geniálního detektiva).

V prvních bulvárních tiscích 19. století si nachází prostor a své pravidelné čtenáře tzv. *černé kroniky*, mapující dobovou kriminalitu. Oblíbená byla také *kriminální reportáž*, která je všeobecně spojena se jménem francouzského právníka Françoise G. de Pitavala. Pitaval sesbíral několik pozoruhodných případů ze soudní síně a ve formě reportáží je vydal pod názvem *Slavné a zajímavé případy a rozsudky*. Vytvořil specifickou formu, pro niž se ustálil pojem tzv. pitavalu. Reportáže vycházely od roku 1734 a jejich celkový počet se vyšplhal až k magické stovce případů. Pro českého čtenáře vychází původní Pitavalovo dílo ve dvou výběrech – *Slavné kriminální případy I* (1966) a *Slavné kriminální případy II* (1967).

⁴⁰ Srov. SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Československý spisovatel, Praha 1990, s. 17.

⁴¹ ŠKVORECKÝ, J.: *Nápady čtenáře detektivek*. Interpress, Praha 1990, s. 46.

⁴² Tamtéž, s. 7.

⁴³ Srov. ČAPEK, K.: *Marsyas čili Na okraj literatury*. František Borový, Praha 1941, s. 200–223.

Těžiště detektivky vznikalo v zahraničních literaturách, především v anglické, americké a francouzské. Josef Škvorecký⁴⁴ spojuje zárodek detektivky s poezií Edgara Allana Poea a tvrdí, že detektivka se zrodila z jeho poezie⁴⁵.

Nicméně v souvislosti s Poeovou tvorbou uvažujeme o počátku detektivky, jak ji známe dnes. Poe byl jedním z autorů, kteří se snažili zpracovávat témata triviální literatury na umělecké úrovni. Vedle detektivního žánru, hororu a dobrodružných povídek napsal Poe také první sci-fi. Co se týká detektivek, spočívá jeho přínos ve vytvoření prototypu detektiva Augusta Dupina a vymezení základních žánrových postupů, z nichž čerpali inspiraci jiní autoři po celé další století. V období let 1841–1845 napsal pět detektivních povídek – tři „pařížské novely“ (*Vraždy v ulici Morgue*, *Záhada Marie Rogétové*, *Odcizený dopis*) a povídky *Vrah jsi ty!*, *Zlatý brouk*. Nejprve vycházely časopisecky, teprve později knižně.

První detektivní povídka *Vraždy v ulici Morgue* byla otištěna v roce 1841 v *Graham's Lady's and Gentleman's Magazine*. Zde se vůbec poprvé čtenář seznamuje s detektivem Dupinem, jehož osoba vystupuje i v ostatních pařížských novelách. V povídce *Zlatý brouk* (1843) vytváří Poe ještě jednoho detektiva jménem William Legrand, která je ale v rámci jeho tvorby spíše epizodická a v dalším vývoji žánru nemá takový význam jako jeho kolega Dupin, přestože jsou si v mnohém podobní.

Na Poeův odkaz navazuje téměř za čtvrt století francouzský autor Émil Gaboriau *Případem vdovy Lerougeové* (1866). Ve francouzském prostředí tak vzniká první detektivní román a nový prototyp postavy tzv. velkého detektiva. Gaboriaův detektiv slyší na jméno Lecoq a na svých případech spolupracuje s panem Tabaretem. Gaboriaův. Záměr učinit hlavním hrdinou policistu byl od Gaboriaua vzhledem k dobovým poměrům ve Francii odvážný tah. Policie totiž měla špatnou pověst a ve společenském žebříčku byla kladena až k úrovním nejnižším.

Momentem vývoje detektivního žánru, na který chceme upozornit, je modifikace původní detektivní povídky na román, žánr 19. století. Románová forma umožnila rozvést původní zápletku a rozuzlení o více falešných stop, dějových

⁴⁴ Srov. ŠKVORECKÝ, J.: *Nápady čtenáře detektivek*. Interpress, Praha 1990, s. 12–13.

⁴⁵ Svě tvrzení opírá o deduktivní postup při psaní básně Havran, Poeova životního díla. Podle Škvoreckého konstruoval děj až poté, co si stanovil konečný účinek díla (tj. délku básně a její pocit smutku). Deduktivní postup při tvorbě pak přirovnává k práci policie – závěr tragédie je znám a úkolem je zjistit příčiny a souvislosti.

odboček, úvah a také hlubší psychologii postav. Prvky krásné prózy v detektivce ale nejsou obecně vnímány jako přínosné – především kvůli rozvleklosti děje a množství dějových odboček. Oproti románu má stále „navrch“ klasická detektivní povídka či novela. Jako první detektivní román vůbec vychází v roce 1862 *Notting Hill* Charlese Felixe, sestavený z dopisů pojišťovacího vyšetřovatele, snažícího se objasnit jedno podezřelé úmrtí. Hlavním tématem je tedy hledání vraha. Do příběhu jsou vloženy různé dokumenty související s vyšetřováním – mapa, oddací list, části dopisů. Notting Hill inspiroval další detektivní tvůrce, i samotného A. C. Doylea.

V další fázi žánrového vývoje nahrazuje postavu tzv. velkého detektiva celý policejní aparát. Tuto žánrovou inovaci sledujeme poprvé u Wilkiho Collinse a jeho románového hrdiny seržanta Cuffa, člena policejního sboru v Scotland Yardu, v případě *Měsíčního kamene* (1868). Měsíční kámen je navzdory své románové formě považován za nejlepší klasickou detektivku vůbec.⁴⁶

Velký detektiv se opět dostává ke slovu prostřednictvím sira Artura Conana Doylea a jeho povídek o Sherlocku Holmesovi, detektivovi z Baker Street. Detektivní povídky měly pro Doylea význam vedlejšího psaní, tj. psaní pro přivýdělek. Chtěl se věnovat žánru daleko vážnějšímu (historické próze), avšak v této oblasti se mu nedařilo zdaleka tak dobře a paradoxně jej proslavil literární hrdina, kterého bytostně nesnášel. Postava Sherlocka Holmese zpopularizovala nejen svého autora, ale především detektivní žánr. První holmesovský příběh vychází roku 1887 pod názvem *Studie v šarlatové*. Během roku 1891 píše, současně při práci na druhém historickém románu, další detektivní příběhy, tentokrát na zakázku jednoho amerického časopisu. Vzniká druhý román *Podpis čtyř* a Sherlock Holmes se stává slavným. Na *The Strand Magazin*, ve kterém postupně vycházela Holmesova dobrodružství, se stávaly první knihkupecké fronty. Doyle si postupem času vypěstoval ke svému hrdinovi tak silnou averzi, že se rozhodl pro jeho likvidaci. Roku 1893 v povídce nazvané příznačně *Poslední případ*, tak učinil. Co jistě nečekal, byla odezva Holmesových obdivovatelů, kteří začali chodit po londýnských ulicích se smutečnými páskami, a co víc, pokládali věnce k tiskárně, kde se povídky tiskly a veřejně usilovali o „vzkříšení“ svého hrdiny.⁴⁷ Doyle nakonec neodolal nátlaku nakladatelů a čtenářů napsal *Psa baskervilského* a čtenářům „oživil“ jejich hrdinu

⁴⁶ FIDO, M.: *Svět Sherlocka Holmese. Fakta a mýty o největším detektivovi všech dob*. Jota, Brno 2005, s. 107.

⁴⁷ Srov. ŠKVORECKÝ, J.: *Nápady čtenáře detektivky*. Interpress, Praha 1990, s. 22–23.

v povídce *Prázdný dům*. „Sherlock Holmes se stal přesně tím, čím o třicet let později první filmové hvězdy: projekcí romantických tužeb ušlápnutého velkoměstského človíčka, realizací jeho snu.“⁴⁸

Největším kontinentálním rivalem Sherlocka Holmese byl lupič-gentleman Arsène Lupin, duchovní dílo francouzského autora Maurice Leblanca. Lupin o sobě dává poprvé vědět roce 1907 a jeho sláva strmě roste až do počátku první světové války. Cyklus *Neobyčejná dobrodružství Arséne Lupina* vycházel mezi léty 1908–1929 a překročil hranici dvaceti svazků. Do češtiny bylo přeloženo osmnáct z nich. Lupina nahrazuje v pozici génia zločinu Fantomas a jeho tvůrci Pierre Souvestre a Marcel Allain. Postavu Fantomase objevil detektivní svět v roce 1911, kdy se poprvé postavil detektivu Juvovi.

Ameriku, třetí rodnou zemi detektivek, ovládli hned tři detektivové – Nick Carter, Tom Shark a Léon Clifton. Jejich dobrodružství se levně prodávala v šestákových sešitových edicích, které měly v Americe tradici už od dob prvních deseticientových románů (*dime-novels*), později nahrazených sbírkami povídek (*dime-novels pulp magazines*). Na základě první úspěšné povídky Johna Coryela, zveřejněné v roce 1886 v *New York Weekly*, vznikly série příběhů o Nicku Carterovi – *Nick Carter Weekly* a *Nick Carter Stories*, vydávané po třicet let. Další dva detektivové Tom Shark a Léon Clifton bývají považováni za modifikace postavy slavného detektiva Cartera, přičemž každý z nich se zabíral jiným teritoriem – Shark se pyšnil nálepkou světového detektiva a Clifton spravoval chicagskou lokalitu.

Legendou generace detektivů po Sherlocku Holmesovi byla bezpochyby postava policejního agenta v penzi Hercula Poirota. Jeho komickou postavičku nevymyslel nikdo jiný než Agatha Christie, titulovaná právem jako královna detektivky. Christie se stala celosvětovou legendou a také nejprodávanější autorkou svého žánru a její knihy se tiskly ještě ve stovce jazykových mutací. První příběh s Poirotem napsala během první světové války. Kniha vyšla v roce 1920 pod názvem *The Mysterious Affair at Styles* – do češtiny překládáno jako *Záhada na zámku Styles*. Christie vytvořila ve svém rozsáhlém díle ještě několik dalších postaviček – například detektivní pár Tommyho a Pentličku, slečnu Marplovou, pana Harleje Quina, Parkera Pya a Ariadne Oliverovou.

⁴⁸ Srov. ŠKVORECKÝ, J.: *Nápady čtenáře detektivek*. Interpress, Praha 1990, s. 41.

Se světovými detektivy se český čtenář měl možnost setkat prostřednictvím překladů a přepisů cizích verzí. V roce 1906 u nás začínaly v sešitkových edicích vycházet tzv. cliftonovky. Jak pokaždé spolehlivě uváděla poznámka na titulní straně, vznikly tyto povídky „dle zápisů amerického detektiva Leóna Cliftona“. Jako nejznámější autor cliftonovek se uvádí A. B. Šťastný – učitel, který se začal živit triviální literaturou. Cliftonovy příběhy slaví úspěch – zejména mezi léty 1906–10, kdy měsíčně vychází kolem 10 svazků měsíčně.

Ve 20. a 30. letech se mezi české čtenáře dostávaly další překlady autorů klasických detektivek (G. Leroux, M. Leblanka, A. Conan Doyle, A. Christie). Souběžně s překlady se někteří čeští autoři pokoušeli o vlastní tvorbu. Nejdřív napodobovali cizí vzory, a tak se kriminální příběhy dál odehrávaly v londýnských ulicích ponořených do husté mlhy nebo na venkovských sídlech anglické šlechty.

