

UNIVERZITA KARLOVA  
KATOLICKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA  
Katedra teologické etiky a spirituální teologie

Stanislav J. Juhaňák

**Etika v nakladatelské praxi  
v České republice**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: doc. PhDr. Libor Ovečka, Th.D.

Praha 2018



## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 24. 04. 2018

Stanislav J. Juhaňák

## **Bibliografická citace**

Etika v nakladatelské praxi v České republice [rukopis]: Juhaňák Stanislav J. – bakalářská práce; vedoucí práce: doc. PhDr. Libor Ovečka, Th.D. – Praha, 2018. – s. 71

## **Anotace**

Tématem této práce je problematika etiky v nakladatelské praxi v České republice. Problematika dosud nebyla důkladněji zpracována. V historickém kontextu byla pozornost zaměřena spíše na patisky a porušování autorských práv, v Československu mezi světovými válkami na posláni nakladatele ve společnosti.

Z rozhovorů s nakladateli vyplynulo, že se každý řídí vlastním etickým kodexem. Je možno u nich rozlišovat odpovědnost osobní/profesní (technická kvalita), společenskou (obsah knihy, působení na čtenáře a společnost, vztah se zaměstnanci a externisty) a transcendentní (vztah k Bohu).

V současnosti neexistuje žádný společný etický kodex nakladatele v ČR a v praxi dochází k řadě situací, které někteří vnímají jako neetické, zatímco jiní jako součást obchodu. Cílem práce je výzkumně přispět kvalitativní analýzou čerpající z rozhovorů s nakladateli (N=11) a jejich spolupracovníky (N=17) k popisu etických východisek nakladatelů. Je nastíněna široká paleta názorů na různá etická dilemata křesťanských i jiných nakladatelů i jejich spolupracovníků. Obecně považují etiku v nakladatelství za zlepšující se, spíše než na zisk kladou nakladatelé důraz na tvořivost a radost z práce, přičemž si jsou vědomi své odpovědnosti za vliv na čtenáře. Odpovědnost za dlouhodobé (generační) působení knih na společnost považují za specifické téma pro nakladatelskou etiku.

## **Klíčová slova**

Etika – nakladatelství – křesťanství

**Počet znaků** (včetně mezer): 87.040

## **Abstract**

The theme of this bachelor's thesis is publishing ethics in the Czech republic. This issue has not been thoroughly worked out. In historical context, the attention was focused more likely on unauthorised reprints and copyrights infringement and - in Czechoslovakia between the world wars – on the publisher mission in the society.

As has emerged from the interviews with publishers, everyone is guided by his own ethical code. We can distinguish publisher's personal/professional responsibility (technical quality), social responsibility (content of the book, acting on reader and society, relationship with internal and external employees and transcendental responsibility (relationship to God).

Nowadays, there is no unified publisher ethical code in the Czech republic. There are many situations in the practice which are perceived by some people as unethical, while others take them as part of their business. The target of this thesis is description of publishers' ethics through qualitative analysis of information drawn from the interviews with publishers (N=11) and their colleagues (N=17). In this thesis, there is outlined the wide spectrum of opinion on different ethical dilemmas represented by Christian and other publishers. They believe the publishing ethics gets better, they lay stress on creativity and joy of work more than on profit while being aware of their responsibility for influencing the reader. I consider the responsibility for long-term (generational) effect of books on the society being a specific theme of ethics in publishing practice.

## **Keywords**

Ethics - Publishing - Christianity

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce doc. PhDr. Liboru Ovečkovi, Th.D. za podnětné rady a trpělivost. Za cenné konzultace děkuji bc. Janu Juhaňákovi, Mgr. et Mgr. Lence Krátké, Ph.D. a všem, kdo se mnou tak otevřeně hovořili. Upřímný dík patří mé rodině a přátelům.

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>1. HISTORICKÉ SOUVISLOSTI</b> .....	<b>12</b>
1.1. GUTENBERG, PATISKY A AUTORSKÉ PRÁVO .....	12
1.2. NAKLADATELÉ A AUTOŘI VE 20. STOLETÍ .....	14
1.3. ČEŠTÍ NAKLADATELÉ MEZI VÁLKAMI.....	17
<b>2. METODIKA</b> .....	<b>22</b>
2.1. VZTAH TAZATEL – DOTAZOVANÝ (POZICIONALITA).....	22
2.2. SBĚR A ANALÝZA DAT .....	23
<b>3. VÝSLEDKY – ROZHOVORY S NAKLADATELI</b> .....	<b>28</b>
<b>4. JAK NAKLADATELE VNÍMAJÍ SPOLUPRACOVNÍCI?</b> .....	<b>39</b>
4.1. PROFESIONALITA .....	39
4.2. AUTORSKÉ A LICENČNÍ SMLOUVY.....	40
4.3. REDAKČNÍ PRÁCE .....	40
4.4. AUTOR.....	41
4.5. NAKLADATELSKÁ ETIKA OČIMA EXTERNISTŮ .....	42
<b>5. PŘÍKLAD Z PRAXE – PŘETAHOVÁNÍ AUTORŮ</b> .....	<b>44</b>
<b>6. NAKLADATELSKÁ ETIKA Z KŘESŤANSKÉHO POHLEDU</b> .....	<b>46</b>
6.1. OSOBNÍ ASPEKT .....	46
6.2. SPOLEČENSKÝ ASPEKT.....	47
6.3. TRANSCENDENTNÍ ASPEKT.....	49
<b>7. DISKUSE</b> .....	<b>51</b>
<b>8. ZÁVĚR</b> .....	<b>54</b>
<b>9. SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK</b> .....	<b>57</b>
<b>10. SEZNAM ODBORNÉ LITERATURY</b> .....	<b>58</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>61</b>
PŘÍLOHA Č. 1: SEZNAM DOTAZOVANÝCH.....	61
PŘÍLOHA Č. 2: DOPIS SČKN REKTORŮM VYSOKÝCH ŠKOL.....	62
PŘÍLOHA Č. 3: NÁKLADY, PRODEJNÍ CENA KNIHY A ZISK.....	67
PŘÍLOHA Č. 4: SMLOUVY.....	69
PŘÍLOHA Č. 5: DESATERO – KATECHETICKÁ FORMULE .....	71





# Úvod

Práce je zaměřena na problematiku etiky v nakladatelské praxi v ČR a klade si za cíl zjistit, jak je o nakladatelské etice pojednáno v literatuře, a dále formou rozhovorů s nakladateli a jejich spolupracovníky ověřit, jaká jsou jejich vlastní etická východiska a nakolik se jimi řídí v praxi.

V současnosti neexistuje žádný společný etický kodex nakladatele v ČR (a nakolik jsem byl schopen ověřit, ani ve světě) ani literatura věnovaná specificky tomuto tématu. Také vlastní etický kodex konkrétního nakladatelství je ojedinělý – u nás např. *Economia*<sup>1</sup>, ve světě *Wiley*<sup>2</sup>, věnují se však spíše povinnostem zaměstnanců, odpovědnosti za text, plagiátorstvím, formálními stránkami publikací atp., které jsou leckdy již ukotveny v zákonech či nařízeních a nejsou z pohledu této práce podstatné.

Nejdříve popisují některé historické náhledy na etické jednání v tomto oboru ve světě, vývoj chápání duševního vlastnictví, autorských práv, legálnosti či nelegálnosti patisků, úprav rukopisů a odpovědnosti za obsah textu. Větší pozornost věnují problematice českých meziválečných nakladatelství. Po vzniku samostatného Československa v r. 1918 se možnost vydávat knihy otevřela všem a vznikla řada nakladatelství, jejichž vztahy a problémy jsou především v memoárové literatuře hojně popsány. Na ně také ideově navazovali mnozí z těch, kteří začali vydávat knihy po r. 1989. Přestože snahy o vytvoření etického kodexu nakladatelů se objevily již mezi válkami i po r. 1989, nebyly dosud úspěšné.

V metodologické části popisují formu výběru dotazovaných, způsob vedení rozhovorů a jejich zpracování.

Dále jsem zjišťoval, jaké jednání nakladatelé považují za etické a jaké nikoliv, případně zda se řídí nějakým etickým kodexem. Vnější pohled na etické jednání nakladatelů jsem zjišťoval rozhovory s obvyklými spolupracovníky nakladatelství (autoři, překladatelé, ilustrátoři, redaktoři atp.). Specificky se věnuji křesťanským nakladatelům a tomu, nakolik se v jejich praxi takové jednání uplatňuje.

---

<sup>1</sup> Obsah rozhoduje. *Economia* [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/403/1109/file/>

<sup>2</sup> *Wiley's Best Practice Guidelines on Publishing Ethics. A Publisher's Perspective* [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <https://authorservices.wiley.com/ethics-guidelines/index.html>

Oslovení nakladatelé vnímají svou pozici jako poslání, jsou si vědomi malých zisků v oboru (4 %) a cítí za vydávané knihy odpovědnost. Vynikajících děl ale není dost pro všechny, a proto ti, kdo se snaží ovládnout trh nebo výrazně zvyšovat obrát, vydávají i podprůměrné knihy.

## **Definování pojmů**

Etika jako disciplína praktické filozofie zkoumá hodnoty a principy, ovlivňující lidské jednání, existuje-li možnost volby prostřednictvím svobodné vůle. Toto jednání posuzuje z hlediska dobra a zla.

Jedním z přístupů je etika deskriptivní, popisující mravní hodnoty, platící ve společnosti, aniž by hodnotila, co je dobré nebo špatné; konstatuje pouze, jaký stav ve společnosti je. Toto východisko jsem zvolil především při zpracování literárních zdrojů.

Normativní etika se zabývá povinnostmi, tím, co by člověk měl dělat, co formuje dobrý život, hledá odpovědi na to, zda je nebo není nějaké jednání morálně dobré. Z tohoto úhlu pohledu je nahlíženo na výpovědi nakladatelů o osobním aspektu jejich práce – jak nakladatel jedná sám za sebe, jak vnímá své povolání.

Aplikovaná etika se věnuje praktickým otázkám, týkajícím se etických rozhodnutí (např. žurnalistická etika). Takto se věnuji některým aspektům etiky nakladatelské (téma přetahování autorů, jakou knihu vydat či nevydat).

Etika odpovědnosti vychází z náhledu, že naše svoboda nestačí k tomu, aby naplnila náš život, že má smysl proto, že jsou tu druzí, díky nimž jsme tu i my (např. rodiče, Bůh). Nejvyšší mravní hodnotou je tedy vztah k druhému, jemuž zachováváme věrnost (z věrnosti svému přesvědčení nebo rozumu). Tento vztah je nesouměrný, není podstatné, zda je pomoc opětována<sup>3</sup>. Tento způsob pohledu jsem se snažil využít při interpretaci rozhovorů s křesťanskými nakladateli na téma osobního a společenského aspektu jejich práce.

Křesťanská etika vychází z rovnosti všech před Bohem a vyžaduje, aby věřící žil v míru s ostatními lidmi, s trpícími soucítit a konal dobré skutky. Vlastními silami však nikdo nedosáhne dokonalosti (svatosti), k tomu potřebuje Boha. Základem křesťanské etiky je přikázání lásky „Miluj Hospodina, Boha svého, celým svým srdcem, celou svou duší a celou svou myslí. Miluj svého bližního jako sám sebe.“ (Mt 22,37; 39)

---

<sup>3</sup> Podrobněji např. in: Etika – Wikipedie [online]. [cit. 2018-03-29].  
Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Etika>

Nakladatelskou etiku považuji za specifickou nejen pro její vztahovost s těmi, kdo se na vydání knihy přímo podílejí, ale i se čtenáři, současnými i budoucími.

Za vlastní etické východisko práce jsem zvolil zlaté pravidlo „Co nechceš, aby ti dělali jiní, nedělej ani ty jim!“ (Tob 4,15) i jeho pozitivní formu „Co tedy chcete, aby lidé dělali vám, to všechno i vy dělejte jim, neboť v tom je celý Zákon i Proroci.“ (Mt 7,12)

# 1. Historické souvislosti

## 1.1. Gutenberg, patisky a autorské právo

O nakladatelích jako profesi můžeme hovořit od 16. století. Do té doby býval vydavatelem knihy obvykle tiskař s finanční podporou autora, častěji ale mecenáše, jemuž byla kniha věnována<sup>4</sup>.

Vznik tiskařského a nakladatelského povolání umožnila souhra několika událostí. Na počátku to bylo zdokonalení knihtisku Janem Gutenbergem. Ten si r. 1450 vypůjčil 800 zlatých od Jana Fusta na zařízení tiskárny v Mohuči, kde tiskl převážně modlitební knížky. Neustále přitom vylepšoval a zdokonaloval techniku tisku, až ho napadlo odlévat litery kovové namísto vyřezaných ze dřeva a tak výrazně snížit náklady na výtisk, což byl konečný krok k masovému rozšíření knih.

Když se Fust s technologií knihtisku dostatečně seznámil, zažaloval Gutenberga o 1600 zlatých s úroky, soud vyhrál a získal tak tiskárnu i s vybavením a nedotíštěnou biblí (tiskla se v letech 1453-56). Ožebračený Gutenberg se po zbytek života (+1468) knihtisku pravděpodobně již nevěnoval. Fust se však ze snadno nabytého majetku dlouho neradoval. Roku 1462 byla Mohuč dobytá a následný požár tiskárnu i s vybavením zničil. „Gutenbergovi druhové se rozprchli, zrušili přísahu, že umění knihtisku zachovají v posvátném tajemství, a rozšířili je po celé Evropě.“<sup>5</sup>

Knihy se brzy staly žádaným a snadno dostupným zbožím a jejich vydávání se stalo výnosnější. Mohl vydávat prakticky kdokoli a cokoli, a tak se záhy objevily otázky, zda vůbec existuje právo na něco „nehmotného“, jako je duševní vlastnictví či autorské právo. Komu patří a lze je nějak chránit? Je neetické dosud nedefinované právo porušovat? Tyto otázky nabyly na významu v okamžiku, kdy se začaly objevovat patisky nejúspěšnějších knih bez vědomí původního autora a nakladatele, někdy s fingoaným místem vydání.

Nakladatelé měli jasno a snažili se proti těmto praktikám bránit nejrůznějšími způsoby. Privilegia, udělovaná panovníky na 5–20 let, ani různé patenty nebyly příliš

---

<sup>4</sup> KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy: po stopách knih, knihtisku a knihoven*. Praha: Svoboda, 1989, s. 98.

<sup>5</sup> Podrobněji v: LÁBEK, Ladislav a Emanuel PETLAN. *Počátky českého knihtisku*. Plzeň: Grafika, 1948, s. 61-62.

účinné, proto v některých městech vznikaly „rejstříky“, do nichž se zapisovaly názvy děl, která se někdo chystal vydat<sup>6</sup>.

V Anglii byl v 15. století arbitrem sporů, které mezi nakladateli vznikaly, „Papírnický soud“; dbal však především na udržení dobré pověsti řemeslníků. Úspěšný a v knižním obchodu dlouhou dobu dodržovaný byl také systém zásad poctivého jednání, tzv. courtesies, přesto se zabránit pirátským vydáním knih nepodařilo nikdy.

Zatímco v Anglii a Irsku se vedl proti vydavatelům patisků boj, a dokonce vznikaly hlídky, které odchyťovaly jejich prodejce, prohledávaly domy a zabavovaly mnohatisícové náklady, jinde byly patisky šířitelem osvěty a informací. Díky patiskům se původně drahé knihy staly levnými a šířily se po celém světě. Jejich vydávání bylo označováno jako „pirátství“.

Duševní pirátství poprvé definoval Daniel Defoe jako zkrácené vydání, shrnutí nebo vytištění menším písmem<sup>7</sup>. Za neetické ale byly v 18. století považovány někdy i překlady.

Proti patiskům bojoval nejen D. Defoe, ale i D. Hume a řada dalších literátů. Pirátské tiskaře svých děl napadali i Rousseau, Voltaire, Goethe, ale když se jim to hodilo, sami jich využívali<sup>8</sup>.

Účinné právní zastání získali alespoň angličtí autoři a nakladatelé v r. 1709, kdy byl v Anglii prosazen copyright a autorské dílo získalo poprvé finančně vyjádřitelnou hodnotu. Zato francouzští revolucionáři literární vlastnictví zrušili po r. 1789 úplně.

„Osvícenství se vezlo na vlně patisků. Dá se dokonce říci, že nebýt pirátství, osvícenství by ani nevzniklo.“<sup>9</sup>

Patiskům se dalo s obtížemi bránit v zemi, kde autor nebo nakladatel žil, jinde ale vycházely takřka bez omezení. Nakladatel tak byl nucen vydávat stále nové knihy, aby na nich stačil vydělat dříve, než se jejich patisky rozšíří, a znamením doby se stalo vydávání nejnovějších, nejlepších, nejuplněnějších a dalších nej- verzí knih – tzv. „kultura zdokonalování“<sup>10</sup>.

---

<sup>6</sup> JOHNS, Adrian. Pirátství: boje o duševní vlastnictví od Gutenberga po Gatese. Brno: Host, 2013, s. 13.

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 583.

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 67–70.

<sup>9</sup> Tamtéž, s. 71.

<sup>10</sup> Tamtéž, s. 70.

Dalším problémem byla recyklace knih. Naprostou většinu nově vydávaných děl tvořily výpisy, výtahy, různá shrnutí, kompilace a překlady, takže na jednoho původního autora připadalo pět set kopistů a kompilátorů. V Americe dosáhlo v 19. století vydávání knih takového rozmachu, že se jejich produkce během jedné generace zosminásobila a knižní obchod se změnil v knižní průmysl. Vznikla nakladatelská profese<sup>11</sup>.

O tom, že se jednalo o lukrativní podnikání, svědčí i kuriózní boj mezi samotnými vydavateli patisků, kdo bude mít podklady originální knihy z Británie nejdříve a stihne tak udělat patisk první. Výtisky knihy byly posílány po agentech různými loděmi v naději, že dorazí dříve než konkurenční, a například vydavatelství New York Herald neváhalo najímat malé lodě, aby těm větším blokovaly vjezd do přístavu a ono tak získalo několik hodin navíc<sup>12</sup>.

Anglický koncept autorského práva z r. 1709 se ale postupně šířil a r. 1886 byla přijata mezinárodní Bernská úmluva o ochraně literárních a uměleckých děl, od té doby již pětkrát aktualizovaná, naposledy v Paříži v r. 1971<sup>13</sup>.

Knižní průmysl se stabilizoval, autorská práva až na výjimky byla respektována a finančně ohodnocena a vztahy mezi nakladatelem a autorem byly jasněji definovány. S přibývajícím množstvím titulů, autorů i nakladatelů se však objevila nová etická témata. Jak dlouho autorská práva platí? Jak spravedlivě rozdělit mezi autora a nakladatele zisk? Jaké by měly být jejich vztahy? Jsou nakladatelé šířiteli kultury nebo parazity na autorech? Na tyto otázky se pokoušely odpovědět celé generace spisovatelů i nakladatelů a je tomu tak dodnes.

## 1.2. Nakladatelé a autoři ve 20. století

Sondou do nakladatelské praxe počátku 20. století je kniha *Pravda o nakladatelském povolání* anglického vydavatele Stanley Unwina<sup>14</sup>. Velkou pozornost věnuje autorským

---

<sup>11</sup> Více in: JOHNS, Adrian. Pirátství: boje o duševní vlastnictví od Gutenberga po Gatese, s. 172-177.

