

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

**BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ
STUDIUM**

2010 – 2013

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Soňa Svačinová

Specifika vydávání knih v Nakladatelství Fragment

Praha 2013

**Vedoucí bakalářské práce:
Mgr. Pavel Verner**

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

**BACHELOR COMBINED (PART TIME)
STUDIES**

2010 – 2013

BACHELOR THESIS

Soňa Svačinová

**Specifics of Book Publishing
in the Publishing House Fragment**

Prague 2013

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
Mgr. Pavel Verner

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 25. 02. 2014

.....

Poděkování

Chtěla bych poděkovat především svému vedoucímu bakalářské práce Mgr. Pavlovi Vernerovi za jeho odborné vedení a cenné připomínky během zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat vedení Nakladatelství Fragment Ing. Pavlu Nýčovi a Ing. Janu Eislerovi za umožnění přístupu k informacím týkajícím se problematiky této práce. Také děkuji Ing. Jiřímu Drašarovi za jeho ochotu a sdílnost. Poděkování patří také Mgr. Milanu Pohlovi za jeho cenné připomínky.

Anotace

Bakalářská práce popisuje a analyzuje specifika vydávání knih v Nakladatelství Fragment se zřetelem na tituly začínajících autorů a možnosti, jak se takoví autoři mohou prosadit na knižním trhu. Práce je rozdělena na tři části. První, teoretická část se zabývá charakteristikou Nakladatelství Fragment a s využitím relevantní literatury a dalších zdrojů představuje knižní trh v ČR s důrazem na situaci tohoto nakladatelství. Dále nabízí vhled do postupu vydávání knih (představuje cestu vedoucí k realizaci knihy) od přijetí rukopisu po konečný výtisk. Druhá, analytická část zkoumá jednu z možných cest, jak může začínající autor proniknout na knižní trh, a sice literární soutěž – konkrétně literární soutěž Fragmentu Hledá se autor bestselleru, jejíž vítěz byl vybrán odbornou porotou společně se širokou veřejností. V třetí, praktické části se zabýváme konkrétními možnostmi vstupu nových autorů na český trh, a to prostřednictvím rozhovoru vedeného s vítězem výše zmíněné literární soutěže a rozhovorů s autorkami, kterým se podařilo vydat knihu díky tomu, že do nakladatelství poslaly rukopis.

Klíčové pojmy

Bakalářské práce, Jiří Drašar, kniha, knižní trh, literární soutěž, nakladatelství, Nakladatelství Fragment, prodej knih, propagace titulu, rukopis, soutěž *Hledá se autor bestselleru*, vydávání knih.

Annotation

The bachelor thesis describes and analyses the specifics of book publishing in the Czech publishing house Fragment with special regard to the book titles of beginning authors and the options these authors have when attempting to get into the publishing industry. The thesis has three parts. The first, theoretical part deals with the characteristics of the publishing house Fragment and, using relevant literature and other sources, overviews the book market in the Czech Republic with regard to Fragment's situation. It also offers an insight into the processes behind book publishing (the book's journey leading to its release) starting with the manuscript and ending with a final printed copy. The second, analytical part investigates one of the options of beginning authors to get into the industry – that is, a writing competition, i. e. Fragment's *Hledá se autor bestselleru* competition, whose winner was chosen by a journalists' jury as well as the general public. The final, practical part examines the specific possibilities of beginning authors through a series of interviews with the competition's winner, as well as two authors who managed to get their manuscript published by sending it into the publishing house.

Key words

Bachelor theses, book, book market, book promotion, book publishing, book selling, *Hledá se autor bestselleru* competition, Jiri Drasar, manuscript, publishing house, publishing house Fragment, writing competition.

OBSAH

ÚVOD	9
-------------------	----------

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	11
2 CHARAKTERISTIKA NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT, S.R.O.	13
2.1 Identifikace společnosti	13
2.2 Profil společnosti	13
2.3 Organizační struktura	15
2.4 Komunikace v Nakladatelství Fragment	19
3 KNIŽNÍ TRH V ČR S DŮRAZEM NA SITUACI NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT.....	21
3.1 Obecná charakteristika	21
3.2 Produkce knih Nakladatelství Fragment	22
3.3 Prodejnost knih Nakladatelství Fragment a jeho postavení na trhu.....	27
3.4 Producenti knih	30
4 REALIZACE KNIH V NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT	32
4.1 Postup realizace knihy.....	32
4.2 Akvizice rukopisů	33
4.3 Redakční příprava	36
4.4 Autorskoprávní agenda	38
4.5 Produkce knihy.....	40
4.6 Propagace nového titulu	45

ANALYTICKÁ ČÁST

5 SOUTĚŽ HLEDÁ SE AUTOR BESTSELLERU.....	49
5.1 Soutěž Hledá se autor bestselleru.....	49
5.2 Výsledky soutěže 1. ročníku	52
5.3 O Jiřím Drašarovi	53
5.4 Kniha Cesta ohněm a jiné povídky.....	54
5.5 Propagace titulu vítězného autora	56
5.6 Reakce kritiků na knihu.....	58

PRAKTICKÁ ČÁST

6 VSTUP ZAČÍNÁJÍCÍHO AUTORA NA ČESKÝ KNIŽNÍ TRH	60
6.1 Vítězství v literární soutěži jako způsob proniknutí na knižní trh.....	60
6.1.1 Rozhovor s Jiřím Drašarem.....	60
6.2 Vstup na knižní trh prostřednictvím zasílání rukopisů	66
6.2.1 Přijetí rukopisů začínajících autorů v nakladatelství	66
6.2.2 Rozhovor s autorkou Kateřinou Petrusovou.....	67
6.2.3 Rozhovor s autorkou Michaelou Burdovou	71
ZÁVĚR	75
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	77
MONOGRAFIE.....	77
ELEKTRONICKÉ ZDROJE.....	78
SEZNAM OSTATNÍCH ZDROJŮ	79
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	80
SEZNAM PŘÍLOH.....	81

ÚVOD

Český knižní trh zažívá v posledním čtvrtstoletí nebývalý rozmach. Každoročně vychází více než 15 000 titulů.¹ Kniha – i jejich autorů – je tedy mnoho. Jakou cestu ale musí knižní titul urazit od autora ke čtenáři, zvláště pokud se jedná o titul začínajícího spisovatele? Mají vůbec takoví autoři reálnou možnost se na přesyceném trhu prosadit?

Cílem práce je nastínit, jak probíhá příprava nového titulu v konkrétním nakladatelství, se zvláštním zřetelem na tituly začínajících autorů. Skrze případovou studii, založenou na soutěži Nakladatelství Fragment Hledá se autor bestselleru, přiblížíme jednu z možných cest, jak mohou začínající autoři prorazit.

V práci se pokusíme objasnit, zda je vyhlášení literární soutěže pro Nakladatelství Fragment a samotného vítěze reálným přínosem či nikoliv. Nakladatelství Fragment si od takovéto soutěže slibuje, že nalezne nového autora, jehož knihy uspějí na trhu a stanou se dobře prodávanými tituly. Domněnka úspěchu je podpořena netradičním způsobem výběru nového autora, neboť na jeho volbě se v soutěži podílí nejen odborná porota, ale také samotná veřejnost. Naše hlavní hypotéza je tedy postavena na předpokladu, že propagace neznámého autora známým nakladatelstvím – a spoluúčastí veřejnosti na výběru vítěze – pomůže novému autorovi úspěšně prorazit na knižní trh.

Kromě literárních soutěží se noví autoři pokoušejí prosadit i tak, že nakladatelům posílají své rukopisy přímo. Budeme se tedy věnovat i tomuto méně viditelnému způsobu, jak se z neznámého nováčka může stát publikovaný autor. Lze se domnívat, že tento způsob – při němž se autoři nabízejí sami, zatímco v případě literární soutěže si o jejich rukopisy v podstatě říká sám nakladatel – přispěje ke zrodu menšího počtu nových publikovaných autorů než literární soutěž.

¹ *Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012*. [online]. [cit. 29. 1. 2013] Dostupné z WWW:<<http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-847>>.

Naše hlavní hypotézy tedy můžeme shrnout takto:

- I. Mediální podpora známého nakladatelství a vítězství v literární soutěži tohoto nakladatelství zajistí neznámému autorovi místo na knižním trhu.
- II. Literární soutěž je lepší příležitostí, jak se mohou neznámí autoři prosadit, než kdyby posílali své prvotiny přímo nakladateli.

Práce je rozdělena na teoretickou, analytickou a praktickou část. V teoretické části seznamujeme čtenáře s důležitými pojmy používanými v nakladatelské činnosti, představujeme Nakladatelství Fragment a jeho profil a s využitím odborné literatury a dalších zdrojů přinášíme základní charakteristiku knižního trhu v České republice s důrazem na situaci Nakladatelství Fragment. Dále přibližujeme vznik a vydání české knihy. Přibližujeme průběh výběru rukopisů, procesy, které v nakladatelství předcházejí tomu, než se rozhodne o vydání knihy, a vše, na čem je zapotřebí pracovat, aby mohla být kniha vytištěna, včetně její propagace. V této části práce se opíráme o poznatky z příslušné odborné literatury, dále čerpáme z vnitropodnikových zdrojů Nakladatelství Fragment a vlastních konkrétních zkušeností s prací v této firmě.

V analytické části se zaměřujeme na jednu z konkrétních možností, jak může začínající spisovatel prorazit na český knižní trh, a sice literární soutěž. Jako podklad jsme použili především materiály výše zmíněné soutěže Hledá se autor bestselleru.

V praktické části jsme vedli rozhovor s vítězem soutěže, kterému následně nakladatelství vydalo první samostatnou knihu. Rozhovor poskytl pohled z druhé strany a odhalil informace o jeho přímých zkušenostech s přípravou a vznikem titulu. Dále jsme vedli rozhovory se dvěma autorkami, kterým se podařilo publikovat své prvotiny v Nakladatelství Fragment bez účasti v literární soutěži. Cenné informace jsme získali také od zaměstnankyně nakladatelství, která má příjem nových rukopisů na starosti.

Kromě interních zdrojů a archivu Nakladatelství Fragment jsme použili výše zmíněné rozhovory a široké spektrum internetových zdrojů, včetně Českého statistického úřadu. Z odborné literatury zmiňme především přehlednou všeobecnou příručku pro nakladatele *Jak se dělá kniha* (Vladimír Pistorius, 2011). Oblastí zpravodajství a publicistiky se zabývá stejnojmenná kniha (Pavel Verner, 2010), která se věnuje mimo jiné i práci editora s redakčními texty. Vývojem tiskových technik se tentýž autor zabývá v *Úvodu do praktické žurnalistiky* (Pavel Verner, 2010).

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

Tato kapitola má za úkol přiblížit některé základní pojmy, které jsou důležité pro orientaci v dané problematice.

Kniha je neperiodická tiskovina obsahující větší množství listů spojených na jedné straně vazbou a překrytých obálkou. V obecném smyslu se jedná o „historicky vzniklý a vyvíjející se způsob uchování sémantických informací v podobě rozsáhlejšího textu či obrazů, které vytvářejí jak tematický, tak i výtvarný komplex tvůrčích nápadů a jejich profesionálního provedení“.²

Rukopis můžeme charakterizovat jako text literárního díla, odevzdaný autorem nakladateli a následně procházející redakčními úpravami a přípravou pro tisk.

Autorem je nazýván původce literárního nebo jiného díla; v užším významu spisovatel, případně také ilustrátor nebo fotograf.

Nakladatelství je „Instituce, jenž působí ve smyslu kulturním, společenském a ekonomickém, přičemž se jednotlivé články této činnosti doplňují a sjednocují.“³ Zabývá se vydáváním knih (oproti vydavatelství, které vydává periodické publikace).

Odborná literatura se zaměřuje na předávání informací z jednotlivých vědních oborů akademické i laické veřejnosti. Oproti učebnicím se odborné knihy vyznačují větší hloubkou i náročností výkladu, netlumočí pouze výsledky dosavadního poznání, ale samy přinášejí nové poznatky.

Učebnice je kniha zaměřená na předávání znalostí žákům a studentům, popř. dalším zájemcům o daný obor.

² OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri (2002), str. 89. ISBN 80-7277-108-6.

³ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri (2002), str. 111. ISBN 80-7277-108-6.

Knižní klub působí v rámci nakladatelství a poskytuje svým členům z řad veřejnosti výhodnější nabídky titulů daného nakladatelství (může se jednat o cenové zvýhodnění, množstevní slevy, dodání knih s předstihem oproti nabídce v knihkupectvích apod.). Knižní kluby (např. Knižní klub Fragment) mohou být zaměřeny na spolupráci se školami nebo knihovnami.

Výtisk je kompletní fyzický exemplář knihy.

Titulek má informační, orientační i estetickou funkci. Je to nadpis článku nebo dílčí části delšího textu, který „svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení tiskoviny.“⁴

Titulem je nazýváno vydané dílo (ať už literární, filmové nebo jiné).

Bestseller je titul, který se na daném knižním trhu (zpravidla vymezeném jazykovou oblastí) velice dobře prodává.⁵

Vazba „především ochraňuje knižní blok a zároveň dotváří podobu knihy“.⁶ Jedná se o obal knihy včetně jejího hřbetu.

Pojem **redaktor** zahrnuje dva významy. V prvním významu pracovník nakladatelství či vydavatelství, který provádí jazykovou, obsahovou či jinou úpravu textu, v druhém významu novinář.

ISBN (International Standard Book Number) je mezinárodní standardní číslo knihy. Význam systému ISBN „spočívá v usnadnění agend spojených s knihou a týká se zejména nakladatelství, knihoven, knižního obchodu i čtenářů“.⁷

Prvotina představuje první vydané dílo daného autora, zpravidla v knižní podobě. Číselný kód sloužící k jednoznačné identifikaci knižních titulů.

⁴ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri (2002), str. 195. ISBN 80-7277-108-6.

⁵ *Bestseller* [online].[cit. 2013-02-21]. Dostupné z WWW:<<http://cs.wikipedia.org/wiki/Bestseller>>.

⁶ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri (2002), str. 201. ISBN 80-7277-108-6.

⁷ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri (2002), str. 83. ISBN 80-7277-108-6.

2 CHARAKTERISTIKA NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT, S.R.O.

V této kapitole bakalářské práce čerpám informace z vnitropodnikových zdrojů firmy, ale i veřejně přístupných zdrojů, jako jsou internetové stránky⁸ společnosti a tiskové zprávy.

2.1 Identifikace společnosti

Společnost je zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 444433.		
Obchodní jméno:	Nakladatelství Fragment, s. r. o.	
Vedení společnosti:	Eisler Jan, Ing. – ředitel výroby a spolumajitel	Nýč Pavel, Ing. – ředitel obchodu a spolumajitel
Adresa sídla:	Pujmanové 1221/4, 140 00 Praha 4	
Právní forma:	společnost s ručením omezeným	
Webová adresa:	www.fragment.cz	

2.2 Profil společnosti

Nakladatelství Fragment vzniklo v roce 1991 a v prvopočátcích se prezentovalo pod názvem Jan Eisler – Fragment. V době, kdy se oba majitelé rozhodli společně vstoupit na trh s první vydanou knihou, byli studenty vysoké školy. Za svůj první titul zvolili Tabulky neurčitých integrálů, které vyšly v roce 1991. Náklad byl 95 000 kusů a z pultů zmizela kniha/učebnice/příručka již během půl roku. To majitele inspirovalo zaměřit se na produkci učebnic, slovníků a naučné literatury. Postupně rozšířili svůj sortiment také o beletrii a odbornou literaturu.⁹

⁸ Dostupné na WWW:< www.fragment.cz>.

⁹ Interní materiály Nakladatelství Fragment, s.r.o.

S názvem Nakladatelství Fragment, s.r.o. se veřejnost setkává od května 2007.¹⁰ Při tvorbě názvu si majitelé určili, že chtějí, aby byl název bez diakritiky a aby byl srozumitelný i v zahraničí. Název Fragment byl prvotní nápad, na němž se oba majitelé shodli. Pro zapamatovatelnost firmy u zákazníků slouží nejen zajímavý název, ale také logo firmy. Zprvu logo Nakladatelství Fragment prošlo velkým vývojem, do roku 2003 nebylo ujednoceno a čtenáři se s ním mohli setkávat v různých barevných podobách. V roce 2003 si nakladatelství ale uvědomilo důležitost loga a vznikl grafický manuál. Nové logo je ustálené v povědomí zákazníků, kteří si ho automaticky spojují s firmou. Nakladatelství Fragment ustanovilo na logu písmo, barvu i způsob používání.

Fragment se zaměřuje především na populárně naučnou literaturu jak pro děti, tak i pro dospělé. Za dobu své existence představil Fragment čtenářům více než 2000 různých publikací a prodal více než 21 milionů výtisků. Díky tomu se Fragment řadí mezi prvních deset největších nakladatelství v České republice a jeho roční obrat přesahuje 120 milionů korun. Fragment neustále rozšiřuje svůj sortiment a v roce 2012 vydal 191 knižních novinek.¹¹

Fragment se postupně prosazuje i na zahraničním trhu. Do konce roku 2012 bylo uskutečněno 458 prodejů původních projektů do zahraničí. V roce 2005 založil Fragment pobočku na Slovensku pod názvem Vydavateľstvo Fragment, s.r.o., se sídlem v Bratislavě. I slovenskému Fragmentu se daří a rozrůstá se. Do roku 2012 vydal 799 knižních novinek.¹²

Čtenářům jsou nabízeny nejen učebnice, slovníky a encyklopedie, ale i lepoprela, beletrie, audioknihy nebo také papírenské zboží. Od konce roku 2010 vydává Fragment také elektronické knihy (e-knihy).

Tituly v e-shopu nakladatelství si můžete vybírat podle těchto kategorií:¹³

- **knihy pro děti a mládež**

¹⁰ *Fragment v datech* [cit. 2013-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.fragment.cz/o-nas/fragment-v-datech/>>.

¹¹ Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

¹² Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

¹³ *Aktuální nabídka* [online].[cit. 2013-02-10]. Dostupné z WWW:<<http://www.fragment.cz/nabidka/>>.

- o dívčí romány a povídky, první čtení, všeobecné, fantasy, sci-fi, horory, romány, povídky, příběhy, pohádky, detektivky, básně a říkadla, písničky, komiksy
- **populárně naučná literatura pro děti a mládež**
 - o cizí jazyk, bystrá hlava, dospívání, puzzle, šikovné ruce, historie, příroda, věda a technika, omalovánky, vystřihovánky, sport
- **učebnice, odborná literatura**
 - o romány, povídky, novely, všeobecné, aforismy, anekdoty, vtipy, humor, literární biografie, fejetony, rozhovory, audioknihy
- **populárně naučná literatura pro dospělé**
 - o cizí jazyky: angličtina, francouzština, italština, němčina, ruština, španělština; český jazyk, základní školní výuka, středoškolská výuka, vysokoškolská výuka, všeobecné, společenské, humanitní vědy, přírodní vědy
- **papírenské zboží**
 - o bloky, zápisníky, památníčky, samolepky, obaly na CD, notýsky, žákovské knížky, obálky a dopisní papír, týdenní plány

2.3 Organizační struktura

Nakladatelství Fragment se skládá ze dvou organizačních jednotek, kterým podléhají ostatní oddělení.¹⁴ Pro větší přehlednost a orientaci uvádíme podrobné rozdělení.

- **úsek obchodu, expedice a DTP**
 - ředitel obchodu, manažer obchodu, vedoucí DTP, vedoucí expedice, web editor, manažer Knižního klubu Fragment, hlavní účetní, manažer propagace a PR

¹⁴ Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

- **úsek produkce a podpůrných činností**

- ředitel výroby, vedoucí oddělení učebnic, výtvarný redaktor, šéfredaktor, manažer výroby, manažer zahraničních práv, vedoucí technické redakce

Jednotlivé úseky se zabývají těmito činnostmi:¹⁵

- ředitel obchodu – řídí úsek obchodu a dohlíží na chod všech jeho oddělení. Kromě toho pod něj spadá i studio DTP.
- manažer obchodu – se zabývá určováním termínů u nových titulů, dotisků či remodelingů¹⁶, ceny titulů, analýzou postavení na trhu, strategickou analýzou úspěšnosti titulů, meziročním srovnáním prodejů, určováním výprodejových titulů, vyhodnocováním marketingových akcí, zajišťováním spokojenosti na trhu, smlouvami a obchodními podmínkami knihkupců a distributorů, spolupracuje s distributory, určuje maloobchodní ceny a náklady připravovaných titulů, nabídky komerční prezentace v titulech nakladatelství a specifických knih pro specifického zákazníka.
- vedoucí DTP – má na starosti vytvoření grafických návrhů obálek, plakátů, pozvánek, slideshow, zlomů, korektur, příjem a kontrolu zakázek, kalkulace knižních titulů, fakturace interních a externích zakázek, zálohy dat všech knih a časopisů.
- vedoucí expedice – se zabývá dodávkou knih hlavním distribucím a činnostmi spojenými s komisním prodejem (vyúčtování nahlášek, stahování zboží, zpracování vratek), organizováním návozu zboží zákazníkům, zásilkovou službou, přímým prodejem, evidencí, inventarizací a archivací skladových zásob.