Česká detektivka se zrodila spolu s pražskou detektivkou – *Tajemství obrazárny* (1928) a *Muž a stín* (1932) – Emila Vachka. I Karel Čapek, milovník kriminálních záhad, se pokoušel rozvíjet detektivní zápletku ve svých *Povídkách z jedné kapsy* a *Povídkách z druhé kapsy* (1929). Ve 30. letech začínaly kulminovat otázky, zda detektivka patří do literatury. Odpověď na otázku dávala vydavatelská praxe: kriminální povídka a román žily na čtenářském výsluní jako málokterý jiný druh zábavné literatury.

Po druhé světové válce zažívala detektivka citelný úpadek. Není divu. Nestvůrnosti a zločiny, které popisovala, se ani neblížily životní realitě za války. K pohybu uvnitř žánru došlo během 50. let, kdy se čeští autoři pokoušeli najít její novou náplň detektivek a určit její místo v socialistickém systému. Detektivek se „ujalo“ Státní nakladatelství a zakládá knižnici Klubu čtenářů.

I v české detektivce se objevovaly postavy velkých detektivů, i když ti čeští nebyli světových jmen. K nejoblíbenějším patřili detektiv Klubičko, Karlíček nebo Horác. Velkého detektiva v Čechách definitivně zrušila Eva Kačírková ve svých povídkách souborně vydaných jako *Masožravé rostliny* (1975) – v jejím podání se detektivem stává obyčejný člověk, který se stane náhodným svědkem zločinu a následně pátrá po jeho příčinách a důvodech.

O přetrvávající oblibě žánru svědčí speciálně vymezený prostor pro detektivky ve většině veřejných českých knihoven. Detektivka se také nadále objevuje v edičních plánech několika českých nakladatelství. Například pražské nakladatelství BB Art, zaměřující se edičně právě na masového čtenáře, si už od roku 2004 drží

5.–6.místo v žebříčku roční knižní produkce v České republice. Není snad prodejnost detektivního dobrodružství důkazem jeho žádanosti?

Za znak popularity detektivního žánru můžeme považovat také různé parodie a napodobeniny nejznámějších případů a motivů. Existují různé skupiny a čtenářské kluby přátel detektivek – největší a nejproduktivnější (i co se týká vlastní publikační činnosti) je *Česká společnost Sherlocka Holmese*, nesoucí ve svém logu typickou siluetu nejslavnějšího detektiva. Další institucí věnující se detektivnímu žánru je česká sekce AIEP (Asociace autorů detektivní a dobrodružné literatury), která každoročně udílí prestižní ceny v oblasti detektivní tvorby. Konkrétně vyhlašuje cenu Havrana za nejlepší detektivní povídku roku a Cenu Jiřího Marka za nejlepší detektivní román. Díky nakladatelství XYZ je obnovena soutěž o Cenu Eduarda Fikera o nejlepší rukopis.

3 Paratexty a strategie

3.1 Krátce českému knižnímu trhu

Český knižní trh se vyznačuje řadou specifíků. V minulosti prošel několika fázemi, spojenými především s politickým a společenským vývojem. Do jisté míry byl vždy ovlivňován i hospodářskou situací v zemi. Z hlediska velikosti (odvozuje se podle počtu potenciálních čtenářů) se řadí mezi střední knižní trhy na světě.⁴⁹ V jeho prostředí působí trendy, ovlivňující nakladatelskou činnost a knižní produkci, tj. trendy sezónní a trendy dlouhodobějšího, kontinuálnějšího trvání.

Sezónní aspekt je spojen s konkrétními periodickými obdobími roku a tzv. sezónními knihami – tj. léto, kdy tradičně stoupá prodej různých turistických příruček a průvodců, dále mezidobí srpen/ září a příprava dětí a studentů na zahájení nového školního roku (týká se především nákupu učebnic a odborné literatury). Největší nápor pro všechna nakladatelství a knihkupectví znamenají Vánoce, kdy všechny subjekty na knižním trhu dosahují nejvyšších obrátů i tržeb.

Aspekty dlouhodobějšího charakteru vycházejí z kontinuálního pozorování knižního trhu nejen jeho subjekty⁵⁰, ale shodně závěry uvádí i materiál různých studií a výzkumů na téma čtenářského zájmu a života knižní kultury jako celku. Obecně se mluví o odlivu zájmu o beletristická díla. Statistiky za rok 2010 vypovídají nikoliv o poklesu, ale o stabilizaci objemu beletrie na trhu a také stabilizaci její čtenářské základny. Současný knižní trh je ovlivněn rostoucí poptávkou po literatuře faktu, odborných titulech, překladech zahraničních autorů a zvyšuje se poptávka po kvalitní literatuře pro děti. Již několik let se také živě debatuje nad knihou jako elektronickým médiem a jeho možnostmi v moderní době. Právě minulý rok 2010 vyhodnotili odborníci v této otázce jako zlomový, tedy za rok razantního nástupu elektronických knih (e-books) a čteček (e-readry). Na čtenářský zájem o elektronickou knihu začínají pochopitelně reagovat i knihovny, které do svých služeb zařazují možnost zapůjčit si čtecí zařízení, ovšem za nemalý zálohový poplatek. Svým čtenářům v tomto ohledu vyšly vstříc prozatím jen velké knihovny⁵¹ v Praze, Brně, Hradci Králové, Vsetíně a Jablonci. Zvyšuje se počet nakladatelů, kteří vydávají knihu ve dvojí formě,

⁴⁹ PISTORIUS, P.: *Jak se dělá kniha. Příručka pro nakladatele*. Paseka, Praha – Litomyšl 2005, s. 11.

⁵⁰ Pod označením *subjekty knižního trhu* myslíme vydavatelství, knihkupectví, knižní distributory, knižní velkoobchody.

⁵¹ Například Moravská zemská knihovna v Brně vlastní čtyři čtečky, které jsou dostupné k zapůjčení všem registrovaným čtenářům na dobu jednoho týdne.

tj. tradiční tištěné a elektronické.⁵² E-books tradiční knihu nenahradí, ale pravděpodobně dojde ke společné koexistenci těchto dvou forem knihy na trhu. Rádi bychom zmínili ještě jeden dlouhodobý faktor, který významně promlouvá do produkce českých nakladatelů, a to je otázka zvyšování DPH u knih. Při retrospektivním pohledu na úroveň DPH minulých let zaznamenáváme jeho kontinuální růst – 5 % (do roku 2002), 9 % (do roku 2009), 10 % (od roku 2010) a na období 2012–2013 je avizováno další navýšení, a to na hodnotu 14 respektive 17, 5 %, což by náš knižní trh zařadilo mezi země s nejvyšší mírou zdanění knižní produkce na světě.⁵³

3.2 Paratextová variabilita v praxi

Cílem druhé části práce bude upozornit na paratextové zpracování některých titulů české knižní produkce. Uvědomujeme si šíři a různorodost jejich výběru, ale právě tato skutečnost dává prostor pro pochopení variability a širokých možností paratextů jako funkčního prostředku nakladatelských strategií. Další obrazový materiál k této kapitole je doložen v přílohách.

3.2.1 Populárně naučná literatura

Jako příklad paratextově pozoruhodně zpracované knihy z oblasti non-fiction představujeme knižní debut ekonoma Tomáše Sedláčka. První vydání vyšlo v roce 2009 pod hlavičkou Nakladatelství 65. pole, které funguje od roku 2007 jako vedlejší aktivita majitele⁵⁴ při provozovně grafického studia, které je primárním zdrojem financování jeho nakladatelských aktivit. Název byl odvozen od šachovnice (sestávající z 64 polí), přičemž 65. pole naznačuje jakýsi přesah běžné knižní nabídky na trhu. Produkci nakladatelství tvoří převážně poezie, několik prozaických titulů a vzpomínkových próz. Téměř vždy jde o texty nových mladých autorů nebo autorů z okruhu přátel nakladatele.

Během let 2009 a 2010 obsadila Sedláčkova *Ekonomie dobra a zla* pozici absolutního bestselleru na českém trhu. Tento titul se prodával dokonce lépe než beletrie čtenářsky populárních autorů jako je Dan Brown nebo Michal Viewegh. Na konci ledna 2010 překročil hranici 33 000 prodaných výtisků a nachází své čtenáře i dnes, více než dva roky po vydání, kdy se pohybuje mezi 20.–30. příčkou seznamu nejprodávanějších titulů v ČR. Kniha, předkládající veřejnosti netradičně

⁵² Srov. CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio 5/ 2011*, č. 2, s. 8–10, 40–41.

⁵³ Srov. CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio 5/ 2011*, č. 2, s. 8–10.

⁵⁴ Tomáš Brandejs

zpracované ekonomické téma, se objevuje v období celosvětové finanční krize, která se začala dotýkat všech obyvatel v zemi. Zacilení na širší čtenářskou základnu je zřejmé, jak z popularizačně pojatého primárního textu, tak i z paratextového vybavení knihy.

Knihy vyšla v brožované vazbě s obálkovým přesahem, využitým k záložkovým textům (*viz příloha č. 1b*). Omezený prostor přední obálkové záložky vyplnil nakladatel několika typy textů. Jedním z nich jsou široce položené otázky – „Vyplácí se dobro? Je správné konat dobro jen proto, že z toho plyne užitek? A není lepší se raději neptat a jen tiše počítat náklady a zisky?“⁵⁵ – na něž není odpovězeno, tudíž lákají čtenáře k recepci primárního textu knihy, v kterém pak bude očekávat jejich zodpovězení. Následující záložkové texty se týkají představení autorovy osoby a tematického a obsahového přiblížení jeho textu. Záložka je navíc ozvláštněna vizuálním prvkem (*viz příloha č. 1a*) – při rozevření záložky dojde ke spojení autorova půl-portrétu, tvořícího pozadí záložky, s jeho druhou (tj. levou) částí dominující obálce. Zadní záložka je věnována autorovým životopisným a profesním údajům.

Nejexponovanějším místem knižního rámce pro nakladatelské peritexty je obálka (*viz příloha č. 1a*). Přední části obálky dominují dva paratexty – portrét autora (neverbální peritext) a titul knihy (verbální peritext). Tomáš Sedláček získal mediální popularitu už před vydáním své knihy, kdy byl v médiích spojován s Václavem Havlem jako jeho poradce. Jeho černobílou portrétovou fotografií, vyplňující velkou část přední strany obálky, tak vnímáme jako významný persvazivní prvek, hrající roli při identifikaci autora (spojení jména s fyzickou podobou) a jeho vlastního díla. Fotografie na sebe upozorňuje velikostí, titul je nápadný především zvolenou barvou písma. Zvýraznění titulu je na místě. Právě titul hraje v paratextovém svazku nejdůležitější úlohu, což dokládá i jeho umístění na obálce (tj. prvním kontaktním prostoru knihy s potenciálním zákazníkem), patitulu (uveden bez podtitulu a jména autora, čímž je narušena párovost paratextů autor/– titul), hlavním titulu, v tiráži (jako ze zákona povinný údaj). Název titulu se opakuje také na hřbetu knihy, kde podléhá hierarchii nakladatelství, titul, autor.