<sup>12</sup> Tamtéž, s. 352.

<sup>13</sup> Podrobněji in: Bernská úmluva o ochraně literárních a uměleckých děl – Wikipedie [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Bernsk%C3%A1\\_%C3%BAmmluva\\_o\\_ochran%C4%9B\\_liter%C3%A1rn%C3%ADch\\_a\\_um%C4%9Bleck%C3%BDch\\_d%C4%9BI](https://cs.wikipedia.org/wiki/Bernsk%C3%A1_%C3%BAmmluva_o_ochran%C4%9B_liter%C3%A1rn%C3%ADch_a_um%C4%9Bleck%C3%BDch_d%C4%9BI)

<sup>14</sup> Stanley Unwin (1884–1968) se proslavil jako vydavatel J. R. R. Tolkiena; ten nabídl roku 1936 Unwinovi k vydání rukopis *Hobita*. Unwin dal svému desetiletému synovi šilink, aby jej posoudil, a protože se synkovi kniha líbila, vydal ji. Měla úspěch, a tak na jeho žádost napsal Tolkien pokračování –

právům a smlouvám, jednání s autory, kterým také adresuje nemálo rad, jak s nakladateli vycházet. O své práci píše:

Nakladatelé nemusí být zrovna ani lidumilové ani ziskuchtivci. Podobně nebývají obyčejně ani bohatými velmoži ani ubohými žebráky. Předpokládejme zatím, že jsou to obyčejní lidští tvorové, snažící se vydělat si na živobytí neobyčejně obtížnou prací. (Je snadné stát se nakladatelem, ale nesnadné je jím zůstat; dětská úmrtnost je tu vyšší než v kterémkoli jiném povolání.)<sup>15</sup>

Že vydávání knih už nepřinášelo takové zisky jako za pirátských časů a stávalo se spíše posláním než snadnou cestou ke zbohatnutí, potvrzuje i německý nakladatel E. Diederichs (1867-1930):

Nešlo mi o to vydělat co nejvíce peněz, protože to není vůbec žádný úkol, nanejvýš chtivost zasyčení, pohodlí – ale toužil jsem překonat v sobě temné svody. Provázím vše tvůrčí, aby se stalo skutečností, hotov k oběti. Od druhých lidí nic nežádat jako farizej, ale klást nároky na sebe sama.<sup>16</sup>

Unwin pokládá za nejdůležitější to, zda nakladatel rozumí svému povolání a je finančně spolehlivý, protože „honorář, který dojde ve splatnosti, je lepší než dvojnásobný, který nedojde nikdy“. Na obvyklé stížnosti autorů, že s nimi nakladatelé nekomunikují, nereagují na zaslané rukopisy, a když už odpovědí, nenapíšíou, proč rukopis nepřijímají, odpovídá:

Vaše dílo je vaše dítě, možná jedináček, ale takových nakladatel potká každý den desítky a tisíce mu jich leží ve skladech.

Nakladatelé jsou podobně jako všichni ostatní lidé chybující. Jejich omyly jsou příliš drahé a pro nakladatelství nebezpečné. Pokud váš rukopis odmítne, pamatujte, že je to jen rozhodnutí jednoho myšlivého člověka, a zkuste to jinde. Nežádejte, aby vám sdělil důvody odmítnutí. Málokterý spisovatel chce slyšet něco jiného než chválu.<sup>17</sup>

Autorské honoráře a jejich výše bývají nezřídka zdrojem nedorozumění a rozčarování. Autoři je (často oprávněně) považují za příliš nízké, vyčítají nakladateli malou péči o knihu, špatnou propagaci a mizivou reklamu. Unwin se k honorářům vyjadřuje stručně:

---

trilogii Pán prstenů. Více in: Stanley Unwin (publisher) – Wikipedia [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Stanley\\_Unwin\\_\(publisher\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Stanley_Unwin_(publisher))

<sup>15</sup> UNWIN, Stanley. Pravda o nakladatelském povolání, s. 7.

<sup>16</sup> MIKOTA, Václav, ed. Kniha a národ: 1879-1939. V Praze: Svaz českých knihkupců a nakladatelů, 1939, s. 103.

<sup>17</sup> UNWIN, Stanley. Pravda o nakladatelském povolání, s. 8.

O odměně autora rozhoduje veřejnost. Obecnstvo je rozmarné, pokud se rozhodne štědře odměnit vypravěče skandálních historií a nedat nic učenému dějepisci či filosofovi, není to vinou nakladatele. Pokud se kniha málo prodává, nemůže nakladatel vydělat ani pro sebe, ani pro vás.

Autoři mnohdy podléhají iluzi, že účinná je jen viditelná reklama, když jsou jejich knihy všude na očích, mluví se o nich a píše. To je ovšem při obrovském počtu vycházejících publikací nemožné. V poznámce potvrzuje i redaktor českého vydání Unwinovy knihy, že reklamou a inzeráty můžeme propagovat četbu knih, napomáhat prodeji knih známého autora nebo popularizovat neznámého, ale jen výjimečně můžeme inzeráty účinně prodávat běžné knihy. Unwin se domnívá, že „z rozsáhlé reklamy mají největší prospěch budoucí knihy téhož autora“.<sup>18</sup>

Není všechno zlato, co se třpytí – nejokatější reklama není nutně nejúčinnější. Něco jiného je prodávat knihu deset nebo dvanáct neděl – a prodávat ji deset nebo dvanáct let. Neučte nakladatele jeho řemeslu.<sup>19</sup>

Autoři, putující od nakladatele k nakladateli ve snaze vyzískat co nejvyšší honorář, byli problémem, k němuž se Unwin vymezuje ostře:

Pokud vám nakladatel tak věřil, že byl ochoten na vás prodělávat při vydání vašich začátečnických a ještě třeba nezralých prací, není od vás hezké, když odnesete první snadno zpeněžitelný rukopis jinam nebo svého nakladatele nutíte do soutěže s jinými nakladateli, kteří neutratili ani halíř, aby vám dopomohli ke slávě. Ještě neslušnější je požádat literárního zprostředkovatele, aby za vás odkopl žebřík, který vám umožnil vzestup.<sup>20</sup>

V dalších kapitolách se věnuje technickým a ekonomickým aspektům vydávání knih, ale také řešení etických problémů, jako je urážka na cti či veřejné mravnosti, patiskům, cenzuře, polemické literatuře, vztahům mezi nakladateli a jejich kolegy či spolupracovníky. Možné řešení, jak dospět ke konsensu s autory, vidí ve zřízení jakéhosi soudu a cituje G. H. Putnama z r. 1897:

Doufám, že se jednou podaří zřídit jakýsi literární soud nebo sbor rozhodčích, kde by byly přednášeny rozmanité sporné otázky, jež vznikají mezi nakladateli a spisovateli. Za nejdůležitější (...) považují ty, které sice zřejmě porušují dané slovo nebo spravedlnost, ale není jimi porušena smlouva ani přestoupen zákon.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Více in: UNWIN, Stanley. Pravda o nakladatelském povolání, s. 184-5.

<sup>19</sup> Tamtéž, s. 7-9.

<sup>20</sup> Tamtéž, s. 11.

<sup>21</sup> Tamtéž, s. 87.



Unwin se dále podrobněji věnuje různým typům autorských smluv a dobových zákonů v různých zemích a popisuje praxi, kdy se britští nakladatelé zdráhají přivlastnit si dílo žijícího spisovatele bez zaplacení, i když jim v tom právně nic nebrání, zatímco ruští (sovětští) si je přivlastňují bez úplaty. Pokud je ale autor dobrý komunista, mohou mu být povoleny nějaké ruble na útratu v Rusku<sup>22</sup>.

Neplacení honorářů v sovětském Rusku byla ovšem spíše kosmetická vada. Na rozdíl od západních zemí, kde nakladatelé řešili převážně své finanční problémy a etika vztahů se slibně rozvíjela, v Rusku se s autory ani nakladateli příliš nemazlili – šlo jim o život. V návrhu rezoluce o svobodě tisku píše Lenin v září 1917:

Dělnická a rolnická vláda rozumí svobodou tisku osvobození tisku od útlu kapitálu. Každé zatajení knih, účtů nebo jiných dokladů (...), jakož i každý vědomě nepravdivý údaj bude stíhán revolučním soudem. Úkolem revoluce je „zastavit buržoasní kontrarevoluční listy, zkonfiskovat jejich tiskárny, prohlásit soukromé inzeráty v novinách za státní monopol a převést je do vládních novin vydávaných sověty.“<sup>23</sup>

O tři roky později dotáhl „osvobozování od útlu“ ještě dál, když v dopise Státnímu nakladatelství z 8. 8. 1920 píše: „Komise, skládající se ze straníků, bude číst, co profesori napsali, opravovat to a vymáhat od nich, aby to sami opravovali.“<sup>24</sup>

### 1.3. Čeští nakladatelé mezi válkami

Situace po vyhlášení Československa v r. 1918 byla v lecčems podobná té po r. 1989. Skončila cenzura, knihy mohl vydávat prakticky každý a jaké chtěl. Do knižního podnikání se s větším či menším úspěchem pustila řada nováčků.

S novou svobodou se objevila řada nových otázek. Jaká je úloha nakladatele v nově formovaném národě? Má nějakou odpovědnost? Vůči komu? Je vydávání knih spíše obchod nebo poslání? Měl by být knižní trh nějak regulován, aby nevycházely špatné knihy a nedocházelo ke sporům mezi nakladateli?

Jedním z nováčků na nakladatelské scéně byl Otakar Štorch-Marien, zakladatel nakladatelství Aventinum (1919–34, obnoveno 1945–49). S řadou kolegů nakladatelů diskutoval o poslání nakladatele, odpovědnosti vůči společnosti, o potřebě vydávat krásné, hodnotné a pečlivě redakčně vypravené knihy a tato setkání byla jedním

---

<sup>22</sup> UNWIN, Stanley. Pravda o nakladatelském povolání, s. 209.

<sup>23</sup> LENIN, Vladimír Iljič. Lenin o tisku. Praha: Novinář, 1971, s. 150-151.

<sup>24</sup> Tamtéž, s. 171.

z impulsů k založení klubu moderních nakladatelů Kmen (1926–1949). Jednalo se o první pokus o institucionalizaci nakladatelské etiky<sup>25</sup>.

Štorch-Marién už v r. 1919 vzbudil velkou nevoli tím, že namísto obvyklého fixního honoráře provždy, zavedl procentuální honorář a tím umožnil autorům mít podíl na případném zisku z knihy, což bylo v té době považováno za útok na osvědčené zvyklosti a zákony nakladatelské praxe<sup>26</sup>.

Mnoho energie věnoval propagaci literatury, mimořádnou péči věnoval grafické úpravě svých knih i výběru ilustrátorů (vydával mj. bratry Čapkovy, A. Sovu, ilustrace J. Zrzavého aj.).

Jako vzor vyzdvihoval známého nakladatele Jana Laichtera i jeho syna a nástupce Františka za jejich kulturní odpovědnost, která pro ně byla vedoucím motivem všeho nakladatelského podnikání.

Sám se snažil nakladatele sjednocovat, což se mu zdařilo v Kmeni, při jehož založení pronesl spisovatel a dramatik Miroslav Rutte tato slova:

Většina z Vás stala se nakladateli nikoli z obchodní spekulace, ale z lásky ke knize. Přišli jste namnoze s nepatrnými prostředky a jako zanícení diletanti, jimž se z mnoha stran dostalo trochu pohrdlivého názvu soukromý nakladatel'. Bylo Vám překonávat těžké překážky a často i mnoho obětovat. Avšak přišlo s Vámi i cosi mladého a odvážného...<sup>27</sup>

V době hospodářské krize musel činnost nakladatelství ukončit, po válce se je pokusil oživit, ale jeho snahy zmařil komunistický puč. Patří k nakladatelům, kteří byli inspirací pro následovníky po r. 1989. Přes zkušenost krachu píše:

Můj vztah ke knihám, které jsem vydával, byl vždy rozhodně jiný než diktovaný komerčními zájmy. Znamenal pro mne v první řadě radost z toho, že přispívám ke kulturním hodnotám, že rozmnožuji potěšení těch, jimž kniha je potřebou života...<sup>28</sup>

Mezi válkami byl kladen velký důraz na profesní etiku. Dohlížel na ni Svaz knihkupců a nakladatelů, jehož *Jednací řády* jsou uloženy v Klementinu – poslední je z r. 1948. Šlo především o dobré obchodní vztahy, korektnost a férové jednání v oboru.

---

<sup>25</sup> Z rozhovoru s Alešem Zachem.

<sup>26</sup> ŠTORCH-MARIÉN, Otakar. Sladko je žít: paměti nakladatele Aventina I. Praha: Československý spisovatel, 1966, s. 95.

<sup>27</sup> Podrobněji in: ŠTORCH-MARIÉN, Otakar. Sladko je žít, s. 330-331.

<sup>28</sup> Tamtéž, s 262.

Nečlenové svazu je dodržovat nemuseli, ale svaz sílil a etické jednání bylo vynucováno odpíráním výhod<sup>29</sup>.

V prosinci 1939 vyšla ve sborníku *Kniha a národ* anketa, v níž se třicet představitelů kultury vyjadřovalo k poměrům na knižním trhu a úkolům českých knihkupců a nakladatelů. Kromě praktických postřehů řada účastníků ankety klade důraz na poslání nakladatele.

Podobně jako jinde, i v Československu se diskutovalo se o regulaci knižního trhu, ale názory byly nejednotné. Opakované jsou výtky, že se vydává mnoho nehodnotných věcí jen proto, že je potřeba zaměstnat personál, nebo do edičního plánu zasahují věřitelé, nakladatelství je příliš mnoho, spolupracují ojedinele a chybí vzájemná důvěra.

Nakladatele účastníci ankety vidí jako buditele a budovatele, který má sloužit lidu i národu a jejich duchovním potřebám, kladně formovat čtenáře a pozvedat jejich vkus, podporovat krajanské knihovny v zahraničí. Neměl by mít „krátkodechý“ zájem jen a jen o novinky, ale vnímat knihy jako kulturní statky, sloužící veřejnosti.

„Knihy, které hoví pudové touze širokých mas po sensaci a jalové dobrodružnosti, jsou literární plevel,“ píše D. Filip a nakladatel František Laichter tamtéž poeticky dodává:

Kniha – nositelka víry, lásky a naděje – je vedle zachované možnosti hlásat slovo Boží, vedle nespoutaného kouzla hudby a výtvarného umění mimořádným zdrojem vnitřního sbírání sil a s ním související správně zaměřené životní aktivity.<sup>30</sup>

Z tónu apelů většiny příspěvatelů se však zdá, že ideály v nakladatelské praxi příliš nefungovaly.

Meziválečnou zkušenost z nakladatelské praxe s mnoha úvahami o nakladatelské etice krásně shrnuje Václav Poláček (1898-1969)<sup>31</sup>. Nakladatele dělí na tři druhy: průkopníky, rozmnožovatele a kořistníky.

Průkopník předchází svou dobu, vydává s velkým rizikem díla inovativní, která se pak stávají vzorem druhým nakladatelům, kulturním majetkem národa.

---

<sup>29</sup> Z rozhovoru s Alešem Zachem.

<sup>30</sup> MIKOTA, Václav, ed. *Kniha a národ: 1879-1939*, s. 24-38.

<sup>31</sup> Více o tomto pozoruhodném nakladateli a člověku in: *Pražské nakladatelství V. Poláčka – Slovník českých nakladatelství*. Titulní strana – Slovník českých nakladatelství [online]. Copyright © Aleš Zach 2007 [cit. 2018-03-30]. Dostupné z: <http://www.slovník-nakladatelství.cz/nakladatelství/prazwske-nakladatelství-v-polacka.html>

Rozmnožovatel vydává osvědčené tituly, více je popularizuje a vydává co největší počet knih s největším úspěchem.

Kořistníci jsou podnikatelé, kteří by se osvědčili v mnoha jiných oborech. Sledují průkopníky i rozmnožovatele a vydávají knihy podle obou, „nepřičiňující však k nim nic nového ani myšlenkově, ani technicky“<sup>32</sup>.

Základem poslání nakladatele je a musí být dle Poláčka idea, zatímco posláním knihkupce je služba. Nakladatel je prostředníkem mezi umělci a obecností, ale jeho práce je také „skutečná tvorba, ve které se může využít všechno nejlepší, nejkrásnější, co se v člověku nestrádalo neustálým zdokonalováním a bližším poznáváním české i cizí kultury“<sup>33</sup>.

Nakladatel je odpovědný i příští generaci nejen za to, jaké knihy vydává, ale také jak je vydává. Musí se ptát, zda a komu je kniha potřebná, kolika lidem, kterým knihovnám, jaký druh čtenářů ji bude kupovat. Kniha má být nástrojem štěstí. Kýč, kniha jen pro zisk nebo kniha, která vykonává jen zábavnou část svého poslání, nemá mít v edičním plánu místo. Knihy je třeba pečlivě vybírat, volba, co vydat a co ne, patří k nejobtížnějším rozhodnutím, překotnost a unáhlenost nejsou dobré vlastnosti pro „dlouhodobou a trpělivou, téměř mravenčí či včelí práci nakladatelskou“<sup>34</sup>.

„Ty sám však musíš se dívat na své nakladatelství také podle toho, co jsi nevydal. Přečteš za svůj nakladatelský život malý Říp rukopisů...“<sup>35</sup>

Reklama má být pravdivá, původní, stručná, bez nadsázky, frází a superlativů. Vždy má být řečeno, jaký z knihy plyne užitek. „Potěšení, radost z knihy je také užitek.“<sup>36</sup>

Kolegialitu mezi nakladateli považuje Poláček za součást moderního života: „Činí člověka silnějším, odpovědnějším a méně sobeckým. Oplácej ve stavovském životě dobré lepším.“<sup>37</sup>

Velký důraz klade nejen na vztahy s kolegy nakladateli, ale i se zaměstnanci (byl předsedou Kmene i Svazu českých knihkupců a nakladatelů, pracoval jako redaktor i jako nakladatel a v problematice se dobře orientoval).

---

<sup>32</sup> Podrobněji in: POLÁČEK, Václav. Nakladatel píše synovi: dvacet pět listů o poslání a práci nakladatele a knihkupce. V Praze: Svaz knihkupců a nakladatelů, 1941, s. 26-27.

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 17.

<sup>34</sup> Tamtéž, s. 120.

<sup>35</sup> Tamtéž, s. 34.

<sup>36</sup> Tamtéž, s. 95.

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 84.

Ve svém poměru k zaměstnancům budeš rádcem a přítelem, učitelem, kontrolorem i soudcem, což je jistě mnoho. Nežádej od nikoho donašečství, nerozděluj zaměstnance, abys panoval, vládní vahou svých důvodů a určitostí a jasností svých příkazů. Nikdy nehroz; hrozba je slib, který je nutno plnit jako každý jiný slib.