¹⁵ Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

¹⁶ Tímto pojmem jsou v Nakladatelství Fragment označovány tituly, které jsou nově vydané či revidované vydání

- web editor – jeho prací je pravidelná aktualizace české i slovenské verze webových stránek nakladatelství a dalších přidružených minidomén a webů, správa e-shopu, tvorba nového obsahu za účelem přilákání návštěvníků (interaktivní obsah, soutěže, akce apod.), sledování a vyhodnocování statistik návštěvnosti všech webů a minidomén, propagace titulů na webu ve spolupráci s oddělením PR, zajištění aktivní přítomnosti nakladatelství na internetu v souladu s nejnovějšími trendy (sociální sítě a další servery) za účelem zvýšení návštěvnosti webu a prodeje v internetovém obchodě.
- manažer Knižního klubu Fragment (KKF) – se zabývá komunikací s důvěrníky¹⁷ na školách, bonusy pro důvěrníky a děti, likviduje objednávky a jejich náležitosti, připravuje soutěžní kvízy a akce pro školy a děti, získává nové zákazníky, vybírá tituly pro katalog KKF, stanovuje rezervaci knih pro knižní klub, zajišťuje rozesílání katalogů do škol.
- hlavní účetní – má na starosti zpracování faktur vydaných i přijatých, vyplacení honorářů a mezd, prodej knih a licencí, převody mezi pokladnami, vedení valutové pokladny, odvod hotovosti do banky, bankovní operace, evidence spravovaného majetku, zúčtování DPH.
- manažer propagace a PR – jeho prací je příprava plakátu, slideshow (grafická prezentace s informacemi o knižním titulu), záložek, zajištění placené a neplacené inzerce v periodických i neperiodických titulech, příprava samoinzerce, příprava a zajištění propagačních materiálů, vytváření tiskových zpráv, zajištění autogramiád, křtů, autorských čtení, setkání s novináři, veletrhů, kontrola monitoringu, zajišťování recenzních výtisků pro novináře a spolupracující blogery, zajištění sponzoringu a charity,

¹⁷ Tímto pojmem Nakladatelství Fragment označuje kontaktní osobu na škole pověřenou komunikací s nakladatelstvím

vytváření anotací ke knihám, příprava katalogu (edičního plánu), harmonogram inzerce a samoinzerce v časopisu Báječná školka, práce s remitendou časopisu.

- ředitel výroby – řídí úsek výroby a dohlíží na chod všech jeho oddělení.
- vedoucí oddělení učebnic – má na starosti náměty a návrhy projektů na nové učebnice, obchodní průzkum trhu z hlediska trendů, nabídky titulu a sortimentu, posuzuje nabízené rukopisy či databázi nabízených námětů a schvaluje je, vyhledává nové autory, nastiňuje koncepce, kalkuluje a určuje ceny učebnic, řídí celý průběh vzniku nové učebnice.
- výtvarný redaktor – zajišťuje ideovou i grafickou přípravu obálky a knižního bloku všech titulů realizovaných nakladatelstvím, veškeré texty na obálkách a samoinzerce (reklama otištěná v knize, zpravidla na jedné z posledních strana propagující jiné tituly téhož nakladatelství.). Je zodpovědný za podklady do DTP, zpracovává nabídky externích grafiků, vyhledává vhodné fotografie, ilustrace apod. na obálky i do knižního bloku.
- šéfredaktor – spolupracuje s autory původních titulů, zpracovává zaslané nabídky a rukopisy, smlouvy s autory, náměty a návrhy titulů, připravuje tituly ke schválení, zadává nové náměty/tituly do databáze firemního systému Bílý Motýl, zasílá autorské vzorky, má na starosti průzkum trhu z hlediska trendů, nabídky titulů a sortimentu, stanovení termínů expedice.
- manažer výroby – připravuje kalkulace a technické specifikace knih, dotisků a nových vydání, přiděluje ISBN (International Standard Book Number – mezinárodní standardní číslo knihy, sloužící k jednoznačné identifikaci vydaných knih, EAN pro knihy čárový kód). Jedná se o číslo, z něhož se generuje čárová část snímatelná čtečkami v obchodech. V případě knih zpravidla EAN odpovídá ISBN (na rozdíl od ISBN se ale EAN zapisuje bez

pomlček), obchodní EAN, inicializuje knihy ve firemním systému Bílý Motýl, vybírá tiskárny, zajišťuje komunikaci s tiskárnami, vyřizuje dopravu z tuzemských i zahraničních tiskáren do skladu, vyřizuje komunikaci s celní správou, připravuje nabídky pro distributory, vyřizuje signální výtisky (ukázkové knihy, které přijdou pro kontrolu barevnosti, kvality a knižního bloku, po schválení těchto výtisků, může tiskárna začít tisknout domluvený náklad knihy).

- manažer zahraničních práv – jeho prací je běžná korespondence se zahraničními partnery, vyjednávání licenčních podmínek a uzavírání smluv, zjišťování technických informací o knihách, vyhledávání titulů vhodných k vydání, organizace zahraničních veletrhů, zajišťování informací pro PR a web editora, zadávání nových knih a vyplňování hodnot do Bílého Motýla, schvalování honorářů, zasílání autorských vzorků.
- vedoucí technické redakce – se zabývá plánováním termínů, kontrolou podkladů, kontrolou kompletnosti podkladů knižního bloku, obálky a předsádky, kontrolou barevnosti a plotrů, finálního výstupu a schvalování podkladů k tisku, kontrolou vytištěných knih.

2.4 Komunikace v Nakladatelství Fragment

Pro efektivní chod společnosti je jedním z hlavních pilířů dobrá komunikace mezi zaměstnanci napříč celou firmou. Ta má za úkol zajistit, že se všechny důležité informace dostanou ke kompetentní osobě.

Interní komunikace má za úkol udržet povědomí o nejdůležitějším dění firmy, a to takovým způsobem, aby se míra informovanosti udržela ve snesitelné míře a přitom byla zajištěna její srozumitelnost.

K firemnímu sdělování informací Fragment využívá mix komunikačních nástrojů. Jedním z hlavních nástrojů je pro společnost **informační systém Bílý Motýl**.

Pracovním nástrojem se stal pro Nakladatelství Fragment již v roce 2000. Tento informační systém je produktem společnosti BM Servis a zaměstnancům umožňuje vedení firemních databází, ekonomických agend a zpracování mezd. Bílého Motýla nejprve využívalo pouhých 10 zaměstnanců, ale díky své flexibilitě a uživatelskému prostředí se stal systémem, který je nezbytnou součástí pro chod nakladatelství.¹⁸

Zaměstnanci také mohou díky informačnímu panelu (jakési elektronické „nástěnce“) v Bílém Motýlovi seznámit ostatní kolegy s informacemi, které považují za důležité a mají pocit, že jejich sdílení s ostatními je přínosem: např. jaká ocenění získává vydaná kniha v zahraničí, změny DPH u knih atd. Interně se tato aplikace nazývá **Informátor**.

Nápadník – do této aplikace může každý zaměstnanec posílat své dotazy a náměty na zlepšení všeho, co může pozitivně ovlivnit chod firmy. Aplikace díky adresnému seznamu, umožňuje nápad okamžitě odeslat osobě, která je kompetentní k tomu nápad zpracovat.

Ke knihám patří neodmyslitelně i jejich recenze. Recenze na knihy vydané společností Fragment si může zaměstnanec přečíst na **nástěnce**, která **je zřízena pro účel zpětné vazby**. Zaměstnanci PR zde informují ostatní kolegy jak o recenzích v tištěných médiích, tak o recenzích získaných od svých blogerů. Na nástěnku vystavují lidé z PR každý týden také aktuální žebříček populárních knih a fotografie z pořádaných akcí.

E-mailová komunikace – slouží ke každodenní komunikaci mezi zaměstnanci, mj. k rozesílání důležitých aktuálních informací ze společnosti: např. oddělení propagace a PR posílá přehled pořádaných akcí pro případ, že by se chtěli akce zúčastnit i ostatní zaměstnanci. E-mailová komunikace je také jedním z hlavních nástrojů pro komunikaci se zákazníkem.

Internetové stránky – na stránkách Nakladatelství Fragment může člověk nalézt informace o vydaných novinkách, e-shop knih, články, ankety, nákupní řád, informace o knižním klubu, soutěže apod. Hlavní internetové stránky odkazují i na další webové stránky, pro fanoušky určitých sérií či internetových aktivit.

¹⁸ *Informační systém Bílý Motýl* [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.fragment.cz/o-nas/informacni-system-bily-motyl/>>.

3 KNIŽNÍ TRH V ČR S DŮRAZEM NA SITUACI NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT

3.1 Obecná charakteristika

Výroba a prodej knih představují významnou součást hospodářství v celé Evropské unii. Jedná se o velmi specifickou oblast přispívající k udržování a rozvoji kulturní úrovně státu. Ten proto nabízí významnou státní podporu, například formou daňových úlev, pevné ceny knih, podpora knihoven a podobně.¹⁹

Ve většině evropských zemí je nakladatelská činnost silně monopolizována, zatímco český trh je monopolní mnohem méně. Měřitelnost monopolizace v knižní oblasti je možná například procentuálním podílem: zatímco v mnoha evropských zemích prvních pět nejsilnějších nakladatelství má až 70% podíl produkce, v České republice prvních pět nejsilnějších nakladatelů má produkci pouze 13,5 %. Sedmdesátiprocentní produkci je schopno v ČR složit 250 největších nakladatelů.²⁰

Jedním z určujících parametrů knižního trhu je jeho velikost, jež závisí na počtu obyvatel daného státu. Populačně silnější stát má vyšší předpoklad nejen pro větší počet nakladatelů, ale i pro početnější množství potencionálních čtenářů.²¹

Knižní trh je možné dělit ze dvou hledisek:²²

- z hlediska *čtenářů a knihkupců* – knižní trh je vnímán prodejem jednotlivých knih
- z hlediska *nakladatele* – knižní trh je ovlivněn trhem s autorskými právy

Český knižní trh se potýká s nedostatkem informací ohledně nakladatelské činnosti. Statistické údaje nejsou úřady zjišťovány a čeští nakladatelé nejsou ochotni informace sdílet, neboť je považují za své obchodní tajemství. Relevantní zprávy jsou

¹⁹ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

²⁰ Zpráva o českém knižním trhu [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-847.pdf>.

²¹ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

²² PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

k dispozici jen z národní agentury ISBN²³ a z výkazů Národní knihovny. Statistika o českém knižním trhu není schopna nabídnout informace, jako je např. průměrný náklad českých knih, průměrná cena knihy, atd. Není možné vyčíslit, kolik se prodá dětských knih a knih pro dospělé, ani cenu, kterou jsou čeští občané schopni utratit za knihu.²⁴

3.2 Produkce knih Nakladatelství Fragment

Fragment poprvé vstoupil na trh v roce 1991 s titulem *Tabulky neurčitých integrálů*. V roce 1992 přišlo Nakladatelství Fragment poprvé na trh s leporelem pro nejmenší pod názvem *Mlád'ata* a od té doby vyprodukovalo více než 250 dalších leporel.

Produkce Nakladatelství Fragment obsahovala do roku 1995 pouze původní díla. Poté se začala zaměřovat i na tituly převzaté, jež dnes tvoří asi ¾ celé produkce.

Jak zobrazuje graf níže (Graf 1: Produkce Nakladatelství v roce 2012), v roce 2012 (podobně jako v předchozích několika letech) byla produkce zaměřena nejvíce na beletrii pro děti a mládež, která tvořila téměř polovinu vydaných titulů.²⁵ Spadají sem dlouhodobě dobře prodejné fantasy série jako *Upíří deníky*, *Odkaz Dračích jezdců* (Eragon) nebo *Letopisy Narnie*.²⁶ Další významnou část zaujala produkce populárně naučné literatury pro děti a mládež. Produkce učebnic a odborné literatury v roce 2012 měla třetí největší podíl. Za učebnicemi a odbornou literaturou byla beletrie pro dospělé, populárně naučná literatura pro dospělé a leporela.

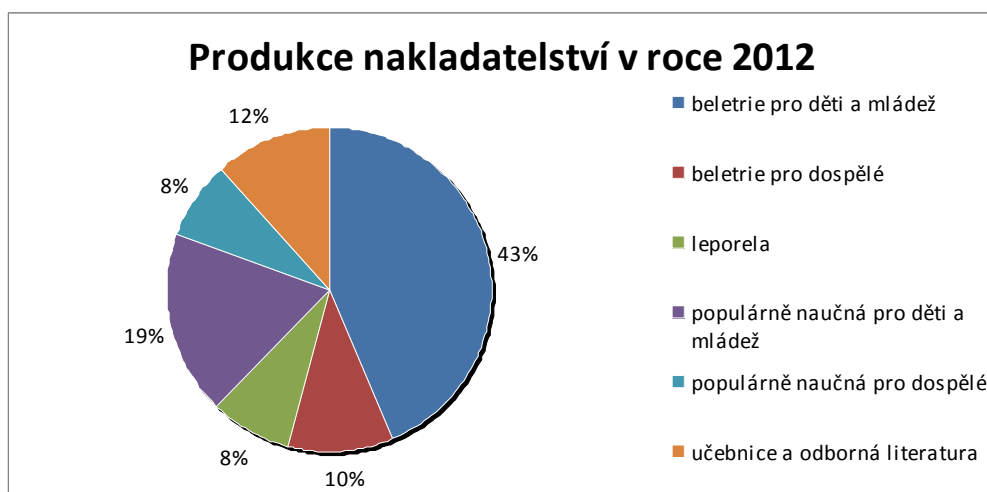
²³ Více viz JEŘÁBEK, A. *Příručka uživatele systému ISBN*, 4. vyd. Praha: Národní knihovna České republiky, 2004. ISBN 80-7050-249-5

²⁴ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

²⁵ Interní materiály Nakladatelství Fragment, s.r.o.

²⁶ Zjištěno z prodejů Nakladatelství Fragment.

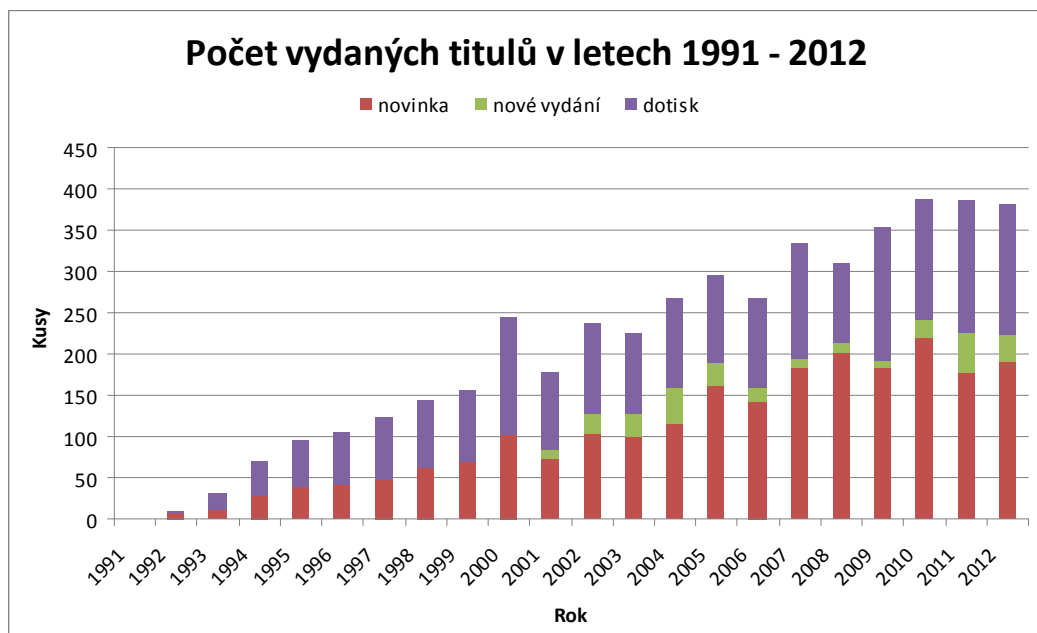
Graf 1: *Produkce Nakladatelství v roce 2012*



Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

Na začátku každého roku vyhodnocuje Nakladatelství Fragment úspěšnost předchozího období a provede porovnání s předešlými lety. Jak můžeme vidět v níže uvedeném grafu (Graf 2: *Počet vydaných titulů v letech 1991–2012*), záznamy ukazují, že Fragment patří mezi ta úspěšnější nakladatelství na českém trhu, neboť neroste jen objem produkce, ale také jeho obrat. Fragment vydává kolem 200 nových titulů za rok a jeho obrat činí téměř 120 mil. Kč.

Graf 2: Počet vydaných titulů v letech 1991–2012



Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

Z tabulky níže (Tabulka 1: *Počet vydaných titulů v letech 1991–2012*) můžeme vyčíslit produkci Nakladatelství Fragment po celé období jeho existence. V roce 1991 byl vydán pouze jediný titul, oproti tomu v roce 2012 nakladatelství vydalo již 383 titulů, z nichž bylo 191 novinek, 33 nových vydání, 159 dotisků. Největší nabídku nových knih však Nakladatelství Fragment nabídlo svým čtenářům v roce 2010, kdy přišlo na trh s 221 novinkami. Rok 2010 byl pro Nakladatelství Fragment nejúspěšnější i v celkovém počtu vydaných titulů, společně s 21 novými vydáními a 146 dotisky se dostalo na celkový počet 388 vydaných titulů za rok.

Tabulka 1: Počet vydaných titulů v letech 1991–2012

Počet vydaných titulů v letech 1991 - 2012				
Rok	novinka	nové vydání	dotisk	Celkový součet
1991	1			1
1992	8		2	10
1993	12		21	33
1994	28		43	71
1995	40		56	96
1996	43		64	107
1997	48		77	125
1998	63		81	144
1999	70		86	156
2000	103		142	245
2001	74	11	93	178
2002	104	25	110	239
2003	101	27	98	226
2004	117	43	109	269
2005	163	27	106	296
2006	143	17	109	269
2007	185	10	140	335
2008	203	12	95	310
2009	185	8	161	354
2010	221	21	146	388
2011	179	47	160	386
2012	191	33	159	383
Celkem	2282	281	2058	4621

Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

Jedním z klíčových údajů jsou bezpochyby také počty vydaných výtisků. V tabulce níže (Tabulka 2: Počet vydaných výtisků v letech 1991–2012) je uveden počet vydaných výtisků za celé období vzniku Nakladatelství Fragment. Je zjevné, že od roku 1991 počet vydaných výtisků rapidně vzrostl.

V roce 1991 majitelé přišli na trh s již zmíněným titulem Tabulky neurčitých integrálů a jejich produkce byla 95 000 výtisků. V současné době celkový počet vydaných výtisků dosahuje téměř 24 mil. a za nejúspěšnější rok, co do vydaných výtisků, může Fragment považovat rok 2011 s 1 763 000 výtisky.

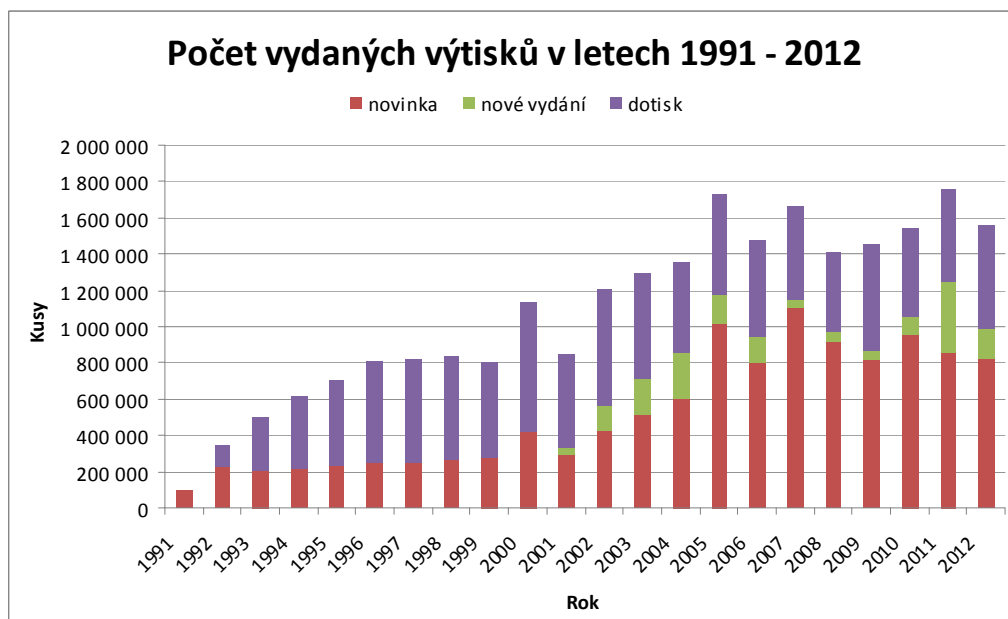
Tabulka 2: Počet vydaných výtisků v letech 1991–2012

Počet vydaných výtisků v letech 1991–2012				
Rok	novinka	nové vydání	dotisk	Celkový součet
1991	95 000			95 000
1992	235 000		110 000	345 000
1993	205 000		290 680	495 680
1994	210 500		406 800	617 300
1995	235 000		467 280	702 280
1996	251 619		561 433	813 052
1997	249 045		568 364	817 409
1998	270 500		565 560	836 060
1999	280 483		521 638	802 121
2000	416 591		716 655	1 133 246
2001	297 263	34 687	516 804	848 754
2002	428 000	138 000	641 000	1 207 000
2003	519 434	193 124	586 123	1 298 681
2004	609 630	243 500	507 100	1 360 230
2005	1 018 000	161 500	554 000	1 733 500
2006	807 000	143 000	529 178	1 479 178
2007	1 103 161	45 955	524 645	1 673 761
2008	923 783	50 475	439 974	1 414 232
2009	818 259	44 430	590 742	1 453 431
2010	955 004	95 980	496 206	1 547 190
2011	858 800	391 300	512 900	1 763 000
2012	819 817	171 056	568 329	1 559 202
Celkem	11 606 889	1 713 007	10 675 411	23 995 307

Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

Pro lepší názornost jsou výpočty vydaných výtisků v letech 1991–2012 zobrazeny také graficky (Graf 3: Počet vydaných výtisků v letech 1991–2012).