Název knihy naplňuje několik funkcí současně – knihu reprezentuje, tj. je identifikátorem ve vztahu k dílu, láká čtenáře a poskytuje mu návod k recepci (prostřednictvím svého sémantického významu nebo skrze podtitul), dále může být

⁵⁵ SEDLÁČEK, T.: *Ekonomie dobra a zla: Po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. Nakladatelství 65. pole, Praha 2009, přední záložka.

deskriptivního (popisného), konotativního (založeného na hře významů) a reklamního (persvazivního) charakteru. Titul *Ekonomie dobra a zla* bychom z hlediska typologie titulů⁵⁶ zařadili k tematickému typu. Podtitul *Po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi* označujeme za podtitul temporální. Nejvýznamnějším komunikátorem v paratextovém svazku obálky ale nadále zůstává černobílá fotografie autora, která dominuje obálce velikostí a svou identifikační funkcí, tj. spojení fyzická a onyma (skutečného jména) autora.

Zadní strana obálky je považována za čtenářsky nejfrekventovanější místo knihy, proto je (spolu se záložkovými texty) významným prostorem pro komunikaci nakladatele a potenciálního kupce.⁵⁷ Na zadní straně obálky (*viz příloha č. 1a*) nacházíme komentáře osobností, které jsou mediálně známé, ale nikoliv ekonomicky fundované – Jan Kraus, herec a moderátor, Tomáš Halík, religionista a katolický kněz. Dvojici v tomto ohledu laických komentátorů doplňuje Jan Švejnar, jako jediný zástupce ekonomické obce.

Sedláčkův debut je paratextově botatý i v prostoru dalších rámců. Jako silně persvazivní hodnotíme textový rámec, kde na samostatné stránce nacházíme krátký text Václava Havla (*viz příloha č. 1d*). Podstatná část Havlova komentáře je nakladatelem použita další k propagaci na reklamní pásce přes knihu. Havlův text nabývá referenční funkce vzhledem k autorovi. O koupi či percepci knihy často rozhoduje jediný správně uchopený a použitý paratext. V tomto případě bychom za nejdominantnější sekundární text tohoto rámce mohli označit právě Havlův text. Osoba bývalého prezidenta je naší společností vnímána jako vážená autorita, a tak explicitní spojení autora primárního textu s jeho jménem může na potenciálního zájemce o knihu zapůsobit silně persvazivně – tj. má potenciál být tím jediným paratextem, který „prodá“ knihu. V textovém rámci je vymezeno dostatek prostoru pro autorský peritext, který se zde objevuje ve formě dedikace a rozsáhlého poděkování osobám (*viz příloha č. 1e*), které podle autora nesou podíl na vzniku a knižním vydání textu. Dedikace je krátkým textem, v němž autor věnuje knihu zpravidla některé sobě blízké osobě. Dedikace může mít dvojí podobu – autor věnuje konkrétní osobě (nebo osobám) jen jeden výtisk své knihy, tj. mluvíme o rukopisné (vepsané) dedikaci;

⁵⁶ Roslišujeme titul metatextový (žánrový, rematický) a tematický, který se ještě dál vyděluje na popisný (protagonistický, replikový, temporální) a symbolický (metaforický). Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 93–105.

⁵⁷ Srov. tamtéž, s. 165.

druhou variantou dedikace je její otištění v knihách celé edice.⁵⁸ Rozdíl mezi těmito peritexty spočívá v jejich charakteru privátnosti (vepsané osobní věnování) či veřejnosti (tištěné věnování). Popularizační forma knihy je signalizována aktualizačním číslováním stran, tj. obligátního nakladatelského neverbálního paratextu – u čísla aktuální strany je zároveň uveden odpočet stran do konce (*viz příloha č. 1c*).

Ekonomie dobra a zla je nepochybně knihou s kvalitním svazkem paratextů. Variabilitu paratextové komunikace podporuje i aspekt kvantity sekundárních textů, která zvyšuje úspěšnost při komunikačních příležitostech s potenciálním zájemcem o primární text.

3.2.2 Dětská literatura – poezie

Stabilitu v roční nakladatelské produkci minulého roku 2010 vykazuje spolu s non-fiction také dětská kniha – uvádí se podíl 7,8 %⁵⁹ na knižním trhu, který zůstává přibližně na stejné úrovni od roku 2008. Vydávání literatury pro děti je specifickou oblastí, což dokazuje profilace a specializace několika nakladatelství⁶⁰. Propagaci dětské knihy se u nás věnuje několik i několik celorepublikových projektů. Za všechny zmiňme už tradičně pořádaný (od roku 2003) Veletrh pro dětskou knihu v Liberci a Den pro dětskou knihu (od roku 2006), což je každoroční akce veřejných knihoven zacílená na podporu čtení u dětí.

Jedním z úspěšných nakladatelů dětské knihy je Meander, založený v roce 1995. Za dobu působení na trhu si vytvořil dobré renomé, založené na pečlivém přístupu ke každé vydané knize jako k uměleckému dílu⁶¹. Knihy Meandru platí za řemeslně zvládnuté ve všech ohledech, a proto bývají oceňovány nejen malými (ne)čtenáři, ale sbírají uznání i mezi odborníky. Jako ukázkou práce s paratexty dětské literatury uvádíme knihu poezie pro děti *Kam až smí smích*, vydanou v roce 2009 jako 29. svazek v umělecké edici *Modrý slon*. Kniha je výsledkem práce tří mladých tvůrců – malířky Anny Neborové, ilustrátorka, spoluautorka obálky a titulu, Radka Malého, autora básní, a Marka Pistory, grafika a typografa.

Při tvorbě paratextového svazku pro dětskou knihu dochází ke specifickému jevu v cílení potenciálního zákazníka. Většinou děti kupují knihy jejich rodiče a prarodiče, čili jsou to právě oni, které se snaží nakladatelé prostřednictvím knižních

⁵⁸ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009, s. 118.

⁵⁹ CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio 5/ 2011*, č. 2, s. 40.

⁶⁰ Mezi další nakladatelství, která se věnují dětské knize, patří například Albatros a Fragment.

⁶¹ Meander věnoval umělecké knize dokonce zvláštní edici nazvanou *Modrý slon*.

paratextů oslovit v první fázi paratextualizace, tj. první kontaktní fázi s knihou. Dětskou knihou tedy prostupuje jakási paratextová „duálnost“ – koexistence paratextů cílených na dvě různé skupiny rodiče a děti, ale najdeme také paratexty s podobným účinkem na obě skupiny.

V knize bychom celou řadu paratextů, tak se pozastavíme jen nad nejvýraznějšími z nich. Jméno Marka Pistory bychom měli zmínit v souvislosti s nápaditou a hravou typografií knihy, především specifického designu písma titulu (*viz příloha č. 2a, 2c*). Design totiž evokuje podobu stavebnice Merkur, oblíbenou hračku generace dnešních rodičů. Názorný příklad toho jak lze prostřednictvím dobře promyšleného (i když třeba jediného) paratextu persvazivně ovlivnit potenciálního kupce. Nápaditost tohoto identifikačního paratextu je vždy klíčová pro další budoucnost díla. Hravá stavebnicová písmena se kromě tvrdých desek opakují i na hlavním titulu, v dedikaci, předmluvě, doslovu, nadpisech obsahu, v číslování stránek aj. V knize pro děti jsou klíčové ilustrace a půvabné postavičky Anny Neborové potěší nejen na děti, ale i rodiče. Dalším významným aspektem knihy je promyšlená práce s barvou. Ilustrace a grafiky v knize využívají základní barevné palety. I když je kniha tematicky určena spíše starším dětem (předškolákům, školákům), nelze úplně vyloučit ani zájem mladších dětí, které sice ještě neumí číst, ale mohou v knize poznávat věci, které už ze své zkušenosti znají – zvířátka z ilustrací a základní barvy. Knižní rámec uzavírají dva krátké autorské paratexty (*viz příloha č. 2a*), subjektivně referující o každém z autorů.

Nahlédneme-li do vnitřních rámců knihy, najdeme na copyrightové stránce veřejnou autorskou dedikaci – *Christine, Martě a Jakobovi*⁶² – sestavenou z merkurových písmen (*viz příloha č. 2a*). Zvláštností edice *Modrý slovy*, v níž knížka vyšla, je vepsaná autorská dedikace – prvních sto výtisků edice je autorem a ilustrátorem číslováno a signováno. Kniha dodržuje párovost předmluvy a doslovu, přestože současný trend vychází spíše z jejího narušování. V předmluvě autor primárního textu přímo oslovuje konkrétní čtenářskou skupinu – „Milé děti,...“⁶³ – a následně jí vysvětluje, co znamená slovo lyrika (*viz příloha č. 2c*). Prostor předmluvy je ještě doplněn o tematickou ilustraci lyry. Doslov (*viz příloha č. 2d*) Violy Fischerové naopak cílí na rodiče, kteří jsou hned na začátku a poté ještě několikrát osloveni. „Milí rodičové čtenářů a nečtenářů,... I knížky pro děti jsou zbožím, kde, pokud jde

⁶² MALÝ, R.: *Kam až smí smích*. Meander, Praha 2009, s. 4 (copyrightová stránka).

⁶³ MALÝ, R.: *Kam až smí smích*. Meander, Praha 2009, s. 5.

o autory, je jako všude mnoho povolaných — a málo vyvolených. Knížka Radka Malého a Anny Neborové patří k těm vzácnějším. Jeho básně jsou chytré, plné směšných nápadů jak jazykových, tak situačních, a navíc ještě je to poezie. A jedlá. Já jako dítě bych tedy tenhle jejich slabikář brala.⁶⁴ Cítíme jednoznačně persvazivní hodnotící podtext, tj. doslov psaný se záměrem oslovit rodiče jako potenciální kupce knihy a přesvědčit je o kvalitách primárního textu a nutnosti rozlišovat mezi dobrou a špatnou dětskou knihou. Z paratextů textového rámce bychom ještě rádi upozornili na obsah (*viz příloha č. 2b*), který je aktualizován směrem k dětskému čtenáři. Kniha sestává ze tří částí, které signalizuje barevná stránka s názvem aktuální části a tematickou ilustrací na protilehlé straně. Barevné odlišení jednotlivých částí knihy promítá nakladatel i do obsahu – název části knihy je odlišen jemu odpovídající barvou písma. Na první pohled detail, který ale může být dobrým orientačním prvkem pro čtenáře. Za autorským textem je umístěna dvoustrana propagující uměleckou edici *Modrý slon*. Sudá strana informuje o vydaných titulech. Protilehlá lichá strana nabízí seznam připravovaných titulů edice.

3.2.3 Původní česká beletrie

U krásné prózy bychom se rádi pozastavili nad jejími rámci a rámováním. Kniha jako nositel informací a vzdělanosti má svou dlouholetou tradici, během níž se formovala její vnější i vnitřní podoba. Krásná literatura byla pojmenovaná podle estetické krásy jak textu, tak vnějšího knižního rámce. Hodrová⁶⁵ se v souvislosti s proměnou díla ve 20. století zmiňuje o jakési asymetričnosti díla, projevující se právě narušováním jeho tradičních rámců – knižního, grafického i textového. Knižní rámec, zdůrazňovaný na úkor rámce textového, se nápadněji než v minulosti obrací k trhu a potenciálnímu kupci, tj. zvýraznění vychází z ekonomických podnětů a zájmů nakladatele.