Važ si spolupracovníků nad padesátku a nikdy nedej, aby si museli hledat místo jinde, jsou-li poctiví. Na hranici let měj odvahu jim říci, že je čas jít pěstovat zahrádku, umět odejít. Vždyť v poměru k věčnosti jsi stejně dočasným správcem a rozmnožovatelem statků zděděných a štěstí – aspoň to poměrné štěstí kruhu spolupracovníků – je jedním z cílů Tvé práce.<sup>38</sup>

V závěru se na čtenáře obrací s poselstvím, že kniha není jen nástroj a zbraň ducha, nýbrž mnohem víc: sdělovatel krásna a myšlenek, tvořitelem dobré pohody, spojovatelem se světem a časy dávno minulými, ukazatelem budoucnosti, poslem národa k národům ostatním.

Čtení, můj synu, to není ukolébávání, pouhý myšlenkový oddych, spojování a vnímání liter, vět, odstavců, to je kus lidského života, lidské radosti, kterou dává poznávání krásy. To jsou chvíle zamyšlení, vcitování a poznávání cizích osudů, někdy útěk od bídy a všednosti denního života do lepších a nových duchovních oblastí. Čtení je obřad, při kterém my, lidé pronásledovaní hlukem nespočetných zvuků moderního života, okříváme tichem.<sup>39</sup>

Během války byla nakladatelská svoboda v Československu značně omezena, podobně jako po komunistickém puči v r. 1948. Knihy mohly vycházet jen se souhlasem cenzorů a řediteli státních nakladatelství byli obvykle straničtí funkcionáři. Dobré knihy vycházely v zahraničí (Křesťanská akademie Řím, '68 Publishers) nebo byly s rizikem perzekuce rozmnožovány na psacích strojích. Nakladateli tak byly tisíce „přepisovačů“, kteří rozmnožovali tzv. „protistátní tiskoviny“, kam bylo možno zařadit jakoukoliv beletrii nepohodlného autora či náboženský text. Ke změně došlo až po Sametové revoluci v r. 1989, kdy skončila cenzura a diktatura komunistické strany, a do víru nakladatelského života se vrhly stovky nadšenců, kteří do té doby neměli šanci.

---

<sup>38</sup> Více in: POLÁČEK, Václav. Nakladatel píše synovi, s. 112.

<sup>39</sup> Tamtéž, s. 135-136.

## 2. Metodika

Mé hlavní výzkumné otázky jsou: Jaké existují nakladatelské etické kodexy? Je nakladatelská etika něčím specifická, a co je jejím obsahem? Jaké jednání je považováno za (ne)etické?

Informace o nakladatelské etice jsem se rozhodl vyhledat v literatuře a formou polostrukturovaných rozhovorů s nakladateli a jejich spolupracovníky (ne-nakladateli) vyzkoumat, jak je z různých profesních úhlů pohledu tato etika chápána.

Pro práci jsem zvolil kvalitativní přístup, umožňující pružněji reagovat na méně zjevné či obtížněji identifikovatelné jevy. Mezi rozhovory jsem průběžně upřesňoval svou představu, zda nakladatelská praxe má svou specifickou etiku, a metodologii upravoval (nově formulované a cílenější dotazy, ověřující informace získané při rozhovorech předchozích; rozšíření dotazovaných ne-nakladatelů o další obory, střídání rozhovorů nakladatel – ne-nakladatel). Rozhovory jsem ukončil, když se přestala objevovat nová témata a mohl jsem předpokládat, že je výzkum teoreticky nasycen (saturace vzorku)<sup>40</sup>.

Základní jednotkou analýzy byl jeden celý rozhovor. Kde to bylo vhodné, doplnil jsem informace z veřejně dostupných zdrojů (publikované rozhovory s nakladateli, ediční plány, weby aj.).

### 2.1. Vztah tazatel – dotazovaný (pozicionalita)

Vzhledem k odlišným rolím v rozhovoru je vztah mezi tazatelem a dotazovaným asymetrický. Zatímco tazatel do rozhovoru vstupuje po pečlivé přípravě a studiu literatury a pramenů, tázaný hovoří o etice způsobem, jakým si sám přeje. Tuto asymetričnost lze částečně překonat otevřeností, zájmem o práci i osobnost dotazovaného a upevněním vzájemné důvěry. Současně je také hovor určen i třetí straně – čtenáři, hodnotiteli, společnosti a jedná se o jakýsi „trialog“. Tazatel by si měl být vědom své vlastní subjektivity. Rozhovor vede s vlastní osobitou zkušeností, postoji

---

<sup>40</sup> Podrobněji k metodice in: DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. 4., nezměněné vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 300-302.

a očekáváními (ty se v průběhu rozhovorů mohou měnit), což je třeba ve výzkumu reflektovat<sup>41</sup>.

Vzhledem k přátelskému průběhu rozhovorů se domnívám, že se mi podařilo tuto důvěru povětšinou vybudovat. Hovory jsem uvozoval i končil pozitivními tématy. Dotazovanými jsem byl vnímán jako osoba z oboru, která problematice rozumí, a proto byli mnohdy velmi otevření a hovořili i o citlivých osobních záležitostech.

## **2.2. Sběr a analýza dat**

### **2.1.1. Kritéria výběru – nakladatelé**

Výběr nakladatelů jsem účelově volil dle délky působení, počtu vydaných titulů ročně a žánrového zaměření.

Vybíral jsem nakladatelství, která působí nejméně 20 let, a dá se tedy očekávat větší zkušenost a praxe než u nakladatelů začínajících. Dle počtu vydaných titulů ročně jsem vybíral menší a střední (cca 20–100 vydaných titulů ročně) – Biblion, DharmaGaia, Labyrint, Galén, Maxdorf, Karmelitánské nakladatelství, Portál – a velká (stovky titulů za rok): Albatros, Argo, Grada. Dělení dle tržeb vzhledem k neúplným statistikám jsem nepovažoval za vypovídající.

Při zvažování kritérií výběru jsem částečně využil Poláčkova dělení nakladatelů na průkopníky, rozmnožovatele a kořistníky.<sup>42</sup> Vybíral jsem nakladatele, kteří by dle mého názoru mohli být zařazeni mezi průkopníky a rozmnožovatele. Nakladatele, kterého bych mohl zařadit výhradně do skupiny třetí, neznám; nakladatele pravomocně odsouzené za porušování autorských práv jsem neoslovoval, trestná činnost je již mimo rámec této práce.

Rozmanitější dělení nabízí Kateřina Kirkosová:

- umělecky konzervativní – exkluzivní, komplikované texty; minimalizovaná závislost na publiku, rychlém úspěchu a zisku;
- komerčně konzervativní – potencionálně populární, nekomplikovaně srozumitelné texty; zřejmá závislost na publiku, rychlém úspěchu a zisku;

---

<sup>41</sup> VANĚK, Miroslav a Pavel MÜCKE. Třetí strana trojúhelníku: teorie a praxe orální historie. 2., přepracované a doplněné vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2015, s. 148-151.

<sup>42</sup> Podrobněji in: POLÁČEK, Václav. Nakladatel píše synovi, s. 26-27.

- komerčně nebo umělecky progresivní, kteří z různých důvodů protikladná pravidla umění a komerce překlenují, kombinují.<sup>43</sup>

Některá velká nakladatelství jsou tvořena více značkami s různými edičními programy, a tak je lze zařadit do více z výše uvedených kategorií.

Pro účely práce jsem chtěl zachytit co nejrozmanitější žánrové spektrum a také využít své pozice insidera a zkušeností z oboru, kterému se věnuji třicet let.

Dalším kritériem proto byla žánrová specifická. Oslovil jsem nakladatelství vydávající beletrii, odbornou, dětskou a křesťanskou literaturu. Vynechal jsem nakladatelství státních institucí a vysokoškolská, protože jsou zřízena účelově a obvykle nekomerční. Mezi nakladatelstvími jsou i ta, s nimiž mám dobrou či špatnou zkušenost koedice (společné vydání knihy).

Do některé z kategorií průkopník, rozmnožovač, umělecky nebo komerčně konzervativní/progresivní zařazuji vždy nejméně 3 nakladatelství. Mezi nakladateli je 9 mužů a 2 ženy ve věku 23–63 let.

Podle těchto kritérií jsem předběžně vybral 20 nakladatelství. Nejdříve jsem dohodl se třemi nakladateli předběžné schůzky, na nichž jsme diskutovali o tématech, jež považují za důležitá<sup>44</sup>, o jejich zkušenostech a o tom, jaké jednání považují v oboru za neetické. Z rozhovorů vyplynulo, že nahrávání by bylo pro některé oslovené nepřijatelné. Obávali se, že by na sebe prozradili příliš mnoho, publikované informace by mohly být zneužity nebo by hodnocení nakladatele mohlo vyznít negativně. Proto jsem zvolil formu rozhovorů bez nahrávání.

Poté jsem postupně mailem požádal o rozhovor na téma nakladatelská etika další kolegy. Oslovoval jsem nejvýše postavené reprezentanty nakladatelství. Kladně odpověděli všichni oslovení. Poslal jsem jim okruh námětů k rozhovoru a dohodli jsme si schůzku buď u nich v redakci (7) nebo v kavárně (4). Délka rozhovoru byla dohodnuta na 60 minut, ve většině případů byla tato doba postačující, v několika případech bylo setkání delší (2–2,5 hod.), ve dvou případech jsem požádal o následný rozhovor k doplňujícím dotazům a upřesnění.

---

<sup>43</sup> KIRKOSOVÁ, Kateřina. Mezi rukopisy a knihami: logika a dynamika současného českého literárního pole prizmatem knižních nakladatelů [online]. 2016 [cit. 2016–09–03]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/143760/fss\\_d/](http://is.muni.cz/th/143760/fss_d/)

<sup>44</sup> Pozn.: Tyto schůzky inspirovaly Tomášem Polívkou (Biblion, ROSA) zorganizované první setkání křesťanských nakladatelů 5. 12. 2017.



Některé z oslovených jsem již znal, proto jsem upustil od písemného informovaného souhlasu. Ujistil jsem je, že rozhovory budou anonymizovány a budu-li je výjimečně citovat, pak pouze po jejich předchozím souhlasu, a citace by neměla vyznívat pro ně dehonestujícím způsobem. Seznam dotazovaných je v příloze č. 1.

### **2.1.2. Struktura a průběh rozhovorů**

Schůzky probíhaly tak, že jsem nejdříve krátce představil svou práci a zodpověděl případné dotazy. Překvapilo mne, že si dotazovaní velmi často nebyli jisti, zda mi mohou nějak pomoci a zda jsou k takovému rozhovoru dostatečně kompetentní. Velmi mne naopak potěšilo, že obvykle o tuto mou práci jeví živý zájem, a byť ve mně mohli vidět konkurenci, byli všichni vstřícní a otevření.

Během rozhovorů jsem si dělal písemné poznámky, které jsem po ukončení rozhovoru znovu přečetl a upřesnil místa, kde by zápis při delším časovém odstupu nemusel být srozumitelný. O doplňující informace při analýze hovorů jsem dodatečně požádal mailem.

Nakladatelům jsem předem poslal tyto náměty k rozhovoru:

Co Vás na práci těší?

Co vadí?

Jaké knihy rád vydáváte a jaké nechcete vydávat a proč?

Jaké máte „nakladatelské“ etické zásady a z čeho vycházejí?

Finance – ideál a realita (zaměstnanci, autoři, externisté...)

Konkurence, kooperace

Charita, dobročinnost

Úvodní otázka měla vyznít pozitivně. Do hovoru jsem příležitostně vstupoval s poznámkami o svých zkušenostech a motivaci, abychom hledali to, co nás spojuje, a sdíleli radost z podobné práce, což se ve většině případů zdařilo.

V případě, že dotazovaný začal hovořit hned sám (nejčastěji o negativních zkušenostech), ve vhodný okamžik jsem se k první otázce vrátil.

Otázkou na to, co nakladateli v práci vadí, jsem chtěl zjistit, jaké jednání sám považuje za neetické. Poznatky, získané v předchozích rozhovorech, jsem v následujících setkáních využil k ověření, zda má s nimi dotazovaný také zkušenost (pokud o nich sám nemluvil) a jde tedy o jevy spíše ojedinělé, nebo časté. V některých

případech jsem se dotazoval přímo, zda nějaké jednání vnímá nakladatel jako etické, či nikoli. Této otázce věnovali dotazovaní většinou nejvíce času.

Otázku financí jsem vzhledem k citlivosti tématu většinou uváděl tím, že o ní nemusíme hovořit, pokud tázaný nechce.

Dotaz na konkurenci a kooperaci měl zjistit různost obchodních modelů (dravý, neutrální, spolupracující) a jak se mezi sebou nakladatelé vnímají, zda spíše konkurenčně, nebo kolegiálně. Kooperace by mohla být východiskem k vytvoření společného etického kodexu alespoň pro společné projekty a koedice.

Charitu a dobročinnost považuji za jakýsi indikátor zájmu o pragmaticky „neužitečný“ svět kolem a zajímalo mne, jaký k nim mají nakladatelé přístup. Snažil jsem se zjistit, zda je v této oblasti rozdíl mezi nakladateli komerčními a křesťanskými. Téma kooperace a dobročinnosti považuji za inspirační, zlepšující obraz nakladatelů ve společnosti.

### **2.1.3. Kritéria výběru – spolupracovníci**

Vybíral jsem z profesí, s nimiž nakladatel přijde do styku nejčastěji. Preferoval jsem externí spolupracovníky, protože obvykle mají zkušenost s větším množstvím nakladatelů než zaměstnanci, pracující pro jednoho nakladatele delší dobu. Pokud to bylo možné, preferoval jsem osoby s více profesemi (např. autor i překladatel apod.) a patřící k nejlepším v oboru (dle vlastní zkušenosti či referencí).

V průběhu rozhovorů jsem zjišťoval, jaké zkušenosti má dotazovaný s nakladateli, jaké jednání považuje z jejich strany za etické a jaké ne. Během těchto rozhovorů se objevila nová témata, proto jsem rozsah dotazovaných rozšířil. Některá z těchto témat jsem následně využil při rozhovorech s nakladateli.

Rozhovory byly jen částečně strukturované, trvaly obvykle hodinu, několik bylo kratších, tři rozhovory telefonicky a jednu odpověď jsem dostal písemně.

Ze 17 externistů bylo 8 mužů a 9 žen. Věkové rozpětí 37–77 let.

### **2.1.4. Etické aspekty výzkumu**

Nevýhodou pozice tzv. „insidera“ může být to, že dotázaní mohou některé skutečnosti zamlčovat nebo naopak idealizovat, aby nepoškodili pověst svého nakladatelství, neprozradili obchodní strategii či plány, popř. nenarušili naše vzájemné vztahy nebo spolupráci.

Jako tazatel jsem naopak nechtěl do rozhovoru vnášet nepříjemné otázky, které by mohly ovlivnit rozhovor nebo případnou budoucí spolupráci (např. mou předchozí špatnou zkušenost s nakladatelstvím).

Tato osobní zainteresovanost je jedním z limitů práce, nabízí však současně další možnosti výzkumu pro další badatele.

Pro kvalitativní výzkum jsem mohl zvolit menší počet dotazovaných, domnívám se však, že by obraz nebyl tak pestrý. Vzhledem k několika tisícům nakladatelů, kteří vydají alespoň jednu knihu ročně, jsem nezvolil výzkum kvantitativní.

V souladu s etickými aspekty orálně-historického výzkumu byli všichni dotázaní obeznámeni s účelem a cílem projektu. Nikdo z dotazovaných nepožadoval zachování anonymity, v práci jsou proto použita celá jména.

### 3. Výsledky – rozhovory s nakladateli

Důvodů, proč se nakladatel věnuje právě tomuto povolání, je řada: poslání, služba, idea, seberealizace, sláva, úspěch... Mé první dvě otázky proto směřovaly k tomu, co je na této práci uspokojující a potěšující a co naopak vadí. Zvláště z negativních příkladů lze usuzovat, jaké jednání je považováno za etické.

#### 1) *Co Vás na práci těší?*

Většina dotázaných reagovala velmi vstřícně a se zaujetím, bylo zřejmé, že je práce baví a jsou jí oddáni. Někteří zdůrazňovali duchovní aspekt své práce, jiní spíše kreativitu a profesionalitu, nikdo nezmiňoval finanční motivaci.

Vysoce ceněny jsou:

*Osobní uspokojení:* potěšení z práce, její smysluplnost, zábava, vymýšlení knih a vydávání toho, co nakladatele zajímá. Radost z díla, které se povede, z knihy, která je čtena, radost dětí. Povolání vidí jako naplňující obor, kde satisfakcí není komerční úspěch (byť je potřebný pro fungování firmy), ale spíše dobré vztahy ve „společenství lidí kolem knihy“.

*Svoboda:* volnost v tom, co je možné vydávat, nepřítomnost cenzury, výměna názorů a myšlenek, vzdělávání a výchova.

„Svoboda, kterou mi tato práce přináší, je důležitější než vyšší životní styl. Být nakladatelem je úžasně svobodné povolání, ale nejsou nastaveny hranice, může to dělat každý.“  
*Profesionalita:* snaha o dobré řemeslo, výsledek, hezký produkt, lepší možnosti, jak knihy vydat, že lidé čtou a kupují.

„Život knihy začíná, když se veze z tiskárny k těm, kterým může udělat radost.“

*Kreativita:* rozvíjet nové oblasti (e-knihy), vymýšlet nové věci, nacházet nové způsoby, jak knihu dostat k zákazníkovi.

„Rozvíjíme všechny oblasti lidského poznání.“

„Porovnávat představy dětí, poznávat, co chtějí, a tvořit, co by chtít měly.“

*Ideály:* aktivismus, možnost rozvíjet společnost obecně, přinášet nové myšlenky, kulturní a duchovní podněty, hlásat Boží slova a lidské hodnoty. Vydávání knih má vyšší smysl, práce má významný duchovní aspekt.

Převaha pozitivních názorů svědčí o velké osobní angažovanosti i za cenu ekonomické nejistoty a nízkého ohodnocení práce. Práce přináší dotazovaným radost

mnoha způsoby a je velmi kreativní, s nakladateli reflektovaným vlivem na čtenáře (společnost).

## **2) Co nakladatelům vadí**

Někteří dotazovaní začali hned touto otázkou a patřila k nejdiskutovanějším. Nejčastěji byly zmiňovány sociální a ekonomická situace, změna médií (kniha je pro mladé zastaralá), platební nekázeň, dluhy, monopoly, obchodní praktiky, krádeže (i dat).

Ostře byla kritizována praxe, kdy e-booky kradou nebo krádeže tolerují vysoké školy, sdílejí je na intranetu nebo je pedagogové rozesílají studentům; jeden z nakladatelů uvedl, že na 8 prodaných knih připadá cca 300 nelegálně stažených). To vede k propadu tržeb tištěných knih a hrozí, že některé odborné publikace v budoucnu nebudou pro ztrátovost vůbec vycházet. Vzhledem k závažnosti situace uvádím v příloze č. 2 dopis SČKN děkanům vysokých škol, týkající se této problematiky.

Vadí neprofesionalita (uživatelsky, kolegiálně), uplácení a přetahování autorů, pomluvy, kradení obálek, rozdělení jedné knihy na hodně svazků kvůli zisku. „Kopírování edicí je folklór.“<sup>45</sup>

Dalšími problematickými tématy byla nemožnost dostat se do médií, takřka žádné literární recenze, nadprodukce knih, hodně špatné literatury, nekonečná soutěž, tlak na výkon a hodnocení dle něj (co má nejvyšší prodejnost), krátkodobí investoři a „dravci, kteří chtějí trh vycucnout a vydělat na úkor oboru“.