Graf 3: Počet vydaných výtisků v letech 1991–2012



Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

3.3 Prodejnost knih Nakladatelství Fragment a jeho postavení na trhu

Přestože výroba knih je podobná bez ohledu na jejich zaměření, knižní prodej už se u jednotlivých skupin produkce může lišit. Prodej knih je totiž ovlivňován typem a žánrem publikace. Jinak se prodávají učebnice, jinak romány pro ženy, jinak zase turistické příručky. Pistorius ve své knize *Jak se dělá kniha* tento fakt znázorňuje tímto způsobem:²⁷

jiný žánr → jiná distribuce → jiný trh → jiné ceny → jiná ekonomika

²⁷ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, str. 10. ISBN 978-80-87053-50-8.

Z našich zkušeností musíme souhlasit s Pistoriem, který uvádí, že o knihu je nejvyšší zájem po jejím vydání a s přibývajícím časem klesá. V závislosti prodeje vydaných výtisků na čas jsou rozeznávány tyto typy knih:²⁸

- *bestseller* – tato kniha má výbornou prodejnost, a to nejen hned po vydání, ale i z dlouhodobého hlediska. Za bestseller může být považována kniha až při určitém počtu prodaných výtisků. V posledních letech se tato hranice trvale snižuje. Zatímco dříve muselo být prodáno alespoň 30 tisíc výtisků, v současné době stačí v České republice k označení knihy za bestseller prodání nejméně 10 tisíc výtisků.²⁹ Fragment má na svém kontě řadu bestsellerů jako např. Povídky Zdeňka Svěráka, Eragon, Eldest, Brisingr, Inheritance, Letopisy Narnie.
- *hvězda* – kniha s tímto označením se po vydání prodává jako bestseller, tedy v neobyčejném množství, po nějakém čase ale její prodej klesne, a může se i zastavit; např. knihy, jež jsou výrazně vyhrazeny pro určitou cílovou skupinu čtenářů.
- *dojná kráva* – po vydání nemá kniha enormní prodej, zájem o ní ale trvá i po delší době od vydání a prodává se stále. Do této skupiny můžeme řadit např. slovníky, učebnice, příručky, atd. Pro Nakladatelství Fragment se stal „dojnou krávou“ nejúspěšnější slovník – Anglicko-český a česko-anglický kapesní slovník, který je na trhu již řadu let a každoročně je jeho dotisk cca 55 tisíc kusů.³⁰
- *obyčejná kniha* – jedná se o knihy, které se hned po dodání na trh prodá jisté množství, později ovšem prodej postupně slábne. Do této skupiny patří převážná část knih a jejich dotisk není nutný vůbec, popř. pouze jednou.
- *chcíplý pes* – tato kniha je v množství, ve kterém byla vytištěna, téměř neprodejná a po pár týdnech po nasazení na trh zůstává ležet ve skladu. U těchto knih přistupují nakladatelé k tomu, že výrazně

²⁸ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

²⁹ *Bestseller* [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z WWW:< <http://cs.wikipedia.org/wiki/Bestseller>>.

³⁰ Interní materiály Nakladatelství Fragment, s.r.o.

sníží jejich cenu. U Nakladatelství Fragment tomu bylo třeba u knih Spící město či Erebos.

Nakladatelství Fragment uvádí na trh široké spektrum knih a pro přehled jejich úspěšnosti si vede databázi o prodeji jednotlivých titulů. Tato statistika ukazuje (Tabulka 3: *Nejprodávanější tituly v letech 1991–2012*), že nejžádanějšími tituly od vzniku nakladatelství jsou anglický a německý slovník. Z přehledu je patrné, že přestože nakladatelství vydává i beletrii, nejprodávanější knihy za celé období existence Fragmentu jsou učebnice.

Tabulka 3: *Nejprodávanější tituly v letech 1991–2012*

Pořadí	Nejprodávanější tituly v letech 1991–2012
1	Anglicko-český a česko-anglický slovník
2	Německo-český a česko-německý slovník
3	Literatura v kostce
4	Český jazyk v kostce
5	Od šestky do devítky
6	Společenské vědy v kostce
7	Wir wiederholen fürs Abitur
8	Matematika v kostce
9	Dějepis I. v kostce
10	Wir üben deutsche Grammatik

Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

Za celé období existence Fragmentu jsou sice na příčce nejprodávanějších titulů Top 10 učebnice, ale přehled prodávaných titulů za poslední rok ukazuje, že v kratším časovém horizontu mezi neúspěšnější tituly patří knihy, které spadají do beletrie (Tabulka 4: *Nejprodávanější tituly za rok 2012*).

Tabulka 4: Nejprodávanější tituly za rok 2012

Pořadí	Nejprodávanější tituly za rok 2012	Prodej
1	Inheritance	41 640
2	Zdeněk Svěrák – NOVÉ POVÍDKY	33 899
3	Kamarádi zvířátka	26 342
4	Zdeněk Svěrák – POVÍDKY	10 912
5	Anglicko-český a česko-anglický slovník	10 391
6	Upíří deníky – Osvobození	9 872
7	Český jazyk v kostce pro SŠ	9 715
8	Velká kniha hádanek a doplňovaček – růžová	9 389
9	Upíří deníky – Zajetí	9 364
10	Velká kniha hádanek a doplňovaček – modrá	9 143

Zdroj: Interní zdroj Nakladatelství Fragment s.r.o.

3.4 Producenti knih

Národní agentura ISBN oficiálně registruje všechny nakladatele v České republice a ke konci roku 2010 jich evidovala 4875. Svaz českých knihkupců a nakladatelů uvádí počet registrovaných nakladatelů za období 2006–2010:³¹

Tabulka 5: Počet registrovaných nakladatelů za roky 2006–2010

Počet registrovaných nakladatelů za roky 2006–2010	
2006	3 908
2007	4 073
2008	4 344
2009	4583
2010	4 875

Zdroj: Svaz českých knihkupců a nakladatelů – www.sckn.cz

³¹ Základní fakta o produkci knih za rok 2010[online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

Protože agentura nemá pravomoc z registrace nikoho vyškrtnout, zůstávají v ní i nečinná nakladatelství. Odhaduje se, že aktivních nakladatelů je zhruba polovina.³²

Nakladatelství Fragment patří mezi jedna z největších nakladatelství v České republice. Svědčí o tom více než 24 miliónů vydaných publikací a jejich prodeje, které činí téměř 14 mil. výtisků. Díky těmto výsledkům získalo na trhu 7. místo v žebříčku největších prodejců.

V tabulce níže (Tabulka 6: *Největší producenti knih podle počtu vydaných titulů za rok 2010*) je uvedeno prvních 12 největších producentů knih v České republice (bez vydavatelů vysokých škol a státních institucí):³³

Tabulka 6: *Největší producenti knih podle počtu vydaných titulů za rok 2010*

Největší producenti knih podle počtu vydaných titulů za rok 2010		
pořadí	producent knih	vydané tituly
1.	Euromedia Group, Praha	484
2.	Grada, Praha	391
3.	Moravská Bastei, Brno	385
4.	Computer Press, Brno	341
5.	Egmont ČR, Praha	307
6.	Tribun EU, Brno	280
7.	Fragment, Praha	221

Zdroj: Svaz českých knihkupců a nakladatelů – www.sckn.cz

³² Základní fakta o produkci knih za rok 2010 [online].[cit. 2013-02-21]. Dostupné z WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

³³ Základní fakta o produkci knih za rok 2010 [online].[cit. 2013-02-21]. Dostupné z WWW: <<http://sckn.cz/index.php?p=fakta2010>>.

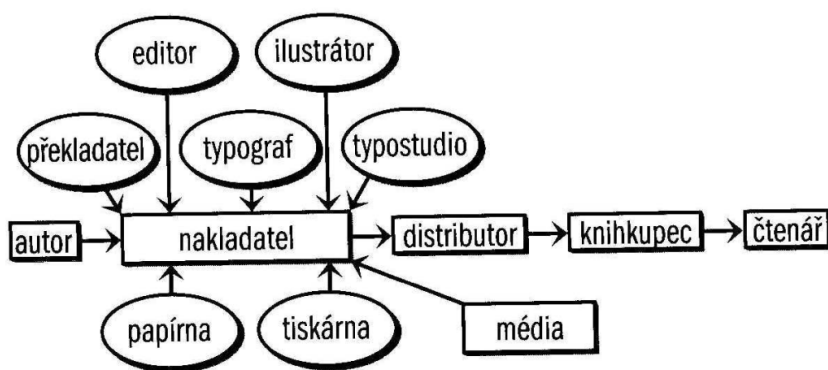
4 REALIZACE KNIH V NAKLADATELSTVÍ FRAGMENT

V této kapitole bakalářské práce je čerpáno z vnitropodnikových zdrojů firmy, jako jsou Dokument o nás, směrnice Nakladatelství Fragment, pracovní řád, manuály, internetové stránky společnosti a tiskové zprávy.

4.1 Postup realizace knihy

Cesta vedoucí k realizaci knihy je zdlouhavá, a než se kniha vytiskne, musí projít mnoha technologickými a jinými přípravnými kroky. Nakladatelská činnost je velmi specifická úloha, neboť autor sice knihu napíše, ale nakladatel ji technicky musí zrealizovat. Než se kniha dostane od autora ke čtenáři, musí postoupit k nakladateli, poté k distributorovi, ten zajistí její doručení do knihkupectví, kde si ji koupí čtenář. Pistorius tuto cestu znázornil v níže uvedeném schématu.³⁴

Obrázek č. 1. Cesta knihy



Tento postup využívá k produkci knih i Nakladatelství Fragment, ovšem s tím drobným rozdílem, že Nakladatelství Fragment nemá svou papírnu ani s žádnou papírnou nespolupracuje přímo. Papír pro Fragment zajišťuje tiskárna.

³⁴ MAGINCOVÁ, D. *Příručka nakladatelského redaktora*. Pavel Mervart, 2008, str. 13. srov. PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

Nakladatelství Fragment se věnuje při vydávání knihy těmto dílčím činnostem:³⁵

1. *akvizice rukopisů* – hledání nových titulů, ať tuzemských či zahraničních
2. *autorskoprávní agenda* – před vydáním knih nakladatelství zajišťuje autorská práva a licenční smlouvy např. s autorem nebo jeho agentem, překladatelem, tvůrcem obálky, ilustrátorem, atd.
3. *redakční příprava* – zajišťuje potřebné kroky pro technickou přípravu, aby mohla být kniha vytištěna; patří sem např. posouzení rukopisu, pořízení přepisu, spolupráce redaktora s autorem a překladatelem, korektury, atd.
4. *výroba knih* – nakladatelství zařizuje podklady pro tisk, domlouvá s tiskárnou termín dodávky, výrobní cenu, materiál – papír, vazbu, ražbu, laminaci, atd.
5. *marketingová příprava a propagace titulů* – vytváří nejlepší možné podmínky pro prodej titulu, s propagací se začíná již před vydáním samotné knihy: např. ediční plán, interview s autorem, plakáty, informace o chystané knize. S propagací knihy pokračuje nakladatelství i po vydání, kdy zajišťuje autogramiády, autorská čtení, zadává inzerci, atd.
6. *prodej* – nakladatelství zajišťuje prodej svých vydaných knih, fakturuje jednotlivé dodávky, zajišťuje skladové zásoby, dohaduje rabat, hledá způsob jak zlepšit svůj odbyt, zajišťuje spolupráci s distributory, atd.

4.2 Akvizice rukopisů

Základní strategií pro úspěšné udržení a rozšiřování svého místa na knižním trhu je pro Nakladatelství Fragment nepřetržité vyhledávání nových titulů, autorů či zahraničních knih. Jak říká Pistorius³⁶: „*Nakladatelství musí vyhledávat zejména dlouhodobé nosné programy, které by přinesly nakladatelství stabilitu a zisk, a v rámci toho zejména pečovat o dobré a perspektivní autory.*“

³⁵ MAGINCOVÁ, D. *Příručka nakladatelského redaktora*. Pavel Mervart, 2008, str. 13. srov.

³⁶ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, ISBN 978-80-87053-50-8.

Na začátku takové knihy je rukopis. Získávat rukopisy mají v Nakladatelství Fragment za úkol tyto lidé:

- *redaktor a manažer českých autorských práv a licencí* – sám oslovuje potenciální autory a vybízí je k vytvoření knihy
- *manažer zahraničních práv* (Foreign Rights Manager) – zpracovává převzaté tituly (neboli tituly, které se pro české vydání přebírají od zahraničních nakladatelů)
- *šéfredaktor a jeho asistentka* – pracují se zaslánými rukopisy od neznámých autorů, kteří žádají o vydání díla

Oslovit mediálně známé osoby, jejichž jméno je již určitou zárukou prodejnosti, má ve Fragmentu za úkol manažer českých autorských práv a licencí. Fragment používá pro tyto osoby výraz „*VIP osobnosti*“. Fragment spolupracuje např. s lidmi, jako jsou prezident Václav Klaus, senátor Tomio Okamura, herec Josef Laufer nebo režisér a herec Zdeněk Svěrák.

V některých případech osloví tyto osobnosti Nakladatelství Fragment samy na základě dobrých referencí od ostatních autorů (př. Jaroslav Novák Večerníček, Martin Vopěnka). Než se začne uvažovat o tom, zda se kniha začne připravovat, musí redaktor a manažer českých autorských práv domluvit s oslovenou osobou téma knihy, předběžný rozsah knihy, honorář, velikost knihy, případný ilustrační nebo obrazový doprovod, atd.

Převzetí zahraničních knih je další z možností, o něž se nakladatelství při výběrů titulů opírá. Zahraniční tituly, které připadají nakladatelství vhodné k vydání v ČR, jsou vybírány především na základě světových žebříčků prodejnosti titulů a recenzí. Manažer zahraničních práv má za úkol hledat inspiraci také na internetu nebo v katalozích, které jsou zahraničními partnery posílány převážně v papírové formě. Informace o novinkách na knižním světovém trhu přinášejí i e-mailové newslettery, které rozesílají média jako Publishers Weekly (denní newsletter PW Daily), USA Today, NY Times, The Bookseller a odebírání je právě manažer zahraničních zpráv. Pro výběr cizích titulů nakladatelství také využívá účast na zahraničních veletrzích. I zde je možnost vytipovat titul, o kterém si Fragment myslí, že by oslovil české čtenáře. Ať už je zdrojem výběru

zahraniční literatury kterákoli z výše uvedených možností, titul je vybírán s ohledem na celkovou koncepci a strategii nakladatelství.

Další možností, jak se Nakladatelství Fragment může dostat k rukopisu, je jeho *přímé zaslání neznámým autorem* do nakladatelství. Většina těchto prací má status tzv. nevyžádaných rukopisů. Do Nakladatelství Fragment jich dojde zhruba třicet za měsíc. Převážná část děl je zasílána e-mailem a jen malé procento je přijato poštou v papírové formě. V případě, že zasláný rukopis v papírové formě je psán ručně, je automaticky vrácen zpět adresátovi. Rukopisy psané rukou Nakladatelství Fragment neče. Ke zpracování dostane asistentka šéfredaktorky pouze rukopisy napsané na stroji či počítači.

Seznam všech rukopisů je evidován v interním systému *Evidence rukopisů*, který je uložen ve firemním informačním systému Bílý Motýl. Selekcí došlých rukopisů provádí asistentka šéfredaktora jednou za dva měsíce. Ke každému rukopisu je zapotřebí poznamenat autora, název díla, specifikaci (zda se jedná o beletrii, báseň, pohádky, atd.), přibližnou věkovou skupinu, které je dílo věnováno, rozsah díla, datum obdržení rukopisu, datum přečtení rukopisu asistentkou, krátkou anotaci a krátké vyjádření asistentky. Pokud asistentka uzná za vhodné, že by mohla rukopis dále postoupit dalšímu řešení, označí ho v systému „ano“. Oproti tomu, když asistentka nedoporučuje se k rukopisu vracet, je označen v systému „ne“. Všechny rukopisy, ať tištěné nebo v elektronické podobě, s neuspokojujícím závěrem vrací Nakladatelství Fragment bez zbytečného odkladu zpět autorům.

Rukopisy, které označila asistentka za ucházející, jsou ještě zkontrolovány se šéfredaktorem a poté rukopis cestuje na posudek. Odborný posudek si nechává Fragment vypracovat externistou, který hodnotí čtivost příběhu, věkovou kategorii, atd. Fragment si jako znalce posudků vybírá různé metodiky, učitele, lektory, apod. Do *Evidence nevrácených rukopisů* je povinná asistentka šéfredaktora zaevidovat datum odeslání na posudek, komu byl posudek odeslán, kdy byl vrácen a zda ho znalec zamítl nebo navrhl jeho další zpracování. Pokud znalec rukopis zamítne, je opět vrácen autorovi. Pokud se dílo posuzovateli líbilo, je připraveno k dalšímu hodnocení, zda je vhodné knihu vytisknout či nikoliv.

Při výběru titulu využívá redakce také již zmiňovaná *interní elektronická nástěnka „Nápadník“* v *Bílém Motýlovi*, kam pracovníci nakladatelství zapisují své návrhy na zajímavé tituly a témata. Každý zaměstnanec má možnost do Nápadníku napsat návrh na vydání knihy. Inspirován může být např. knihou, kterou četl v dřívější době a nyní již tento titul není k dostání na knižních pultech. Návrhy sbírá a zpracovává také asistentka šéfredaktora.

4.3 Redakční příprava

Budoucnost rukopisu, jenž byl ohodnocen jako vyhovující k dalšímu zpracování, je dále řešen na Redakční radě. Redakční rada je užší skupina interních pracovníků, kteří projednávají, zda jsou navrhované tituly v souladu s koncepcí nakladatelství, a vydávají všechna důležitá rozhodnutí o produkci knih. O vydání titulu rozhoduje nadpoloviční většina. Redakční rada se v Nakladatelství Fragment schází jednou za měsíc a skládá se z těchto členů:

- šéfredaktor – vede porady
- asistentka šéfredaktora – zapisuje průběh a výsledky rady
- ředitel obchodu a ředitel výroby (majitelé společnosti)
- manažerka knižního klubu
- manažer obchodního oddělení
- manažer zahraničních práv
- redaktor a manažer autorských práv a licencí

Redakční rada posuzuje návrh vybraného titulu a určí, zda ho přijmout, nebo zamítnout. Vybere-li Redakční rada titul k případnému vydání, začne jeho přípravu.

Asistentka šéfredaktorky společně se šéfredaktorkou u nových rukopisů či tuzemských knih zpracovává informace potřebné k výrobě knihy a vše zaznamenává do interního formuláře Redakční rady v systému Bílý Motýl. Formulář je vyplňován u každého zvažovaného titulu, aby se podle získaných informací mohlo rozhodnout o konečném verdiktu – zda kniha do produkce půjde, nebo její výrobu Redakční rada zamítne.

Pro takto důležité rozhodnutí je nutné zpracovat tyto informace:

- navrhovaný rozměr knihy
- počet znaků a normostran – na základě počtu znaků je možno určit, kolik stran bude kniha obsahovat
- určení vazby – kniha může mít buď pevnou vazbu, nebo ‘paperbackovou‘ (měkkou)³⁷
- zda si nakladatelství vytvoří obálku vlastní, nebo bude převzatá ze zahraničního titulu + cenu za vytvoření obálky
- autorův honorář
- cena za překlad knihy (v případě zahraničního titulu) – každý jazyk má jinou cenovou relaci (nejlevnější překlady jsou z anglického jazyka a němčiny)
- cena za posudek
- cena za odbornou korekturu (v případě odborného textu)
- věkovou skupinu titulu
- o jaký typ knihy se jedná (leporelo, pohádky, beletrie, cestopisy, průvodci, atd.)

Formulář se vyplňuje ke všem zvažovaným titulům a po doplnění všech potřebných informací je formulář předán manažerovi výroby, manažerovi zahraničních práv a obchodní referentce a ti doplní zprávu o další informace:

- Manažerka výroby osloví tiskárny a požádá je o cenovou kalkulaci zakázky. Nejvýhodnější nabídku zaznamená do formuláře Redakční rady.
- Manažer zahraničních práv zaznamená cenu licence, cenu za obálku.
- Obchodní referentka vyplní do formuláře informace o obchodním průzkumu trhu (OPT). Obchodní průzkum trhu

³⁷ Více viz ŠALDA, J. *Výroba knih*. Praha: SPN, 1973

zahrnuje informace ohledně ověření, zda styl uvažované knihy je již vydaný v ČR, nebo zda je na trhu podobný styl zjišťovaného titulu (s podobným žánrem, zaměřením). Pokud ano, zjistí ceny a prodejnost konkurenčního titulu a určí, zda by kniha vydávaná Nakladatelstvím Fragment byla konkurenceschopná, a na základě těchto informací knihu doporučí k vydání, nebo produkci zamítne. Pokud usoudí, že je možné titul vydat, doporučí cenu, za kterou by se kniha mohla prodávat.

Informace z vyplněného formuláře umožní asistence šéfredaktory spočítat celkové náklady na knihu. K výpočtu se používá vzoreček:³⁸

Autorské honoráře + Redakční náklady + Grafik + Překladatel + Případné náklady na nákup fotografií apod. + Cena tisku jedné knihy + Rabat pro distributory + Režijní náklady + DPH

Formuláře obsahující veškeré konkrétní informace potřebné k produkci knihy jsou opět projednávány na Redakční radě. Tentokrát se Redakční rada zabývá již titulem, který si na předchozí poradě schválila, a projednává připomínky, které si každý účastník mohl na základě vyplněného formuláře připravit. Nyní se řeší už zásadní připomínky jako cena, za kterou by se kniha musela prodávat, zda zvolený žánr nebyl již jednou „propadák“, zda zvolený titul vydat i v CD podobě, nebo zda daný žánr nezpracovat i pro dětské čtenáře, atd. Projednávaný titul putuje do tisku v případě, že se nadpoloviční většina přikloní k variantě produkce titulu.