Rámec knihy je určen existencí knižní podoby díla a je důležitým prostorem pro paratextualizační proces mezi nakladatelem (popř. autorem díla) a potenciálním recipientem a kupcem. U krásné literatury, jež by měla být věrná své tradici „krásné“ knihy, se projevuje ovlivnění populárními formami – tj. především měkkou vazbou a nejnověji také e-knihou.

⁶⁴ MALÝ, R.: *Kam až smí smích*. Maender, Praha 2009, s. 90.

⁶⁵ Srov. HODROVÁ, D. a kol.: *...na okraji chaosu... Poetika literárního díla 20. století*. Torst, Praha 2001, s. 212.

Kniha s měkkou vazbou neaspiruje na věčnost, narušuje základní knižní rámec díla. Měkké desky dělají z knihy jeden z pomíjivých produktů současné civilizace – kniha se stává spotřebním zbožím, neaspiruje na věčnost.⁶⁶ V úvodu kapitoly věnovaném českému knižnímu trhu jsme se zmiňovali o současném sílícím trendu mezi nakladateli – tj. vydávání jednoho rukopisu v několika verzích současně.

Topolova próza *Chladnou Zemí* vyšla v roce 2009 v několika formách – klasická vázaná kniha, kniha s brožovanou vazbou a e-kniha. Narušení knižního rámce určeného knižními deskami je zřejmé. Topolova kniha se vymyká tradičnímu knižnímu artefaktu i v prostoru textového rámce tím, že je veřejná autorská dedikace umístěna až do posttextového prostoru (viz příloha č. 3b). Autorská dedikace je nezvyklá i svou obsáhlostí. Autor totiž děkuje jmenovitě všem, kteří jakkoliv přispěli ke vzniku knihy – „Adéle Kováčové za první a Zuzaně Jürgens za poslední pečlivé a kritické čtení... Stephanu Krullovi za inspirující rozhovory. Míše Stoilové za orientaci v jazyce přátel...“⁶⁷ Podobně vycházela i druhá próza spisovatelky Petry Soukupové *Zmizet* (viz příloha č. 3a). První vydání z roku 2009 bylo uvedeno na trh jako kniha s klasickou vázanou vazbou a pevnými deskami, 2. vydání z roku 2011 už jako brožovaná kniha s měkkou obálkou. U brožované varianty knihy jsme objevili netradiční řešení v otázce umístění záložkových textů. Nakladatel nevyužil přesahu měkké obálky k vytvoření záložkového prostoru, jak obvykle bývá zvykem, ale záložkový text otiskl přímo na druhou (tj. vnitřní) stranu titulního obálkového listu. Texty referující o díle a autorce jsou v 1. vydání rozděleny mezi dva textové prostory (tedy dvě záložky), tady se slévají v jednom vymezeném prostoru. Důsledkem nedostatečného prostoru nebyla do 2. vydání knihy zařazena portrétová fotografie autorky.

3.2.4 Překladová literatura

V oblasti překladové literatury vytvořili čeští nakladatelé za minulý rok 2010 nový rekord – podíl vydaných překladů v celkovém objemu knižní produkce přesáhl třetinu (35,4 %). Česká republika se tak dlouhodobě řadí mezi země, kde překlady tvoří významný podíl celkové knižní produkce.⁶⁸ Právě překládání knih z cizích jazyků (především z angličtiny) se stává jedním z charakteristických aspektů českého

⁶⁶ Srov. HODROVÁ, D. a kol.: *...na okraji chaosu... Poetika literárního díla 20. století*. Torst, Praha 2001, s. 212–225.

⁶⁷ TOPOL, J.: *Chladnou zemí*. Torst, Praha 2009, s. 140.

⁶⁸ CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio* 5/ 2011, č. 2, s. 40.

knižního trhu polistopadového vývoje. Tento trend má své logické vysvětlení – český jazyk není světový a prostřednictvím překladů získává český čtenář spojení se světovou knižní kulturou. Překládání cizojazyčných knih do naší mateřštiny se rok od roku zrychluje, a tak dochází k rychlému zaplňování trhu, jehož důsledkem je růst konkurence mezi subjekty knižního trhu a přirozeně začíná i boj o čtenáře.

Nakladatelství XYZ vstoupilo na trh v roce 2004 a za dobu své existence si upevnilo pozici v produktivitě mezi dalšími nakladateli. Ve vlastní produkci je XYZ velmi rozmanité – vydává beletrii, autobiografie, literaturu historickou i literaturu faktu, encyklopedie, knihy pro děti a od roku 2010 rozšířilo svou nabídku o populární audioknihy.

Hugh Laurie, britský herec a příležitostný hudebník, debutoval svou prvotinou *The Gun Seller* už v roce 1998. O deset let později vyšel český překlad jeho debutové knihy u nakladatelství XYZ pod názvem *Obchodník se smrtí*. Titul se téměř okamžitě zařadil mezi bestsellery roku 2008. Hugh Laurie se do širšího povědomí české veřejnosti dostal současně s premiérou seriálu *Dr. House*, v němž ztvárnil hlavní postavu doktora. Většina Čechů si spojovala jeho osobu se jménem seriálové postavy, tj. dr. House, ale jej nebyla schopná identifikovat podle skutečného občanského jména. Zřejmě i z tohoto důvodu dostala česká obálka odlišnou podobu oproti obálkám originálním. Hercova tvář dominuje nejen paperbackové obálce (viz příloha č. 4), ale také celému paratextovému svazku knihy – tj. stala se klíčem a významným nonverbálním identifikačním prvkem v paratextové komunikaci.

Laurieho román se hlásí k populárnímu detektivnímu subžánru thrilleru, s nímž se pojí i jisté paratextové zvyklosti – tj. především zvýraznění knižního rámce. U českého zpracování obálky přechází výrazná obálka až v kýč, zejména kvůli volbě nápadných a vzájemně kontrastních barev. Obálka jako by se kresleným portrétem Laurieho hlásila s tradicí komiksových kreseb. Jako žánrově identifikační bychom mohli chápat motiv zbraně, mající souvislost s obsahem primárního textu – detektivní námět příběhu reflektuje i obálka (podobně jako v zahraničních verzích, kde je navíc propojená s titulem). Výraznými verbálními peritexty jsou titul a jméno autora. Titul je vsazen do prostoru tzv. komiksové bubliny, což dokresluje celkový kýčovitý design české obálky.

3.2.5 Původní česká beletrie v edici

Ediční činnost vytváří specifický profil každého nakladatele a zároveň patří mezi tradiční nakladatelské strategie v tom, jak si získat a udržet čtenáře, tj. udržovat si rovnováhu a stabilitu na trhu. Edice je výběrovou řadou knih, selektovaných na základě žánru, tématu, autora, popř. i jiných kritérií. Dlouhodobě úspěšné edice mohou časem přejít až k tradici nakladatele. Fenomémem se stala například edice kapesních vázaných encyklopedií *Oko* nakladatelství Albatros, vycházející od roku 1961.

Pistorius⁶⁹ zdůrazňuje dvě funkce edice – signalizační, tj. směrem vně, ke čtenářům, a stabilizační, tj. směrem dovnitř, k nakladateli, příp. redakci. Důležitým aspektem edice by tedy měl být rozlišovací prvek, abychom jako potenciální kupci či recipienti dokázali rozpoznat edici v rámci produkce nakladatele a druhou fází identifikace by mělo být rozlišení jednotlivé knihy v ediční řadě. Při tvorbě jakéhokoliv edičního počínu tedy bude hrát klíčovou roli obálka a její grafika jako hlavní identifikátor knih edice.

Za příklad ediční řady, splňující všechna výše zmíněná kritéria, jsme vybrali *Edici Petra Šabacha* a jeho povídek, vydávanou už několik let pod nakladatelstvím Paseka. Paseka je jedním z nakladatelství, které vzniklo krátce po politickém převratu v listopadu 1989. Nová liberální legislativa umožnila svobodu i v tomto druhu podnikání a pro 90. léta 20. století je příliv nakladatelů na knižní trh charakteristickým a často zmiňovaným jevem. Nakladatelský dům Paseka vznikl jako jeden z prvních soukromých nakladatelských subjektů v Československé republice, a to už v prosinci 1989. Od svých počátků se Paseka soustředila na vydávání titulů s historiografickou tematikou, kterým věnuje prostor a pozornost do dnešních dnů. Současná produkce nakladatelství však má, díky původní české i překladové literatuře, potenciál oslovit širší čtenářské publikum.

Cílem našeho rozboru je edice Šabachových povídkových knih. Nejpozoruhodnější na tomto nakladatelském počínu je na první pohled nápadité grafické řešení obálek a jednotlivých knih (*viz příloha 5b*). Jako grafik ediční řady je uveden v tiráži Jan Šabach. Příjmení napovídá příbuzenský vztah s autorem knih, v tomto případě jde o vztah nejbližší – otec a syn.

⁶⁹ Srov. PISTORIUS, P.: *Jak se dělá kniha. Příručka pro nakladatele*. Paseka, Praha – Litomyšl 2005, s. 119–120.

Příslušnost knih k edici je signalizována jednotným formátem knih (120x165 mm) a typickými knižními deskami, imitujícími školní sešit (červený – linkovaný, modrý – bez linek, zelený – kostičkovaný). Volba sešitu jako zásadního prvku knižního rámce edice Petra Šabacha není náhodná – symbolicky naráží na realie konkrétního historického období spojeného s dětstvím a mládím autora.

Obligátní v rámci přední obálky (*viz příloha č. 5a*) je umístění nakladatele v zápatí knihy. Ostatní obálkové paratexty, tj. párový paratext autor/titul, jsou v prostoru obálky aktualizovány prostřednictvím tematicky laděné grafiky či ilustrace. Netradiční práci s tímto párovým paratextem autora můžeme vidět u knih *Putování mořského koně* (2007) nebo *Občanský průkaz* (2006), kde je název titulu harmonicky propojen s hlavním grafickým motivem obálky, symbolizujícím primární text.

Prostoru zadní strany desek knihy bývá obvykle využíván k nakladatelským peritextům, které se snaží oslovit potenciálního čtenáře verbálním i neverbálním způsobem. Paratexty na tomto knižním prostoru jsou mnohdy jediným, co si čtenáři přečtou, než knihu koupí. Proto zde tolik vyzdvihujeme strategičnost umístění persvazivního paratextu do tohoto místa. Edice povídek Petra Šabacha se vymyká nakladatelským zvyklostem posledních desetiletí i v tomto ohledu. Zadní strana desek obsahuje pouze čárový kód a graficky je propojena s přední stranou desek i hřbetem knihy.

Právě grafické provedení jednotlivé knihy je oním rozlišovacím prvkem mezi tituly edice. Jako nosné paratexty této edice vycházejí neverbální nakladatelské peritexty. Propracovanost knižního rámce jednotlivých titulů a standardní typografie dalších rámců může na potenciálního zákazníka zapůsobit svojí materialitou, profesionalitou a čistotou práce a za to je mnoho lidí ochotna obětovat své peníze.