Právě ekonomické tlaky a firmy, orientované primárně na zisk, mohou podle většiny oslovených za to, že se prostředí konkurenčně vyostřuje, preferuje se kvantita před kvalitou a z knih, dosud vnímaných spíše jako kulturní statky, se stává zboží.

„Škrtnou se knihy a změní se ve zpeněžitelné produkty.“

Nakladatelé si stěžovali na těžší pozici vůči distribucím, tlak na stále vyšší rabat (obchodní sleva – někdy až 50–55 % z prodejní ceny knihy), tříměsíční splatnost komisního prodeje (odběratel zaplatí 3 měsíce poté, co knihu prodá), nepoctivce v distribuci (zatajování či nižší hlášení prodaných knih), krachy distribucí, opožděné platby, tendenci distribucí ovládnout trh a nedržení dohod. Jako problém vidí, že

---

<sup>45</sup> Pozn.: Pokud se nějaká ediční řada ukáže jako úspěšná, někteří nakladatelé ji napodobí a parazitují tak na úspěchu původní.

prodejci nespolupracují, ale jdou proti sobě, pasivitu knihkupců, rezignaci, nízké mzdy, málo mladých, kteří v knihkupectví chtějí pracovat – „knihkupci vymírají“.

Ve vztazích se zaměstnanci a externisty vadí vykořisťování, mnoho vynaložené energie bez adekvátního profitu, klientelismus, protekce, nízké mzdy, neovlivnitelnost firemního marketingu, melouchy zaměstnanců v práci, „zachtivost“ redaktorů, nedodržování termínů předání práce.

„Překladaelé si berou víc práce, než stíhají, a pak knihu neodevzdají včas nebo vůbec.“

Někteří vidí příčinu nízkých honorářů a mezd ve zneužívání toho, že jde o knihy (tedy o cosi vyššího, zvláštějšího, duchovnějšiho), v „mentalitě poslání, skrývající hanebnost, že se lidi odírají“ – proto je třeba práci dělat téměř zdarma.

„*Dělník je hoden své mzdy*“ všichni znají, opakují, nedělají.“

U autorů nakladatelé kritizují, že nemají loajalitu, prodávají mírně pozměněné verze téže knihy několika nakladatelům, nevnímají nakladatelský servis, hledají (a stěžují si), v kterém obchodě nebo na jakém webu kniha chybí, a neuvědomují si, že když knihkupec neplatí, nebude mu přece nakladatel knihy dodávat.

Velmi negativně bylo posuzováno, že literární agenti začali nabízet knihy v aukcích, čímž vyvolali přetahování autorů, že prodají práva na knihu nevalnému nakladateli jen pro peníze, i když vědí, že ji udělá špatně; při malé záloze někdy dokonce nedovolí vydat knihu vůbec, protože se jim nevyplatí sepsat smlouvu.

Nutno podotknout, že od 90. let se průměrné náklady knih snižují, čímž narůstá výrobní cena za výtisk a klesá množství peněz, které je možno rozdělit mezi jednotlivé profese, podílející se na vzniku knihy. Nakladatelé na to zareagovali snižováním počtu vydaných výtisků, kompenzovaným větším počtem vydávaných titulů, aby udrželi obrat, nutný k vyplácení mezd a fungování firmy.

Akvizice některých nakladatelství většími v některých případech napomohla záchraně značky a dobrého portfolia tam, kde např. původní porevoluční nakladatel odešel bez nástupce do důchodu nebo se dostal do platební neschopnosti.

V době, kdy DPH u knih postupně vzrostla z 5 na 15 %, byly některé starší tituly dokonce prodávány pod výrobní cenou.

Uváděné příklady mají většinou ojedinělý výskyt, dlouhodobě je pocíťován nedostatek peněz, monopolizace trhu a kradení e-booků. Přes množství kritiky, nelehkou finanční situaci, problémy v dodavatelsko-odběratelských vztazích i neetické

či nezákonné jednání a obavu z pohlcení knižního trhu komerčními vydavateli je však motivace pokračovat ve své práci u dotazovaných velmi silná.

### **3) Jaké knihy rád(a) vydáváte a jaké nechcete vydávat a proč?**

Jako motivy pro vydání knihy dotazovaní uváděli, že jsou potřebné, baví a vydělají. Důležité je, aby se daly číst a měly praktickou schopnost pomáhat. Užitečnost má přednost před ziskem, kniha má mít poslání, ne zisk RIV<sup>46</sup> bodů nebo dotaci; možnost a nutnost vydávat duchovní věci.

„Nepustit jed pro lidskou psychiku a vztahy.“

Nechtější vydávat knihy špatné (nebo nějakého autora), brutální, pornografické, propagující násilí, fašismus, nacionalismus, na zakázku, zbytečné grantové knihy, které nikdo nepotřebuje, alternativní medicínu, politické věci, neredigované, nechťejí se za ně stydět, ani za hodně peněz nenaštvat čtenáře, neetické (proti Desateru, buddhistickým příkázáním).

Výběru knih přikládají velkou důležitost, ale při množství posuzovaných titulů se neuhlídá všechno<sup>47</sup>. Pokud špatnou knihu vydají, spíše se jedná o omyl či nepozornost.

„Je třeba mít sílu odmítnout knihu, budovat profil nakladatelství z toho, co nevydáš, i když bys mohl.“

Důvody k vydání či nevydání nějaké knihy jsou zpravidla technické (zachování kvalitní redakční práce a tisku), udržení dobré pověsti (např. nakladatel odborných knih by si vydáním pavědecké práce uškodil) nebo mravní. Snaha udržet se na trhu a nepropouštět zaměstnance vede k vydávání knih, po nichž by jinak nakladatel nesáhl. Zřetelné je to např. u módních vln, kdy větší množství nakladatelů začne vydávat žánrově podobné knihy, v poslední době např. kuchařky, severské detektivky, erotickou literaturu nebo např. knihy o upírech. Domnívám se, že jednou z příčin je neustálá (často reklamou podněcovaná) honba za novinkami.

### **4) Jaké máte nakladatelské etické zásady a z čeho vycházejí?**

Specifičnost nakladatelské etiky byla vnímána rozličně, počínaje názorem, že obor žádné specifické etické zásady nemá, spíše právní, přes úvahy, že spíše než o etiku se

---

<sup>46</sup> Pozn.: RIV – Registr informací o výsledcích. Zjednodušeně: pokud vysoká škola vyprodukuje např. nějakou odbornou publikaci, dostane za ně RIV body a tím i peníze.

<sup>47</sup> Pozn.: V redakci nakladatelství Triton ročně posoudíme cca 3000 titulů, z nichž k vydání vybereme kolem třiceti.

jedná o kolegiální, až po názor, že etická svoboda znamená, že nakladateli nikdo nenutí, co má vydávat.

Teprve při dotazu, z čeho vycházejí jejich osobní etické zásady, uvedli nakladatelé buď konkrétní příklady, jež považují za etické či neetické<sup>48</sup>, nebo se hlásili k jednoduše formulovaným hodnotám (žít a nechat žít, zlaté pravidlo<sup>49</sup>, slušnost, nebát se a nekrást, nepodvádět, skautské ideály) nebo k nějakému duchovnímu směru (křesťanství, buddhismus).

Pro přehlednost jsem tato východiska rozdělil na týkající se nakladatele samotného (osobní aspekt), vztahu k druhým (aspekt společenský) a vztahu k Bohu (transcendentní aspekt).

### **Osobní aspekt**

Osobním aspektem míním, jak nakladatel jedná sám za sebe, jak vnímá své povolání. Oslovení nakladatelé vnímají svou pozici jako určité poslání. I ti na vysokých manažerských pozicích ve velkých nakladatelstvích upozorňují, že v mnoha jiných oborech by si vydělali více, ale přesto si tuto práci zvolili. Cítí za vydávané knihy profesní odpovědnost, byť v některých případech spíše technickou než ideovou.

Vědomí odpovědnosti za obsah knih vyjadřují nakladatelské slogany jako např. „knihy, které léčí“, „knihy jako protijed“, „knihy, které mají duši“ aj.<sup>50</sup>

Tato odpovědnost je však vnímána různě. Zřejmé je to např. v rozdílných názorech na vydávání „lehkého“ porna, publikací nevěrohodných nebo přímo lživých, horoskopů, magie a podobných knih, které jsou v rozporu s Desaterem a které by křesťanský nakladatel měl ve svém edičním plánu zcela opominout.

Někteří nakladatelé kupují knihy na základě žebříčků prodejnosti v zahraničí, aniž je nějaký český redaktor posoudil, jiní vyžadují dva i více recenzních posudků. Problematické může být rozhodování u knih, věnujících se kontroverzním tématům. Vydat takovou knihu může nakladateli způsobit problémy (pokud se ukáže, že informace nebyly pravdivé, nebo je další výzkum nepotvrdil), nevydat ji může znamenat, že se nějaký problém zastře.

---

<sup>48</sup> Pozn.: Jednalo se o několik příkladů, které nebyly zmíněny v souvislosti s předchozí otázkou, co v nakl. praxi vadí. K této otázce jsem je zařadil.

<sup>49</sup> „Co nechceš, aby ti dělali jiní, nedělej ani ty jim!“ (Tob 4,15)

<sup>50</sup> Rozhovor: Knihy, které mají duši. Literární noviny [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <http://literarky.cz/prilohy/harmonie-zivota/3452-rozhovor-knihy-ktere-maji-dusi>



Při vydávání témat jako např. islám nebo migranti je lépe se vyhnout extrémům (jednostranný výběr negativních informací nebo naopak bagatelizování problému) a volit raději tituly, které nabízejí možnosti řešení problému nebo alespoň pouze nestraší.

V některých případech, když nakladatel až dodatečně zjistil, že kniha není v souladu s jeho etickým kodexem (pornografické scény, brutalita, pomluvy atd.), raději se ztrátou knihu nevydal nebo ji dokonce stáhl z prodeje.

Nakladatelé se snaží vydávat ze svého pohledu ty nejlepší tituly, málokterý chce vydávat knihy špatné, ale při počtu cca 15 500–17 500 titulů vydaných ročně v ČR<sup>51</sup> je zřejmé, že ne všechny nejlepší jsou. Během několika let vzrostl u pětice největších nakladatelů podíl na objemu knižního trhu z 20 % na 40 % (převážně akvizicemi jiných nakladatelství) a dá se očekávat, že tento trend bude pokračovat<sup>52</sup>.

Není dost výborných knih pro všechny, a tak ti, kdo jsou orientovaní na trvalé zvyšování obrátu a zisku, vydávají i knihy průměrné a podprůměrné.

Vydat knihu je poměrně snadné, obtížnější je dostat ji ke čtenářům, nakladatel tedy musí být i dobrým obchodníkem. Mnoho kolegů (někteří opakovaně, byť ne vždy vlastní vinou) již zkrachovalo, protože měli velké plány a vize, ale také velké dluhy. Vzhledem k malé ziskovosti oboru je třeba velmi pečlivě sledovat finance, což je pro menší nakladatele bez finančního ředitele jakýsi úvazek navíc, který mnohdy vyžaduje více času a péče než práce s autory a rukopisy. Obchodní stránce se více věnuji v příloze č. 3.

Mezi znamení dobrého obchodníka řadí Jiří Jemelka vyrovnanost, spravedlnost, rovnováhu v myšlení i v jednání, touhu poznávat a objevovat a střídmost v životě. Žít v souladu s vnitřním hlasem svědomí<sup>53</sup>.

Dobrého nakladatele dle názoru dotázaných charakterizuje profesionalita práce, poctivě udělaná kniha a volba titulů. Důležitý je i osobní přístup k životu.

„Neutrácím, i když mohu, vedu skromný způsob života.“

„Dobrý nakladatel je jako učitel, měl by vědět, proč to dělá, a šířit pozitivní věci a světlo.“

---

<sup>51</sup> Zprávy o českém knižním trhu 2016/17 | Svaz českých knihkupců a nakladatelů. Svaz českých knihkupců a nakladatelů [online]. Copyright © 2009 [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>, s. 4.

<sup>52</sup> Tamtéž, s. 12.

<sup>53</sup> Více in: JEMELKA, Jiří. Prodej ... dřina nebo hra? Olomouc: BTCl, 2006, s. 247.

## Společenský aspekt

Ve vztahu k druhým dotazovaní hovořili o své osobní odpovědnosti vůči čtenářům nebo společnosti – léčení lidí, podpora pozitivního myšlení, šíření ideologie, inspirace, dělat to, co je dobré pro druhé.

Vůči kolegům<sup>54</sup> bylo spektrum jednání, považovaného za (ne)etické, širší, někdy si názory protirečily.

„Být vstřícný, kde to jde, ale nenechat se předběhnout jiným.“

Zatímco někteří zdůrazňovali obchodní soutěživost, jiní ji považují za tvrdý konkurenční boj o větší obrat, vyšší zisky a ovládnutí trhu.

„Všechno je obchodní jednání, někdo přistupuje agresivněji, tvrději. Kdo může, ukáže svou sílu, což může druhý vnímat nefér.“

Při víceméně stejném ročním obratu tržeb za knihy v ČR je ale expanzivní růst jednoho nakladatele možný jen na úkor jiného. Pokojné převzetí jiného nakladatelství se mi proto jeví jako vhodnější forma růstové strategie než například zvyšování počtu vydaných titulů, pokud to nepovede k přílišné monopolizaci.

Menší nakladatelé jsou v tomto ohledu skromnější:

„Nemusíš stále růst, stačí letět ve stejné výšce.“

Různé tlaky či neetické jednání ze strany kolegů berou jako nutné zlo, jemuž je třeba se bránit, ale není třeba měnit své zásady a chovat se podobně.

„Svět není spravedlivý a v rovnováze, i když bychom si to přáli. Pomáhám, nečekám protislužbu, raději bych byl tvůrcem než producentem.“

Orientace jen na generování zisku lidi spirituálně, duševně a vztahově ochuzuje – chybí jim sociální rovina, širší vize. Sběrači nul, kteří sledují jen nárůst konta, jsou ve stálém napětí, aby ve svém oboru či regionu byli největší, nejúspěšnější, a pokud tohoto cíle dosáhnou, přesto se bojí dál, aby si své prvenství udrželi<sup>55</sup>.

Tvorba edičních plánů dle ziskovosti namísto potřeby vede k ochuzení pestré palety lidské tvorby – zřetelné je to u poezie. Obávám se, že mnohé z nevydaných knih budou chybět dalším generacím podobně, jako naší chyběly ty nevydané za

---

<sup>54</sup> Pozn.: Upřednostňuji termín „kolegové“ před „konkurenty“. Kolegové jsme všichni, konkurují si jen někteří.

<sup>55</sup> Pozn.: Z mé psychoterapeutické praxe vím, že neustálé napětí je významnou příčinou psychosomatických obtíží, depresí, závislosti a nemocí a příliš radostí takový život nepřináší. Je nutné si uvědomit, že jednoho dne zemřeme, „rubáš kapsy nemá“ a dobré vzpomínky na nás budou jen za dobré věci, které jsme vykonali.

komunistické totality. Knihy formují děti a učí je, jak se k nám budou chovat, až budeme staří. Měli bychom jim předat to nejlepší, chránit je před literárním balastem a nezplošťovat jejich budoucnost redukcí životních hodnot na zisk.

Je třeba podotknout, že nejen oslovení nakladatelé, ale i jejich spolupracovníci za kořistnické označili jen několik málo firem. Nakladatelé mají zájem na tom, mít spíše přátelské a kolegiální vztahy, což je do jisté míry ovlivněno specifikou knih, které na rozdíl od spotřebního zboží nejsou rovnocenně zaměnitelné kus za kus (s výjimkou podřadných komerčních titulů).

„Výměnou peněz se obvykle příliš mnoho nezbohatne ani nezchudne. Výměnou názorů však duševní bohatství roste.“<sup>56</sup>

Nakladatelé zvažují vydání knihy z různých úhlů pohledu. Pro koho knihu vydávám? Je potřebná a dobrá? Jak ovlivní náladu společnosti – vyvolá radost, nebo smutek, potěší, nebo rozhněvá, znechutí, nebo nabídne naději?

Nakladatel by měl působit jako katalyzátor vzniku dobrých děl, inspirovat a povzbuzovat autory k tvoření toho nejušlechtlejšího, co dokážou, mít jasnou vizi, co chce vydávat a proč, žít v souladu se svým svědomím a myslet i na druhé, nejen na sebe. Nebo se o to alespoň snažit.

### **Transcendentní aspekt**

Etické zásady vycházející ze vztahu k Bohu jsou u křesťanských nakladatelů definovány Desaterem a přikázáním lásky a jsou pokládány za nejdůležitější. Bůh má přednost před penězi, proto knihu, kterou tito nakladatelé považují za neetickou nebo v rozporu s přikázáními, nechtějí vydat, i kdyby slibovala zaručený úspěch.

Považují se za nositele obecné humanistické (židokřesťanské) tradice a svou práci za službu (poslání) pro společenství víry, které čte.

„Křesťanský nakladatel má být svědectvím, v jakého Bohu věří.“

Respektování přikázání „Milujte se navzájem“, vztah k Bohu a dialog s Bohem tito dotazovaní považují za důležité vodítko pro rozlišování dobrého a zlého, etického a neetického<sup>57</sup>.

„Důležitý je duchovní aspekt – není-li dostatek peněz, mohu alespoň vyjít vstříc v čase, náladě, komunikovat, oceňovat.“

---

<sup>56</sup> ŠPIDLÍK, Tomáš. *Prameny světla*, s. 181.

<sup>57</sup> Pozn.: Jde o ideál, v praxi ne vždy dodržovaný.

## 5) *Finance – ideál a realita (zaměstnanci, autoři, externisté...)*

Přes odlišná etická východiska měla většina dotazovaných obdobné představy o tom, co je měřítkem nakladatelské etiky: poctivá práce, osobní odpovědnost vůči čtenářům, umírněnost v rozvoji firmy. Žádný z dotazovaných se nepovažuje za výhradně orientovaného na zisk. Jediný případ, kdy byl kladen důraz na rychlý rozvoj, se týkal novátorského projektu. U věřících nakladatelů je etické jednání specificky ovlivňováno jejich vztahem k Bohu. Finance – ideál a realita

Obrat, mzdy, honoráře, zisk, rabat a další finanční údaje jsou pro většinu nakladatelů citlivou informací, proto jsem konkrétní čísla nevyžadoval, věnovali jsme se spíše obecnějším tématům.

Většina dotazovaných zdůrazňovala, že knihy nevydávají primárně pro peníze, zisk je však nutný k životu a dalšímu rozvoji nakladatelství a u manažersky řízených firem je plnění obchodních plánů součástí práce.

Nejčastěji zmiňovaným problémem byla podhodnocenost práce zaměstnanců i externistů, ale i samotní nakladatelé se většinou cítili dlouhodobě finančně podhodnoceni.