4.4 Autorskoprávní agenda

Nakladatelství Fragment dbá na korektní spolupráci v autorskoprávní oblasti a svou spolupráci ošetřuje uzavřením licenčních smluv. U každého titulu je nutné uzavřít smlouvu s autorem. Pokud je v knize i ilustrace, je nutné uzavřít smlouvu i s ilustrátorem. V některých případech je zapotřebí uzavřít smlouvu i s dalšími subjekty, jako je překladatel, tvůrce obálky, nebo u odborných textů odborný korektor.

³⁸ MAŇÁKOVÁ, M. *Hodnocení marketingového mixu Nakladatelství Fragment*. Bakalářská práce. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, Obor: Podniková ekonomika a management, 2007, str. 26.

Licenční nakladatelská smlouva obsahuje tyto náležitosti:³⁹

- subjekty, jež uzavírají smlouvu
- termín a podoba dodání pro produkci titulu
- určení souhlasu na druh vydání (tištěná média, audiokniha na CD, elektronická audiokniha)
- předmět smlouvy (text, obálka, ilustrace, atd.)
- minimální a maximální počet výtisků titulu
- termín vydání titulu
- honorář za vytvoření titulu (fixní částka, nebo procentuální odměna, která se může vypočítávat buď % z vydaného nákladu, nebo % z prodaného nákladu)
- termín vyplacení honoráře
- doba trvání smlouvy (většinou to bývá na 50 let u tuzemských titulů, které nejsou VIP)
- počet kusů knihy náležejících autorovi jako autorské výtisky
- možnost reklamy v titulu
- copyrightovou doložku (upravuje přesné znění copyrightu, jak bude uveden v tiráži knihy)
- datum uzavření smlouvy a podpis obou stran

Autorská práva je nutné řešit i u titulů, jejichž autor je po smrti. V tomto případě přecházejí autorská práva na žijící dědice, pokud není v dědictví autora uvedeno jinak. Dědic musí být notářsky ověřený. U titulů, kdy autoři jsou po smrti již více než 60 let, jsou autorská práva volná, tzn. že jeho tituly mohou nakladatelé vydávat bez souhlasu s žijícími dědici (př. Karel Čapek, Jan Neruda).

³⁹ Interní zdroje Nakladatelství Fragment.

4.5 Produkce knihy

Po schválení titulu začíná technologický proces a jednotlivé kroky na sebe logicky navazují. Organizace těchto kroků může být v každém nakladatelství jiná, záleží na tom, jak je společnost velká a jakým způsobem svěřila odpovědnost jednotlivým zaměstnancům. Jednotlivé technologické procesy se v Nakladatelství Fragment projednávají a schvalují na Redakční radě (RR).

Při přípravě knihy na tisk zaměstnanci používají interní systém, kam jsou všechny informace zaznamenávány všemi pracovníky, kteří se na přípravě podílejí. Než šéfredaktor přiřadí jednotlivé úkoly redaktorovi, asistentka šéfredaktora zapíše do formuláře RR, kolik titulů je v edici, plánovaný rozměr knihy či její vazbu. Nakladatelství používají několik druhů vazeb. Výběr vazby je ovlivněn žánrem knihy, cenou a také výjimečností titulu. Je známo, že za encyklopedickou literaturu jsou lidé ochotni utratit více peněz a z toho důvodu v jejím případě Fragment zpravidla volí pevnou vazbu. Oproti tomu u beletrie bývá používána i měkká vazba, jelikož tento typ literatury je dosti rozšířený a cena určuje prodej, je nutné dostat cenu na nejnižší možnou úroveň.

Formulář obsahuje i informace o tom, zda bude obálka vlastní, nebo se bude přebírat ze zahraničí z původního vydání. Pokud se nakladatelství rozhodne pro vlastní obálku, je nutné popsat, co všechno bude obsahovat, jaká ilustrace nebo fotografie bude použita. U knihy s ilustracemi musí být zaznamenán ilustrátor, aby koordinátor autorských práv věděl, s kým má uzavírat smlouvy. Dalším velmi důležitým krokem je termín vydání knihy. Je zapotřebí zvážit načasování jejího uvedení na trh, jelikož to může zásadně ovlivnit její prodej.

U schváleného titulu šéfredaktor přiřadí na základě kompletních informací titul na starost redaktorovi a ten začne rukopis zpracovávat.

Prvním krokem redaktora/editora je čtení rukopisu. Jak říká Pavel Verner:⁴⁰ „*Editor zpravidla poprvé čte takový příspěvek nejprve zběžně, jako celek, bez propisky v ruce, posuzuje celkový záměr a výstižnost příspěvku.*“ Stává se jakýmsi modelovým

⁴⁰ VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, str. 32. ISBN 978-80-86723-88-4.

čtenářem a jeho úkolem je zjistit, o čem kniha je, jakým stylem je psaná a zda má správný „spád“ a bude se dobře číst.

Poté ji čte editor znovu a snaží se kultivovat text. I ve Fragmentu platí pravidlo, které uvádí Pavel Verner⁴¹: „*Při provádění drobných změn se předpokládá souhlas autora, při větších změnách se požaduje autorizace textu.*“

Takto probíhá několik kol, kdy čte redaktor text znovu a znovu a rediguje ho. Redigovat text znamená odstraňovat chyby pravopisné, věcné i obsahové, jazykové i stylistické a při tom stále zachovávat styl autora. Jak říká Dagmar Magincová ve své Příručce nakladatelského redaktora:⁴² „*Každé slovo, každý celý text totiž obsahuje řadu vrstev významů, které vznikly během kulturního a historického procesu. Autor si jich nemusí být vědom, ale ‚odborník‘ je dokáže ‚dekonstruovat‘.*“ Redigování probíhá zpravidla v elektronické podobě na počítači.

Následuje jazyková korektura, jejímž smyslem je nalezení nejrůznějších chyb (překlepů, gramatických a pravopisných chyb), které v rukopise zůstaly. Jazykovou korekturu v Nakladatelství Fragment zpravidla provádí externí jazykový redaktor.

Bohužel studie prokázaly, že naprosto bezchybnou knihu není možné vydat. Pavel Verner ve své knize Úvod do praktické žurnalistiky říká:⁴³ „*Bezchybný text je přitom nedostižným přáním i těch nejpovolanějších odborníků... V Anglii se jednou pokusili vydat knihu, kterou nechali přečíst – lektorovat desítkám, snad i stovkám odborníků, aby vytvořili slovesné dílo bez jediné vady na kráse. Do tiráže v závěru knihy uvedli přání, aby autorskému kolektivu do redakce poslali čtenáři upozornění v případě, že v textu najdou nějakou významnou či gramatickou chybu. Byla jich nalezena více než desítka. Od té doby se traduje, že vytvořit úplně bezchybný výtisk snad není ani možné.*“

Zatímco redaktor pracuje na korekcích, výtvarná redaktorka řeší vytvoření obálky s grafikem z oddělení DTP (desktop publishing – „poskytuje kompletní zpracování tiskových podkladů, zajišťuje grafický návrh, sazbu, skenování obrázků,

⁴¹ VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, str. 32. ISBN 978-80-86723-88-4.

⁴² MAGINCOVÁ, D. *Příručka nakladatelského redaktora*. Pavel Mervart, 2008, str. 45.

⁴³ VERNER, P. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, str. 80. ISBN 978-80-86723-87-7.

jejich zpracování a retuše“⁴⁴). Pokud se nakladatelství rozhodlo pro vlastní obálku, je nutné DTP oddělení popsat, jak velká bude, jaké obrázky bude obsahovat, kde budou texty, jak bude vypadat hřbet knihy a zadní strana obálky. Design obálky je vytvářen s ohledem na žánr knihy a věkovou skupinu, např. u titulů pro děti bývají použity jasné a veselé barvy. Obálka vždy obsahuje dominantní prvek (zvolená barva, parciální lak ve výrobě – silná vrstva laku dodávající částem obrázku velmi vysoký lesk nejčastěji názvu či produktu⁴⁵, atd.), který má za úkol upoutat na první pohled a tím přimět potencionálního čtenáře ke koupi. V případě, že nakladatelství titulní stranu přejímá ze zahraničního titulu, může se rozhodnout i pro možnost nechat knize původní obálku.

Každý týden se koná porada, kterou svolává výtvarná redaktorka a řeší na ní, společně s dalšími čtyřmi interními zaměstnanci, název knihy. Fragment si zvolil, že členy této porady výtvarnou redaktorku, manažerku propagace a PR, koordinátora propagace a PR, manažerku Knižního klubu Fragment a šéfredaktorku. Název knihy bývá na poradě projednáván vždy alespoň půl roku dopředu.

Před poradou výtvarná redaktorka zašle členům informace o titulech, které budou projednávány. Na každý titul je zpracován v interním systému formulář Porada názvů, kde jsou zapsané informace o tom, na jakou věkovou skupinu je titul orientován, kolik titulů je v edici, krátká anotace, o čem kniha pojednává, ukázka titulní strany u převzatých knih, pokud je to několikačlenný titul, je ukázána obálka předchozích dílů a jejich názvy.

Výtvarná redaktorka zapíše své návrhy na název knihy. Ostatní členové se buď přidají k návrhům výtvarné redaktorky, nebo přijdou s dalšími náměty. Někdy se stává, že si název knihy navrhne autor sám, což je také zaznamenáno ve formuláři a rada návrh projednává. Název je považován za přijatý, pokud s ním souhlasí čtyři členové z pěti. Vybrané názvy jsou posílány ke schválení řediteli obchodu a řediteli výroby. U českých titulů je vybraný název prostřednictvím redaktora ještě konzultován s autorem.

Po odsouhlasení názvu oběma řediteli dá výtvarná redaktorka informaci manažerce výroby, která těmto titulům zadá ISBN, EAN a pořadové číslo titulu.

⁴⁴ VERNER, P. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, str. 78. ISBN 978-80-86723-87-7.

⁴⁵ BANN, D. *Polygrafická příručka*. Praha: Nakladatelství Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7.

ISBN přiděluje popořadě z tabulky, kterou poskytuje každému nakladatelství Národní agentura ISBN při Národní knihovně v Praze. Pořadové číslo je interní číslo Fragmentu, čísla jdou vzestupně a manažerka výroby je zapisuje do tabulky k ISBN číslům a jménům titulů.

Schválený název je také zasílán do oddělení DTP, aby ho mohlo zakomponovat do obálky. Oddělení DTP připraví minimálně tři návrhy obálek. O tom, jak bude ve finále titulní strana vypadat, rozhoduje ředitel výroby a ředitel obchodu. Ti vybírají z nabídnutých návrhů tu, která se jim nejvíce zamlouvá. Obálku, o které bylo rozhodnuto, že se stane titulní, předá výtvarná redaktorka ještě manažerce Knižního klubu Fragment, šéfredaktorce, manažerovi obchodního oddělení, manažerce propagace a PR. Ti se mohou naposledy vyjádřit se zásadními připomínkami. Pokud žádné stěžejní připomínky nejsou, obálka se nechá vytvořit v tiskové kvalitě.

Během doby, kdy redaktor řeší finální verzi rukopisu a výtvarná redaktorka obálku, manažerka propagace a PR musí vytvořit anotaci na obálku zadní strany knihy. Pro zpracování anotace dostane od příslušného redaktora informaci, o čem kniha je. Na základě těchto údajů vytvoří návrh na anotaci, která co nejlépe vystihuje děj. Anotace by neměla přesáhnout 500 znaků. Vytvořený návrh anotace je konzultován s redaktorem pro kontrolu, aby se anotace neodchýlila od děje či obsahu knihy. I tyto návrhy jsou posílány ke schválení ředitelům společnosti, kteří rozhodnou o tom, zda může být anotace použita, nebo zda je nutné ji ještě upravit. Za předpokladu, že je vše v pořádku, je zaslána hotová anotace výtvarné redaktorce a také se dokončená anotace zapíše do systému Bílého Motýla.

Redaktor zkontrolovanou knihu odevzdá do oddělení DTP a to provede sazbu knihy neboli tzv. zlom. Úkolem sazby je utvořit opticky ucelenou plochu a text esteticky upravit tak, aby se dobře četl. Je zapotřebí dbát např. na *odstavce*, které mohou být buď se zarážkou, nebo bez ní; na *zvýrazňování textu*, kdy se může zvýrazňovat např. tučným písmem nebo kurzívou; na *uvozovky, závorky, zkratky, interpunkční znaménka nebo na mezislovní mezery*, jež od sebe oddělují slova, čísla nebo značky. Optimum pro mezislovní mezeru je zpravidla šířka třetiny velikosti stupně písma. Nejužší mezislovní mezera nesmí překročit šířku písmene „l“ a nejširší by neměla být větší než šířka

písmene „n“.⁴⁶ V případě, že je domluvené, že kniha bude obsahovat nějaké obrázky, oddělení DTP musí obrázky vložit, případně naskenovat.

Oddělení DTP hotové podklady zašle do technické redakce, kde se opět vše zkontroluje, zda jsou okraje dostatečně daleko, stejně zarovnané, zda je obrázek ve správné velikosti, atd. Kromě toho znovu zkontroluje finální podklady redaktor. Tyto závěrečné korektury již zpravidla probíhají „na papíře“, ve vytištěné sazbě knihy, a používají se při nich korekturní znaménka (nebo také korektorské značky). (Přehled nejdůležitějších korekturních znamének je přiložen v příloze G.) Pokud je vše v pořádku a podklady jsou ve stavu, ve kterém mají být tištěny, je kniha předána manažerce výroby.

Nyní je kniha připravená pro tisk a je manažerkou výroby odeslána do tiskárny, kde jsou potřebné informace pro správné vytištění již domluveny. U výběru tiskárny manažerka výroby zohledňuje, zda se jedná o edici vyráběnou již po delší dobu jednou tiskárnou. Pak zpravidla tato edice zůstává celá v jedné tiskárně, pokud tomu nebrání závažné překážky, jako např. rapidní zvýšení cen tisku.

Titul v tiskárně objednává manažerka nejméně jeden měsíc před datem expedice. V případě, že titul nelze objednat s dostatečným předstihem, je nutno zaslat tiskárně předobjednávku k rezervaci místa v jejím tiskovém plánu.

Manažer výroby vždy na začátku týdne zasílá seznam titulů, které vyjdou v následujícím týdnu vedoucí expedice, která tuto nabídku pošle distributorům a získá od nich objednávku. Následně vedoucí expedice zašle seznam s počty objednaných titulů zpět manažerce výroby. Ta vytvoří rozdělovník a zašle ho do tiskáren.

Podklady pro tiskárnu jsou zasílány ve formátu jako jednotlivá tisková pdf. Manažerka výroby komunikuje s tiskárnou již během přípravy knihy a dojednává s tiskárnou vybraný druh papíru, jakou barvu bude mít písmo, jaká bude titulní strana, zda bude mít kniha lesklé či matné lamino, jaká bude velikost knihy, počet stránek a termín vytištění a dodání do skladu. Obecně se počítá, že tiskárny vytisknou knihu za čtyři týdny.

⁴⁶ MAGINCOVÁ, D. *Příručka nakladatelského redaktora*. Pavel Mervart, 2008, str. 61.

4.6 Propagace nového titulu

V tuto chvíli je kniha vytištěná, dodána do skladu a připravená k prodeji. Úspěšnost prodeje knihy zajistí, že se nejen vrátí náklady, ale kniha přinese zisk. Aby byl výsledek co nejlepší, je nutné titul čtenářům představit, zajistit mu propagaci a reklamu. Představit knihu tak, aby se stala v prodeji úspěšnou, si klade za cíl oddělení propagace a Public relations (PR).

Public relations (PR) definuje Kotler⁴⁷ jako „řadu programů zaměřených na propagaci firmy, obhajobu image firmy nebo image jednotlivých produktů“.

Nakladatelství Fragment využívá nástroje propagace většinou pro knihy, které jsou považovány za nejprestižnější. V případě, že se uvádí takto hodnocená kniha na trh, oddělení PR volí propagaci pomocí rozhlasového a televizního vysílání, tištěných médií, pomocí webových stránek jak vlastních, tak externích, pomocí tiskových zpráv, letáků, maket (velkých kartonových modelů knih určených k jejich propagaci), „slideshow“ (jednoduchých neozvučených animací), „press kitů“ (souhrnných informačních materiálů nebo prezentací pro novináře), autogramiád, autorských čtení, plakátů, záložek, věnováním knih do soutěží, rozesíláním recenzních výtisků a sponzorstvím.

Jak říká Pavel Verner ve své knize Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989⁴⁸ „Reklama je nástroj marketingu, přímé i nepřímé propagace, jednak informuje o výrobcích či službách, vybízí příjemce sdělení k zájmu o zboží, spoluvytváří či připomíná (dobrou) pověst firmy (značky). Mnohotvárné reklamní sdělení se snaží navázat s adresátem sdělení kontakt, zavést dialog, přimět jej k reakci. Média jsou nejkratší a nejzávadnější cestou k potenciálnímu konzumentovi“

Do propagace je třeba investovat mnoho financí, a tak Nakladatelství Fragment upozorňuje své čtenáře velkou propagací pouze na tituly, které jsou významné.

⁴⁷ KOTLER, P. *Marketing management*. Přel. V. Dolanský; S. Jurnečka. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2001, str. 598.

⁴⁸ VERNER, P. *Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, str. 161. ISBN 978-80-7452-007-5.

Významnost knihy ovlivňuje např. známý a oblíbený autor, natočení filmu podle vydané knihy, nebo informace o tom, že kniha se v zahraničí stala bestsellerem.

Významné knižní novinky Nakladatelství Fragment představuje novinářům v rámci křtů a autogramiád, které pořádá u 10–15 titulů za rok. Na konci křtu Nakladatelství Fragment vyhradí prostor pro tiskovou konferenci a zde mají novináři možnost vznést dotazy na autora knihy, s kmotrem knihy nebo se samotnými zástupci Nakladatelství Fragment, mezi kterými bývá manažerka propagace a PR. Novináři mohou na této akci získat recenzní výtisk zdarma.

Nakladatelství Fragment jednou týdně informuje novináře a spolupracující blogery o novinkách, které budou uvedeny na trh v následujícím týdnu, kdy opět nabídne novinářům a bloggerům zaslání recenzních výtisků.

Oddělení PR v Nakladatelství Fragment pořádá v rámci budování dobrých vztahů s novináři dvakrát ročně setkání, tzv. „merendu“, kam jsou pozváni zástupci nejvýznamnějších médií. Manažerka propagace a PR Nakladatelství Fragment seznámí novináře s úspěchy nakladatelství a plány pro následující půlrok. Manažer zahraničních práv představí novinářům významné převzaté tituly, jejichž publikace je plánována na následující pololetí a manažerka českých autorských práv a licencí seznámí novináře s VIP tituly na další půlrok. V rámci propagace mohou novináři získat rukopis či překlad knihy, která bude uváděna jako novinka.

K propagaci knižních novinek využívá Nakladatelství Fragment:

Rozhlasové a televizní vysílání – nakladatelství domluví v televizním nebo rozhlasovém vysílání rozhovor s autorem. Pokud se jedná o VIP osobnost, rádia si o rozhovor žádají sama, jako tomu bylo např. v roce 2012 v případě spisovatele Christophera Paoliniho, který napsal knižní sérii Odkaz Dračích jezdců. V případě méně významné knižní novinky se vysílá rozhovor po domluvě nakladatelství v TV či rozhlase, jako tomu bylo např. v případě rozhovorů s vítězi Hledá se autor bestselleru. Do rádia a televize zadává Fragment také reklamy na jednotlivé tituly nebo na akce pořádané nakladatelstvím.

Tištěná media – u těchto médií využívá Nakladatelství Fragment více druhů propagace: *recenze* na vydanou knihu, *informace o akcích* pořádaných nakladatelstvím nebo *inzerát*.

Webové stránky vlastní – propagace na webových stránkách Nakladatelství Fragment je možná též několika způsoby: *upoutávkou na knihy*, které vyšly, *umístění tiskové zprávy* k významnému titulu, *pozvánkou na akce* pořádané Nakladatelstvím Fragment, *bannerem* na knihy (více viz níže), nebo *vytvořením miniwebu* k sérii knih, které něčím přesahují ostatní tituly (kvalitou tématu, jsou ve filmovém zpracování, více sérií knih od jednoho autora).

Webové stránky externí – zde probíhá propagace formou loga na jiných webových stránkách, recenze knih, ukázky knih, soutěže o knihy Nakladatelství Fragment, navěšení tiskové zprávy Nakladatelství Fragment a pozvánky na jeho plánované akce.

Tiskové zprávy – Nakladatelství Fragment je vydává k zajímavým titulům, u kterých věří, že svým obsahem čtenáře zaujmou (autorem je VIP osoba, pokračování oblíbené série, uvedení titulu na filmová plátna, získaná ocenění knihy, upozornění na nové edice knih, atd.).

Banner – je jednoduchá upoutávka na knihu, umístěná na webových stránkách. Několika slovy popisuje, o čem kniha je, zpravidla s využitím obálky nebo jiných grafických prvků z knihy.

Maketa – papírový model obálky knihy v nadměrné velikosti.

Pozvánky – vytváří nakladatelství ke křtům knih, autogramiád, výstavám, veletrhům.

Slideshow – filmová prezentace knihy trvající cca jednu minutu. Jsou zde sděleny nejdůležitější a nejzajímavější informace ke knize. Slideshow se v rámci propagace promítají např. na velkoplošných obrazovkách v knihkupectvích nebo na veletrzích.