3. 2. 6 Edice cimrmanovského dramatu

Litomyšlsko-pražské nakladatelství Paseka vydává od 90. let 20. století edici *Divadlo Járy Cimrmana*, v níž rozeznáváme tři typy knih s rozdílnou nakladatelskou strategií a s ní související paratextovou vybaveností. Edice zahrnuje cimrmanovské monografie, texty Zdeňka Svěráka a Ladislava Smoljaka a třetí, nejrozsáhlejší, součástí edice jsou prepisy Cimrmanových divadelních her, vydávané ve formátu samostatných sešitů. Náklady sešitů se pohybují v řádech několika tisíců a jejich

prodejnost je velice vyrovnaná, což svědčí nejen o popularitě Járy Cimrmana, ale i o oblíbenosti této sešitové edice.

Na edici *Divadlo Járy Cimrmana* (viz příloha 6a) můžeme názorně demonstrovat nakladatelský neverbální paratext, tj. formát edice, materiál, typografie, titulní strana a její příslušenství, sazba, vizuální prvky aj., který zde nabývá specifického významu. Sám nakladatel se totiž prostřednictvím netypické paratextové výbavy knihy zapojuje do cimrmanovské mystifikační hry. Müllerová dokonce mluví o cimrmanovských paratextech jako o „prodloužené“ ruce primárního textu.⁷⁰ Sekundární texty v tomto případě dokreslují mystifikaci kolem primárního autorského textu. Sešity cimrmanovského dramatu porušují v tomto smyslu i tzv. rámce díla. Narušen je primární knižní rámec, a to už samotným sešitovým formátem a měkkou vazbou. Specifičnosti nabývá i grafický a textový rámec, imitující podobu knihy počátku 20. století. Mystifikace cimrmanovského dramatu přechází z primárního autorského díla až mimo jeho rámec, tj. jsou jím kontaminovány i texty sekundární a dokonce i fyzická (artefaktuální) podoba knihy. Jako recipienti vnímáme spolu s rozvolněním hranic primárního a sekundárního knižního textu i stírají hranice mezi realitou a fikčním cimrmanovským světem. Příkladem může být netradiční nakladatelský propagační peritext, který najdeme na zadní straně obálky sešitu (viz příloha č. 6a). Jde o výzvu nakladatele směrem ke čtenáři, popř. potenciálnímu kupci, vlastnit celý soubor her. Výzva je umocněna zapojením nakladatele do mystifikační hry – nabízí pro celý soubor sešitů tzv. Cimrmanovu dvouúčelovou kapsu, jejíž kouzlo spočívá v tom, že z ní lze sešity vysunout stejně snadno jako zasunout⁷¹. Na zadní straně obálky je otištěný seznam titulů edice, přičemž tučně zvýrazněné názvy označují vydané sešity, ostatní jsou připravované. Nakladatel zde upozorňuje na nechronologické uvádění těchto titulů na trh – „Z technických důvodů nebudou jednotlivé hry vydávány v chronologickém pořadí. Hry již vyšlé jsou pro Vaši orientaci vytištěny v tomto seznamu tučně.“⁷²

Paratexty nakladatelské jsou zároveň jednotící identifikační prvky ediční řady, tj. identická grafická a fyzická podoba sešitu, název edice, zobrazení edičního plánu a jeho realizovaných i nerealizovaných sešitů (viz příloha 6a).

⁷⁰ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: Paratexty v české literární mystifikaci. In Malý, R. (eds.) *Bohemica Olomouciensia*, 1/ 2011, s. 184–189.

⁷¹ CIMRMAN, J., SMOLJAK, L., SVĚRÁK, Z.: *Blaník*: (jevištní podoba historického mýtu). Paseka, Praha 1999, zadní obálka.

⁷² CIMRMAN, J., SMOLJAK, L., SVĚRÁK, Z.: *Blaník*: (jevištní podoba historického mýtu). Paseka, Praha 1999, zadní obálka.

Název edice – Divadlo Jára Cimrmana – je jednoznačně nejdominantnějším paratextem přední obálky, což je v takové míře téměř výjimečné. Nepřehlédnutelný je díky své velikosti a také díky výraznému zarámování dobovou ornamentovou kresbou. Název edice se ve stejném provedení opakuje i na titulu a patitulu. Uvedením jména fiktivní postavy jako spoluautora díla se rozehrává cimrmanovská mystifikační hra už na obálce. Jára Cimrman, univerzální vědec a nedoceněný český génius o jehož skutečných existenci a velkých činech nás neúnavně přesvědčují nálezy z pozůstalosti, vytváří specifický, Genettem⁷³ nepopsaný, nový typ autora. Müllerová jej označuje jako fictim⁷⁴. Shrneme-li popis paratextového svazku, tvořícího přední obálku sešitu, vychází nám hierarchie název edice, autoři, titul (popř. i podtitul) a název nakladatele, který zůstává neměnný svou formou i umístěním.

Další zajímavé paratexty (*viz příloha 6d*) nacházíme na přední záložce obálky, která se věnuje dokládání existence vynálezů českého génia, nebo obsahuje nová zjištění o jeho životě, osobnosti, o jeho vynálezech. Na přední záložce sešitu *Dlouhý, široký a krátkozraký* najdeme dokonce fiktivní úryvky z dobového (rovněž fiktivního) tisku, nazvaného *Nové Jičínsko, Ruch pod Blaníkem a Rokycanský Kurýr*.⁷⁵

Imitace dobového díla prostřednictvím typografie a specifických paratextů přechází z obálky i do vnitřních rámců knihy. Například na frontispisu (*viz příloha č. 6b*) je vždy umístěna mystifikační dobová fotografie s popiskou. Podobnou úlohu sehrávají paratexty imitující reklamní letáky a postupy počátku minulého století (*viz příloha č. 6c*). Paratexty frontispisu i posttextového prostoru dovádí mystifikační hru k dokonalosti.

⁷³ Genette rozlišuje trojí paratext autorova jména, a to anonym (beze jména), pseudonym (umělecké jméno; popř. jakékoli jiné jméno nesouhlasící se skutečným – např. někteří autoři vystupují i pod přezdívkou) a onym, tedy jméno skutečné, občanské.

⁷⁴ Srov. MÜLLEROVÁ, L.: Paratexty v české literární mystifikaci. In Malý, R. (eds.) *Bohemica Olomouciensia*, 1/ 2011, s. 184–189.

⁷⁵ CIMRMAN, J., SMOLJAK, L., SVĚRÁK, Z.: *Dlouhý, Široký a Krátkozraký*: (pohádka, která u dětí propadla). Paseka, Praha 1992.

4 Paratexty v edicích detektivní literatury

V poslední části práce se podrobněji zaměříme na edice detektivek, vydané v období let 2000–2010, a zhodnotíme je po stránce paratextové vybavenosti. Konkrétně budeme analyzovat ediční řady tří českých nakladatelství – Jota, Olympia a Víkend. Při hodnocení budeme sledovat knižní, grafický a textový rámec, tj. zaměříme se na verbální a nonverbální peritexty, jejichž souhra je pro detektivní literaturu podstatná.

4.1 Jota

Brněnské nakladatelství Jota působí na českém knižním trhu již 21 let. Už na počátku se profilovalo jako nakladatelství zaměřené na regionální autory, později rozšířilo svou produkci jak z hlediska tématu, tak i země původu knih. V současné době publikuje původní česká díla i překlady a řadí se mezi jedno z největších nakladatelství v České republice, které ročně vydává na desítky nových titulů a desítky dotisků úspěšných knih. Jota nabízí celou řadu edic, zahrnující beletrii, non-fiction i oblíbené průvodcovské příručky.

V rámci ediční řady *Sherlock Holmes* (viz příloha č. 7) vychází příběhy legendárního hrdiny v podání svého duchovního otce sira Arthura Conana Doylea a jeho pokračovatelů. Edice *Sherlock Holmes* zaznamenala čtenářský úspěch už v 90. letech 20. století a od roku 2008 vychází její nová rozšiřující řada, která se v nejbližší době rozroste o další titul. Edicí rozumíme publikační řadu sestavenou z knih, které byly selektovány podle jednotného kritéria (nebo kritérií). Rozhodujícím aspektem pro zařazení knihy do této edice byla osobnost slavného detektiva Holmese jako hlavního hrdiny příběhů. Ostatně napovídá to i její název. V předešlé kapitole jsme zmiňovali dvě hlavní funkce nakladatelské edice – stabilizační (směrem dovnitř, tj. k nakladatelství) a signalizační (směrem ven ke čtenářům). Za stabilizační prvek edice Sherlocka Holmese považujeme jednotný formát knih (210x140 mm), formu knižního rámce (vázaná vazba s přebalem) a jednotné grafické rozvržení obálky.

Soustředíme se nyní na obálkové paratexty. Na barevně neutrální pozadí obálky jsou vkládány barevně odlišené štítky jako prostor vymezený pro identifikační peritexty knihy – název edice, jméno autora, titul knihy (popř. i podtitul) a název

nakladatelství, tj. Jota. Hierarchie paratextů je zachována u všech knih edice v tomtéž pořadí i grafickém provedení. Jednotlivé tituly mezi sebou odlišuje ilustrace na přední straně obálky, tematizující prostředí příběhu, a především barva, která se mění hned na několika místech knihy – v barvě písma názvu edice a v barvě štítku, v němž je uveden titul knihy. Barevné rozlišení je zachyceno i na jejím hřbetu, kde paratextový svazek podléhá stejné hierarchii a používá shodných rozlišovacích barev titulu jako na obalu. V neposlední řadě bychom rádi upozornili na logo edice, které sice neplatí za obligátní peritext paratextového svazku, ale může zafungovat jako významný identifikátor edičního počínu. V případě názvu a tématu edice se přímo nabízelo využití tradičního holmesovského prvku. Logo s typickou siluetou profilu Sherlocka Holmese se opakuje na několika exponovaných místech knihy – v názvu edice na přední straně obálky, na hřbetu, titulní straně a zadní straně obálky. Spojení loga a názvu edice na přední obálce chápeme jako elegantní aktualizaci dvou paratextových prostředků podobných funkcí a účinků. Na hřbetě knihy není vypsáno celé logo edice, ale pouze iniciály „S. H.“ doplněné edičním logem, které v tomto místě, více než kde jinde, naplňuje referenční a identifikační funkci směrem vně edice. Peritexty referenčního a propagačního charakteru často vyplňují zadní strany knih. V tomto případě chybí a celý zadní prostor knižního rámce je vyhrazen jen pro logo edice, které ale v širším smyslu má referenční vztah k primárnímu textu, má-li potenciální kupec předchozí čtenářskou zkušenost s holmesovskými detektivními příběhy. Detektivní literatura se totiž vyznačuje schematičností napříč všemi vrstvami díla i postav. Postava Sherlocka Holmese je typická fyzickou podobou, způsobem přemýšlení i jazykovou charakteristikou – například obligátní věta „Je to prosté, Watsone!“ Dominantním verbálním paratextem obálky je titul knihy *Pan Doyle a doktor Bell*, doplněný podtitulem *Viktoriánské mysterium*. Titul bychom podle typologie Daniely Hodrové⁷⁶ označili jako popisný, popř. úžeji jako protagonistický. Zřejmě naznačuje postavy hlavní zápletky příběhu, kterou bude Holmes rozplétat. Temporální podtitul vypovídá o časovém období, v němž se primární příběh odehrává, a mysterium (tj. tajemství, záhada) signalizuje zápletku a současně i příslušnost k detektivnímu žánru.