„V řadě jiných povolání bych byl ohodnocen lépe, ale neměl bych takovou radost z práce. Jsem jako ochrnutý – vím, co dělat, ale nemám nohy (finance) ani mediální sílu.“

Průměrná mzda v oboru byla v r. 2014/15 odhadována na 20 000 Kč<sup>58</sup>. V téže době byla průměrná mzda v ČR, uváděná ČSÚ, 22 847 Kč<sup>59</sup>. Vzhledem k tomu, že práce je podhodnocena i ve školství, zdravotnictví, sociální péči a jinde, nepovažuji to za specifikum nakladatelské profese, ale za obtíž, již je nutno trpělivě překonávat.

Nedostatek financí je příčinou malé motivace nakladatelů experimentovat, což pokládají za brzdu inovací v oboru. Hlídnou si náklady, omezuje vydávání komerčně nezaručených knih, preferují se snadněji prodejné žánry (kuchařky, detektivky atp.) a výrobně nenáročné tituly (s výjimkou odborných). Zvláště nakladatelé umělecké literatury mají obavy z komercializace.

---

<sup>58</sup> Zprávy o českém knižním trhu 2014/15 | Svaz českých knihkupců a nakladatelů. Svaz českých knihkupců a nakladatelů [online]. Copyright © 2009 [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>, s. 35.

<sup>59</sup> Průměrné mzdy – 4. čtvrtletí 2014 | ČSÚ. Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2014-truea9fbwn>

„Jsme poslední generace, jíž jde o knihy, pak už půjde jen o peníze.“

Někteří dotazovaní zmiňovali pracovní benefity, jimiž zaměstnancům alespoň částečně kompenzují nízké mzdy: penzijní pojištění dle délky zaměstnání, stravenky, kurzy, příspěvky na dovolenou a tábory dětem, delší dovolená (6 týdnů), možnost přivydělat si na DPP redakční práci doma, práce z domova, zkrácená pracovní doba v pátek aj.

Přes všechny ekonomické problémy stále vychází mnoho hodnotné literatury a chmurné prognózy o ovládnutí trhu komerčními firmami se nenaplnují. Domnívám se, že kvalitní knihy jsou potřebné stále, mají své čtenáře, a proto si své místo na trhu udrží.

## **6) Konkurence a kooperace**

Kooperace mezi nakladateli má řadu podob, například propagaci, společnou distribuční síť nebo vydání knihy (koedice), výměnu informací (např. možnost spolupráce při posuzování eticky nepřijatelných smluv – více v příloze č. 4).

Z deseti nakladatelů, kteří se k otázce vyjádřili, koedici vyzkoušelo šest, z toho dva opakovaně a považují to za dobrý trend, tři spíše výjimečně, jeden ve dvou případech s úspěchem, dvakrát byl okraden. Zbylí nakladatelé se ke koedici staví skepticky, preferují společné vydání spíše s autorem.

Někteří vnímají konkurenční boj jako stupňující se tlak, jemuž jsou neustále vystaveni: „Trh se zmenšuje, vyčistil se od zlodějů, ale chybí malí nadšenci, je jen byznys; maskulinní závod, kdo běží rychleji.“

Jiní rádi experimentují a kooperují a přes všechny nesnáze jsou optimističtější: „Nakladatelství je kolegiálnější oblast, atmosféra je v drtivé většině přátelská, nakladatelé jsou pohodoví lidé, kteří se neženou za ziskem, ale mají rádi knihy.“

Koedice vyžadují oboustrannou důvěru, domnívám se však, že by mohly být alternativou ke snaze ovládnout trh či akvizicím. Snižují riziko ztráty, násobí propagační možnosti a vzhledem k odlišným způsobům distribuce dle mé zkušenosti o cca polovinu zvyšují prodej knih.

„Férové prostředí je základ morálky.“

## **7) Charita a dobročinnost**

Většina nakladatelů podporuje osobně nějaký charitativní nebo dobročinný projekt (Adopce na dálku, ADRA, Greenpeace, Amnesty International, Člověk v tísni aj.).

„Dar jsou tvé vlastní peníze, ne co vytáhneš z firmy nebo sponzora.“

V rámci nakladatelství podporují finančně nebo knihami různé akce a organizace (tomboly, plesy, výstavy, školy, knihovny, dětské domovy, nemocnice aj.), mají vlastní nadaci nebo nějaké přispívají. Jako formu dobročinnosti chápou vydávání neziskových nebo prodělečných knih, jež považují za potřebné.

To, že nějakým způsobem pomáhají potřebným, brala naprostá většina dotázaných jako samozřejmost.

„Když vydělám, rozdělím se.“

## 4. Jak nakladatele vnímají spolupracovníci?

Většina dotazovaných vnímá nakladatelskou etiku jako spíše se zlepšující (oproti 90. letům), na druhé straně ale více zaměřenou na rychlost, výkon a zisk, a z toho plynoucí zhoršení vztahů.

Opakované byly stížnosti na chladnější a méně osobní vztahy s nakladatelskými redaktory, kterým jako by vše bylo jedno a na jednom z autorů a jedné knize nezáleželo. Nakladatelskou kulturu považují za nízkou, dříve byly vztahy lidštější, práce s redakcí více tvůrčí, byl čas si sednout u kávy a popovídat si. Velká nakladatelství jsou vnímána jako „robotické firmy“, kde není prostor pro vyjednávání (honorář, podoba knihy, ilustrace, grafická úprava aj.).

„Nejsem individuum, člověk, ale nahraditelné kolečko, dodavatel obsahu. Nemluvíme o lidech a myšlenkách, ale o obsahu.“

Přes řadu negativních zkušeností si však téměř všichni dotazovaní našli „své“ nakladatele, s nimiž spolupracují a mají zkušenost dobrou.

### 4.1. Profesionalita

Převážně je profesionalita nakladatelů hodnocena kladně. Většina dotazovaných měla nějakou špatnou zkušenost ojedinele, nakladatelé, kteří záměrně odbývají své knihy a nehledí na kvalitu, jsou spíše výjimkou. Tím jsou míněni profesionální nakladatelé, nikoliv nakladatelské servisy na zakázku, kteří autorovi za jeho vlastní peníze knihu vydají „na klíč“, aniž by nějak hodnotili její účelnost, kvalitu či smysl.

Opakovaly se výtky, že je málo kvalitních překladatelů, tlak na rychlost překladu se zvyšuje (pro ilustraci: přestože se kniha čte opakovaně po desetiletí, překladatel dostal na překlad pouze 21 dní), množí se amatérské překlady různé úrovně. Byli zmíněni nakladatelé, kteří studentům zadávají „zkušební překlady“ jednotlivých kapitol knihy, které pak seskládají a vydají se smyšleným jménem překladatele, aniž by studentům něco zaplatili. Kromě neetičnosti takového jednání je ostudné výslednou jazykovou slátaninu prodávat (takový překlad můžeme poznat např. podle toho, že se vlastní jména a názvy v různých kapitolách liší).

Dalším příkladem je situace, kdy „překradatel“ redakčně upraví překlad někoho jiného a vydává jej za svůj (lze prokázat tak, že v textu kopíruje překladatelské chyby z původního překladu).

Dále vadí neexistence odborů, neplnění slibů a dohod, nedostatek dobrých redaktorů, knihy záměrně prznící pravopis, malá propagace či mdlá snaha prosadit české autory v zahraničí, a skutečnost, že je tak snadné prodat paskvil.

Několikrát zaznělo, že nakladatelé nemají vizi a řídí je „obchodáči“ (výběr titulů a obálky knih) nebo marketingové oddělení (co se bude propagovat a co ne).

## 4.2. Autorské a licenční smlouvy

Kritizována byla praxe, že smlouvy někdy nejsou žádné nebo jsou neúplné a nakladatelé je stejně nerespektují – „*cáry papíru, přestaly fungovat*“.

Jako podvod je vnímáno, pokud jsou ve vyúčtováních autorům<sup>60</sup> záměrně snižovány počty skutečně prodaných výtisků. Někdy jsou vyúčtování posílána pozdě nebo vůbec, popř. jsou pochybná. Vyúčtování či výplaty honoráře se autor musí domáhat, nakladatelé nereagují, neozývají se. Popsán je případ překladatelce, který spal ve vchodu do nakladatelství ve spacáku, aby se honoráře domohl<sup>61</sup>.

Za neetické je také považováno krácení honorářů při různých slevových akcích<sup>62</sup>, odkládání výplaty honorářů (zvl. za překlady či ilustrace) – 50 % honoráře 2–3 měsíce po odevzdání práce, zbytek 2–3 měsíce po vydání knihy, které ale může trvat léta, a někdy kniha nevyjde vůbec a honorář již není doplacen.

Nakladatelé mnohdy nakupují autorské licence na více knih, než pak stačí vydat, a řada knih je tak na léta zablokována nebo ani nevyjde.

Negativně vnímáno je i vydávání knih bez práv s předpokladem, že případná pokuta bude menší než zisk (např. bulvární knihy o celebritách), nebo platnost autorské licence k neomezenému užití či pro celý svět, bez zvláštní odměny za vydání např. v zahraničí.

## 4.3. Redakční práce

Dotazovaní popisovali zlepšující se situaci v oboru a větší profesionalitu práce, přesto však někde přetrvávají praktiky, které vnímají jako negativní, např. necitlivost k práci

---

<sup>60</sup> Pozn.: Pokud je autorský honorář vyplácen procentem z prodejní ceny z prodaných výtisků, nakladatel obvykle jednou ročně pošle autorovi vyúčtování, kde uvádí počet prodaných výtisků a jaký honorář autorovi z jejich prodeje náleží.

<sup>61</sup> FANTYS, Petr. Chudý jako český překladatel. 2008 [online]. [cit. 2018–03–16]. Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/chudy-jako-cesky-prekladatel-did-/zpr\\_archiv.aspx?c=A080820\\_155841\\_kavarna\\_bos](https://zpravy.idnes.cz/chudy-jako-cesky-prekladatel-did-/zpr_archiv.aspx?c=A080820_155841_kavarna_bos)

<sup>62</sup> Pozn.: Kniha (nebo její dotisk) byla ihned po vydání zařazena do slev a autor obdržel honorář 0,60 Kč za výtisk; v jiném případě 2 Kč za e-book prodaný „v akci“.



ilustrátora, kdy grafik/redaktor/nakladatel „prosazuje své ego, obrázek vnímá, jako by byl stažený z webu, a nevidí týden či víc práce výtvarníka, hledání a studium podkladů k ilustraci, neuvažuje o tom, proč a jak vznikala“.

Vadí, že nakladatel vyžaduje nadbytečné (obvykle nezaplacené) úpravy obrázků dle leckdy protichůdných požadavků, nerozumí problému, snaží se výtvarníka nastylizovat (např. do Disneyho), domáhá se změny jen pro změnu, aby se nakonec vrátil k původnímu návrhu.

Redaktoři by uvítali kompenzaci redakčně těžkého a náročného rukopisu hezkým a lehkým. Stěžovali si na případy, kdy si autor připlatí na vydání knihy a pak odevzdá redakční paskvil, protože má pocit, že může.

„Cena práce se snižuje, rukopisy jsou horší a neúplné, ale odměna za jejich zpracování zůstává stejná.“

Přes množství výše uvedených neuspokojivých zkušeností jde většinou o spíše výjimečný než obvyklý stav. Soupis je výčtový, s čím vším se již externisté u nakladatelů setkali, co jim nejvíce vadilo, některé případy jsou ojedinělé, jiné se opakují (pozdní hlášení a platby, nespravedlivé smlouvy, podfinancování). Vzhledem k množství oslovených profesí (více než deset) je tak tento přehled nakladatelských pochybení pestřejší a bohatší než množství toho, co vnímají negativně sami nakladatelé coby jedna profese.

#### **4.4. Autor**

Někteří autoři (ilustrátoři) vydávají své knihy převážně u jednoho nakladatele, jiní u několika. Důvodem přechodu k jinému nakladateli bývají nejčastěji finanční spory, příliš neosobní jednání, snaha rozložit riziko ztráty při insolvenci nakladatele či přílišné vměšování nakladatele do díla.

Spisovatelé by uvítali větší možnost ovlivnit ilustrace a grafickou podobu svého díla, vadí jim zadávání kreseb začínajícím umělcům, aby se ušetřilo. Ilustrátoři by rovněž ocenili větší vliv na výslednou podobu knihy.

„Obrázek mi tolikrát pokazili, že je pud sebezáchovy starat se o to, jak je na obálce graficky upraven.“

Autoři se vnímají jako lidé, kteří nesou srdce na trh, vkládají ze sebe do díla to nejlepší ale „honoráře jsou hanebné“<sup>63</sup>.

Pro dotazované byla dále důležitá informovanost, kdy kniha vyšla, případně proč nevyšla včas nebo pokud nedostali zapláceno, kdy se tak stane. U rozsáhlejších titulů by uvítali zálohy, u výprodejů knih do slev předkupní právo na své knihy, příplatky k honorářům za audioknihy či použití překladu ve filmu.

Za důležité považovali, aby si s nakladatelem „sedli“. V takovém případě jsou ochotni dělat více práce za méně peněz, protože oceňují, že se jim nakladatel věnuje, a když dílo neocení dostatečně finančně, věnuje se jim alespoň lidsky.

Někdy je vhodné se autora dotázat, zda si uvědomuje, že jeho kniha zůstane památkou na něj a budou ji třeba číst jeho děti a vnoučata.

Je třeba zde připomenout, že vydělá jen jedna ze tří až čtyř knih a zatímco nadšený autor přichází s nadějí, že nese literární skvost a bestseller, nakladatel spíše vidí 66–75% pravděpodobnost prodělku. Přesto má nakladatel být na své autory laskavý a vlídný, protože je to mnohdy jediné, co pro ně může udělat navíc.

#### **4.5. Nakladatelská etika očima externistů**

Názory se různí dle zkušeností dotazovaného. Ti o svých vlastních etických zásadách ehovořili, spíše mluvili obecně nebo uváděli konkrétní příklady. Většina etiku nakladatelů považuje za zlepšující se, podvodů a neetického jednání ubývá.

Barvitost pohledů na tuto problematiku vyjadřovaly i různorodé odpovědi dotazovaných, z nichž mnohé si protiřečily.

Stěžejním tématem negativních soudů bylo, že se nakladatelé zřikají svého poslání a ideálů a stále více se zaměřují výhradně na zisk.

„Bůžek není ideologie a moc jako za totáče, ale peníze.“

Ojedinělý nebyl názor, že „ekonomika vytváří etiku“ – ber kde ber, trh ovlivňuje nakladatelovo jednání a etika vlastně překáží, protože je třeba uživit lidi, platit závazky a jde jen o to, kam až je majitel ochoten ve svém jednání zajít.

---

<sup>63</sup> Jako příklad uvádím komentáře autorů, kteří za sebou mají již desítky vydaných knih: „Barevně ilustrovaná kniha je pro mne měsíc práce 14–16 hodin denně včetně víkendů. Nechci kreslit levné obrázky. Nakladatelé jsou milí, ale odírají z kůže. Honorář byl 27 Kč/hod. a nechtěli přidat.“

„Chovají se urážlivě – měsíc práce za 10 000 Kč, ale práce si neváží, neocení ji.“

Jiní byli opačného mínění: „Po revoluci byla etika malá, teď si ji lidé více uvědomují. Zlepšuje se a o darebácích se ví rychleji.“

Další více zdůrazňovali zodpovědnost a svá očekávání, jak by měl nakladatel působit:

„Autor má zodpovědnost, za to, co píše, nakladatel za to, co vydává.“

„Nakladatel je zrcadlo společnosti, z hnojiště chaosu a hnusu se zadarí dobré projekty.“

„Nakladatel, který má vizi, s níž se mohu identifikovat, je OK, generátor prachů ne.“

„Jsou potřebné vzory a osobnosti.“

„Úspěšný je ten, kdo je v souzvuku, lidé se v něm poznají, je etický vzor.“

„Je třeba reciproční altruismus, etické jednání je výhodné.“

Dotazovaní uváděli, že jim v řadě případů vadí, co nakladatel vydává, například že přes odpor většiny zaměstnanců vydal pornografii. Kritizovali, že v redakcích má větší význam mládí a náklady než zkušenost, chybí respekt k práci druhého člověka. Špatně ohodnocenou práci vnímají jako existenční ohrožení a často z tohoto stavu viní nakladatele, jen výjimečně upozornili, že si jsou vědomi toho, že nakladatel za tuto situaci nemůže.

Přesto však zkušenost s nakladateli pokládali za převážně dobrou a více oceňovali dobře vydané knihy než finance.

„Nakladatel má zaplatit, aby nešidil a vydal krásnou knihu.“

## 5. Příklad z praxe – přetahování autorů

Z řady témat, k nimž mají nakladatelé rozdílný přístup, jsem k zevrubnějšímu rozboru vybral „přetahování autorů“. Zatímco někteří je považují za přípustné, jiní za jednoznačně neetické.

Způsobů, jak získat autora, vydávajícího knihy v jiném nakladatelství, je celá řada. Dotazovaní k nim radí přímé oslovení a přesvědčování nebo přeplácení, v některých případech aukci na práva ke knize. V posledních letech totiž častěji dochází k porušování dříve běžného předkupního práva na další knihy autora, kterého nakladatel již vydává. Nakladatel se tak musí účastnit aukce s dalšími zájemci a často zaplatit přemrštěnou zálohu, aby si autora udržel. Pokud na ni nemá, autora začne vydávat jiný nakladatel a původní se tak leckdy ocitne ve finanční nouzi – o bestsellery postupně přichází a nakonec musí nakladatelství prodat nebo zrušit.

V memoárové literatuře je přetahování autorů považováno za neetické, s výjimkou případů, kdy nakladatel „uvolní“ svého autora pro kolegu, který se specializuje na žánr, který on sám nevydává.

V současné nakladatelské praxi není za neetické považováno „převzetí“ autora, pokud sám přijde (nespokojenost s původním nakladatelem, dlužné honoráře, špatná redakce, nedostatečná propagace...), kniha vyšla před delší dobou (7 a více let), není na trhu a původní nakladatel nejeví zájem ji vydat, převzetí zahraničního autora, pokud byl překlad špatný a původní nakladatel nehodlá pořídit nový nebo udělat důkladnou redakční revizi.

Nakladatelé, kteří autory aktivně přesvědčují a přeplácejí, to považují za běžnou obchodní strategii, specifickou formu headhuntingu (přímé vyhledávání pracovníků v jiných firmách – v tomto případě úspěšných autorů, vydávajících jinde)<sup>64</sup>. Argumentují nezřídka lepší redakční péčí o autora, masivnější propagací, větším nákladem knihy a vyššími prodeji.

Většina oslovených nakladatelů však toto jednání považuje za neetické.

Z rozhovorů s autory vyplynulo, že přechod k jinému (zpravidla většímu) nakladateli, nemusí být vždy výhodný. Zatímco menší nakladatel je schopen se ziskem

---

<sup>64</sup> Headhunting – Wikipedie [online]. [cit. 2018-03-16]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Headhunting>

vydat knihu v nákladu kolem 1000 výtisků, velký nakladatel vzhledem k větší režii musí vydat (a prodat) 2000–3000 výtisků. Pokud prodej knihy (nebo autorovy následující) je menší než očekávaný, autora se zbaví.