Press kit – powerpointová prezentace knihy, obsahující podrobnější informace než u slideshow. Zpravidla jsou zde informace i o autorovi, úspěšnosti titulu v zahraničí, získaná ocenění v zahraničí, atd.

Autogramiády – opět se dělají pro VIP osobnosti, nebo při křtu knihy. Nakladatelství Fragment se nejprve domluví s autorem na počtu a termínech

autogramiád a poté domlouvá termíny a místa s knihkupectvími. Autogramiády se provádějí po celé České republice.

Křty – pořádá Nakladatelství Fragment u VIP osobností nebo u českých autorů, na které chce více upozornit.

Autorské čtení – autor čte úryvky z knihy, poté zpravidla následuje také debata. Autorské čtení je pro autora časově náročné, pro čtenáře je ale velmi oblíbené. Autorské čtení většinou žádají knihovny nebo školy, nebo ho Nakladatelství Fragment spojuje se křtem.

Plakáty – nakladatelství připravuje plakáty na křty, autogramiády a plánované akce: veletrhy, harmonogram autogramiád na veletrzích. Plakáty se nechávají tisknout i pro distributory. V případě, že je plakát navrhován na novou knihu, která je již několikátým dílem v sérii, na plakát se pro připomenutí přidávají zmenšeniny obálek předchozích dílů. Nakladatelství Fragment používá plakáty velikosti A1, A3, zcela výjimečně A0.

Záložky – opět se dělají na významné tituly, na které chce nakladatelství více upozornit. Využívá se pro distributory nebo jako propagační materiál na veletrzích.

Soutěže – pořádá nakladatelství buď na svých stránkách, nebo v tištěných periodikách či na internetových stránkách. Jako výhry do soutěží se dávají primárně knižní novinky.

Recenzní výtisky – jsou knihy, které dostanou redaktoři z periodik tištěných i internetových. Dále jsou jimi obdarováni spolupracující blogeri, kteří po přečtení knihy umístí recenzi knihy na svůj blog.

Sponzorské dary – Fragment poskytuje knižní sponzorské dary na podporu rozšíření čtení v České republice.

ANALYTICKÁ ČÁST

5 SOUTĚŽ HLEDÁ SE AUTOR BESTSELLERU

V analytické části se zabýváme literární soutěží Hledá se autor bestselleru, pořádané Nakladatelstvím Fragment, a prvnímu samostatnému titulu jejího vítěze Jiřího Drašara. Neméně důležité je i shrnutí propagačních snah ze strany nakladatelství a reakcí kritiků. Především nás však bude zajímat, zda vítězství v literární soutěži pomohlo autorovi k úspěšnému vstupu na knižní trh.

5.1 Soutěž Hledá se autor bestselleru

Literární soutěž „Hledá se autor bestselleru“ je určena těm, kteří chtějí prorazit v oblasti knižního trhu. Tato soutěž dává příležitost pouze začínajícím spisovatelům a nadšencům a klade si za cíl najít autory, kteří jsou schopni své myšlenky a nápady vyjádřit slovy a větami tak, aby hotový text dokázal čtenáře zaujmout.

Jak říká pořadatel soutěže a spolumajitel firmy Pavel Nýč: *„Od soutěže si slibujeme objevení nových talentů. Hodně takových netuší, jak na sebe v branži upozornit. Projekt Hledá se autor bestselleru umožňuje každému porovnat se s konkurencí a získat zpětnou vazbu odborníků i čtenářů, kteří nepatří do kategorie rodina a přátelé.“*⁴⁹

Spisovatelského souboje se může zúčastnit každý, kdo zamýšlí prorazit v branži a doposud nepublikoval. Soutěž „Hledá se autor bestselleru“ tedy není omezena např. věkem, jejím hlavním pravidlem je, že soutěžícímu nikdy před tím nebylo knižně vydáno žádné z jeho děl v oblasti prózy. Pro regulérnost soutěže je důležitá autentičnost díla nového autora.

⁴⁹ *Fragment hledá autora bestselleru – třetí ročník* [online].[cit. 2013-02-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.sarden.cz/prsoutez-fragment-hleda-autora-bestselleru-%E2%80%93-treti-rocnik>>.

Zamyslet se nejen nad tím co psát, ale také JAK psát je další pravidlo zájemce o účast v soutěži.⁵⁰ Pro oživení textu pomůže autorovi správný výběr slov, měl by se ale vyhnout nesprávným komunikačním návykům a vynechat cokoli, co by bylo v rozporu se slušností a zákony. I porušení tohoto pravidla má své sankce. Pavel Nýč uvedl: „Samozřejmě dílo nesmí obsahovat žádné části, které by byly v rozporu s dobrými mravy a platnými zákony České republiky. V takovém případě si vyhrazujeme právo povídku diskvalifikovat.“⁵¹

V roce 2013 se koná již třetí ročník této soutěže. První ročník byl vyhlášen v roce 2011 a přišlo 423 soutěžních příspěvků. O rok později přečetli členové poroty 215 soutěžních povídek.

Povídka musí splnit rozsah 15–20 normostran a musí se jednat o příběh pro dospělého čtenáře. V prvním ročníku bylo zadání bez tematického omezení a vítěznými povídkami se staly:

1. Poslední cesta (autor: Jiří Drašar)
2. Den, kdy se Vidímová svlékla (autorka: Lucie Verrall)
3. Kód (autor: Antonín Mazáč)
4. Prokletí (autor: Petr Doležal)
5. Návrat (autorka: Tereza Prasličková)

V druhém ročníku Fragment volnost ve výběru tématu zrušil a vyhlásil téma „o vztazích s humorem“. Při výběru pěti finalistů se ukázalo, že dvě povídky získaly shodný počet bodů, a tak místo pěti bylo vyhlášeno těchto šest vítězů:

1. Směju se čím dál víc (autor: Pavel Hewlit)
- 2.-3. Když štika tiká (autorka: Radka Velikovská)
- 2.-3. Robolovers (autorka: Nikola Najbrová)
4. Klára (autorka: Markéta Skrbková)
- 5.-6. Jitka (autor: Tomáš Kadleček)

⁵⁰ Více viz MUSILOVÁ, E. *Kurz tvůrčího psaní aneb jak psát hezky česky*, 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, 2007. ISBN 80-86686-84-1

⁵¹ *Jak se stát autorem bestselleru? Stačí se zúčastnit soutěže a mít štěstí* [online].[cit. 2013-02-10]. Dostupné z WWW: <http://kultura.idnes.cz/jak-se-stat-autorem-bestselleru-staci-se-zucastnit-souteze-a-mit-stesti-1oc-/literatura.aspx?c=A110106_163117_literatura_ob>.

5.-6. Ledové víno (autorka: Lenka Neterdová)

Pro letošní, již třetí, ročník bylo zvoleno téma „*moderní pohádka*“. Autoři soutěžních povídek mohou zasílat svá díla od začátku ledna do konce února 2013.⁵²

Po ukončení termínu se začnou odborníci z Nakladatelství Fragment pročitat došlými díly a hledat nejen příběhy, které jsou kvalitně zpracované a jejichž děj osloví čtenáře, ale také musí splňovat tyto podmínky soutěže.⁵³ Hodnotitelé na straně nakladatelství, provádějící tento prvotní výběr, jsou celkem čtyři. Každý hodnotitel hodnotí povídky třemi stupni – „pustit“, „možná pustit“, „nepustit“.

Během dvou týdnů musí nakladatelství z došlých příspěvků splňujících pravidla vybrat patnáct finalistů, kteří vzejdou z celkového hodnocení a diskuse mezi hodnotiteli na straně nakladatelství. První třetina těchto patnácti děl (a následně druhá třetina postupujících deseti) bude zveřejněna na webu soutěže (poslední třetina vítězných pěti prací na webu zveřejněna není, čtenáři se s ní setkají až ve sborníku). Od této chvíle začne soutěžní literární díla hodnotit široká veřejnost a zároveň porota složená ze čtyř kulturních redaktorů. Pro letošní ročník byli vybráni tito porotci:

Klára Kubíčková – redaktorka deníku MF Dnes specializující se na literární recenze a výtvarné umění

Kateřina Farná – redaktorka umění a kultury v deníku Právo

Petr Fischer – vedoucí kulturní redakce v České televizi

Stanislav Šulc – redaktor deníku E15

Společným úkolem kulturních redaktorů a veřejnosti je vybrat z patnácti příspěvků pět finalistů. Pro těchto pět vítězů bude jednou z cen vydání společné e-knihy, která vyjde počátkem května 2013. Vydání vítězné knihy v elektronické podobě je novinkou letošního ročníku soutěže. V loňském a předloňském ročníku měla společná kniha ještě tištěnou podobu. K tomuto kroku se nakladatelství přiklonilo s cílem oslovit širší část veřejnosti a především mladší publikum.

⁵² Harmonogram soutěže viz příloha A.

⁵³ Pravidla soutěže viz příloha B.

Fragment plánuje tuto e-knihu prodávat za velmi nízkou cenu v rozmezí 20–30 Kč, aby ji kupovalo co nejvíce lidí. Výtěžek bude použit na charitativní účely, a to na konto Paraple. Pro nakladatelství nebude finanční zisk žádný.

Pro mnohé soutěžící není jediným motivem účasti v soutěži vydání této e-knihy, ale motivuje je také vidina šance další spolupráce s nakladatelstvím. Vítězi prvního ročníku, Jiřímu Drašarovi se to povedlo a Nakladatelství Fragment mu vydalo samostatnou povídkovou knihu s názvem „Cesta ohněm a jiné povídky“.⁵⁴

5.2 Výsledky soutěže 1. ročníku

Do prvního ročníku soutěže se zapojilo celkem 423 soutěžních prací. Soutěž probíhala ve dvou kolech. Redaktoři Nakladatelství Fragment vybrali 15 povídek, které postoupili do prvního kola. Hlasovat se mohlo na internetové stránce www.hledaseautor.cz a www.tyden.cz. V prvním kole hlasovalo na stránkách www.hledaseautor.cz 1699 lidí a z toho 207 lidí hlasovalo pro povídku Jiřího Drašara *Poslední cesta* a na portálu www.tyden.cz hlasovalo pro tuto povídku 5 lidí ze 72 hlasujících. Celkem tedy získala 212 hlasů a postavila *Poslední cestu* na první příčku soutěže.

Do druhého kola postoupilo 10 povídek. Na stránkách www.hledaseautor.cz hlasovalo 2645 lidí, 447 pro povídku Jiřího Drašara, na www.tyden.cz se vyjádřilo 215 hlasujících, z toho 111 osob přálo vítězství této povídce. *Poslední cesta* celkem získala 558 hlasů a stala se výherní povídkou s nejvyšším počtem hlasů.⁵⁵

Tím dostal Jiří Drašar možnost k vydání knihy, která se na knižním trhu objevila dne 23. 4. 2012 s názvem *Cesta ohněm a jiné povídky*. Kniha byla vydána v paperbackovém provedení o rozsahu 264 stran a nákladu 2000 kusů. Knize se však prozatím nepodařilo prorazit a za 10 měsíců po vydání se prodala necelá jedna čtvrtina z vytištěných knih.⁵⁶

⁵⁴ DRAŠAR, J. *Cesta ohněm a jiné povídky*. 1. vyd. Praha: Fragment, 2012, 259 s. ISBN 978-80-253-1400-5.

⁵⁵ Interní materiály Nakladatelství Fragment s. r. o.

⁵⁶ Interní materiály Nakladatelství Fragment s. r. o.

5.3 O Jiřím Drašarovi

Ing. Jiří Drašar, narozen 25. 2. 1972, vystudoval gymnázium v Trutnově, které zakončil maturitní zkouškou. Poté studoval Vysokou školu ekonomickou v Praze, obor Podniková ekonomie. V roce 1995 získal titul inženýra. Nyní žije v Trutnově se svou manželkou a dvěma dětmi.

Svou pracovní činnost začal ve firmě RT Consulting, a.s. jako ekonom–analytik. Samostatně zde vedl projekty, komunikoval s obchodními partnery, poskytoval finanční, kapitálové a ekonomické poradenství pro klienty. Připravoval prezentace a propagační materiály, tvořil tržní ocenění společností a obchodních podílů. Vedl běžnou agendu firmy a zastával pozici personalisty. Po šesti letech udělal změnu a začal pracovat pro firmu ITT. Jako člen managementu firmy uplatnil všechny dosažené zkušenosti z předchozího zaměstnání a školy. K těmto znalostem si přidal samostatnou komunikaci s daňovým poradcem, přípravu daňových přiznání k DPFO, DPH, DPZČ, silniční dani a dani z nemovitostí.

Jiří Drašar ovládá anglický jazyk slovem i písmem, je schopný rychle se zorientovat a nalézt optimální řešení. Rád cestuje a sportuje, má smysl pro humor a svůj volný čas tráví s rodinou. Jeho velkým koníčkem je také hudba a literatura.⁵⁷

Právě literární záliba ovlivnila život Jiřího Drašara natolik, že sám začal psát. V roce 2011 se zúčastnil soutěže Hledá se autor bestselleru určené dosud nepublikujícím autorům a vyhlášené Nakladatelstvím Fragment. Do soutěže zaslal svou povídku Poslední cesta a s tou se mu podařilo zvítězit.

Díky svému vítězství dostal možnost vydat svou první knihu. V roce 2012 tak na český knižní trh přišla novinka začínajícího českého autora s názvem Cesta ohněm a jiné povídky.

Jiří Drašar, výherce prvního kola soutěže Hledá se autor bestselleru, se svěřil Krkonošskému deníku, jak se o soutěži dozvěděl a jak ho napadlo se této soutěže zúčastnit.⁵⁸ „*Skoro tři čtvrtě roku jsem psal román, pak jsem s ním dojel do Prahy,*

⁵⁷ Životopis viz příloha C.

⁵⁸ *Září je tu, tak zpátky do lavic* [online].[cit. 2013-02-11]. Dostupné z WWW: <http://krkonossky.denik.cz/zpravy_region/zari-je-tu-tak-zpatky-do-lavic-20120903.html>.

prošel několik nakladatelství a prožil neuvěřitelné věci. Připadal jsem si jako naprostý zoufalec, který neumí nic. Nikdo se se mnou nebavil, nikoho jsem nezajímal. Pak manželka našla náhodou výzvu nakladatelství Fragment k účasti v soutěži. Hledali autora bestselleru. Bylo potřeba napsat povídku. I když jsem to nikdy nedělal, tak povídka vznikla a já jsem nakonec celou soutěž vyhrál.“

5.4 Kniha Cesta ohněm a jiné povídky

Cesta ohněm a jiné povídky, první samostatná kniha Jiřího Drašara, vítěze soutěže Hledá se autor bestselleru, je soubor pěti povídek o celkovém rozsahu 264 stran v měkké vazbě. Uvedené povídky jsou v souboru provázány intermezzy, která shrnují předchozí příběh a uvádějí příběh následující.

Kniha obsahuje tyto povídky⁵⁹:

Kamarád Čuba

Po poněkud krkolomném úvodu založeném na jazykové hříčce čuba/Čuba seznamuje autor čtenáře se svým handicapovaným kolegou z práce. Popisuje legrácky, které společně zažívali. Na nich demonstuje Čubovu obdivuhodnou vůli, optimismus a osobní statečnost, se kterou prochází životem, vlastnosti, které nakonec právě jemu pomohou získat dívku, která se líbila i jeho kolegům a kamarádům.

Poslední cesta

Další vyprávění je o lidech, které vypravěč potkal během své náhradní vojenské služby v domově důchodců. Příběh líčí pozdní lásky. O tom, jak se pan Smyk začal dvořit koketní paní Lajské, která celou záležitost považovala za zábavný flirt. O svérázném optimistovi panu Písařovi (byl pro něj charakteristický jeho sípavý smích), který se ke vztahu pana Smyka vyjadřoval s pohoršením, ale potom mu paní Lajskou přebíral a utratil za dárky pro ni všechny úspory, na které si dělala zálusk jeho dcera. Pointa příběhu je, že autor je nyní sám na cestě do domova seniorů a směje se stejně sípavě jako kdysi pan Písař.

⁵⁹ DRAŠAR, J. *Cesta ohněm a jiné povídky*. 1. vyd. Praha: Fragment, 2012, 259 s. ISBN 978-80-253-1400-5.

Vánoční mráz

Muž vypráví příběh, jak se na Vánoce kvůli kalamitě nedostal domů a ve městě potkal svou dávnou lásku z dětství Lenku. Ta ho pozvala domů a strávil s ní a s její sestrou a neteřemi nádherné Vánoce. Později, když se k Lence vrátil, s překvapením zjistil, že to všechno byl klam. Lenka vše zařídila přes agenturu. Žila sama, protože před lety ji zneužíval vedoucí tanečního oddílu, a aféra, která se kvůli tomu pak rozpoutala, jí zkazila život a narušila vztah k mužům. Stala se z ní osamělá zlomená osoba, a protože onen muž byl jediný, na kterého měla krásné vzpomínky, snažila se aspoň kvůli němu vytvořit krásné chvíle.

Cesta ohněm

Autor vypráví, jak strávil víkend sebezobnovovacími aktivitami, završenými rituálem spojeným s přechodem přes žhavé uhlí. Barvitě líčí své zážitky a popisuje lidi, které tam poznal, a atmosféru sounáležitosti, která tam panovala.

Muž a chlapec

Příběh vypráví o muži, který po smrti manželky a svého mladšího syna zůstal sám s malým chlapcem. Nedokáže zastavit svůj fyzický i psychický úpadek. Jednoho dne dovede chlapce k příteli, který dělá ředitele dětského domova. Ředitel vidí v mužových očích zoufalství a tuší, že muž dochází k zásadnímu tragickému rozhodnutí. Odejde za město s úmyslem spáchat sebevraždu. Zjeví se mu zářivá bytost, kterou muž považuje za anděla. Plná opovržení nad špatnostmi, které muž za život spáchal, mu promítne zpětně celý jeho život. Do té doby žil muž v sebeklamu, že jeho život je nešťastný kvůli ranám osudu, jež ho provázejí. Pak ale pochopil, že za vše může jeho závislost na hře v karty. Rozvrátil kvůli své závislosti manželství. Jeho žena ho opustila a našla si přítele. Nepřímo byl i příčinou smrti své ženy, protože po hádce s ním havarovala a v autě zahynula ona i jejich mladší syn. Anděl mu pak ukázal, jak mohla být jeho budoucnost krásná, kdyby kartám nepropadl. Pochopil, že víra ve štěstí v kartách je jen klam. A že může ještě být dobrým otcem. Otočil se a vydal se do města za svým synem. Bytost zklamaně zmizela v černém víru. Zapomněla totiž, že muž má ještě pro co žít a může využít druhé šance. Ředitel dětského domova byl překvapen, že se muž vrátil, a pomyslel si, že pravděpodobně zasáhl nějaký anděl. Čtenář si však už

domyslel, že ona bytost rozhodně andělem nebyla a že muž zachránil více než jen svůj život.

*Anotace knihy:*⁶⁰

Jeden z vítězů soutěže Hledá se autor bestselleru přichází se svou první knihou povídek! Příběhy a postavy, které jsou obyčejné jen zdánlivě, vás pohladí po duši a možná vám budou i trochu povědomé.

Kamarád Čuba

Poslední cesta

Vánoční mráz

Cesta ohněm

Muž a jeho chlapec

5.5 Propagace titulu vítězného autora

Prvotní informaci o plánovaném vydání povídkové knihy Jiřího Drašara zveřejnilo Nakladatelství Fragment s několikaměsíčním předstihem v souvislosti s vyhlášením druhého ročníku literární soutěže Hledá se autor bestselleru. Tisková zpráva byla rozeslána zástupcům tištěných, elektronických a rozhlasových médií.

Termín vydání knihy Cesta ohněm a jiné povídky byl zveřejněn později prostřednictvím tiskové zprávy,⁶¹ která informovala o plánu nakladatelství knihu vydat v dubnu roku 2012. Přesný termín uvedení na trh byl stanoven na 23. dubna 2012.

Další krok v propagaci knihy představovalo uvedení knihy Jiřího Drašara při křtu sborníku vítězných prací druhého ročníku soutěže Hledá se autor bestselleru II dne 15. května 2012 v Paláci knih Luxor. Zaznělo několik informací o vzniku knihy a jejím obsahu a poté následovalo krátké autorské čtení.

⁶⁰ *Cesta ohněm a jiné povídky* [online].[cit. 2013-02-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.fragment.cz/nabidka/knihy-pro-dospеле/romany-povidky-novely/povidky/cesta-ohnem-a-jine-povidky-s251832843>>.

⁶¹ Příloha D – tisková zpráva

O křtu nakladatelství informovalo prostřednictvím svých webových stránek www.fragment.cz, kde byla dva týdny před akcí navěšena pozvánka.⁶² Dále pozvánku v elektronické verzi rozeslali zaměstnanci nakladatelství partnerům a blogerům, se kterými spolupracují. Celkem byla pozvánka poslána na 554 e-mailových adres.⁶³ Přibližně polovina spolupracujících blogerů umístila pozvánku i na svém blogu. O konání křtu informoval také Palác knih Luxor – hlasovou upoutávkou, pozváním v místním rozhlasu a plakáty rozmístěnými v prostorách knihkupectví.

Křtu se zúčastnilo zhruba 30 lidí. Kmotrem knih se stal známý autor Zdeněk Svěrák, který si s panem Drašarem vyměnil podepsané knihy⁶⁴ a popřál jak Jiřímu Drašarovi, tak ostatním autorům mnoho úspěchů do dalších let a hlavně vytrvalost.

Novináři, kteří se na akci akreditovali, obdrželi recenzní výtisk obou titulů.