⁷⁶ Hodrová rozlišuje titul tematický – popisný (protagonistický, replikou, temporální), symbolický (metaforický) – a metatextový (žánrový, rematický). Podtituly člení obdobným způsobem. Srov. HODROVÁ, D. a kol.: *...na okraji chaosu... Poetika literárního díla 20. století*. Torst, Praha 2001, s. 240–257.

Obálka knihy má výrazně velký přesah, čímž se zvětšuje prostor pro záložkové paratexty. Přední záložka je vybavena třemi typy peritextů – propagační text vzhledem k edici (uveden předchozí i následující titul), referenční a návodný text vzhledem k primárnímu textu a zbytek záložkového prostoru doplňují informace o literární osobnosti autora. Zadní záložka neverbálně, tj. obrazovými miniaturami obálek, odkazuje na knihy se sherlockovskou tematikou vydané v edici téhož nakladatele.

Co se týká textového rámce, obsahuje ve většině knih edice dedikaci a poděkování, které jsou z pravidla umístěny před autorským textem, a obsah, umístěný za ním. U třetího titulu edice *Poprava Sherlocka Holmese* dochází u otvírajících peritextů k nezvyklému jevu, totiž propojení úvodu, tj. *Úvodního slova doktora Johna H. Watsona*, s první kapitolou knihy. Jak jsme se již zmínili, kniha sestává z několika povídek, jež jsou vzájemně tematicky spjaty. Jednotlivé povídky výrazně odděluje slovní nadepsání kapitol (Jedna, Dvě, ...) a iluminační prvek na samém počátku textu. Povídka se ještě dále člení na kapitoly, které prokládají četné mezititulky, naznačující dějovou osnovu příběhu. Například mezititulky první kapitoly *Poprava Sherlocka Holmese* jsou uvedené v textu v tomto pořadí: Zmizení, Tribunál, Desátník u kavalerie, V hrobovém tichu, Odkaz Henryho Williamse, Bratr Mycroft, Návrat domů.⁷⁷ Pozoruhodným verbálním autorským peritextem je rozsáhlý poznámkový aparát, zabírající jedenáct stran přímo za primárním textem díla. Věcnými a bibliografickými poznámkami autor doplňuje a dokládá fakta primárního textu, přičemž každá povídka disponuje vlastními poznámkami. Prostor mezi poznámkami a obsahem vyplňuje dvojstrana, na níž je zachycena kompletní bibliografie autora.

Edice sherlockovských příběhů jistě osloví každého milovníka klasických detektivek. Pevný knižní rámec s hladkým přebalem dodává na kultivovanosti jednotlivé knihy. Paratextový svazek edice je postaven na čtenářské popularitě jeho jména (v názvu edice) a na charakteristických vlastnostech (například vyobrazení jeho typického profilu s dýmkou). Pokud bychom z paratextového svazku vyškrtli holmesovský prvek, který je jediným výrazným paratextem signalizujícím detektivku, mohl by knižní rámec posloužit i jinému žánru. Aktualizačním prvkem edice je rozsáhlý poznámkový aparát, díky kterému může čtenář lépe zapojit do pátrání a pochopit i myšlenkové dedukce velkého detektiva.

⁷⁷ DONALD, T.: *Poprava Sherlocka Holmese*. Jota, Brno 2008, s. 9–88.

4.2 Olympia

Nakladatelství Olympia vzniklo, v podobě jaké ho známe dnes, v roce 1991 transformací nakladatelského domu z 50. let 20. století, spojeného se státní institucí Československého svazu tělesné výchovy. S transformací společnosti získala Olympia novou tvář a dnes patří k nejproduktivnějším nakladatelům na trhu⁷⁸. Největší část produkce zaujímají beletristická díla, v nichž je hojně zastoupen i detektivní žánr a některá čtenářsky oblíbená jména jeho tvůrců – Quintin Jardine, John Connor, Alex Berenson, Dale Brown, Scott McBain aj.

K paratextové analýze jsme vybrali sérii detektivek oblíbeného skotského autora Quintina Jardina, a to kvůli její paratextové bohatosti. Edice o profesionálním i soukromém životě vyšetřovatele Oze Blackstonea vychází od roku 2004.

Edici Quintina Jardina (*viz příloha č.8*) bychom mohli použít jako ukázkou typického zpracování knižní řady – neutrální obálka a práce s odlišovací barvou. Znovu se setkáváme s aspekty signalizujícími příslušnost k ediční řadě, k nimž jistě patří obálka a jednotný formát knih (130x200 mm) a vazba knih (lesklá brožovaná bez přebalu). Knižní rámeček edice je ponořen do tmavých tónů, přecházejících do černé. Konkrétní svazek edice se rozlišuje pomocí barevného pruhu, vedoucího přes celou šířku obálky (tj. přední a zadní strana a hřbet knihy). Volbu temných barev na pozadí obálky už vnímáme jako žánrovou signalizaci – černá barva koresponduje s žánrem a současně dává téměř neomezený prostor pro hravost při barevném odlišení knih.

Nejdominantnějším paratextem přední obálky je jméno autora. Pozornost poutá svojí velikostí (vzhledem k prostoru obálky), nezvyklým vertikálním usazením a také volbou kontrastní barvy písma vůči tmavé obálce. V jejím levém horním rohu si můžeme povšimnout ikonky terče naznačující příslušnost knihy k detektivní četbě. Ikonku terče střídá od druhého svazku edice logo bestselleru. Upozornění nakladatele, že jde o bestseller, se na přední obálce většiny (první až šesté) knih objevuje hned dvakrát. Poprvé ve spojení s knihou (ikona), podruhé s autorem (v podtitulu výše vyobrazené první knihy edice) – *První z řady napínavých příběhů anglického autora detektivních bestsellerů*.

⁷⁸ Počet vydavatelů, kteří ročně uvedli na trh alespoň jednu knihu, se pro minulý rok 2010 pohybuje kolem 1900. Pro srovnání – 4875 je součet registrovaných nakladatelů k 31. 12. 2010. Srov. CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio 5/ 2011*, č. 2, s. 8–10, 40–41.

Symbolický titul je nápadný pravidelnou délkou (vždy dvouslovný, resp. spojení substantiva a prepozice) a zvýrazněním jeho druhé části (vždy polovina) – *Rakev pro dva*, *Oděna v purpur*, *Screen savers*, *Líbánky se smrtí*, *Otrávené třešně*, *Krutá spravedlnost*, *Volání o pomoc*, *Pro mou smrt*.

Agent Oz Blackstone, hlavní postava příběhů, se objevuje i na obálce. Do šestého titulu edice má jméno agenta své místo na zadní straně obálky, počínaje sedmým dílem edice se dostává do podtitulků na přední obálce, což si může dovolit jen čtenářsky populární postava. Uveďme konkrétní příklady – (sedmá kniha) *Krutá spravedlnost: Sedmý příběh Oze Blackstonea*, boj za čest rodiny – (osmá kniha) *Volání o pomoc: Stíny minulosti doženou i Oze Blackstonea* – (devátá kniha) *Pro mou smrt: Jsou ženy, které se provdaly za Oze Blackstonea, prokleté?*

Podtitulek (1. až 6. knihy) najdeme v jednotném formátu – *Již ...*⁷⁹ z řady *napínavých příběhů anglického autora detektivních bestsellerů*. Forma tohoto podtitulku má pro čtenáře maximální informační hodnotu. Odkazuje totiž na edici, autora a „umístění“ knihy v edici, čímž vzbouzí zájem čtenáře zajímat se o další knihy edice.

Mezitulky mají funkci jakési dějové osnovy příběhu a jsou tak přímou součástí kompozice. Jejich prostřednictvím probíhá selekce nejdůležitějších bodů děje, čímž je stimulovaná čtenářská zvědavost a očekávání závěru příběhu, tj. rozuzlení zápletky. V epické výstavbě zastávají funkci informativní, tj. předznamenávají a napovídají budoucí průběh děje, vybírají z něj nejdůležitější, vrcholné body a probouzejí u čtenáře zvědavost a napětí. Na mezitulky je bohatá první kniha edice *Blackstoneovy úklady*⁸⁰. Pro ukázkou uveďme alespoň dva z nich – *Kapitola druhá, ve které Dylan propadne depresi, my budeme mít štěstí a já popadnu příležitost za pačesy*; *Kapitola třetí, ve které Jan dostane šok, Primavera se setká s Wallacem a já získám spící partnerku*. Mezitulky mají specifický formát odlišný od ostatního textu – odlišnost ve velikosti písma, typu písma i jeho prokladu. V této knize je použit šablonovitý formát: *Kapitola číslo (první, druhá, ...), která/ ve které...* a pokračuje mezititulek. Navíc můžeme vysledovat propojení označení čísla kapitoly a mezitulku. Za povšimnutí stojí grafika i délka mezitulků – často zaujímají až pět řádků.

Obrazový doprovod nefunguje na čtenáře jako přímý persuasivní činitel, spíše je ilustračním obrazem, který dokresluje atmosféru obálky. Za povšimnutí ale stojí

⁷⁹ Číslo titulu v edici (první, druhý, třetí, čtvrtý, ...).

⁸⁰ JARDINE, Q.: *Blackstoneovy úklady*. Olympia, Praha 2004.

detailní charakter obrazem zachycených momentů – schody do bazénu, ultrazvuk lidského plodu, zpětné zrcátko auta apod. Details totiž mnohdy hrají hlavní úlohu v rozplétání detektivních záhad. Záběry jako by simulovaly pohled detektiva, který se zaměřuje na details. Zadní stranu obálky vyplňují nakladatelské peritexty referenčního obsahu a účinku vůči primárnímu textu (uvedena ukázka z knihy) i jeho autorovi (krátký medailon). U textového rámce bychom se pozastavili jen nad častými dedikativními autorskými peritexty, umístovanými většinou na samostatnou stránku a prolog k jednotlivým knihám edice.

Oproti předchozí edici zaznamenáváme rozpor v jejím dominantním prvku. Zde je kladen větší důraz na identifikaci autora s edicí, což je pochopitelné, vzhledem k tomu, že v ní vychází pouze jeho díla. Jardinova edice signalizuje svůj žánr obálkou (oproti edici Joty) a příznačnějším titulem i podtitulem a pracuje s výraznějším barevným rozlišením jednotlivých knih.

4.3 Víkend

Vydavatelství Víkend se rokem svého vzniku (1990) řadí mezi jedno z prvních soukromých nakladatelství v porevolučním Československu. V současné době patří do dvacítky nejproduktivnějších nakladatelství v České republice a spolupracuje s velkými českými i zahraničními nakladatelskými domy. Produkci nakladatelství tvoří populární čtení pro mládež, romány pro ženy a detektivky. V rámci detektivního žánru uvádí na trh tři úspěšné periodické tituly – měsíčník *KRIMI*, dvouměsíčník *Levné sešity detektivek* a čtvrtletník *TOP KRIMI*.

Paperbacková edice *Levné sešity detektivek (Příběhy skutečných zločinů)* vychází už několik desítek let a svou tradici si uchovává dodnes. Bohužel se nám nepodařilo zjistit aktuální náklad sešitů, protože výše nákladů zůstává interní informací každého nakladatele, kterou nemusí zveřejňovat. Detektivní tematika a sešitový formát od počátku koexistují v těsném spojení. Forma sešitové edice navazuje na tradici oblíbených Rodokapsů (viz příloha č. 9a) z počátku minulého století. K Rodokapsům se hlásí svým formátem, rozsahem jednotlivého sešitu (standardně se pohybuje kolem 60 stran) a černobílým provedením (barevná je pouze obálka).