Také masivnější propagace je mnohdy jen iluze. Nakladatel, který vydává jednu nebo více knih denně nemůže stejně intenzivně propagovat všechny. Několik dotazovaných upozornilo na tendenci produkovat spíše méně, ale větších superbesterů, do jejichž propagace se vloží velké množství prostředků a práce na úkor ostatních knih.

Odchod úspěšného autora může být pro menší nakladatelství likvidační, protože ze zisků z prodeje jeho úspěšných knih financuje ty méně úspěšné, a pokud o autora přijde, musí svou činnost omezit nebo ukončit.

Pro většího nakladatele je takový autor jen jedním z mnoha, číslem navíc ve statistikách obratu, má snad význam pro pozici na trhu, ale ne pro samotnou existenci nakladatele.

Uvést zdárně autora do světa literatury znamená vydat mu několik obvykle nevýdělečných knih, než se dostaví případný úspěch a investice se vrátí. V literatuře se uvádí, že vydělá jen jedna z tří až čtyř vydaných knih; toto číslo potvrdila většina dotazovaných, má zkušenost je obdobná. Původní nakladatel tak za nemalých ztrát investuje do nadějného autora, a když je šance, že se mu náklady vrátí, autor odejde a zisk připadne konkurenci.

## 6. Nakladatelská etika z křesťanského pohledu

Pro účely této práce definuji křesťanský pohled jako takový přístup k práci a společnosti, který respektuje Desatero přikázání Božích<sup>65</sup>, řídí se zlatým pravidlem<sup>66</sup>, vstřícně hledá, kde je možné začít, být iniciátorem změn (pozitivní forma zlatého pravidla<sup>67</sup>) a přikázáním lásky:

„Miluj Hospodina, Boha svého, celým svým srdcem, celou svou duší a celou svou myslí. Miluj svého bližního jako sám sebe.“ (Mt 22,37; 39)

Podobně jako jsem výpovědi nakladatelů o jejich etických východiscích dělil dle tří aspektů (osobní, společenský, transcendentní), činím tak pro přehlednost a srovnání i v této kapitole.

### 6.1. Osobní aspekt

Tomáš Špidlík píše: „Život je příliš krátký k tomu, abychom četli knihy pouze dobré. Musíme si najít ty nejlepší.“<sup>68</sup> Křesťanský nakladatel by tedy měl dbát na vysokou úroveň knih, a pokud takové nemá, špatné nevydávat.

„Rozhodnutí podnikatele někde investovat je vždy i mravním a kulturním rozhodnutím.“<sup>69</sup>

Vydávání knih jen pro zisk, bez zřetele k hlubšímu smyslu tohoto povolání, tedy formovat čtenáře a společnost (a pro radost Bohu), vede k jejich devalvaci na zboží, které je možné do omrzení produkovat a konzumovat. Ale „v konzumní společnosti se estetické cítění oslabuje, a tím mizí radost. Všechno existuje jen k tomu, aby se kupovalo, aby bylo vlastněno a spotřebováváno; také lidské osoby.“<sup>70</sup>

---

<sup>65</sup> Viz příloha č. 3. Více in: Desatero [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <http://www.katechismus.cz/desatero.php>

Komentovaná verze in: Desatero přikázání Božích | Víra.cz, křesťanství. Víra.cz, křesťanství [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <http://www.vira.cz/Texty/Glosar/Desatero-prikazani-Bozich.html>

<sup>66</sup> „Co nechceš, aby ti dělali jiní, nedělej ani ty jim!“ (Tob 4,15)

<sup>67</sup> „Co tedy chcete, aby lidé dělali vám, to všechno i vy dělejte jim, neboť v tom je celý Zákon i Proroci.“ (Mt 7,12)

<sup>68</sup> ŠPIDLÍK, Tomáš. Prameny světla (příručka křesťanské dokonalosti). Vyd. 3. (v nakl. Refugium). Velehrad: Refugium Velehrad-Roma, 2005, s. 400.

<sup>69</sup> Život z víry: překlad 2. dílu katolického katechismu pro dospělé (vydala Německá biskupská konference 1995). Vyd. 2. V Českých Budějovicích: Teologická fakulta Jihočeské univerzity, 2005, s. 302.

<sup>70</sup> FRANTIŠEK. Amoris lætitia: Radost z lásky: posynodální apoštolská exhortace o lásce v rodině. Přeložil Jaroslav BROŽ. Praha: Paulínky, 2016, s. 87.

Pro křesťanského nakladatele má být jedním z hlavních hodnotících kritérií při volbě knihy pravdivost. Nejde jen o věcnou správnost a preciznost pramenů, ty by měly být samozřejmostí (nakolik je možné objektivně je posoudit). Kniha je však také nositelkou informací a informovat znamená formovat, vstupovat do života lidí. Středem zprávy (informace) podle papeže Františka není ani rychlost jejího šíření ani její dopad na posluchače, ale člověk. A je důležité, zda se jedná o pravdu, či nikoliv. „Pravdu od výroku můžeme rozpoznat po ovoci: jestli vyvolá polemiku, podnítl rozdělení, rozšíří rezignaci, anebo zda vede k vědomé a zralé reflexi, ke konstruktivnímu dialogu, k přínosné činnosti.“<sup>71</sup>

Ochotně sloužit lidem, vykonávat svou práci s láskou, pro větší slávu Boží, poctivě pracovat – to jsou znaky dobrého podnikatele, jak jej charakterizuje Jiří Jemelka. „Jsi člověk, tvor. Tvor je šťastný, tvoří-li.“<sup>72</sup>

## 6.2. Společenský aspekt

Člověk je tvor vztahový. Pokud druhé pokládáme jen za zdroj příjmů nebo výrobně-spotřební prostředky, vytrácí se náš smysl pro sounáležitost a každý hledá jen svoje vlastní výhody. „Antisociální člověk si myslí, že druzí jsou tu jen proto, aby uspokojovali jeho potřeby, a když to dělají, plní si tím jen svou povinnost.“<sup>73</sup> Takový postoj je však v rozporu s přikázáním lásky, které po křesťanském nakladateli požaduje, aby druhé miloval, pomáhal jim a byl s nimi solidární (tedy i se čtenáři).

Právě princip solidarity vyžaduje, abychom si uvědomili, že jsme dlužníky společnosti, jejíž jsme součástí, solidaritě vděčíme za podmínky, které naši existenci činí snesitelnou, za kulturu, vědecké poznatky, materiální i nemateriální statky a vše, co je plodem lidské zkušenosti, jak zdůrazňuje i sociální nauka církve<sup>74</sup>.

---

<sup>71</sup> Poselství papeže Františka k 52. Světovému dni sdělovacích prostředků – Církev.cz. Církev.cz [online]. Copyright © 2018 Česká biskupská konference [cit. 2018-03-16]. Dostupné z: <https://www.cirkev.cz/cs/aktuality/180208poselstvi-svateho-otce-frantiska-k-52-svetovemu-dni-sdelovacich-prostredku>

<sup>72</sup> Více in: JEMELKA, Jiří. Prodej ... dřina nebo hra? Olomouc: BTCL, 2006, s. 248. ISBN 80-239-8234-6.

<sup>73</sup> FRANTIŠEK. Amoris lætitia: Radost z lásky, s. 72.

<sup>74</sup> Více in: Kompendium sociální nauky církve. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2008, článek 195.

Katolická církev soukromou iniciativu a podnikání podporuje, protože aktivují lidskou tvořivost. Podnikání však nemá obohacovat jen samotného podnikatele, má vždy sociální a morální rozměr a má přispívat k obecnému dobru<sup>75</sup>.

„Lakomec se na zisk tak soustředí, tak se po něm žene, že ztrácí zájem o všechny ostatní hodnoty. Váží si jen těch, kdo umějí bohatnout, hledá jen to, z čeho plynou peníze nebo hmotné výhody. Myslí, že za peníze dostane všechno, má pocit jistoty a nikoho nepotřebuje. Žádná bída ho nedojme. Pro druhé mívá hamižník jenom poznámku: ‚Ať pracují a šetří jako já, budou mít!‘.“<sup>76</sup> Z křesťanského pohledu je však „blaženější dávat než dostávat“. (Sk 20,35)

Ekonomika má člověku sloužit a musí mít morální rozměr, jinak se obrací proti člověku, jeho právům a narušuje klidné soužití a vztahy ve společnosti. Dle konstituce Gaudium et Spes i v hospodářsko-společenském životě „je třeba mít v úctě a rozvíjet důstojnost lidské osoby a její celé povolání, a rovněž dobro celé společnosti. Člověk je přece původce, střed a cíl veškerého hospodářsko-společenského života.“<sup>77</sup>

Důstojnost práce není dána tím, co produkuje nebo jaký je její přínos, ale její subjektivní hodnotou, osobním nasazením a angažovaností pracujícího člověka, s nímž se proto nemá zacházet jen dle ekonomické výnosnosti<sup>78</sup>.

Je třeba mít také na zřeteli, že „ten, kdo využívá druhé, bude dříve nebo později sám se stejnou logikou využíván, manipulován a opuštěn“<sup>79</sup>.

## Reklama

Tato problematika je poměrně hojně zpracovaná, proto se jí větší měrou v této práci nevěnuji<sup>80</sup>. Nakladatelé ji však považují za důležitou součást své práce, proto pro úplnost uvádím stanovisko církve.

---

<sup>75</sup> Podrobněji např. in: Sociální nauka církve III. – Kompendium sociální nauky [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <http://revue.theofil.cz/revue-clanek.php?clanek=2346>

<sup>76</sup> ŠPIDLÍK, Tomáš. Prameny světla, s. 296.

<sup>77</sup> Více in: Dokumenty II. vatikánského koncilu. Praha: Zvon, 1995, článek 63.

<sup>78</sup> Více in: Život z víry, s. 293.

<sup>79</sup> FRANTIŠEK. Amoris lætitia: Radost z lásky, s. 28.

<sup>80</sup> Např.: ANTL, Pavel. ETIKA VE SVĚTĚ REKLAMY [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: [https://theses.cz/id/e6cfn9/downloadPraceContent\\_adipIdno\\_10822](https://theses.cz/id/e6cfn9/downloadPraceContent_adipIdno_10822)

MUSILOVÁ, Lenka. Etika reklamy. Přístup z hlediska teologické etiky [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/36189/>

MIHÁLYOVÁ, Jana. Etika v reklamě. Digitální knihovna VUT v Brně [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://dspace.vutbr.cz/handle/11012/14845>



Reklama podle svých vlastních zákonitostí vykresluje svět v lepších barvách, než ve skutečnosti je, a redukuje smysl života na konzum. Kvůli zisku z prodeje je tu velké pokušení uvádět jen polopravdy, a tím zdeformovat úsudek potencionálních zákazníků. Jejím úkolem nesmí být manipulace, nýbrž věcná informace, která může přispět k zodpovědnému rozhodnutí o nákupu. Nejvyšší mravní zásadou reklamy musí být pravdivost. Propagace nějakého výrobku musí být upřímná; slibovaný užitek musí být přiměřený ceně.<sup>81</sup>

### 6.3. Transcendentní aspekt

Náš poměr k Bohu se projevuje vztahově – nejviditelněji k těm Božím dětem, které s námi žijí a jež nám posílá do cesty. Spravedlivá mzda a pracovní podmínky, dlouhodobé pozitivní mediální působení na společnost, výchova dětí a mládeže, z nichž budou v budoucnu politici a lídři, rozhodující o naší budoucnosti, ale také kultivace vkusu a sociálního (sou)cítění mají být projevem naší lásky. Nakladatelovou křesťanskou povinností povinností je „usilovat o spravedlnost, solidaritu a o utváření společenského, ekonomického a politického života tak, aby to odpovídalo Božímu záměru“<sup>82</sup>.

Pokud nakladatel konfrontuje výběr knihy se svou křesťanskou vírou, musí se ptát, nakolik je s ní kniha v souladu a zda je Ovocem Ducha<sup>83</sup>. Do jaké míry povzbuzuje čtenáře k dobru. Má z ní Bůh radost? Napomáhá rozkvětu Božího království, které je již mezi námi, nebo boří?

Odpovědnost křesťanského nakladatele se tak rozšiřuje. Neovlivňuje pouze úzký okruh rodiny, přátel a spolupracovníků, ale i tisíce a milióny čtenářů. Jsme zodpovědní za svět, v němž žijeme, a prostřednictvím knih se můžeme přiblížit i lidem, kteří nejsou tolik vidět. Láska nás podněcuje, „abychom nacházeli způsoby, jak vyloučeným ze společnosti pomáhat dosáhnout aspoň trošku radosti“<sup>84</sup>.

Oporu v rozhodování o tom, co je či není dobré a etické, můžeme hledat v přirozeném mravním zákonu – má univerzální podobu a je vyjádřen v Desateru (viz příloha č. 5). Je to světlo intelektu, vložené do nás Bohem k rozlišování toho, co máme

---

<sup>81</sup> Život z víry, s. 339. ISBN 80-7040-809-X. S 339.

<sup>82</sup> Více in: Compendium sociální nauky církve, článek 40.

<sup>83</sup> Pozn.: „Ovocem Ducha je láska, radost, pokoj, trpělivost, laskavost, dobrota, věrnost, mírnost, sebeovládání.“ (Gal 5,22.)

<sup>84</sup> FRANTIŠEK. Amoris lætitia, s. 69.

konat a čemu se vyhýbat. Člověk vnímá druhého jako sobě rovného. Přirozený zákon tak propojuje lidi v rozličnosti kultur, podporuje pokrok, zůstává nezměněn a nelze jej zničit ani vyrvat z lidského srdce<sup>85</sup>.

„Je také naší povinností ze svého vlastního nadbytku dávat strádajícím“<sup>86</sup> a nalézat Boha ve všech a ve všem.

---

<sup>85</sup> Více in: Kompendium sociální nauky církve, článek 140-141.

<sup>86</sup> Život z víry, s. 305.

## 7. Diskuse

Při studiu zdrojů se ukázalo, že žádná specifická literatura, věnující se nakladatelské etice, v podstatě není. Musel jsem tedy čerpat ze sekundárních pramenů, zvláště memoárové literatury sepsané samotnými nakladateli. Pro uvedení do problematiky jsem tudíž zvolil širší historický kontext. První kapitola je proto věnována vývoji názorů na autorské právo a etiku nakladatelského povolání, počínaje Gutenbergem a prvními patisky a konče společenskou diskusí o odpovědnosti za vydávané knihy a poslání nakladatele, která probíhala v Československu mezi válkami.

V průběhu rozhovorů se ukázalo, že je třeba pohled nakladatelů doplnit i pohledem z vnějšku, proto jsem rozšířil seznam oslovených dotazovaných o externí spolupracovníky nakladatelství (redaktory, autory, překladatele, ilustrátory aj.).

Limitem práce je, že výběr dotazovaných byl do jisté míry subjektivní, svou roli hrálo i předporozumění křesťanským nakladatelům, s nimiž mám jako latinský katolík táž etická východiska a terminologii a rychleji jsme se proto dostali k jádru problému, na což u některých jiných kolegů nebyl dostatečný prostor.

Dotazovaní nakladatelé svou práci vnímají jako poslání s vysokým etickým obsahem. Při výběru titulů k vydání hraje důležitou roli svědomí a posouzení okolností. Například lehké oddechové čtivo může být posuzováno jako nehodnotná či zbytná literatura, ale také jako potěšení z nenáročné četby pro ty, kdo jsou unaveni intelektuální prací. Vzhledem k tomu, že žijeme v době vizuální kultury, která tlumí fantazii a nabízí jednoduchá instantní řešení a názory, čtení považuji za formu obrany proti otupení, protože rozvíjí tvořivost a podněcuje myšlení. I prosté příběhy mohou být krásné.

Jiným příkladem je brutalita v knihách. Pokud se jedná jen o autorovu snahu upoutat, vyvolat nepokoj a strach, pak dílo podněcuje agresivitu, vyvolává depresi či hněv a vydáním takové knihy nakladatel jistým způsobem fixuje tyto nálady ve společnosti, napomáhá jejich šíření a je tedy za ně spoluzodpovědný. Ježíš v horském kázání oznamuje: „Blahoslavení tvůrci pokoje, neboť oni budou nazváni syny Božími.“ (Mt 5,9)

Dotazovaní nechtějí vydávat knihy brutální nebo propagující násilí, snaží se nepouštět „jed pro lidskou psychiku a vztahy“, přesto takové knihy vycházejí. Domnívám se, že pokud je v knize jasně rozlišitelné dobro a zlo, v lepším případě i zastánce dobra a pravdy (archetypální hrdina, bojovník, rytíř atp.), který za ně bojuje,

pak má své opodstatnění poukázat na temné stránky člověka, protože se s nimi setkáváme.

Lhostejnost k obsahu vydávaných knih a jejich vlivu považují za škodlivé i pro následující generace, protože knihy mají moc působit na lidi i v budoucnosti.

Domnívám se, že snaha o ovládnutí knižního trhu motivovaná především ziskem, z níž měli dotazovaní často obavy, je kontraproduktivní. Největší nakladatelé postupně vytlačují ty menší, kteří vydávají knihy spíše podle svých zájmů a zajišťují tak pestrost knižní produkce. Orientace na zisk vede k omezení vydávaných knih na ty potenciálně nejprodejnější.

S velikostí firmy se rovněž zvyšuje počet lépe placených manažerských pozic a stoupá režíre nakladatelství. Úspory se hledají u autorů a externistů, hledají se ti nejefektivnější, práci tak má méně lidí a dochází také k narušení mezilidské solidarity a ke snižování důstojnosti práce – člověk je vnímán jako nástroj zisku, kniha jako zboží. Někteří externisté si připadají jako bezvýznamné kolečko v soustrojí, postoj většiny z nich k ohodnocení práce vystihuje komentář: „Honoráře jsou hanebné.“

Snaha o maximalizaci zisků vede k přetahování autorů, což považují za nekolegiální a neetické. Menší nakladatel by si měl být vědom, že stejně velkého kolegu existenčně ohrožuje, velký nakladatel neúměrnosti mezi ziskem svým a ztrátou menšího. Dochází k monopolizaci, uniformitě, snížení pestrosti vydávaných knih a ztrátě práce pro spolupracovníky menších nakladatelů, vydávajících i knihy málo ziskové. Takové jednání je v rozporu s etickými kodexy naprosté většiny dotazovaných a jako takové odmítáno.

Nakladatelé i externisté se převážně shodují na tom, že vychází příliš mnoho knih na úkor jejich kvality. Dle mého názoru by řešením knižní nadprodukce mohlo být omezení produkce nebo rychlého růstu nakladatelství, to ale u výkonově zaměřených firem, které se snaží získat větší podíl na trhu, není pravděpodobné. Jsem přesvědčen, že takové rozhodnutí musí učinit každý sám za sebe např. tím, že si stanoví maximální počet ročně vydaných knih nebo do rozvoje nakladatelství investuje umírněně, aby obrat nenavýšoval vydáváním nehodnotných děl a udržel vysokou úroveň vydávaných titulů.

Za vhodný způsob rozvoje firmy považují koedice (společné vydání knihy více nakladateli). Náklady, rizika i zisk se dělí mezi nakladatele, kteří buď mohou vydat více knih, než by vydali sami, nebo jich vydat stejně jako obvykle, ale s nižšími náklady.