Recenzní výtisky nakladatelství rozeslalo podobně jako v případě jiných titulů i dalším novinářům. O titul *Cesta ohněm* projevilo zájem větší množství recenzentů než o sborník druhého ročníku soutěže. Nejvíce recenzních výtisků bylo rozesláno právě první měsíc po uvedení knihy. Rozeslalo se na 50 výtisků.

Jako další v řadě propagačních aktivit tohoto titulu bychom mohli uvést autorské čtení Jiřího Drašara v rámci besedy s vítězi druhého kola *Hledá se autor bestselleru*. Akce se konala 18. května 2012 na knižním veletrhu *Svět knih Praha*, kde se na hodinovém panelu sešli všichni autoři a každý přečetl několik stránek své vítězné povídky. Jiří Drašar četl ze své první knihy.

Nakladatelství Fragment o tomto autorském čtení opět informovalo pomocí webových stránek, inzerátů v tištěných médiích a rozeslání pozvánky v elektronické podobě na e-mailové adresy partnerů a blogerů.

Sám Jiří Drašar poskytl několik rozhovorů do tištěných a elektronických periodik (www.trutnovnik.cz nebo www.krkonosky.denik.cz). Osobně se také zúčastnil natáčení rozhovoru v Českém rozhlasu, kde hovořil o soutěži, jejím poslání a svých literárních aktivitách.

⁶² Příloha E – Pozvánka Nakladatelství Fragment na křest knihy

⁶³ Interní informace Nakladatelství Fragment

⁶⁴ Příloha F – fotografie Jiřího Drašara a Zdeňka Svěráka

Zástupci nakladatelství se také na titul snažili upozornit v několika soutěžích a anketách o nejlepší knihu, kam byla kniha společně s přihláškou odeslána. Ve většině případů se jednalo o aktivity webových portálů.

5.6 Reakce kritiků na knihu

Ohlasy na knihu byly jak pozitivní, tak negativní. Z negativních bychom mohli zmínit server Mfantasy, který o knize napsal:

*Popravdě řečeno, fantazák si tuto knihu může s klidným srdcem nechat ujít. Muž a jeho chlapec je sice dobrá povídka, ale za nechápavé civění na intermezza nestojí. A jedna povídka sbírku nedělá, takže pokud netoužíte po lehké mimožánrové četbě, Cesta ohněm není vaší cestou. Z jiného úhlu pohledu – máte-li slabost pro začínající české autory...*⁶⁵ Zde tedy šlo spíše o špatný výběr žánru než o kvalitu knihy. Tento server je zaměřen zejména na fantasy tituly, což kniha Cesta ohněm není.

Naopak bylo mnoho periodik, která se o knize vyjádřila velice pozitivně. Z tištěných médií bychom mohli jmenovat například MF Dnes s recenzí Kláry Kubíčkové, která se v tomto listu zabývá literárními kritikami. Ta o knize napsala:⁶⁶

„Proč si Drašarovu sbírku povídek koupit? Texty jsou obyčejné svými tématy, ale přitom neobyčejně dobře vypořádané a odžité. Dotýkají se každého.“

Z elektronických médií bychom mohli uvést například server www.vaseliteratura.cz, kde recenzi na knihu psala Lenka Martínková. Ta o knize napsala toto:⁶⁷

„V některých literárních soutěžích je zvykem, že si autoři mezi sebou udělují zvláštní cenu pro kolegu. Něco takového by se hodilo i v soutěži Hledá se autor bestselleru, kterou vyhlašuje nakladatelství Fragment. Kdyby to bylo možné, takovou

⁶⁵ *Cesta ohněm a jiné povídky – recenze* [online].[cit. 2013-02-19]. Dostupné z WWW: <<http://www.mfantasy.cz/2012/08/cesta-ohnem-a-jine-povidky-recenze/>>.

⁶⁶ Klára Kubíčková, MF Dnes 26.4.2012.

⁶⁷ *Cena pro kolegu z Fragmentu* [online].[cit. 2013-02-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.vaseliteratura.cz/2179-cesta-ohnem-a-jine-povidky.html>>.

cenu bych bez váhání udělila Jiřímu Drašarovi za knihu povídek *Cesta ohněm a jiné povídky*.

Všechny povídky se na první pohled zdají obyčejné. Některé jsou víceméně úsměvné, ale jak sám autor upozorňuje, život není jenom veselý, nebo smutný, a tak jakmile čtenář knížku otevře, naskočí na houpačku a nikdy neví, na kterou stranu se převáží. Jiří Drašar se zdá poněkud vypočítavý – v prvních dvou příbězích čtenáře naláká na veselé příběhy, jenomže netrvá dlouho a už to taková zábava není. Přesně jako život – po šťastném období následuje událost, která člověka srazí na kolena, aby ho osud zase odměnil. Takové vzestupy a pády může čtenář prožít spolu s hrdiny povídek a občas si přitom bude pohrávat s myšlenkou, jestli náhodou někoho takového nezná.“

Jako příklad pozitivního ohlasu u blogerů můžeme uvést blog www.nase-knihovnicka.blogspot.cz, kde autorka Hana Jedličková napsala o knize toto:⁶⁸ „Každá povídka je oddělena Intermezzem, kde autor lehce uvádí příběh. Všechny povídky jsou hezky napsané. Dobře se čtou a u některých jsem se i slušně pobavila.“

⁶⁸ *Cesta ohněm a jiné povídky – Jiří Drašar* [online].[cit. 2013-02-19]. Dostupné z WWW:< <http://nase-knihovnicka.blogspot.cz/2012/05/cesta-ohnem-jine-povidky-jiri-drasar.html>>.

PRAKTICKÁ ČÁST

6 VSTUP ZAČÍNÁJÍCÍHO AUTORA NA ČESKÝ KNIŽNÍ TRH

V praktické části se věnujeme konkrétním možným způsobům vstupu začínajících autorů na knižní trh, jednak účastí v literární soutěži, jednak zasíláním nesoutěžních rukopisů, opět na konkrétním příkladu Nakladatelství Fragment. Vedli jsme rozhovor s Jiřím Drašarem, vítězem soutěže Hledá se autor bestselleru, kterou jsme přiblížili v analytické části. Dále jsme zjišťovali, jaké šance na úspěch mají nováčci v druhém případě (tj. v případě zasílání rukopisů mimo soutěž), a to rozhovorem se zaměstnankyní nakladatelství, která se stará o přijetí rukopisů ve společnosti, a rozhovorem se dvěma autorkami, které se prosadily právě tímto způsobem.

6.1 Vítězství v literární soutěži jako způsob proniknutí na knižní trh

6.1.1 Rozhovor s Jiřím Drašarem

V rámci tohoto výzkumu jsme s Jiřím Drašarem (vítězem prvního ročníku literární soutěže Hledá se autor bestselleru, představené v analytické části) vedli rozhovor, při němž jsme zjišťovali informace o jeho literární tvorbě a zkušenostech s nakladatelskou praxí.

V kolika letech jste napsal první literární dílo?

Přesně si to nepamatuji, ale mohlo to být tak v sedmi letech – byly to krátké básničky doprovázené vlastními ilustracemi.

Je nějaký autor/kniha, která Vás oslovila natolik, že jste se rozhodl stát spisovatelem?

Myslím, že nejvíce mě ke psaní podnítily E. M. Remarque, Astrid Lindgrenová, Eduard Tomáš a Paolo Coelho.

Kdy a kde jste poprvé publikoval?

Poprvé jsem publikoval po vítězství v soutěži Hledá se autor bestselleru v roce 2011. Byla to povídka ze souboru vítězných prací.

Čím by na sebe měl začínající autor upozornit?

Může to být řada různých věcí, např. originální styl, nezvyklé řazení textu, oduševnělý obsah, překvapivé dějové zvraty. Každý autor upoutá něčím jiným. Stejně jako každý lidský obličej je originální, přestože vlastně pokaždé podobný tomu druhému, stejné je to u psaní. Nekonečné množství variací jednoho a téhož...

Jaké vlastnosti by podle vás měl mít autor, který chce, aby jeho dílo vyšlo knižně?

Buď musí být zjevně geniální, nebo hodně trpělivý. Každopádně musí mít nějaký odrazový můstek do světa literátů. Jakýkoliv můstek. Možnost, že by neznámý autor z ulice prorazil tak, že zaujme nakladatele, považuji za velmi málo pravděpodobnou.

Máte něco, co byste považoval za svůj autorský rys?

Doufám, že je to zručnost při psaní dialogů a jakási sdílená intimita ve vyprávění.

Co přesně myslíte sdílenou intimitou ve vyprávění? Mohl byste to rozvést?

Tímto, nepochybně bravurně, vymyšleným slovním spojením jsem měl na mysli momenty, kdy autor vyjadřuje svá nejnaternější srdeční pohnutí, obrazy svého vnitřního světa, natolik srozumitelně a zdařile, že to rozechvívá stejně naladěné struny v duši čtenářově. Duše čtenářova a duše autorova se tak dostávají do harmonického souznění, které je natolik přesvědčivé, že čtenář získává pocit, jako by danou pasáž sám prožil

nebo napsal. Pokud se toto stává při popisu pocitů a emocí, autor a čtenář na okamžik splývají v jednu bytost.

Myslíte si, že dnešní začínající autoři mají dostatek příležitostí publikovat?

Rozhodně ne.

Účastnil jste se někdy soutěží pořádaných literárními časopisy?

Ne.

Obeslal jste více literárních soutěží, než se vám podařilo uspět?

Ne.

Když jste psal text do literární soutěže, snažil jste se ho napsat tak, aby se líbil Vám, nebo porotcům a lidem?

Snažil jsem se ho napsat tak, abych měl z vyprávění dobrý pocit. Nicméně je fakt, že jsem tam trochu exhiboval, protože prvním sítím procházely povídky pouze na základě zveřejnění první třetiny. Normálně bych to neudělal.

Co je podle vás lepší přístup?

Podle mého názoru se text musí líbit autorovi. Pokud je s ním spokojen, je to dobrá cesta k tomu, aby s ním tento dojem sdíleli i ostatní čtenáři.

Vyhrál jste literární soutěž. Jak velká je podle vás konkurence?

Myslím, že 420 soutěžících je konkurence poměrně slušná. V porovnání např. se sportovními soutěžemi byla šance na vítězství relativně malá.

Je podle vás dobrý způsob prosadit se díky těmto soutěžím?

Vzhledem k situaci na českém literárním trhu je jakýkoliv způsob dobrý. Dokonce mám pocit, že by bylo v mnoha případech snazší prosadit se na trhu zahraničním.

Když se podíváte kolem sebe, máte pocit, že lidé v dnešní době hodně čtou?

Myslím, že se čte čím dál méně, nicméně čte se pořád. Jen knižní hamburgery ukrajují stále větší podíl čtených knih.

Můžete nám vysvětlit pojem „knižní hamburger“?

Pojmem „knižní hamburger“ jsem měl na mysli knihy, které jsou často řemeslně velmi zručně napsané, nicméně bez jiskry, bez nápadu, s předvídatelnou „originalitou“. Prefabrikáty, bez vnitřního obsahu, u kterých si po měsíci od přečtení nejste schopni vybavit děj ani postavy a u nichž tou nejtajemnější otázkou zůstává, proč jste něco takového vůbec četli (potažmo proč toto vůbec někdo vydává).

Mají vaše knihy přinášet nějaké poselství?

Ano. Každá kniha přináší poselství. Všechny o autorovi, některé pak i o době a specifické skupině lidí, případně reálií. A stejně jako je vtip dobrý a hloupý, jsou poselství silná a slabá.

Podle čeho si vybíráte témata?

Podle toho, jak vnitřně oslovují mě samého.

Jak byste z pohledu autora popsal vznik knihy?

Notebook – volná paměť – klávesnice – první věty – první kapitola – mazání – další kapitoly – další mazání – poslední kapitola – autokorekce – škrtní – opravování – mazání – vyjádření redakce – mazání – přepisování – korekce – další vyjádření redakce – další škrtní a přepisování – finální poznámky redakce – smazání souboru – trávení času jiným způsobem, případně vydání knihy.

A vy sám jste po sobě finální verzi smazal?

V několika případech ano, a dobře jsem udělal

Jak probíhala práce s rukopisem vaší Cesty ohněm?

Mnohonásobné opakované korekce a přepisování, údiv autora nad tím, jak moc chyb stále ještě zůstává i po čtvrtém korekčním čtení. Nakonec to byla radost nad tím, jak se text podařilo vyhladit.

Jak dlouho z vašeho pohledu trvalo napsání knihy od prvního písmenka do chvíle, kdy jste držel vydanou knihu v ruce?

Asi 14 měsíců.

Jak probíhala vaše komunikace s redakcí ohledně redakčních úprav textu?

Přes mail, vždy zasláním návrhů, ve kterém místě a co upravit – následné moje reakce a finální úprava či ponechání daného místa. Pak ještě jedna dvouhodinová osobní návštěva v nakladatelství, kde jsme provedli poslední úpravy.

Konzultovalo s vámi nakladatelství výběr autora obálky, případně hotovou obálku?

Ano, prvotní návrh vzhledu obálky vzešel ode mne.

Jaké věci vám nakladatelství doporučovalo změnit, přepsat, téma, zápletku...?

V tomto smyslu jsem měl velkou svobodu a návrhy korekcí byly čistě stylistického či jazykového rázu.

Podílel jste se nějak aktivně na propagaci vaší knihy?

Ano – různá autorská čtení a besedy.

Autorská čtení a besedy? Kolik jich bylo a můžete nám z nich sdělit nějakou zajímavou příhodu?

Celkem asi osm. Zajímavý byl výrok jedné návštěvnice na besedě, již pokročilého věku, že bych mohl být knězem. Řekla to natolik výmluvným způsobem, že o tom začínám uvažovat.

Jaká byla vaše nejvíce pozitivní zkušenost s vydáním knihy?

Vlastně to, že nakonec skutečně můj text ležel v podobě knihy s krásnou obálkou na pultech knihkupectví. Ten pocit byl nádherný. Nepopsatelně. I když si člověk drží určitý odstup, bylo to trochu podobné narození dítěte.

A naopak negativní?

Poznání, že bez alespoň trochu slušné propagace nemá knížka moc šancí na úspěch.

Jaké máte ohlasy od čtenářů nebo literárních kritiků?

Velmi příznivá kritika v MF Dnes, desítky nadšených reakcí čtenářů, řada neutrálních, několik odmítavých.

Je něco, co byste vy sám chtěl na knize změnit?

Na této knize asi nic. Ne že by se nedalo znovu škrtat a přepisovat, ale jsem velmi spokojen s její současnou podobou.

Myslíte si, že je pro začínajícího autora dobré, když čte knihy jiných autorů podobného žánru?

Myslím, že čtení jakýchkoliv knih je dobré. Člověk má srovnání, může se inspirovat i zjistit, čemu se musí vyhnout.

Máte již připravený nový rukopis či na nějakém pracujete?

Ano, leží již pár měsíců v Nakladatelství Fragment a netrpělivě vyhlíží budoucnost.

Prozradíte, na co se mohou čtenáři těšit v dalším díle?

Tentokrát půjde o román o hledání lidského štěstí, na pozadí tragického osudu jednotlivce. Skončí sice očekávaným, a přesto překvapivým způsobem.

Shrnutí rozhovoru

Jiří Drašar zdůrazňuje, že autor musí mít buď výjimečný talent, nebo velkou trpělivost. V obou případech je třeba, aby nastala okolnost („odrazový můstek“), která mu pomůže na knižní trh proniknout. Takovou okolností může být právě literární soutěž. Zároveň však zastává názor, že „odrazových můstků“, příležitostí, jak publikovat, mají v dnešní době začínající autoři nedostatek.

6.2 Vstup na knižní trh prostřednictvím zasílání rukopisů

6.2.1 Příjem rukopisů začínajících autorů v nakladatelství

Množství autorů se snaží prosadit u nakladatelů jiným způsobem než účastí v literárních soutěžích, a sice tradičním zasíláním rukopisů na adresu nakladatelů. Tato podkapitola chce alespoň stručně přiblížit (opět na příkladu Nakladatelství Fragment), jaké naděje na vydání mají začínající autoři v případě, že zvolí tuto metodu.

Vedli jsme rozhovor s Danou Žurkovou, která má v Nakladatelství Fragment příjem rukopisů na starosti.

Kolik rukopisů začínajících autorů ročně přijde?

Kolem čtyř stovek.

Kolik z toho je přijato?

V průměru dva.

Jaké jsou důvody pro přijetí?

Nejčastějším důvodem je určité téma, které hledáme nebo chceme vydávat. Dalším faktorem může být vhodné zaměření titulu, například cílová věková skupina.

Jaké jsou nejčastější důvody odmítnutí?

Nevhodné téma, plný ediční plán, špatná stylistika, téma bez prodejního potenciálu.

Dělá Fragment něco pro to, aby rukopisy začínajících autorů získal, nebo je jen pasivně přijímá?

Na webu nakladatelství je formulář pro rukopisy, dále vyhlašujeme literární soutěž Hledá se autor bestseleru. Zvažujeme, že budeme spolupracovat s agenturou paní Dočekalové Mám talent.

Musí začínající autor poslat celý rukopis, nebo stačí ukázka a struktura?

Musí poslat celý rukopis. To samé platí v případě literární soutěže, i když v jejím případě se soutěžní práce na webu uveřejňují po částech.

Kolik lidí rukopisy začínajících autorů posuzuje (nemíníme soutěž, ale příjem běžných rukopisů)? Jak to probíhá?

V prvním kole je třídí jeden člověk. Rukopisy, které projdou, dostane „posudkář“ – externí pracovník, jehož úkolem je celý text přečíst a zhodnotit, a pokud knihu doporučí i on, rukopis schvaluje k vydání dalších pět lidí, takzvaná redakční rada.

Jak dlouho trvá posouzení rukopisu (od přijetí do zamítnutí nebo schválení)?

Původně jsme si na posouzení vyhrazovali jeden měsíc, v současné době jsou to tři měsíce.

Shrnutí rozhovoru

Ze statistik, které v rozhovoru zazněly, je zřejmé, že šance na vydání začínajícího autora při běžném posílání rukopisů do nakladatelství jsou mizivé. V případě široce zaměřeného Nakladatelství Fragment uspějí pouze dva rukopisy ze čtyř set, což je pouhého půl procenta. Soutěž Hledá se autor bestselleru, v jejímž prvním ročníku uspělo pět prací ze čtyř stovek, tedy nováčkům nabízela statisticky vyšší možnost prosazení než běžné posílání rukopisů.

6.2.2 Rozhovor s autorkou Kateřinou Petrusovou

Mezi autory, kterým se podařilo porazit statistiku a uspět díky rukopisu doručenému do nakladatelství, je Kateřina Petrusová (nar. 1982), které v Nakladatelství Fragment od té doby vyšly tři romány (detektivky pro ženy Nebezpečná láska a Nepřítel mého nepřítele a romantický příběh S hlavou v oblacích (pejru)). Všechny tři knihy spadají do jedné z několika oblastí, kterým se Fragment cíleně věnuje.

Kdy a kde jste poprvé publikovala?

Nebezpečnou lásku jsem původně psala na webu pro amatérské autory, ale oficiálně jsem prvně publikovala až u Fragmentu.

Jak jste se vy samotná dostala k vydání knih v Nakladatelství Fragment?

Ještě než jsem stihla Nebezpečnou lásku dopsat online, jedna z jejích čtenářek, která pracuje v Nakladatelství Fragment, navrhla, že by zkusila rukopis ukázat kolegyni, protože má pocit, že by mohlo projít jeho vydání. Byla jsem pro, doufala jsem, že dostanu nějakou zpětnou vazbu, ale samotnému vydání jsem nevěřila.

Podle čeho si vybíráte témata?

Spíš mám pocit, že si témata vybírají mě. Není to tak, že bych seděla a přemýšlela, o čem bych tak asi mohla psát. Začne to nějakou scénou, detailem, krátkým kouskem, který mě uchvátí tak, že o něm začnu přemýšlet a postupně se na něj nabalí zbytek příběhu.

Ale obecně můžu říct, že nechci psát nic vážného. Psaní je pro mě zábava, relaxuju u něj, a to by u závažných témat nebo drastických hororů prostě nešlo.

Jak byste z pohledu autorky popsala vznik knihy?

Na mně bylo jen ji napsat. Následovalo schvalování v několika kolech. Pak se rukopis dostal k redaktorce, korektorkám, zpátky ke mně pro schválení oprav a úprav. Vymyslel se název, navrhla a vybrala obálka, někdo šikovný se postaral o formátování a nakonec putovala knížka do tiskárny.

Jak probíhala práce s rukopisem?

Trochu jsem se děsila toho, že mi po korekturách přijde zpátky celý přeškrtný a paní redaktorka po mně bude chtít, abych půlku přepsala – protože takhle to vždycky probíhá ve filmech. (smích) Vrátil se pořádně poškrtný, ale šlo o drobnosti – opakující se slova, neladící slovní spojení, překlepy, chyby. Znovu jsem si rukopis prošla, odsouhlasila změny a to bylo všechno.

Jak dlouho z vašeho pohledu trvalo napsání knihy od prvního písmenka do chvíle, kdy jste držela vydanou knihu v ruce?

Samotné psaní rukopisu trvalo zhruba čtyři měsíce. Knížka vyšla rok a tři čtvrtě od napsání první kapitoly.

Jak probíhala vaše komunikace s redakcí ohledně redakčních úprav textu?

Psaly jsme si s paní redaktorkou maily, ale protože jsem neměla žádné připomínky, bylo to rychlé a věcné.

Konzultovalo s vámi nakladatelství výběr autora obálky, případně hotovou obálku?

Viděla jsem návrhy, ale finální výběr byl na nakladatelství. Vybrali ale mého favorita, takže jsem byla (a jsem) spokojená.

Jaké věci vám nakladatelství doporučovalo změnit, přepsat, téma, zápletku...?