Popis paratextového svazku edice (viz příloha č. 9) začíná znovu u obálky, která je u paperbackové detektivky klíčová. Paperback totiž postrádá primární knižní rámec klasické (vázané) knihy i textový rámec. Vnitřní texty rámuje pouze měkká sešitová obálka. Primární rámec *Levných sešitů detektivek* tak navenek působí jako

menší časopis. Maximální využití obálkové plochy je vzhledem k absenci dalších rámců pochopitelné. Obálka se v tomto případě stává jediným prostorem, kam je možné umístit nakladatelské referenční a informační paratexty. Základní barvou obálky je černá, barva temná, korespondující s žánrem. Záhloví obálky uvádí název edice (*Levné sešity detektivek*). Opět si můžeme povšimnout hry kontrastů, a to volby bílého písma na černém pozadí obálky, zdůraznění počátečních písmen edice červenou barvou a u edice z roku 2001 také jejich velikostí. Název edice explicitně referuje o formě i žánrové příslušnosti edice, tedy je pro potenciálního kupce v paratextové komunikaci kvalitativně a informačně přínosný. Pokud akceptuje žánr a formu, přejde k podtitulu edice (*Příběhy skutečných zločinů*), který blíže specifikuje tematickou vyhraněnost detektivních příběhů. V prostoru záhlaví dochází u názvu edice k propojení dvou linií – vertikální a horizontální, čímž je název edice na zaplněné obálce zvýrazněn. V edici z roku 2008 můžeme vidět přemístění podtitulu edice z barevného rámu v hlavičce opravdu pod titul. Hlavička novější edice působí kultivovaněji oproti edici starší, která má kvůli barevnosti a grafické nesouhře spíše bulvární ráz. V záhlaví obou edic se objevuje logo nakladatelství Víkend. Stejná hlavička se opakuje u všech sešitů a stává se tak významným identifikačním prvkem edice.

Knížní a grafický rámeček většinou podléhají zvyklostem literárního žánru primárního textu. Tedy primární text je respektován jako výchozí a sekundární texty jsou jeho produktem, který jej určuje ve vztahu k vnějšku. Vzhledem k žánrové orientaci sešitů je žádoucí i práce s nonverbálními paratexty, tj. obrazovou vybaveností stránky. Přední straně obálky dominují obrazové koláže, které se váží k tématům povídek v aktuálním vydání sešitu. Na obálce šestého sešitu edice roku 2001 je užito typického krimi motivu – terče zaměřujícího cíl. Zbývající volný prostor kolem koláže vyplňují titulkové upoutávky na vnitřní obsah sešitu. To je aspekt typický pro novinovou praxi, kdy se na titulní straně uvádí titulky a části článků s odkazem na jejich dokončení uvnitř listu. I když v případě sešitu bychom mluvili spíše o časopisecké obálce, která upozorňuje na obsah pouze prostřednictvím titulků, ne přímo úryvků z jednotlivých textů.

Sešit sestává ze čtyř až pěti příběhů různých autorů, přičemž každý text má odlišný grafický rámeček, tj. grafické odlišení od ostatních textů sešitu – například jinou sazbu, hlavičkou nebo orámováním stránky (opět prvek vlastní časopisům). Každý příběh v úvodu otevírá černobílá ilustrace, výrazný titulek a krátký úvodník

k vlastnímu textu povídky. Uvnitř jednotlivých sešitů edice jsme vyzorovali tři typy otevírajících úvodníků. Krátký „před-text“ povídky evokuje novinový perex. Znovu důkaz inspirace z novinové praxe. Ale v novinách následuje perex za titulem, zatímco hierarchie titulku a „před-textu“ není vždy pevná, tj. někdy jsou uvedené v opačném pořadí – „před-text“, titulek. Tyto úvodní texty mají nalákat čtenáře k recepci a vyvolat prostou lidskou zvědavost, jak příběh skončí. Jejich výstavba by měla spočívat v opatrném, ale zároveň dostatečně konkrétním nastínění zápletky a tématu, kterému se povídka věnuje. V mnohých případech jsme však zjistili překročení hranice směrem k vyzrazení děje či pointy. Názorným příkladem může být právě tento úvodní text – „Kriminalisté objevili nákladní auto a podle indicií bylo jasno, že posloužilo k přepravě zboží, jež měli najít.“⁸¹

Ve vnitřní kompozici sešitu sledujeme tendence čtenáře pobavit a rozptýlit. Mezi jednotlivými povídkami najdeme různé zábavní formy – křížovky, hádanky, krimitesty, prověřující znalosti z oblasti detektivek a krimi, nebo tzv. krimiperličky, které shromažďují některé pozoruhodné formulace z detektivních příběhů jako například tuto – „Manželce jsem nevěrný nebyl. Dvořáková si mne všímala jen jako zajímavého nervového případu.“⁸² Edice z roku 2008 rozšířila zábavní část o *Hrátky s paragrafy* a dvojstranu *Zahrajte si na detektiva*, jejímž cílem je procvičit čtenářovo deduktivní myšlení, tak aby odhalil vraha (správné řešení případu je uvedeno na konci textu).

Posttextový prostor tvoří pouze jedna strana, na níž najdeme obsah, technickou tiráž a také informaci o datu vydání dalšího sešitu edice. Zadní strana obálky slouží jako propagační plocha pro už vydané tituly této nebo jiné krimi edice nakladatelství. Současně s neverbální (obrazovou) propagací je zde uvedena i informace, jak a kde si lze tituly objednat.

Na edici Levných sešitů detektivek je tedy vidět využití paratextové výbavy spojené s jiným než knižním médiem a že je to osvědčený marketingový tah, který zároveň využívá čtenářské nostalgie po rodokapsech.

⁸¹ MALEŠOVSKÝ, I. Monika a dvanáct apoštolů. In *Levné sešity detektivek X/ 2001*, č. 6, s. 10.

⁸² Krimiperličky In *Levné sešity detektivek X/ 2001*, č. 6, s. 36.

5 Obligátní paratextové variace v edicích detektivní literatury

Povaha a kombinace sekundárních textů je většinou determinována zvyklostmi v rámci daného typu literatury a také svou konkrétní úlohou. Detektivní četba je zavedeným žánrem populární literatury, a tak i ona se vyznačuje jistými specifickými paratextovými variacemi s obligátní či fakultativní platností.

Propagační nakladatelské peritexty jsou důležitou součástí strategie jak prodat knihu, proto je pro jejich účely využitý především prostor obálky, kde za čtenářsky nejexponovanější platí zejména její zadní část. Pokud čtenáře v první (tj. kontaktní) fázi paratextualizace osloví titul (nebo jiný výrazný paratext přední obálky), automaticky knihu otáčí a s potřebou získat více informací o primárním textu díla se obrací právě do tohoto prostoru. Zadní část obálky využívají nakladatelé nejčastěji k referenčním sekundárním textům o díle a jeho autorovi. Jde-li o titul z ediční řady, najdeme zde obrazovou, popř. pouze verbální propagaci edice. Častěji se setkáme s miniaturami jednotlivých titulů ediční řady, protože obrazové prvky nezůstávají čtenářem nezhlednuté (na rozdíl od některých propagačních textů) – recepce obrázku je rychlejší než recepce textu. Obálka jako celek slouží jako identifikátor žánrové příslušnosti – u detektivek se často užívá černého podkladu obálky, na němž se opakují podobné krimi motivy (zaměřovací terče, zbraně, tajemné postavy, aj.).

Za důležitý aspekt paratextového svazku platí nejen kvantita jeho sekundárních textů, ale především jejich kvalita, tj. schopnost naplnit svou roli ve svazku. Kvalitativní hledisko je klíčové u titulu knihy. V kontextu detektivní literatury nabývá titul mimořádného významu, protože se v něm kumuluje hned několik funkcí, a má tedy potenciál být klíčovým prvkem paratextualizace. Titul je právě tím paratextem, který má svým účinkem přilákat pozornost potenciálního čtenáře, popř. kupce. Většinou se snaží zaujmout nápadným grafickým provedením a následně pak naplnit další ze svých funkcí, tj. funkci informativní. Paradoxně i do informativní funkce titulu detektivky se promítá schematičnost tohoto populárního žánru. Titul se vztahuje nejčastěji k ústřednímu námětu (tj. vraždě), hlavní postavě (v příběhu zpravidla postava velkého detektiva), popř. se snaží o zachycení ústředního motivu. Schematičnost se promítá i do identifikační funkce titulu ve vztahu k dílu. Verbální výstavba titulu tak referuje nejen k tématu konkrétní knihy, ale vypovídá i o žánrové

příslušnosti – *Děravé alibi*, *Kulka je rychlejší*, *Vražedná past*⁸³. Čtenář detektivek se neorientuje podle autora (jak je zvykem u krásné umělecké literatury), ale o recepci díla velmi často rozhoduje pouze charakteristická formulace titulu. V knižní produkci se můžeme setkat i s knihami, které se v podtitulu přihlásí k detektivnímu žánru (například „román s prvky detektivky“), a ač je detektivní motiv v díle vedlejší přizívají se na popularitě tohoto typu četby.

Párovost a provázanost základních identifikačních paratextů díla (autor/–titul) je v rámci detektivek velmi specifická. Jméno autora primárního díla není spojeno pevně s knihou jako u literatury umělecké. Trendem u autorů populární literatury je užívání pseudonymu, který navíc koresponduje s typem literatury, kterou píše. Pseudonym autora se stává součástí svazku sekundárních textů i textu primárního. I Agatha Christie, královna detektivek, napsala několik svých děl jako Mary Westmacott, když se pokoušela proniknout mimo oblast svého žánru, tj. do romantického románu. Její pseudonym byl odhalen až po 15 letech a několika vydaných románech v jedné americké recenzi.⁸⁴ V edicích detektivní četby si lze povšimnout slabé významnosti autorova jména, podpořené jeho nevýrazným umístěním. U edic věnovaných dílu konkrétního autora pak výraznost tohoto sekundárního textu stoupá, až dosahuje maximálního identifikačního účinku k vnějšku (*viz příloha č. 10*) – například edice Quintina Jardina z nakladatelství Olympia, edice Agathy Christie pod záštitou Knižního klubu, edice Eda McBaina v nakladatelství BB Art. V edicích těchto autorů funguje jméno autora naopak jako značka, reklama na knihu či edici. Vyšší výskyt pseudonymů v populární, a zejména detektivní literatuře je podmíněn mimo jiné i reklamou a následně i snadnějším marketingem výrobku.

Specifikem detektivní četby jsou sešitové a paperbackové edice, které si nekladou vysoké grafické nároky, protože si uvědomují dočasnost své existence. S paperbackem zažila detektivní četba masové rozšíření a s ním i oblibu, ale zároveň získala charakter spotřebního zboží. Zpravidla je tištěná na nekvalitním recyklovaném papíře a ani její měkká vazba neaspiruje na věčnost. Dané edice nemají ambice uchovávat svůj obsah pro další generace, ale snaží se reagovat na aktuální poptávku trhu. Cílí na čtenáře, kterým jde primárně o detektivní příběh a chtějí uspokojit svoji čtenářskou potřebu, pít se spolu s detektivem po stopách zločinu.