Vydal jsem v koedici s třiceti nakladateli téměř dvě stě knih a až na výjimky bylo vydání úspěšnější, než když si každý vydal knihu sám.

Nakladatelé si sice jsou vědomi vlivu knih na formování společnosti, nereflektují však dle mého názoru dostatečně jejich dlouhodobé, vícegenerační působení. „Četba totiž dává směr celému životu. Dobré knihy vedou k dobrému, zlé nás svedou, i když myslíme, že jsme dost silní, abychom jejich vlivu odolali.“<sup>87</sup>

Nakolik je toho schopen, je tedy křesťanský nakladatel o to více vázán přikázáním lásky milovat bližního jako sebe sama a být si vědom transcendentního přesahu své práce, kterou může pojímat také jako podíl na milosrdné lásce Boží.

---

<sup>87</sup> ŠPIDLÍK, Tomáš. *Prameny světla*, s. 399.

## 8. Závěr

Tématem práce je problematika etiky v nakladatelské praxi v České republice. Práce měla stanoveny dva hlavní cíle: zjistit, zda již nějaké etické kodexy existují, a formou rozhovorů s nakladateli ověřit, jaká jsou jejich vlastní etická východiska.

Oslovení nakladatelé vnímají svou pozici jako poslání, jsou si vědomi malých zisků v oboru (4 %) a cítí za vydávané knihy odpovědnost. Vynikajících děl ale není dost pro všechny, a proto ti, kdo se snaží ovládnout trh nebo výrazně zvyšovat obrát, vydávají i podprůměrné knihy.

Protože není definován žádný specifický nakladatelský kodex, řídí se dotazovaní nakladatelé osobními etickými zásadami, které se snaží uplatňovat i ve své práci: být poctivý sám k sobě i druhým, mít jasnou vizi o tom, co chce vydávat a proč, žít v souladu se svým svědomím a myslet i na druhé, nejen na sebe. Právě odpovědnost za druhé považují za jednání, které je ve shodě s pozitivní formou zlatého pravidla.

Za důležitou etickou zásadu považují také osobní a profesní poctivost, nutnost dělat dobře svou práci, být pečlivý, vydávat technicky a umělecky kvalitní knihy. Je však třeba přijmout, že ne vše se podaří. Někteří kladli důraz na osobní zdrženlivost, mravnost a etické zásady, vycházející z jejich náboženského přesvědčení nebo ideálů.

Dotazovaní nakladatelé si byli vědomi své odpovědnosti vůči čtenářům a společnosti za to, jaké knihy vydávají. Téměř všichni měli promyšlená etická kritéria toho, co chtějí a co rozhodně nechtějí vydávat, podrobněji o nich hovořili věřící (křesťanství, buddhismus). Vztahy k jiným nakladatelům byly spíše kolegiální a převažovala otevřenost ke vzájemné spolupráci.

Zvětšující se část knižní produkce a distribuce ovládají společnosti orientované především na výkon a zisk, byť by mohly působit v jiném oboru, což vede k oslabení menších nakladatelství, která se cítí ohrožena a utiskována (vysoký rabat, přetahování autorů aj.). Neúměrný růst na úkor druhých byl dotazovanými hodnocen jako neetický. V rozhovorech označili za „predátory“ jen několik nakladatelů, nejde tedy o obecný jev, ale spíše o výjimky. Přesto však ziskově-výkonový model podnikání některých nakladatelů ovlivňuje jednání a myšlení ostatních natolik, že mají tendenci věnovat se více „ekonomickému soutěžení“ než svému „poslání“.

Zrychlující se tempo práce, rostoucí počet vydávaných knih a dotazovanými popisovaná, někdy až nemravná snaha o snížení nákladů vede k narušení mezilidské solidarity nedostatečným ohodnocením práce a tím k jisté formě vykořisťování.

Pro křesťanské nakladatele je vztah k Bohu zdrojem a základem jejich etického chování, které lze shrnout slovy: „Miluj bližního svého.“

Na rozdíl od nakladatelů, kteří mají totožnou profesi a odpovídali na stejné otázky, externí spolupracovníci mluvili volněji o svých zkušenostech (obvykle za několik desetiletí praxe) a jsou řady odlišných povolání. Množství uvedených negativních zkušeností tudíž považují spíše za výčet zkušeností než všeobecný popis stavu. Z většiny rozhovorů vyplynulo, že se nakladatelská etika zlepšuje např. u smluv, financí a redakční kvality, zhoršují se však mezilidské vztahy a velcí nakladatelé a distribuce obsazují trh tak dravě, že jej monopolizují a existenčně ohrožují malé nakladatele a na ně vázané spolupracovníky. Snižuje se tak pestrost knižní produkce a kvalita knih vydáváním ekonomicky výnosného balastu. Knihy začínají být považovány spíše za zboží než za kulturní a duchovní statek, člověk je redukován na prostředek k dosažení zisku.

„Přetahování autorů“ někteří nakladatelé považují za přípustnou součást obchodní strategie, většina je však pokládá za neetické. Tato praxe existenčně ohrožuje menší nakladatele i jejich spolupracovníky a vede k větší monopolizaci a ochuzení knižní produkce.

Z křesťanského pohledu je druhé třeba vidět jako lidské osoby, nikoliv jako zdroje zisku, jež lze vytěžit. Podnikání má vždy sociální i morální rozměr a má přispívat k obecnému dobru. Zisk je nutný k chodu a rozvoji firmy, nesmí ale být jediným cílem.

Správnost svého jednání může křesťanský nakladatel posuzovat přirozeným mravním zákonem, Desaterem a přikázáním lásky, jež formují jeho etické postoje. Ty na něj kladou přísnější nároky jak v rovině osobně-transcendentní (vztah k Bohu), tak společenské – větší odpovědnost za obsah knih, spravedlivé rozdělování zisku nebo dobročinnost. Dobročinnosti se ale dotazovaní křesťanští nakladatelé nevěnují výrazně více než ostatní, což by mohlo a mělo být podnětem k tomu, hledat nové způsoby, jak více pomáhat. Na druhou stranu to však svědčí o značné míře soucitu a odpovědnosti za druhé u takřka všech nakladatelů a tak o jejich kladných etických postojích.

Křesťanský nakladatel má specifickou odpovědnost vůči Bohu, všichni pak ke svým bližním, miliónům čtenářů i dalším generacím. Právě etickou odpovědnost za knihy,

kteře mohou přetrvat věky a působit daleko v budoucnosti, považuji za specifickou pro nakladatelské povolání.

Z historie známe, jak snadno někdy vítězí totalita. Kdo ji zažil, ví, jak těžké je dosáhnout svobody. Stejně obtížné je získanou svobodu udržet a předat ji. Knihy jsou důležitým svědectvím doby a našim poselstvím do budoucna. Je na nás, jakou vzpomínku na naši dobu uchovají.

„Jaký božský dar věnovaný lidské mysli jsou tedy knihy! (...) Nemilovat je znamená nemilovat moudrost. Nemilovat moudrost však znamená stávat se hlupákem. A to je urážka Boha stvořitele, který chce, abychom byli jeho obrazem.“ J. A. Komenský<sup>88</sup>

„Jak je milá a útěšná radost připravovat potěšení druhým a vidět, jak se z něj radují.“<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Z řeči při otevření školy v uherském Blatném Potoku r. 1650. Citováno v KNEIDL, Pravoslav. Z historie evropské knihy, s. 6.

<sup>89</sup> FRANTIŠEK. Amoris lætitia: Radost z lásky, s. 89.



## **9. Seznam použitých zkratk**

ADRA – Adventist Development and Relief Agency

ČSÚ – Český statistický úřad

DPP – dohoda o provedení práce

Gal – Galat'anům

Mt – Matouš

RIV – Registr informací o výsledcích

SČKN – Svaz českých knihkupců a nakladatelů

Tob – Tobiáš

## 10. Seznam odborné literatury

### Odborné publikace

- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměněné vyd. Praha: Karolinum, 2011.
- Dokumenty II. vatikánského koncilu*. Praha: Zvon, 1995.
- FRANTIŠEK. *Amoris lætitia: Radost z lásky: posynodální apoštolská exhortace o lásce v rodině*. Přeložil Jaroslav BROŽ. Praha: Paulínky, 2016.
- JEMELKA, Jiří. *Prodej ... dřina nebo hra?* Olomouc: BTCl, 2006.
- JOHNS, Adrian. *Piráctví: boje o duševní vlastnictví od Gutenberga po Gatese*. Brno: Host, 2013.
- KNEIDL, Pravoslav. *Z historie evropské knihy: po stopách knih, knihtisku a knihoven*. Praha: Svoboda, 1989.
- Kompendium sociální nauky církve*. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2008.
- LÁBEK, Ladislav a Emanuel PETLAN. *Počátky českého knihtisku*. Plzeň: Grafika, 1948.
- LENIN, Vladimír Iljič. *Lenin o tisku*. Praha: Novinář, 1971.
- MIKOTA, Václav, ed. *Knihy a národ: 1879-1939*. V Praze: Svaz českých knihkupců a nakladatelů, 1939.
- POLÁČEK, Václav. *Nakladatel píše synovi: dvacet pět listů o poslání a práci nakladatele a knihkupce*. V Praze: Svaz knihkupců a nakladatelů, 1941.
- ŠPIDLÍK, Tomáš. *Prameny světla: (příručka křesťanské dokonalosti)*. Vyd. 3. (v nakl. Refugium). Velehrad: Refugium Velehrad-Roma, 2005.
- ŠTORCH-MARIEN, Otakar. *Sladko je žít: paměti nakladatele Aventina I*. Praha: Československý spisovatel, 1966.
- UNWIN, Stanley. *Pravda o nakladatelském povolání*. V Praze: Svaz českých knihkupců a nakladatelů, 1947.
- VANĚK, Miroslav a Pavel MŮCKE. *Třetí strana trojúhelníku: teorie a praxe orální historie*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015.
- Život z víry: překlad 2. dílu katolického katechismu pro dospělé* (vydala Německá biskupská konference 1995). Vyd. 2. V Českých Budějovicích: Teologická fakulta Jihočeské univerzity, 2005.

## Elektronické zdroje

*Bernská úmluva o ochraně literárních a uměleckých děl* – Wikipedie [online].

[cit. 2018-03-29]. Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Bernsk%C3%A1\\_%C3%BAmuva\\_o\\_ochran%C4%9B\\_liter%C3%A1rn%C3%ADch\\_a\\_um%C4%9Bleck%C3%BDch\\_d%C4%9BI](https://cs.wikipedia.org/wiki/Bernsk%C3%A1_%C3%BAmuva_o_ochran%C4%9B_liter%C3%A1rn%C3%ADch_a_um%C4%9Bleck%C3%BDch_d%C4%9BI)

*Desatero* [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <http://www.katechismus.cz/desatero.php>

*Desatero přikázání Božích*. Vira.cz, křesťanství [online]. [cit. 2018-04-10].

Dostupné z: <http://www.vira.cz/Texty/Glosar/Desatero-prikazani-Bozich.html>

FANTYS, Petr. *Chudý jako český překladatel*. 2008 [online]. [cit. 2018-03-16].

Dostupné z: [https://zpravy.idnes.cz/chudy-jako-cesky-prekladatel-did-/zpr\\_archiv.aspx?c=A080820\\_155841\\_kavarna\\_bos](https://zpravy.idnes.cz/chudy-jako-cesky-prekladatel-did-/zpr_archiv.aspx?c=A080820_155841_kavarna_bos)

*Headhunting* – Wikipedie [online]. [cit. 2018-03-16]. Dostupné z:

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Headhunting>

KIRKOSOVÁ, Kateřina. *Mezi rukopisy a knihami: logika a dynamika současného českého literárního pole prizmatem knižních nakladatelů*. 2016 [online].

[cit. 2016-09-03]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/143760/fss\\_d/](http://is.muni.cz/th/143760/fss_d/)

*Obsah rozhoduje*. *Economia* [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z:

<http://economia.ihned.cz/403/1109/file/Etika> – Wikipedie. [online]. [cit. 2018-03-29].

Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Etika>

*Poselství papeže Františka k 52. Světovému dni sdělovacích prostředků*. Česká biskupská konference [online]. [cit. 2018-03-16]. Dostupné z:

<https://www.cirkev.cz/cs/aktuality/180208poselstvi-svateho-otce-frantiska-k-52-svetovemu-dni-sdelovacich-prostredku>

*Průměrné mzdy – 4. čtvrtletí 2014*. Český statistický úřad [online]. [cit. 2018-03-16].

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2014-truea9fbwn>

*Rozhovor: Knihy, které mají duši*. Literární noviny [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z:

<http://literarky.cz/prilohy/harmonie-zivota/3452-rozhovor-knihy-ktere-maji-dui>

*Slovník českých nakladatelství*. Aleš Zach [online] [cit. 2018-03-30]. Dostupné z:

<http://www.slovník-nakladatelství.cz/nakladatelství/prazvske-nakladatelství-v-polacka.html>

*Sociální nauka církve III. - Kompendium sociální nauky*. [online]. [cit. 2018-04-10].

Dostupné z: <http://revue.theofil.cz/revue-clanek.php?clanek=2346>

- Stanley Unwin (publisher)* – Wikipedia [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Stanley\\_Unwin\\_\(publisher\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Stanley_Unwin_(publisher))
- ŠVERĚPOVÁ Andrea: *Etika překladatelské činnosti* [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/165494/22373937/>
- Wiley's Best Practice Guidelines on Publishing Ethics. A Publisher's Perspective [online]. [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <https://authorservices.wiley.com/ethics-guidelines/index.html>
- Zprávy o českém knižním trhu 2014/15*. Svaz českých knihkupců a nakladatelů [online]. Copyright © 2009 [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>. S 35.
- Zprávy o českém knižním trhu 2016/17*. Svaz českých knihkupců a nakladatelů [online]. Copyright © 2009 [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

## **Přílohy**

### **Příloha č. 1: Seznam dotazovaných**

Bedřich Martin, nakladatelství Portál

Dvořák Joachim, nakladatelství Labyrint

Eliáš Petr, nakladatelství Albatros

Fibiger Milan, malíř

Gelnarová Hana, nakladatelství Argo

Houdek Lubomír, nakladatelství Galén

Hugo Jan, nakladatelství Maxdorf

Janiš Viktor, překladatel

Krásná Dagmar, ilustrátorka a grafička

Lachmanová Kateřina, Karmelitánské nakladatelství

Kolíbal Lumír, nakladatelství DharmaGaia

Kratochvíl Miloš, spisovatel a TV scénárista

Marek Miroslav, polygrafie

Michek Jiří, knižní distribuce Kosmas, nakladatelství Argo

Olson Kristin, literární agentura

Pavličová Šárka, spisovatelka, žurnalistka

Polívka Tomáš, nakladatelství Biblion, ROSA

Pospíšil Marek, polygrafie

Procházka Jiří W., spisovatel, vydavatel audioknih

Somogyi Viola, spisovatelka, překladatelka, redaktorka

Sviták Martin, nakladatelství Grada (Bookport)

Svobodová Lenka, redaktorka

Tobišková Petra, literární agentura ANDREW NURNBERG ASSOCIATES PRAGUE

Tschorn Robert, překladatel

Turečková Marcela, výkonná tajemnice Svazu českých knihkupců a nakladatelů

Váchová Dita, redaktorka

Vydrová Markéta, ilustrátorka, spisovatelka

PhDr. Zach Aleš, autor slovníku českých nakladatelství<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> <http://www.slovník-nakladatelství.cz/>

## Příloha č. 2: Dopis SČKN rektorům vysokých škol



**SVAZ ČESKÝCH KNIHKUPCŮ A NAKLADATELŮ, z.s.**  
THE ASSOCIATION OF CZECH BOOKSELLERS AND PUBLISHERS  
Drtinova 557/10, 150 00 Praha 5  
založen v roce 1879

V Praze, 6. listopadu 2017

**Věc:** Zákonné a nezákonné užití učebnic, odborných publikací a literárních děl při výuce

Spectabilis, vážená paní děkanka / vážený pane děkane,

Svaz českých knihkupců a nakladatelů zastupuje nakladatelské subjekty reprezentující většinu českého knižního trhu. Mnozí z našich členů se také zabývají, anebo donedávna zabývali, vydáváním odborné literatury včetně vydávání učebnic určených studentům vysokých škol. V současné době se ale tato vydavatelská činnost stává velmi obtížnou, ba téměř nemožnou. **Zaznamenáváme významný pokles produkce těchto učebnic. Důvodem je nedostatečný respekt k autorským právům ze strany uživatelů, a to často i ze strany vysokých škol.** Odborné texty a učebnice jsou masivním způsobem nabízeny na nejrůznějších portálech na internetu či na intranetech konkrétních škol či univerzit, na studentských webech bývají k dispozici elektronické rozmnoženiny této specifické literatury. Jedná se vždy o nelegální rozmnoženiny pořízené v rozporu s platnou právní úpravou, danou autorským zákonem, pořízené nikoli pro uspokojení osobní potřeby uživatele, nýbrž určené k hromadnému šíření elektronickou cestou, tedy v rozporu se zákonem. Jednotliví nakladatelé odborné literatury a učebnic evidují stovky konkrétních případů takového neoprávněného užívání autorských děl z jejich produkce, v řadě případů i s razítkem příslušné knihovny toho kterého subjektu.

Rádi bychom ve spolupráci s Vámi hledali řešení tohoto problému. Okamžitý užitek v podobě bezplatného získání výukových materiálů je totiž vyvážen mnoha velmi negativními jevy, zejména pak nemožností vzniku nových materiálů na špičkové úrovni. Pro vydavatele i autory se totiž v dané situaci jedná o činnost beznadějně ztrátovou.

**Věnujte proto prosím pozornost následujícím informacím vycházejícím z posudku Ústavu státu a práva, který jsme si nechali vypracovat. Seznamte s těmito informacemi Váš pedagogický sbor.** V případě nejasností jsme připraveni zodpovědět vaše dotazy.

### I.

#### Nezbytnost licence a dovozené způsoby užití

Základní zásadou ve vztahu k užití autorských děl je v souladu s ustanovením § 12 autorského zákona fakt, že **autorské dílo lze užit pouze takovým způsobem a v takovém rozsahu, k němuž dá souhlas subjekt oprávněný k výkonu autorských práv**, obvykle tedy nakladatel, v rámci licenční smlouvy. Užitím autorského díla se mimo jiné rozumí též rozmnožování, rozšiřování (poskytování dalším osobám) nebo sdělování veřejnosti (např. zveřejnění na internetu). Konkrétních možností legálního nabytí autorských děl je dnes na trhu nepřeberné množství, od běžných knihkupectví až po internetové platformy umožňující přístup k e-knihám. Viz příklad komerčních možností v Příloze č. 2.

tel: (+420 2) 227 018 335  
e-mail: [sckn@sckn.cz](mailto:sckn@sckn.cz)

IČ: 47610492  
DIČ: CZ47610492

[www.sckn.cz](http://www.sckn.cz)  
strana 1 | 5



Z uvedeného pravidla existuje vzhledem k potřebám praxe několik zákonných výjimek, které lze ve vymezeném rozsahu aplikovat na školskou praxi.