Jen název. Původní byl *Malí kluci vousy nenosí*, což nebylo shledáno marketingově vhodným. (smích)

Podílela jste se nějak aktivně na propagaci vašich knih?

Tím, že jsem příběh původně psala na našem webu, kde si získal velkou oblibu a fanoušky, přinesla jsem si určitou skupinu kupujících hned do začátku, což je obrovská výhoda. A snažím se komunikovat se čtenáři na sociálních sítích, webu i po mailech.

Obrovské plus ale vidím v zasílání recenzních výtisků, za které musím poděkovat úžasnému PR oddělení. Díky tomu se objevila spousta většinou velmi pozitivních recenzí a o Nebezpečné lásce se dozvědělo víc lidí.

Co autorská čtení a besedy? Kolik jste jich zatím absolvovala?

Zatím jsem žádnou takovou oficiální akci neměla, jen sraz se čtenářkami, které knížky znaly právě už z našeho webu.

Jaká byla vaše nejvíce pozitivní zkušenost s vydáním knih v nakladatelství?

Už to, že to vyšlo. Měla jsem pocit, že se teprve rozepisuji a že možná za pár let zkusím něco někam poslat, takže to pro mě bylo obrovské a rozhodně pozitivní

překvapení. Byl to zároveň start změny zaměstnání – v tuhle chvíli už se psáním živím. Ne tedy přímo psáním knížek, ale psáním jako takovým.

A naopak negativní?

Trochu mě mrzí ta změna názvu, respektive názvů, protože se to stalo i u další knížky, ale chápu ji.

Je něco, co byste vy sama chtěla na první knize změnit?

Víc bych propracovala třetí čtvrtinu, vzájemné sbližování postav. To bylo opravdu hodně rychlé, což bylo způsobeno tím, že jsem se nemohla dočkat toho, co bude potom. (smích)

Čím by na sebe měl začínající autor upozornit?

Asi by se měl snažit dát o sobě trochu vědět – ale zase se to nesmí přehánět.

Jaké vlastnosti by podle vás měl mít autor, který chce, aby jeho dílo vyšlo knižně?

Trpělivost. Určitě hromadu trpělivosti. V mém případě bylo vydání opravdu nestandardní, protože se podařilo knihu vydat už ve druhém nakladatelství. Ale vím ze zkušeností ostatních amatérských autorů a i z rozhovorů s profesionálními spisovateli, že se velmi často musí obeslat několik desítek nakladatelství, než to klapne, pokud vůbec. A taky trochu pokory, protože nakladatelé jsou ti, kteří všechno platí a riskují možnou ztrátu, takže si nedovedu představit, že bych se s nimi kvůli něčemu hádala a kladla si nějaké podmínky.

Myslíte si, že je pro začínajícího autora dobré, když čte knihy jiných autorů podobného žánru?

Pokud je čte, aby mohl „porovnat konkurenci“, pak určitě ano. Ale je potřeba dávat pozor, aby pak více či méně podvědomě nekopíroval něco, co už přečetl.

Myslíte si, že dnešní začínající autoři mají dostatek příležitostí publikovat?

Myslím, že ano. Díky internetu je to mnohem snazší. Je spousta webů pro amatérské autory, na některých rovnou dostanete zpětnou vazbu od někoho zkušenějšího. Tím pádem víte, jestli má cenu zkoušet obesílat nakladatelství. A rukopisy

se posílají mailem, není nutné mít napsanou jednu kopii na stroji a tu rozposílat postupně do různých nakladatelství a doufat, že ji vrátí brzo.

Na druhou stranu vychází obrovské množství knížek a pro knihu je těžší se prosadit, být vidět v knihkupectvích, takže to má i svá negativa.

Je podle vás dobrý způsob prosadit se díky literárním soutěžím?

Určitě je to dobrý způsob, jak se dostat do povědomí čtenářů, hlavně v žánrových soutěžích. A rozhodně to vypadá dobře v průvodním dopisu k rukopisu – tedy pokud se v soutěži zadaří. Navíc člověk dostane v relativně krátkém čase kvalitní zpětnou vazbu buď od poroty, nebo od čtenářů, a to je super.

Shrnutí rozhovoru

Z rozhovoru s Kateřinou Petrusovou je zřejmé, že patřila mezi hrstku „šťastlivců“, kterým se podařilo uspět již ve druhém nakladatelství, kam poslala rukopis. Vydání knihy trvalo rok a tři čtvrtě, což je ve srovnání s vydáním souborného díla vítězům soutěže Hledá se autor bestselleru velice dlouhá doba. S vítězem Jiřím Drašarem se shoduje na tom, že kromě štěstí je třeba, aby měl začínající autor i trpělivost a pokoru.

6.2.3 Rozhovor s autorkou Michaelou Burdovou

Další autorkou, která uspěla díky zaslanému rukopisu, je Michaela Burdová (nar. 1989). Na rozdíl od Petrusové se specializuje na fantasy romány pro mládež (trilogie Poselství jednorozců, trilogie Křišťály moci, duologie Syn pekel). Příběhy tohoto druhu rovněž dlouhodobě patří do portfolia Nakladatelství Fragment.

Kdy a kde jste poprvé publikovala?

Svůj první román jsem vydala u Nakladatelství Fragment. Byly to první dva díly trilogie Poselství jednorozců – 15. září 2008.

Jak jste se vy samotná dostala k vydání knih v Nakladatelství Fragment?

Prostě jsem zkusila štěstí. Psaní mě moc bavilo a chtěla jsem znát názor nějakého nakladatelství. Vybrala jsem si Fragment. Když se mi potom ozvali, že mají o příběh zájem, byla jsem nadšená!

Podle čeho si vybíráte témata?

Podle toho, co mě baví a zajímá a podle nápadů.

Jak byste z pohledu autorky popsala vznik knihy?

Hlavní je mít příběh a napsat ho. Autor ho nejprve zašle svému redaktorovi, který si ho přečte a potom autorovi napíše své poznámky – například co by se mohlo změnit, co vymazat a podobně. Potom redaktor navrhne příběh k vydání, schválit ho musí redakční rada. Příběh jde dále na korekturu, nakonec je poslán ke korektuře i mně.

Jak probíhala práce s rukopisem?

S prvním rukopisem to bylo hodně náročné, musela jsem ho stále přepisovat, upravovat, někdy něco přidávat a pak hodně škrtnat. S každým rukopisem je spousta práce, nestačí jen napsat text a hotovo. Revize jsou nejdůležitější.

Jak dlouho z vašeho pohledu trvalo napsání knihy od prvního písmenka do chvíle, kdy jste držela vydanou knihu v ruce?

Vždycky to trvá většinou rok, někdy rok a půl. Ale může to být i déle.

Jak probíhala vaše komunikace s redakcí ohledně redakčních úprav textu?

Jsem v kontaktu s paní redaktorkou, společně probíráme všechny úpravy.

Konzultovalo s vámi nakladatelství výběr autora obálky, případně hotovou obálku?

Autora obálky vybralo nakladatelství samo, ale obálku vždy konzultuje se mnou.

Jaké věci vám nakladatelství doporučovalo změnit nebo přepsat?

Musela jsem hodně zkracovat, protože příběh byl moc rozsáhlý a některé pasáže byly zbytečné. Také jsem měnila jména postav, protože si některá byla podobná nebo začínala na stejné písmeno. Děj nebo zápletku jsem ale nikdy měnit nemusela.

Podílela jste se nějak aktivně na propagaci vašich knih?

Snažím se na propagaci podílet neustále, moc mě to baví, prodej mých knížek je pro mě hodně důležitý.

Autorská čtení a besedy? Kolik jich bylo a můžete nám z nich sdělit nějakou zajímavou příhodu?

Už to nepočítám, bylo jich mnoho. (smích) Nikdy nezapomenu na svou úplně první besedu, protože jsem byla hodně nervózní. Chtěla jsem se na poslední chvíli otočit a utéct. Nikdy jsem nevystupovala před lidmi, bylo to pro mě něco nepředstavitelného. Ale nakonec ze mě tréma spadla a dnes si každou svou besedu užívám.

Jaká byla vaše nejvíce pozitivní zkušenost s vydáním knih v Nakladatelství Fragment.

Můj první křest v paláci knih Neoluxor v Praze a vydařená propagace mé nové knihy Syn pekel.

A naopak negativní?

Komplikované domluvy ohledně termínů vydání nové knihy. Vydání je vždy naplánováno třeba i za dva roky, což je pro mě příliš dlouhá doba. Vždy se snažím bojovat za to, aby má nová kniha vyšla co nejdříve.

Je něco, co byste vy sama chtěla na první knize změnit?

Je toho spoustu. Asi bych vymazala ty dlouhé popisy, je jich tam zbytečně moc. Ale i tak mám svou prvotinu ráda a jsem na ni hrdá.

Čím by na sebe měl začínající autor upozornit?

Člověk musí hlavně věřit v sám sebe, potom se na něj usměje štěstí. Myslím, že důležité jsou besedy a také dobré stránky na internetu. Zkrátka propagace je hodně důležitá a nejlepší je na ní spolupracovat společně s nakladatelstvím.

Jaké vlastnosti by podle vás měl mít autor, který chce, aby jeho dílo vyšlo knižně?

Myslím, že na tom nezáleží. Každý autor je jiný, důležité je, jak umí vykreslit příběh. Určitě by se ale měl připravit a obrnit proti zlým závistivcům, protože těch se objeví požehnaně.

Myslíte si, že je pro začínajícího autora dobré, když čte knihy jiných autorů podobného žánru?

Myslím, že ano. Podle mě je hlavní, že autor vůbec čte, obohacuje si slovní zásobu, zkoumá psaní jiných, zkušenějších autorů a může se od nich učit.

Myslíte si, že dnešní začínající autoři mají dostatek příležitostí publikovat?

Myslím, že dnes je možností spousta. Autor si může knihu vydat sám na vlastní náklady, může publikovat svůj příběh jako e-knihu, což je asi nejsnazší způsob, anebo může obíhat nakladatele a čekat, až se na něj usměje štěstí.

Je podle vás dobrý způsob prosadit se díky literárním soutěžím?

Podle mě ano, je to skvělý způsob!

Shrnutí rozhovoru

Michela Burdová v rozhovoru podobně jako Kateřina Petrusová poukazuje na to, že vydání nové knihy od odevzdání rukopisu trvá rok a půl, někdy i déle, což je podle ní příliš dlouhá doba. V rozhovoru doporučuje začínajícím autorům, aby v sebe věřili, protože pak se na ně usměje štěstí.

První kniha obou dotazovaných autorek byla vydána v Nakladatelství Fragment. Těmto autorkám se povedlo, že spolupráce s nakladatelstvím neskončila po vydání prvotiny, ale měly možnost vydat i knihy další. Na rozdíl od Jiřího Drašara jsou obě autorky přesvědčeny o tom, že dnešní začínající spisovatelé mají dostatek příležitostí publikovat. Přestože vydání první knihy obou začínajících autorek nebylo podmíněno vítězstvím v literární soutěži, neboť nakladatelství zaujaly jejich rukopisy zaslané mimo soutěž, se autorky shodují na tom, že způsob prosadit se díky literárním soutěžím je dobrý.

ZÁVĚR

Cílem práce bylo nastínit cestu nového knižního titulu na český trh se zvláštním zřetelem na začínajícího autora. Základním podkladem případové studie se stala soutěž Nakladatelství Fragment *Hledá se autor bestselleru*, jež poskytla příležitost vydání prvotiny neznámému spisovateli. Vítěz soutěže tak získal příležitost, na niž mnoho neobjevených talentů jen čeká.

Odpověď na první otázku, již se práce zabývala – Jak obtížné je pro neznámého, nezkušeného, českého autora prorazit na domácím trhu? – lze shrnout slovy vítěze literární soutěže Jiřího Drašara, že „autor buď musí být zjevně geniální, nebo hodně trpělivý“. Situaci, „že by neznámý autor z ulice prorazil tak, že zaujme nakladatele“, považuje Drašar za velmi málo pravděpodobnou.⁶⁹ Zkušenosti Drašara ostatně potvrzují i námi získané statistiky. Pouze procentuálně malému množství dalších českých autorů, pokoušejících se nabídnout svůj rukopis, se podařilo svoji prvotinu vydat.

Dalším sledovaným tématem bylo, co vlastně nakladatelství očekává od uspořádání soutěže pro nové spisovatele a následné vydání knihy jejímu vítězi. Nakladatelství Fragment pochopitelně doufalo ve vyvolání zájmu veřejnosti o knižní novinku, přičemž očekávalo, že částečný faktor „reality show“, kdy se veřejnost podílela na výběru vítěze, povede k větší poptávce po výsledné knize autora. Nakladatelství přepokládalo, že díky soutěži bude mít kniha lepší předpoklady prorazit na trhu a stát se dobře prodávaným titulem. Svědčí o tom i prohlášení jednatele nakladatelství Pavla Nýče, že doufá v objevení autora, jemuž se podaří oslovit široké spektrum potencionálních čtenářů.⁷⁰ Již samotný název soutěže implikuje, že cílem bylo najít novou hvězdu českého knižního trhu. Aby nakladatelství co nejvíce zvýšilo šance knihy uspět, investovalo do rozsáhlé reklamní kampaně, do které zapojilo i veřejně známé osobnosti, jako je např. Zdeněk Svěrák.

Poslední, závěrečná otázka zkoumala, zdali se předpoklad nakladatelství potvrdil a vítěz soutěže se stal dobře prodávaným autorem. Prodejní výsledky toto očekávání

⁶⁹ Rozhovor s Jiřím Drašarem poskytnutý pro účely této bakalářské práce, plné znění viz str. 59–64.

⁷⁰ *Nakladatelství Fragment vydá knihu loňskému vítězi soutěže Hledá se autor bestselleru* [online]. [cit. 2014-02-8]. Dostupné z WWW: <<http://www.vaseliteratura.cz/aktuality/zpravy11/1894-hleda-se-autor-bestselleru.html>>.

nakladatele nepotvrdily. Knihy se prodalo jen několik stovek výtisků, a titul se tak zařadil mezi prodělečné tituly. V nakladatelské terminologii patří k tzv. „chcípým psům“⁷¹. Špatné prodeje knihy znovu stvrdily Drašarův výrok, že prorazit na český knižní trh je pro neznámého spisovatele velmi obtížné. Naopak domněnka nakladatelství, jež přepokládala zájem zákazníků o knihu autora, jehož pomohli vybrat veřejným hlasováním, se nepotvrdila, ačkoli kritiky a recenze na knihu byly vesměs příznivé (blíže viz oddíl 5.6).

Je tedy možné shrnout, jaké šance má neznámý autor na českém trhu? Z výše uvedených faktů – vycházejících z konkrétní případové studie i rozsáhlejších statistik – vyplývá, že v současné době jsou vyhlídky na úspěch značně omezené. Často opakované mediální tvrzení, že jediným spisovatelem, který se na české scéně užívá pouze spisovatelským řemeslem, je Michal Viewegh, zřejmě nebude daleko od pravdy.

Závěrem lze tedy konstatovat, že proniknout na český trh je mimořádně obtížné, pokud spisovatel není již jinak mediálně známý. Marketingová podpora, byť zastřešena přední českou oblíbenou celebritou, nemůže sama o sobě vyvolat dostatečný zájem veřejnosti ani společenských médií. A to ani v případě, že představované dílo je kvalitní a kritiky dobře ohodnocené.

Podle našeho názoru práce nastiňuje další velmi zajímavé otázky, kam by se mohl ubírat příští výzkum. Je situace stejná i pro začínající české autory úzce zaměřených literárních žánrů se specifickými cílovými skupinami, jako jsou nyní velmi populární příběhy sci-fi a fantasy či cestopisy? Souvisí ztížená situace začínajících autorů s tím, že potenciální cílová skupina se o jejich díle navzdory nakladatelským snahám nedozví, nebo spíše s tím, že knižní trh je jednoduše přesycený a začínající spisovatelé na něm nemají prostor zaujmout potenciálního čtenáře?

Problematika českého knižního trhu je prozatím jen velmi málo zpracována a nabízí celou řadu celospolečenských témat a problematik ke studiu. Příčinou je mimo jiné i to, že nakladatelé nezveřejňují počty prodaných výtisků, a tím pádem i veškeré odhady v tomto odvětví jsou jen přibližné. To představuje výraznou komplikaci ve zpracování téměř jakéhokoli tématu týkajícího se této oblasti.

⁷¹ PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. Příbram: Pistorius&Olšanska, 2011, str. 166. ISBN 978-80-87053-50-8.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

MONOGRAFIE

BANN, D. *Polygrafická příručka*. Praha: Nakladatelství Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7.

DRAŠAR, J. *Cesta ohněm a jiné povídky*. 1. vyd. Praha: Fragment, 2012. ISBN 978-80-253-1400-5.

JEŘÁBEK, A. *Příručka uživatele systému ISBN*, 4.vyd. Praha: Národní knihovna České republiky, 2004. ISBN 80-7050-249-5

KUBÍČKOVÁ, K. MF Dnes 26.4.2012.

KOTLER, P. *Marketing management*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing 2001. ISBN 80-247-0016-6.

MAGINCOVÁ, D. *Příručka nakladatelského redaktora*. 1. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2008. ISBN 978-80-86818-83-2.

MAŇÁKOVÁ, M. *Hodnocení marketingového mixu Nakladatelství Fragment*. Bakalářská práce. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, Obor: Podniková ekonomika a management, 2007.

MUSILOVÁ, E. *Kurz tvůrčího psaní aneb jak psát hezky česky*, 1. vyd. Kralice na Hané: Computer Media, 2007. ISBN 80-86686-84-1

OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 2002. ISBN 80-7277-108-6

PISTORIUS, V. *Jak se dělá kniha*. 3. vyd. Příbram: Pistorius & Olšanská, 2011. ISBN 978-80-87053-50-8.

VERNER, P. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Vydání II., přepracované. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. ISBN 978-80-86723-87-7.

VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, ISBN 978-80-86723-88-4.

VERNER, P. *Vývojové trendy v českých médiích po roce 1989*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, ISBN 978-80-7452-007-5.

ŠALDA, J. *Výroba knih*. Praha: SPN, 1973.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE

www.fragment.cz

www.sckn.cz

www.vaseliteratura.cz

Bestseller [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z:
<http://cs.wikipedia.org/wiki/Bestseller>.

Cena pro kolegu z Fragmentu [online]. [cit. 2013-02-11]. Dostupné z:
<http://www.vaseliteratura.cz/2179-cesta-ohnem-a-jine-povidky.html>.

Cesta ohněm a jiné povídky (recenze) [online]. [cit. 2013-02-19]. Dostupné z:
<http://www.mfantasy.cz/2012/08/cesta-ohnem-a-jine-povidky-recenze/>.

Cesta ohněm a jiné povídky – Jiří Drašar [online]. [cit. 2013-02-19]. Dostupné z:
<http://nase-knihovnicka.blogspot.cz/2012/05/cesta-ohnem-jine-povidky-jiri-drasar.html>.

Fragment hledá autora bestselleru – třetí ročník [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z:
<http://www.sarden.cz/prsoutez-fragment-hleda-autora-bestselleru-%E2%80%93-treti-rocnik>.

Jak se stát autorem bestselleru? Stačí se zúčastnit soutěže a mít štěstí [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné na WWW: <http://kultura.idnes.cz/jak-se-stat-autorem-bestselleru-staci-se-zucastnit-souteze-a-mit-stesti-1oc-/literatura.aspx?c=A110106_163117_literatura_ob>.

Nakladatelství Fragment vydá knihu loňskému vítězi soutěže Hledá se autor bestselleru [online]. [cit. 2014-02-8]. Dostupné z:
<http://www.vaseliteratura.cz/aktuality/zpravy11/1894-hleda-se-autor-bestselleru.html>

Pravidla soutěže [online]. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z
<http://www.hledaseautor.cz/rocnik-2011/pravidla-souteze/>.

Přehled nejdůležitějších korekturních znamének [online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z:
http://www.tytext.cz/radce7c_1.html.

Září je tu, tak zpátky do lavic [online]. 3. 9. 2012. [cit. 2013-02-11]. Dostupné z:
http://krkonosky.denik.cz/zpravy_region/zari-je-tu-tak-zpatky-do-lavic-20120903.html.

Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012, dostupná online na
<http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-847.pdf> (cit. 29. 1. 2013).

SEZNAM OSTATNÍCH ZDROJŮ

Interní materiály Nakladatelství Fragment

Tiskové zprávy

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

OBRÁZEK 1: CESTA KNIHY

Seznam grafů

GRAF 1: PRODUKCE NAKLADATELSTVÍ V ROCE 2012

GRAF 2: POČET VYDANÝCH TITULŮ V LETECH 1991–2012

GRAF 3: POČET VYDANÝCH VÝTISKŮ V LETECH 1991–2012

Seznam tabulek

TABULKA 1: POČET VYDANÝCH TITULŮ V LETECH 1991–2012

TABULKA 2: POČET VYDANÝCH VÝTISKŮ V LETECH 1991–2012

TABULKA 3: NEJPRODÁVANĚJŠÍ TITULY V LETECH 1991–2012

TABULKA 4: NEJPRODÁVANĚJŠÍ TITULY ZA ROK 2012

TABULKA 5: POČET REGISTROVANÝCH NAKLADATELŮ ZA ROKY 2006–2010

TABULKA 6: NEJVĚTŠÍ PRODUCENTI KNIH PODLE POČTU VYDANÝCH TITULŮ ZA ROK 2010

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Harmonogram soutěže.....	I
Příloha B – Pravidla soutěže	III
Příloha C – Životopis Jiřího Drašara.....	VI
Příloha D – Tisková zpráva.....	IX
Příloha E – Pozvánka Nakladatelství Fragment na křest knihy.....	XI
Příloha F – Fotografie Jiřího Drašara se Zdeňkem Svěrákem.....	XII

.