⁸³ Tituly edice Česká detektivka olomouckého nakladatelství Rubico.

⁸⁴ *Mary Westmacott* [online, cit. 23. 4. 2011]. Dostupné z WWW:<<http://www.agatha.cz/content/mary-westmacott>>.

Pravidelnost uspořádání paratextů ve svazku knihy významně ovlivňuje proces paratextualizace, zejména její časové hledisko (rychlost percepce identifikačních a informativních paratextů edice). Nezvyklé uspořádání, nebo dokonce nepřítomnost některých paratextů v příslušných rámcích knihy je z pozice čtenáře nežádoucím jevem.

Závěr

Detektivka je jedním z nejoblíbenějších žánrů populární literatury a má v knižní kultuře již dlouhou tradici. Analýza tří edic českých nakladatelů (Jota, Olympia, Víkend) ukázala na specifické žánrové vlastnosti paratextového svazku detektivní četby. Klíčovou roli v kontaktní fázi paratextualizace sehrává výrazná přední obálka, na níž se stále udržují žánrová kliše v podobě symbolických motivů zločinu. Právě neverbální paratexty obálky spolu s titulem knihy jsou významnými identifikačními aspekty žánrové příslušnosti knihy.

Cestou k úspěchu nakladatele (jak ostatně dokazuje i historie) je produkce edičních řad, které cílí na konkrétní typ čtenáře nebo čtenářskou skupinu. Je-li zvolena správná kombinace paratextového svazku, zvyšuje se možnost úspěšnosti v paratextové komunikaci s potenciálním čtenářem. Dnes, v době spotřebního zboží, paradoxně roste počet čtenářů, kteří si rádi připlatí za kvalitně řemeslně zvládnutou knihu. Kultivaci paratextového svazku sledujeme i u edic detektivní četby, jejíž existence byla dlouho spojena především se sešitovou formou. O kultivaci knižní formy se nakladatelé snaží zejména u klasické detektivky (můžeme vidět na edici *Sherlock Holmes*), u brakové detektivky je tomu právě naopak.

Sekundární knižní texty svou povahou aktivně vstupují do procesu literární komunikace. Jednou z jejich základních funkcí je vést čtenáře skrze knižní paratextový prostor (tj. „chodbu knihy“) a pomáhat mu s orientací v něm.

V uspořádání paratextového svazku knihy se odráží nakladatelské tradice, které jsou čím dál častěji narušovány rozmanitými aktualizacemi některých obligátních nakladatelských paratextů – jako v případě záložek prózy Petry Soukupové *Zmizet*. Jiné aktualizace naopak nevnímáme rušivě a opravdu fungují jako oživení tradičních rámců a zvyklostí v konkrétním typu literatury (*Kam až smí smích* – aktualizace obsahu, *Ekonomie dobra a zla* – nápadité číslování stránek). Současný trh je nakloněn těmto inovacím řemesla především díky vzrůstajícímu vlivu marketingu a různých nakladatelských strategií jak získat (a udržet) čtenáře a ještě mu prodat knihu. O tom, zda dojde k završení paratextualizačního procesu koupí knižního titulu, dnes nerozhoduje kvantita paratextů, ale jejich kvalita a nápaditost.

Anotace

Příjmení a jméno autora: Malíková Ivana

Název katedry a fakulty: Katedra bohemistiky Filozofické fakulty UP

Název diplomové práce:

Paratextová variovosť jako prostředek nakladatelské strategie – Paratexty v edicích detektivní literatury

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Lenka Pořízková

Počet znaků: 114 187 (včetně mezer a poznámek pod čarou)

Počet příloh: 10

Počet titulů použité literatury: 61

Klíčová slova: paratext, paratextualizace, typologie paratextů, populární literatura, detektivní literatura, nakladatelství, edice, marketing, nakladatelská strategie

Charakteristika práce:

Bakalářská práce se věnuje teorii a praxi sekundárních knižních textů, které koexistují kolem primárního textu knihy. Jejich funkce a role jsou zásadní jak pro knižní kulturu, tak pro marketing, jehož význam v knižní kultuře stále roste.

Praktické ukázky z různých typů literatury ukazují na tradiční i aktualizované možnosti užití sekundárních textů. Bližší pozornost je věnována analýze edic detektivní literatury, které vykazují v paratextovém svazku specifické žánrové vlastnosti.

Seznam literatury

- ŠKVORECKÝ, J.: *Nápady čtenáře detektivek*. Interpress, Praha 1990.
- LIBA, P.: *Kontexty populárnej literatury*. Tatran, Bratislava 1981.
- PISTORIUS, P.: *Jak se dělá kniha. Příručka pro nakladatele*. Paseka, Praha – Litomyšl 2005.
- HAMAN, A.: *Literatura z pohledu čtenářů*. Čs. spisovatel, Praha 1991.
- HODROVÁ, D. a kol.: *...na okraji chaosu ... Poetika literárního díla 20. století*. Torst, Praha 2001.
- SIROVÁTKA, O.: *Literatura na okraji*. Čs. spisovatel, Praha 1990.
- HRABÁK, J.: *Napínavá četba pod lupou. Ze studií o paraliteratuře*. Čs. spisovatel, Praha 1986.
- JANÁČEK, P.: *Literární brak. Operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Host, Brno 2004.
- FIDO, M.: *Svět Sherlocka Holmese. Fakta a mýty o největším detektivovi všech dob*. Jota, Brno 2005.
- MÜLLEROVÁ, L.: *Reklamní aspekty sekundárních knižních textů v 90. letech 20. století*. Disertační práce. Masarykova univerzita, Brno 2009.
- ČAPEK, K.: *Marsyas čili Na okraj literatury*. František Borový, Praha 1984.
- HALADA, J.: *Člověk a kniha. Úvod do nakladatelské specializace*. Karolinum, Praha 1993.
- LOTKO, E.: *Slovník lingvistických termínů pro filology*. Vydavatelství UP, Olomouc 2005.
- ŠÁMAL, P.: *Soustružníci lidských duší: lidové knihovny a jejich cenzura na počátku padesátých let 20. století: (s edicí seznamů zakázaných knih)*. Academia, Praha 2009.
- VLAŠÍN, Š.: *Slovník literární teorie*. Čs. spisovatel, Praha 1977.
- ŠMEJKALOVÁ, J.: *Kniha. K teorii a praxi knižní kultury*. Host, Brno 2000.
- BENEŠ, B.: *Literatura a komerce*. Univerzita Palackého, Olomouc 1994.
- SEDLÁČEK, T.: *Ekonomie dobra a zla. Po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. Nakladatelství 65. pole, Praha 2009.
- MALÝ, R.: *Kam až smí smích*. Meander, Praha 2009.
- LAURIE, H.: *Obchodník se smrtí*. XYZ, Praha 2008.
- TOPOL, J.: *Chladnou zemí*. Torst, Praha 2009.
- SOUKUPOVÁ, P.: *Zmizet*. Host, Brno 2009.
- edice Petra Šabacha
- ŠABACH, P.: *Občanský průkaz*. Paseka, Praha 2006.
- ŠABACH, P.: *Ramon*. Paseka, Praha 2004.
- ŠABACH, P.: *Hovno hoří*. Paseka, Praha 2005.
- ŠABACH, P.: *Jak potopit Austrálii*. Paseka, Praha 2005.
- ŠABACH, P.: *Putování mořského koně*. Paseka, Praha 2007.
- ŠABACH, P.: *Škoda lásky*. Paseka, Praha 2009.
- ŠABACH, P.: *Babičky*. Paseka, Praha 2009.
- ŠABACH, P.: *Opilé banány*. Paseka, Praha 2010.
- edice Divadlo Járy Cimrmana
- CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Cimrman v říši hudby*. Paseka, Praha 1997.
- CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Afrika (Češi mezi lidožravci)*. Paseka, Praha 2003.

CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *České nebe (Cimrmanův dramatický kšaft)*. Paseka, Praha 2009.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Němý Bobeš aneb Český Tarzan*. Paseka, Praha 1993.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Posel z Liptákova*. Paseka, Praha 1992.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Vražda v salonním coupé (Detektivní hra)*. Paseka, Praha 1992.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Dlouhý, široký a krátkozraký (Pohádka, která u dětí propadla)*. Paseka Praha 1992.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Hospoda na mýtince (opereta)*. Paseka, Praha 1992.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Blaník. Jevištní podoba historického mýtu*. Paseka, Praha 1992.
CIMRMAN, SMOLJAK, SVĚRÁK: *Lijavec (Hra s opravdovým deštěm)*. Paseka, Praha 1994.

Edice Sherlocka Holmese

DONALD, T.: *Poprava Sherlocka Holmese*. Jota, Brno 2008.
ENGEL, H.: *Pan Doyle a doktor Bell. Viktoriánské mystérium*. Jota, Brno 2008.
DOYLE, A. C.: *Zapomenuté případy Sherlocka Holmese*. Jota, Brno 2010.
MACKENZIE, P.: *Případ dobře vychlazené pomsty*. Jota, Brno 2010.
GREENBERG, WAUGHOVÁ, LELLENBERG: *Nová Dobrodružství Sherlocka Holmese*. Jota, Brno 2008.

Edice Quintina Jardina

JARDINE, Q.: *Blackstoneovy úklady*. Olympia, Praha 2004.
JARDINE, Q.: *Krutá spravedlnost*. Olympia, Praha 2006.
JARDINE, Q.: *Volání o pomoc*. Olympia, Praha 2007.
JARDINE, Q.: *Pro mou smrt*. Olympia, Praha 2007.
JARDINE, Q.: *Rakev pro dva*. Olympia, Praha 2005.
JARDINE, Q.: *Libánky se smrtí*. Olympia, Praha 2006.

Edice Levné sešity detektivek

Levné sešity detektivek 6/ 2001.
Levné sešity detektivek 5/ 2008.

On-line zdroje

URBANEC, J.: *K terminologickému vymezení pokleslé literatury* [online, cit. 5. 3.2011].
Dostupné z WWW: <<http://ubk.fpf.slu.cz/pracovnici/urbanec/doc/kterminologickeму.doc>>.
Mary Westmacott [online, cit. 23. 4. 2011].
Dostupné z WWW:<<http://www.agatha.cz/content/mary-westmacott>>.

Časopisecké zdroje

MÜLLEROVÁ, L.: Paratexty v české literární mystifikaci.
In Malý, R. (eds.): *Bohemica Olomoucensia*, 1/ 2011.
MAREŠ, P.: *Průvodce světem paratextů*. In *Česká literatura* 41/1993..
CÍSAŘ, J.: *Vydávání knih v Česku v roce 2010*. In *Grand Biblio* 5/ 2011.

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Populárně naučná literatura
- Příloha č. 2: Dětská literatura – poezie
- Příloha č. 3: Původní česká beletrie
- Příloha č. 4: Překladová literatura
- Příloha č. 5: Původní česká beletrie v edici
- Příloha č. 6: Edice cimrmanovského dramatu
- Příloha č. 7: Jota – edice Sherlock Holmes
- Příloha č. 8: Olympia – edice Quintina Jardina
- Příloha č. 9: Víkend – edice Levné sešity detektivek
- Příloha č. 10: Autorské edice detektivek