Již ze samotné povahy výjimky však vyplývá, že užití díla na základě výjimky (volného užití/zákonné licence) je dovoleno pouze *výjimečně*, a je tedy v souladu s ustanovením § 29 autorského zákona přípustné **pouze v případech výslovně stanovených zákonem, pouze pokud takové užití není v rozporu s běžným způsobem užití díla a nejsou-li takovým užitím nepřiměřeně dotčeny oprávněné zájmy autora (resp. nositele autorských práv k dílu)**. S ohledem na uvedené základní zásady, jakož i na ustálenou judikaturu obecných soudů, je proto výjimku třeba vždy vykládat užším způsobem, neboť **užití autorského díla** (např. učebnice/odborné publikace) **nad rámec stanovený autorským zákonem nebo licenční smlouvou představuje protiprávní zásah do autorského práva**, s nímž jsou spojeny důsledky jak s ohledem na náhradu škody, tak ve vztahu ke správnímu trestání, resp. možnému trestnímu stíhání.

Zákonnou výjimkou je při splnění stanovených podmínek zejména

- tzv. volné užití pro osobní potřebu fyzické osoby, jehož účelem není dosažení přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu (§ 30 autorského zákona),
  - rozmnožování (kopírování) na papír pro osobní potřebu nebo vlastní vnitřní potřebu právnické osoby (§ 30a autorského zákona) a
  - zákonná licence citační a licence k užití díla pouze v nezbytném rozsahu pro ilustrační účel při vyučování (§ 31 autorského zákona).
- **Volné užití** se tak vztahuje pouze k naplnění osobní potřeby fyzické osoby (tedy např. samostudium žáka nebo pedagogického pracovníka), jejímž účelem nesmí být dosažení jakéhokoliv přímého nebo nepřímého hospodářského prospěchu. Užitím pro osobní potřebu fyzické osoby naopak **není užití pedagogem v rámci vyučování nebo jakékoliv sdílení učebnice nebo jejích částí např. prostřednictvím online úložišť nebo sdílených účtů**.
- Ve vztahu k **rozmnožování (kopírování) na papír pro vlastní vnitřní potřebu školy** platí v souladu se stanoviskem Ústavu státu a práva, že vnitřní potřeba školy je dána maximálně v rámci okruhu pedagogických pracovníků školy, a to pouze pro účely přípravy pedagogů, nikoliv k poskytování kopií studentům (student není součástí školy jako právnické osoby). Vždy je však třeba brát v potaz, zda - především s ohledem na počet takto pořízených kopií - nedojde k překročení limitů pro možnost uplatnění zákonné licence (§ 29 autorského zákona), v jehož důsledku by takové užití bylo protiprávní.
- Výňatky z děl jiných autorů (nejen učebnic, ale též např. videí v rámci prezentace apod.) lze **citovat v odůvodněné míře** v rámci vlastního díla, např. výukové prezentace a/nebo jiných výukových materiálů (**nikoliv pouze kompilace**) - vždy je však třeba uvést jméno autora, název díla a pramen.
- Dílo lze dále užit **při vyučování** (tedy v rámci vyučovací činnosti, nikoliv mimo vyučování - např. po vyučování), a to **za účelem ilustrace** a pouze **v [nezbytném] rozsahu odpovídajícím sledovanému účelu**.



## II.

### Praktické příklady některých nedovolených způsobů užití díla

- 1) Pedagog okopíruje tištěné odborné dílo nebo jeho část na kopírce (ve škole nebo mimo školu) a kopie předá studentům s tím, že po skončení výuky si studenti odnesou kopie mimo školu - **v rozporu se zákonem**. *Dílo lze použít pouze pro ilustrační účel při vyučování - ponechání kopií studentům i po vyučování přesahuje rámec výjimky, a představuje proto neoprávněné užití.*

*I pokud by kopie díla byly po vyučování studentům odebrány, nebude se jednat o užití v souladu se zákonem, pokud bude dílo takto kopírováno ve větším rozsahu (dle stanoviska Ústavu státu a práva proto nelze např. zkopírovat celé dílo (učebnici) nebo jeho větší část, a to ani v případě, že dochází k postupnému kopírování - po jednotlivých kapitolách v průběhu školního roku). Dílo lze za uvedených podmínek užit pouze v [nezbytném] rozsahu pro účely ilustrace - zákonná licence se vztahuje na spíše ojedinělé zprostředkování kopií díla, a to výhradně v průběhu vyučování.*

**Užití kopií tedy musí být součástí vyučování a zároveň nesmí představovat jeho hlavní (nebo pravidelnou) součást.** *V rámci specifikované výjimky lze např. při vyučování promítnout sken stránky učebnice, krátký film nebo výňatek z delšího audiovizuálního díla.*

- 2) Pedagog zkopíruje odborné dílo v elektronické podobě a prostřednictvím flashdisku či jiným způsobem (např. e-mailem, prostřednictvím úložiště) poskytne dílo studentům, kteří si ho zkopírují do svých počítačů - **v rozporu se zákonem**.

*Uvedená činnost přesahuje rámec vyučování, mohla by být v rozporu s běžným užitím díla a s ohledem na možnost dalšího rozšiřování ze strany studentů se lze domnívat, že by touto činností rovněž byly nepřiměřeně dotčeny oprávněné zájmy autora.*

- 3) Pedagog vytvoří bez souhlasu autorů kopírováním prostý kompilát z částí odborných děl (tedy kompilát nedoplněný vlastním autorským textem pedagoga) nebo takový kompilát převezme od svého kolegy a kopíruje ho mezi ostatní pedagogy a/nebo jej předá studentům, a to buď analogově, nebo v digitální podobě - **v rozporu se zákonem**.

*Užití výňatků z děl jiných autorů bez jejich souhlasu lze pouze v odůvodněné míře jako citace v rámci vlastního díla - tvůrčí vklad pedagoga tedy musí být větší než rozsah použitých výňatků z cizích děl a nesmí se jednat o pouhý kompilát.*

- 4) Studenti sdílí materiály včetně učebnic online, většinou na různých online úložištích nebo systémem peer to peer - **v rozporu se zákonem**.





*Sdílení autorských děl bez souhlasu autora nebo zapojení se do peer to peer sítí samozřejmě nelze podřadit pod žádnou zákonnou licenci. Uvedené platí i pro sdílení publikací prostřednictvím účtu na Google, ať už studenty mezi sebou, nebo pedagogem, nebo sdílení na sociálních sítích, a samozřejmě též v případě e-knih. Sdílení díla nebo jeho části např. na internetových stránkách školy nebo kurzu je rovněž zásadně protiprávní, a to i v případě, že je přístup chráněn heslem.*

- 5) Ve škole existuje intranet, na který mají přístup pouze pedagogové a studenti a na který jednotliví pedagogové a studenti umísťují nejrůznější kopie odborných děl (skeny, odkazy, elektronické podoby vědeckých děl atd.) - **v rozporu se zákonem.**

*V souladu se stanoviskem Ústavu státu a práva nelze umístování kopií odborných děl na intranet ospravedlnit v rámci zákonné licence (výjimky). Dle ustanovení § 37 odst. 1 písm. c) autorského zákona je však škola oprávněna zpřístupnit dílo ze školní knihovny, u něhož to nevyklučují prodejní nebo licenční podmínky, prostřednictvím technického zařízení (terminálu) umístěného v objektu školy (tedy nikoliv např. umožnit k dílu přístup po internetu, přestože by byl chráněn heslem) výhradně pro účely výzkumu nebo soukromého studia; škola je však povinna zajistit, že nelze zhotovit rozmnoženinu takto zpřístupněného díla (tedy např. dílo nahrát na flashdisk, vytisknout nebo odeslat e-mailem). Takovéto zpřístupnění se však může uskutečnit pouze pro účely soukromého studia nebo výzkumu (nikoliv tedy pro vyučování).*

- 6) Pedagog při výuce poskytne studentům konkrétní odkaz, na základě kterého si studenti najdou na internetu odborné dílo nebo jeho část a buď si toto dílo vytisknou, nebo je užívají přímo z počítače - pokud pedagog mohl vědět, že se jedná o nelegální obsah (zejm. v případě odborných děl nahraných na online úložištích), může se jednat o protiprávní jednání se souvisejícími důsledky.

Odborná díla lze užít shora uvedenými způsoby pouze na základě licence udělené nositelem autorských práv; zákonné licence (výjimky) jsou naopak formulované úzce a toliko v rozsahu nezbytném pro dosažení účelu zamýšleného zákonodárcem. Případný zásah do autorských práv zakládá možnost poškozeného subjektu požadovat zaplacení náhrady škody a vydání bezdůvodného obohacení dle ustanovení § 40 odst. 4 autorského zákona, může však rovněž vést k postihu v rámci správního trestání (§ 105a autorského zákona - pokuta až 150.000,- Kč) nebo v trestním řízení (§ 270 zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku, ve znění pozdějších předpisů).



**SVAZ ČESKÝCH KNIHKUPCŮ A NAKLADATELŮ, z.s.**  
THE ASSOCIATION OF CZECH BOOKSELLERS AND PUBLISHERS  
Drtinova 557/10, 150 00 Praha 5  
založen v roce 1879

---

Věříme, že toto stručné shrnutí přispěje ke zvýšení právního povědomí ve vztahu k ochraně autorských práv, k předcházení protiprávním jednáním škol a pedagogů vznikajícím jako důsledek nedostatečné informovanosti, a tím i ke zlepšení právního prostředí v České republice a zvýšení množství a rozmanitosti nabízených odborných publikací a nových dostupnějších licenčních schémat. Svaz českých knihkupců a nakladatelů, zapsaný spolek, bude nadále ve spolupráci s Ministerstvem kultury ČR a Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR v maximální míře pracovat na zvýšení právního vědomí, na zlepšení právního prostředí v České republice i postupu směřujícímu k minimalizaci protiprávního užití autorských děl.

S úctou

**Předseda SČKN, Ing. Martin Vopěnka**

**Svaz českých knihkupců a nakladatelů, zapsaný spolek**

Příloha č. 1 – viz Stanovisko Ústavu státu a práva AV ČR [<https://www.sckn.cz/stanovisko-ustavu-statu-a-prava-k-nelegalnimu-sireni-a-20-ag-1/>]

---

tel: (+420 2) 227 018 335  
e-mail: [sckn@sckn.cz](mailto:sckn@sckn.cz)

IČ: 47610492  
DIČ: CZ47610492

[www.sckn.cz](http://www.sckn.cz)  
strana 5 | 5

### **Příloha č. 3: Náklady, prodejní cena knihy a zisk**

Nakladatel je limitován především prodejní cenou (orientačně 1 stránka knihy = 1 Kč prodejní ceny, u odborných nebo barevných knih cca 2–4 Kč). Pokud jsou náklady na vydání takové, že by kniha stála více, než jsou čtenáři ochotni zaplatit, nemůže ji prodávat za odpovídající cenu a doufá, že vydělá na případném dotisku.

Zisková je jen jedna ze tří až čtyř knih. Tuto zkušenost potvrzují i údaje v literatuře a většina oslovených nakladatelů. Ta pak musí vydělat na zbylé ztrátové. Některé knihy nakladatel vydává rovnou s tím, že nejspíš nevydělají; i velká nakladatelství uváděla cca 10 % takových titulů ve svém edičním plánu.

Je třeba také počítat se ztrátami (krachy knihkupců či distribucí, dlužníci, poškozené knihy). Zkrachovalý distributor nejenže nezaplatí za prodané knihy, ale nakladatel často přijde i o knihy dosud neprodané, které jsou v komisi (tj. v podstatě prodejci jen zapůjčené).

Průměrný rabat (obchodní sleva z prodejní ceny knihy) distribucím je 46 %. V tom jsou však zahrnuty všechny způsoby prodeje – e-shop (sleva 10–20 %), přímý prodej, akce aj. Největší distribuce vyžadují rabat až 55 %.

Z maloobchodní prodejní ceny knihy je třeba odečíst 10 % DPH, rabat 50 %, autorský honorář (7–8 %, někdy více, ale to je možné obvykle jen u úspěšných autorů nebo bestsellerů). Náklady na tiskárnu vycházejí u nesložitých knih 15–20 % z prodejní ceny. Nakladateli tedy zbyde asi 20 % z prodejní ceny knihy, při obvyklém nákladu 1200 výtisků a průměrné ceně knihy 249 Kč je tržba kolem 60 000 Kč, pokud se prodá vše (vydělá jedna ze 3–4 = pravděpodobnost 25–33 %). Z této částky je třeba zaplatit korektury, redakci, sazbu, obrázek na obálku a grafika, případně ilustrace a překladatele, zaměstnance, režii a něco vydělat na prodělečné knihy a rozvoj.

Řešením by mohl být vyšší náklad. Ten se ale obvykle nevyprodá, navíc autorská licence např. u překladů je obvykle omezená na 5 let, pak se kniha musí stáhnout z obchodů a zničit (!) nebo je třeba znovu zaplatit licenci.

Další možností je vyšší cena, pak jsou ale menší prodeje. Pokud se podaří někde ušetřit a kniha vyjde beze ztráty, pak často teprve první dotisk uhradí režii nakladatelství a generuje i menší zisk, při druhém dotisku je možné hovořit o úspěšné knize. Za bestseller je v ČR považován prodej 5000 výtisků, někteří nakladatelé uvádějí četnost takových titulů 1–2 %.

Dotisk se dělá, pokud se kniha dobře prodává a v některých knihkupectvích dochází, což neznamená, že je vyprodaná, protože v komisích jich ještě dost zbývá. Často se však dotisk neprodá a prohlubuje tak ztrátu, proto jej nakladatel někdy odkládá co nejdéle, aby si byl jist, že je o knihu stále zájem.

Autorům bývá vyplácen honorář obvykle jednorázově nebo formou zálohy a procentem z prodaných výtisků.

V posledních letech se diskutuje o tom, že by nějaké procento z prodeje měli mít i ilustrátoři, překladatelé či autoři obálek.

Ilustrátoři obvykle dostávají fixní honorář, přibývají však nakladatelé, kteří u knih, kde ilustrace tvoří značnou část, dávají i procenta z prodeje (např. 2–4 %). Ilustrátoři mají naději na další příjem až u případných dotisků, ale tuto praxi považují za přiměřenou, protože kniha je pak již zisková a ilustrace jejímu prodeji napomáhají.

Překladatel dostane obvykle honorář po odevzdání práce a nečeká tedy jako např. autor nebo nakladatel až na to, zda se něco prodá. Procentuální odměnu v tomto případě považují za bonus, možný u mimořádně úspěšných titulů, ale v běžné praxi nerealizovatelný.

„Obálka prodává“ je často citovaný slogan, ale připomínám, že vydělá jen jedna kniha ze tří až čtyř, tedy většina obálek neprodává. Procentuální honorář u autorů obálek nepovažují za opodstatněný. Obsah je víc než forma.

## **Příloha č. 4: Smlouvy**

K zařazení této problematiky mne vedla skutečnost, že někteří nakladatelé vůbec nečtou smlouvy (často v angličtině), které dostávají od různých dodavatelů či státních institucí, a podepíší je v naivní důvěře, že se jedná o seriózní firmu, od níž nic nehrozí.

Jedná se o smlouvy, které nakladatelé dostávají od třetích stran, tedy ne ty, které sami předkládají k podpisu například autorům. Vzhledem k podmínkám a sankcím, obsažených v některých smlouvách, je považuji za skrytou hrozbu, která může mít pro nepozorného signatáře fatální následky.

V praxi se setkávám s řadou smluv, jež považuji za neetické. Předkladatelé při mých výhradách namnoze argumentují tím, že smlouvu zatím všichni podepsali, že rozporované sankce v praxi neuplatňují nebo že za její obsah neodpovídají a nemohou jej měnit, protože ji dostali z vedení.

Nejčastější jde o lichvářské penále (za opožděnou platbu). Protože jde o smlouvy mezi obchodními společnostmi, nejedná se o trestný čin lichvy, nicméně penále je neúměrně vysoké. Nejčastěji se jedná o 0,5 % denně (182 % ročně). Takováto penále jsou bohužel častá i u státních organizací, které je měly již opravit na 0,05 % denně, ale mnohdy tak neučinily. Setkal jsem se i s penále 1 % denně. Penále je často buď neresiproční (druhá strana neplatí žádné, pokud nezaplatí včas) nebo nerovné (jedna strana 0,5 %, druhá 0,05 %).

Neadekvátní pokuty (např. 100 000 euro) i při minimálním obchodním styku a při každém jednotlivém porušení (mnohdy desítek) bagatelních požadavků, zanesených do smlouvy.

Zbytečně podrobné smlouvy (40 stran) se složitou právníkou terminologií v angličtině. Je třeba trvat na tom, že úředním jazykem v ČR je čeština.

Jednostranné změny v již odsouhlasené smlouvě (nezřídka v pdf, kde nelze sledovat změny v dokumentu).

Dožadování se kontroly dokumentace či účetnictví v nakladatelství k ověření, že nepodvádím, nikoho nekorumpuji, dodržuji nejružnější zákony a nařízení atd., ale pokud jsem požádal o reciproční možnost kontroly, nikdy tato možnost nebyla do smlouvy doplněna.

Některé firmy trvají na obecných smluvních podmínkách, které ale buď nejsou v konkrétním případě splnitelné vůbec, nebo za vynaložení neadekvátních prostředků. Jako krajní příklady uvádím požadavek farmaceutické firmy, inzerující ve vydávané

knize, aby všichni zaměstnanci nakladatelství (tedy i skladníci, uklízečky, řidiči aj.) byli poučeni o hlášení nežádoucích účinků léků; jejich znalosti měly být prověřeny testem v angličtině na internetu. Další inzerent měl ve smlouvě klauzuli, že mu nadále budou patřit bez omezení všechna autorská práva ke knize, v níž (pouze) inzeruje. Nejabsurdnějším se mi jeví požadavek jedné z největších nadnárodních korporací, aby žádná vydaná kniha neporušovala žádné zákony v žádné zemi na světě.

Korespondence a změny podobných smluv zaberou neuvěřitelné množství času a energie, naštěstí ve většině případů se jedná o společnosti, kde sdělení, že smlouvu považují za neetickou, vede alespoň k částečné nápravě. V opačném případě spolupráci ukončíme.

Vysoké penále a pokuty dostaly mnoho lidí do dluhů nebo vedly k bankrotu – firmy krachují, jsou prodávány, lidé odcházejí a nový majitel penále nebo pokutu může uplatňovat.

V tomto případě by byla vhodná užší spolupráce nakladatelů se SČKN, kde by podobné smlouvy mohly být posuzovány, aby je nemusel každý řešit samostatně, a ty nejkřiklavější označeny za neetické. Domnívám se, že by to vedlo k zlepšení obchodního prostředí i vztahů.

## **Příloha č. 5: Desatero – katechetická formule**

Já jsem Pán, tvůj Bůh:

1. Nebudeš mít jiné bohy mimo mne.
2. Nevezmeš jména Božího nadarmo.
3. Pomni, abys den sváteční světil.
4. Cti otce svého i matku svou, abys dlouho živ byl a dobře se ti vedlo na zemi.
5. Nezapíšeš.
6. Nesesmilníš.
7. Nepokradeš.
8. Nepromluvíš křivého svědectví.
9. Nepožádáš manželky bližního svého.
10. Nepožádáš statku bližního svého.