PŘÍLOHY

Příloha A – Harmonogram soutěže

Harmonogram soutěže Hledá se autor bestselleru 2011 – vítěz Jiří Drašar⁷²

- 3. 1. 2011 – 28. 2. 2011 – zasílání povídek
- 1. 3. 2011 – 7. 3. 2011 – Nakladatelství Fragment vybere patnáct nejlepších autorů
- 8. 3. 2011 – zveřejnění první třetiny textů patnácti vybraných autorů
- 14. 3. 2011 – ukončení prvního kola čtenářského hlasování a hodnocení odborné poroty
- 15. 3. 2011 – zveřejnění druhé třetiny vybraných textů deseti nejúspěšnějších autorů
- 21. 3. 2011 – ukončení druhého kola hlasování
- 22. 3. 2011 – vyhlášení pěti nejúspěšnějších autorů
- 23. 3. 2011 – 31. 3. 2011 – podepisování autorských smluv
- 23. 3. 2011 – 6. 4. 2011 – zasílání grafických návrhů přední strany povídkové knihy
- 7. 4. 2011 – Nakladatelství Fragment vybere deset nejlepších návrhů
- 7. 4. 2011 – 13. 4. 2011 – hlasování o nejlepší grafický návrh
- 14. 4. 2011 – vyhlášení vítěze o nejlepší grafický návrh přední strany povídkové knihy
- 10. 5. 2011 – křest v Paláci knih Luxor, Praha, Václavské náměstí
- 13. 5. 2011 – autorské čtení na veletrhu Svět knihy

Harmonogram soutěže Hledá se autor bestselleru III⁷³

- **2. 1. 2013** (středa) – vyhlášení soutěže o nejlepší moderní pohádku pro dospělé
- **28. 2. 2013, 24:00:00** (čtvrtek) – ukončení přijímání pohádek
- **1. 3. 2013–12. 3. 2013** (úterý) – interní hodnocení Nakladatelstvím Fragment, výběr 15 nejlepších moderních pohádek pro dospělé

⁷²Pravidla soutěže [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.hledaseautor.cz/rocnik-2013/pravidla-souteze/>.

⁷³Pravidla soutěže [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.hledaseautor.cz/rocnik-2013/pravidla-souteze/>.

- **12. 3. 2013, 12:00:01** (úterý) – zveřejnění prvních třetin textů od 15 nejlepších autorů, možnost čtenářského hlasování a hlasování odborné novinářské poroty
- **20. 3. 2013, 24:00:00** (středa) – ukončení prvního kola hlasování, vyhodnocení 10 nejlepších pohádek
- **21. 3. 2013, 12:00:01** (čtvrtek) – zveřejnění dalších třetin textů, zahájení druhého kola čtenářského hlasování a hlasování odborné novinářské poroty o 5 vítězných autorů moderních pohádek pro dospělé
- **26. 3. 2013, 24:00:00** (úterý) – ukončení druhého kola hlasování o nejlepší pohádce
- **27. 3. 2013, 12:00:01** (středa) – oznámení vítězů soutěže o nejlepší moderní pohádku pro dospělé, zveřejnění zpětné vazby porotců
- **28. 3. 2013–17. 4. 2013** (středa) – interní setkání Nakladatelství Fragment s vítězi – podpis smlouvy
- **květen 2013** – vydání vítězných prací ve společné e-knize
- **květen 2013** – veletrh Svět knihy: představení e-knihy, vítězů třetího ročníku soutěže, autorské čtení

Příloha B – Pravidla soutěže

Pravidla literární části soutěže Hledá se autor bestselleru 2011 – vítěz Jiří Drašar⁷⁴

- soutěžící v minulosti knižně nepublikoval literární dílo v oblasti prózy
- dílo musí být původním autorským dílem soutěžícího
- dílo nesmí obsahovat žádné části, které by byly v rozporu s dobrými mravy a platnými zákony České republiky
- soutěžící bezplatně uděluje Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. oprávnění dílo zveřejnit jeho zpřístupněním na počítačové síti veřejnosti po dobu od 3. 1. 2011 do 21. 3. 2011 jako dílo anonymní pod pořadovým číslem, které mu bude v soutěži přiděleno, pouze s údaji o věku
- soutěžící bere na vědomí, že při umístění v soutěži na prvním až pátém místě je další zveřejňování jeho díla podmíněno souhlasem zákonného zástupce, pokud soutěžící do 31. 3. 2011 nedosáhne věku 18 let
- soutěžící bere na vědomí, že při umístění v soutěži na prvním až pátém místě bude vyzván k podpisu nakladatelské smlouvy, v níž udělí Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. souhlas s vydáním a šířením díla v souborném vydání s díly ostatních vítězných soutěžících, a to bez nároku na honorář
- pokud soutěžící poruší Pravidla soutěže, bude vyloučen ze soutěže a nakladatel je oprávněn posunout na vítězné místo dalšího soutěžícího v pořadí
- rozsah díla budiž 15 až 20 normostran, přičemž normostranu tvoří 1800 znaků včetně mezer (tento údaj je možno zjistit klepnutím na „Počet slov“ v záložce „Nástroje“, v novější verzi Wordu v záložce „Revize“)

⁷⁴Pravidla soutěže [cit. 2013-02-10]. Dostupné z <http://www.hledaseautor.cz/rocnik-2011/pravidla-souteze/>.

- soutěžící zašle povídku do Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. v termínu od 3. ledna do 28. února 2011
- forma odesílání: připojení souboru programu MS WORD (*.doc, *.docx, *.rtf) k přihlašovacímu formuláři
- pro další komunikaci s nakladatelstvím je určena e-mailová adresa talent@fragment.cz
- soutěžící musí mít poštovní adresu v České republice; dílo musí být napsáno v českém jazyce
- každý z pěti nejúspěšnějších soutěžících získá kromě otištění své práce v souborném vydání také balíček knih z Nakladatelství FRAGMENT v celkové hodnotě do 1000 Kč dle svého vlastního výběru

Pravidla literární soutěže Hledá se autor bestselleru III ⁷⁵

- soutěžící v minulosti v tištěné knize nepublikoval literární dílo v oblasti prózy
- dílo musí být původním autorským dílem soutěžícího
- dílo nesmí obsahovat žádné části, které by byly v rozporu s dobrými mravy a platnými zákony České republiky
- soutěžící bezplatně uděluje Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. oprávnění dílo zveřejnit a zpřístupnit na počítačové síti veřejnosti po dobu od 2. 1. 2013 do 27. 3. 2013 jako dílo anonymní pod pořadovým číslem, které mu bude v soutěži přiděleno, pouze s údaji o věku autora
- soutěžící bere na vědomí, že pokud do 27. 3. 2013 nedosáhne věku 18 let a umístí se v soutěži na prvním až pátém místě, bude další zveřejňování jeho díla podmíněno souhlasem zákonného zástupce
- soutěžící bere na vědomí, že při umístění v soutěži na prvním až pátém místě bude vyzván k podpisu nakladatelské smlouvy, v níž udělí Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. souhlas s vydáním a šířením díla v souborném vydání s díly ostatních vítězných soutěžících, a to bez nároku na honorář

⁷⁵Pravidla soutěže [cit. 2013-02-10]. Dostupné z <http://www.hledaseautor.cz/rocnik-2013/pravidla-souteze/>.

- pokud soutěžící poruší Pravidla soutěže, bude vyloučen ze soutěže a nakladatel je oprávněn posunout na vítězné místo dalšího soutěžícího v pořadí
- soutěžní dílo musí splňovat žánr „moderní pohádka pro dospělé“ a rozsah 10–25 normostran (*normostranu tvoří 1800 znaků včetně mezer, tento údaj je možno zjistit klepnutím na „Počet slov“ v záložce „Nástroje“, v novější verzi Wordu v záložce „Revize“*)
- soutěžící zašle moderní pohádku pro dospělé do Nakladatelství FRAGMENT, s.r.o. v termínu od 2. ledna 12:00h do 28. února 2013 24:00h
- forma odesílání: připojení souboru programu MS WORD (*.doc, *.docx, *.rtf) k přihlašovacímu formuláři
- pro další komunikaci s nakladatelstvím je určena e-mailová adresa talent@fragment.cz, diskuse na webu soutěže nebo facebookové stránky soutěže
- soutěžící musí mít poštovní adresu v České republice; dílo musí být napsáno v českém jazyce
- každý z pěti nejúspěšnějších soutěžících získá kromě publikování své práce v souborném elektronickém vydání také balíček knih z Nakladatelství FRAGMENT v celkové hodnotě do 1000 Kč dle svého vlastního výběru

Příloha C – Životopis Jiřího Drašara

STRUKTUROVANÝ ŽIVOTOPIS ING. JIŘÍ DRAŠAR

OSOBNÍ ÚDAJE:

Jméno: Jiří Drašar
Adresa: Oblanovská 47, Trutnov 541 01
Telefonní spojení: 734 134 680
E-mail: ommadawn17@seznam.cz
Datum narození: 25. 2. 1972
Rodinné poměry: ženatý – 2 děti (11 a 9 let)

Vzdělání:

1986–1990 Gymnázium Trutnov
Zakončeno maturitní zkouškou
1990–1995 Vysoká škola ekonomická Praha
Obor podniková ekonomie
Zakončeno státními zkouškami – titul Ing.

Dosavadní praxe:

Červen 1997 – červenec 2003

Firma: RT Consulting, a.s.

Pozice: Ekonom-analytik v menší firmě (do 10 zaměstnanců)

Náplň práce:

- Samostatné řízení projektů, komunikace s obchodními partnery, vedení obchodních jednání

- Poskytování finančního, kapitálového a ekonomického poradenství pro klienty
- Vyhledávání nových klientů, samostatná příprava prezentací a tvorba propagačních materiálů, tvorba nabídek
- Zpracování detailních analýz fungování společností – rozborů nákladů, hospodářských výsledků, majetku a závazků, cash-flow
- Samostatné zpracování podnikatelských záměrů
- Samostatná tvorba tržního ocenění společností a obchodních podílů
- Řízení cash-flow malé firmy a vymáhání pohledávek
- Personalistika – řízení procesu přijímání nových pracovníků
- Vedení běžné agendy firmy

Prosinec 2003 – Duben 2012

Firma: ITT

Pozice: Člen managementu firmy s cca 50 zaměstnanci

Náplň práce:

- Zajišťování běžného chodu podniku v celém spektru provozních činností
- Samostatné vyhodnocování ekonomického přínosu jednotlivých provozů, zakázek a obchodních případů – detailní analýzy
- Komunikace s dodavateli a odběrateli, státními úřady, bankou – samostatná tvorba a příprava dokumentů, žádostí a písemností
- Samostatná tvorba různých smluv – návrhy, připomínkování návrhů obchodních partnerů, vyhodnocování kritických míst smluvní dokumentace, protinávrhy, vyjednávání, apod.

- Podíl na řízení kolektivu cca 50 zaměstnanců
- Personální agenda – pracovní smlouvy, nábor zaměstnanců, výběrová řízení
- Samostatná komunikace s daňovým poradcem, příprava daňových přiznání k DPFO, DPH, DPZČ, silniční dani, dani z nemovitostí, apod.
- Návrh optimalizace nákladů, plánování cash-flow, jednání se zaměstnanci, zabezpečování dodávek vstupů, apod.

Ostatní schopnosti a dovednosti:

Anglický jazyk – dobrá znalost slovem i písmem

Praxe při samostatném vyjednávání obchodních podmínek s partnery – dodavatelé a odběratelé, banky, finanční úřad, apod.

Praxe při vyhledávání nových klientů a zakázek – vedení obchodních rozhovorů, zpracování nabídek pro potenciální klienty

Velmi dobré komunikační schopnosti a organizační dovednosti

Práce s PC – MS OFFICE, Excel, Word, Power Point, Corel Quattro, schopnost tvorby prezentačních materiálů

Samostatné vyhodnocování ekonomiky jednotlivých obchodních případů, rychlá orientace a schopnost rychlého nalezení optimálního řešení

Schopnost práce v týmu, odpovědnost, loajalita, smysl pro humor

Řidičský průkaz sk. B

Záliby:

Sport, rodina, cestování, literatura, hudba

Nakladatelství Fragment vydá knihu loňskému vítězi soutěže Hledá se autor bestselleru⁷⁶

Vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze a o svém zaměstnání mluví s ironií v hlase: „Každý den od šesti ráno přehazuji čísílka lopatkou z jedné hromádky na druhou a zase zpátky. Skutečně zajímavá aktivita.“ Jiří Drašar odmala tíhl ke psaní, dráha spisovatele však byla pro otce dvou dětí nedosažitelná. Až dosud. Jako jeden z vítězů prvního ročníku veřejné literární soutěže Hledá se autor bestselleru uzavřel profesionální smlouvu s Nakladatelstvím Fragment. Jeho prvotina, kniha povídek Cesta ohněm, vyjde v dubnu.

Když loni Nakladatelství Fragment odstartovalo soutěž Hledá se autor bestselleru, přálo si nalézt čerstvého, neokoukaného tvůrce, který by zaujal čtenáře a se kterým by navázalo další spolupráci. „Šlo nám o to, dát šanci všem psavcům, kteří netuší, jak na sebe upozornit. A to se povedlo. Povídka pana Drašara Poslední cesta obstála v konkurenci 422 děl, uspěla u odborné poroty i veřejnosti a my si vážíme možnosti vydat první rukopis vítězného autora,“ prohlásil Pavel Nýč, spolumajitel Nakladatelství Fragment.

První ilustrovanou sbírku básniček daroval maličký Jiří Drašar svým rodičům k Vánocům, v devíti letech se pustil do psaní sci-fi románu a jako teenager se nadchl pro povídky a úvahy. „V dospělosti se mé múzy realizovaly při psaní dlouhých dopisů. Ale časem je to přestalo uspokojovat a pošťuchovaly mě tak dlouho, až jsem se rozepsal. Poslední tři roky píšu dost často, většinou večer, když jsou děti uloženy,“ uvedl loňský vítěz literární soutěže Hledá se autor bestselleru. „Být spisovatelem je při každodenní docházce do zaměstnání a dvou dětech zábavné, jen mám někdy na čele obtisknutou klávesnici. Tu a tam se v noci probouzím s notebookem na klíně a nedokončenou větou na monitoru.“

⁷⁶ Nakladatelství Fragment vydá knihu loňskému vítězi soutěže Hledá se autor bestselleru - <http://www.fragment.cz/aktuality/nakladatelstvi-fragment-vyda-knihu-lonskemu-vitezi-a2140836> – 17. 2. 2013

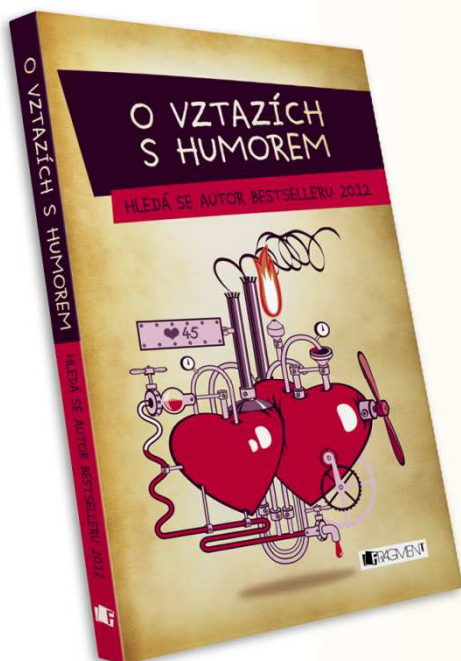
Spolupráci s Nakladatelstvím Fragment vnímá čerstvě třicetiletý Jiří Drašar jako velkou příležitost a poučení. „Jazykové a stylistické korektury tříbí mou češtinu a zajímavá je i příprava knižní obálky. Fragment je profesionální nakladatelství na úrovni, mám z naší spolupráce velmi dobrý dojem a doufám, že společné vydání Cesty ohněm bude přínosem pro obě strany,“ zhodnotil Jiří Drašar, jehož první kniha povídek se na pultech knihkupců objeví v dubnu 2012, symbolický rok po vítězství v soutěži Hledá se autor bestselleru.

Podle slov talentovaného autora naleznou čtenáři v jeho příbězích hodně legrace, občas slzy, zoufání i naděje a velkou touhu po věčnosti. „Prostě obyčejný život jak ho všichni známe,“ usmál se Jiří Drašar. „Pokud se knížka neujme, budu o ní už jen vyprávět vnoučatům a místo psaní budu raději dál přehazovat lopatkou čísla tam a zase zpátky. Ba ne, už mám v hlavě další příběhy a co nevidět se dám do psaní. Mě to totiž strašně baví.“

Uzávěrka příjmu povídek a grafických návrhů knižní obálky 2. ročníku soutěže Hledá se autor bestselleru je ve středu 29. února 2012. Více informací na www.hledaseautor.cz.

Eliška Crkovská

Příloha E – Pozvánka Nakladatelství Fragment na křest knihy⁷⁷



POZVÁNKA

Nakladatelství FRAGMENT
Vás srdečně zve na křest knihy

O VZTAZÍCH S HUMOREM HLEDÁ SE AUTOR BESTSELLERU 2012

Akce se uskuteční

15. května 2012 v 16:00 hodin v Paláci knih Luxor
(Václavské nám. 41, Praha 1 – 1. patro)

za účasti autorů a kmotra – Zdeňka Svěráka.

Pozvání přijal také jeden z loňských vítězů Jiří Drašar,
který představí svou novou knihu.

Zástupci Nakladatelství Fragment zároveň předají šek
na výtěžek z projektu „Hledá se autor bestselleru“ Zdeňku Svěrákovi.

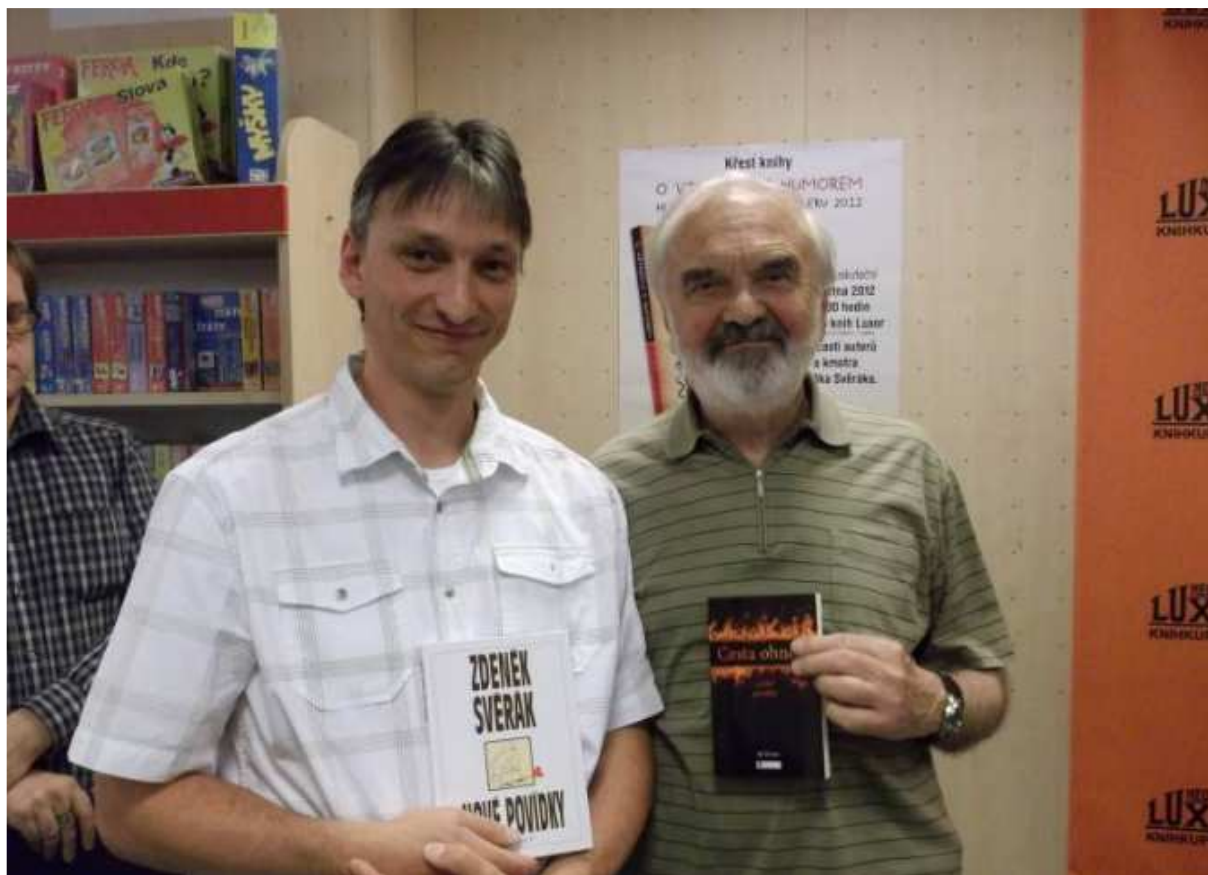


Svou účast potvrďte na e-mail: svacinova@fragment.cz nebo na tel.: 267 008 830.



⁷⁷ Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

Příloha F – Fotografie Jiřího Drašara se Zdeňkem Svěrákem⁷⁸



⁷⁸ Interní materiály Nakladatelství Fragment s.r.o.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Soňa Svačinová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Specifika vydávání knih v Nakladatelství Fragment

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 81 stran

Celkový počet stran příloh: 12 stran

Počet titulů českých použitých zdrojů: 14

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 14

Počet ostatních zdrojů: 2

Vedoucí práce: Mgr. Pavel Verner