

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

Lenka Jiroušková

**E-kniha jako nové médium**

*Bakalářská práce*

**Vedoucí práce: PhDr. Marie Kratochvílová**

Praha, 2013

Autor práce: **Lenka Jiroušková**

Vedoucí práce: **PhDr. Marie Kratochvílová**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 17. 5. 2013

.....

podpis

## Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí této práce paní PhDr. Marii Kratochvílové za pomoc, odbornou konzultaci, ochotu a trpělivost při konzultování práce a dále paní Karolíně Medkové, která byla ochotna poskytnout rozhovor k praktické části bakalářské práce.

## Obsah

1. Úvod.....	6
2. Teoretické ukotvení.....	9
2.1 Definice e-knihy.....	9
2.2 Historie e-knihy.....	10
2.2.1 Nekomerční Projekt Gutenberg.....	10
2.2.2 Expanze Projektu Gutenberg do Evropy.....	11
2.2.3 Komerční vývoj e-knih.....	11
2.2.4 Nástup e-knih v ČR.....	12
2.3 Očekávání vs. realita nástupu e-knih.....	12
2.3.1 Neúspěch e-knih v 90. letech: 4 základní problémy.....	13
2.4 Překonání hlavních problémů a situace v ČR.....	14
2.4.1 Hardware.....	14
2.4.2 Formáty e-knih.....	14
2.4.3 Ochrana DRM a právní otázka.....	15
2.4.4 Cena e-knih a e-čteček.....	19
2.5 E-knihy z pohledu vydavatelů.....	20
2.5.1 Publikáční proces tištěné knihy vs. e-knihy.....	21
2.5.2 Distribuce tištěné knihy vs. e-knihy.....	23
3. Metodologická část.....	25
3.1 Cíl práce.....	25
3.2 Metody zpracování.....	25
4. Praktická část.....	31
4.1 Transkripce expertního rozhovoru.....	31
4.2 Interpretace rozhovoru s expertem.....	44
5. Závěr.....	48
6. Seznam použité literatury.....	52

## 1. Úvod

Ústředním tématem předkládané bakalářské práce je e-kniha, která implementuje nové technologické proměny klasické tištěné knihy a jako taková má atributy nového (elektronického) média, které díky svým možnostem usnadňuje čtenáři práci s textem a ovlivňuje způsob a smysl jeho využití.

Podle Antonína Pavlíčka<sup>1</sup> je složité v současné době jednoznačně definovat charakteristiku nových médií, a proto raději shrnuje jejich základní rysy a principy. Na jejich základě jsou nová média charakterizována jako taková, která jsou „založena na elektronické/digitální platformě, využívající výpočetní výkon (procesor), která jsou interaktivní (reagují na podněty uživatele), podporují komunikaci, nebo přinejmenším přímou zpětnou vazbu“ a dále charakteristiku doplňuje Štěpán Kotrba<sup>2</sup>, podle kterého tato (digitální) média v sobě obsahují interaktivitu, multimedialitu, virtualitu, globalizaci a „nový způsob získávání informací a tím i vzdělávání bez závislosti na místě, čase a dalších podmínkách.“

Tyto technologické pokroky umožňují čtenáři e-knihy (jakožto nového média) využívat fulltextové vyhledávání, poznámkování, odkazování, nehledě na to, že u sebe uživatel může mít neustále neomezené množství takovýchto knih.

Práce je zaměřena na výrobu e-knihy, kterou jsem uchopila v rámci zkoumání materiální kultury (*material culture*), které „poskytuje výzkumníkům novou perspektivu studia materiální kultury a podněcuje k novým otázkám, jak jsou lidé propojeni s věcmi, které vyrábí a které používají“<sup>3</sup> za účelem zjistit, jestli má e-kniha, jakožto nové médium, schopnost být tím „hybatelem“, který ovlivňuje pracovní tým podílející se na jeho výrobě.

Jelikož je e-kniha stále novým fenoménem, bylo zapotřebí ji co nejlépe definovat; ukázalo se však, že přesná definice není zcela jasnou otázkou, protože rychlost vývoje a možností e-knih i e-čteček ji neustále posouvají dopředu a je potřeba tyto posuny v samotné definici aktualizovat.

Následné kapitoly jsou věnovány stručnému shrnutí historie e-knihy od nekomerčních počátků v sedmdesátých letech, které započaly v Americe, a jejich pomalému proniknutí do Evropy, respektive na český trh. Situace v České republice

---

<sup>1</sup> PAVLÍČEK, A., *Nová média a web 2.0 : pro inženýrské studium na VŠE Praha*, s. 10.

<sup>2</sup> KOTRBA, Š., *Jaká budou „nová“ média a jací budou „noví“ lidé?*.

<sup>3</sup> HOSKINS, J., *Agency, Biography and Objects in Tilley*: s. 74, vlastní překlad.

byla sledována z toho důvodu, že byl následný výzkum k této práci prováděn v českém nakladatelství a situace na trhu s e-knihami je v České republice nesrovnatelná se situací na americkém trhu. S použitím odborné literatury a zároveň internetových zdrojů byly zmapovány zásadní problémy, na základě kterých e-kniha nebyla takovým hybatelem na poli knižního trhu, jak se zpočátku očekávalo.

V navazující praktické části jsem se na základě těchto teoretických podkladů snažila zjistit, jak reflektuje pracovní kolektiv podílející se na výrobě e-knihy její možnosti a to, jestli s sebou toto nové médium přineslo nějaké zásadní změny, kterými ovlivnilo chování a strategie těch, kteří se na jeho vzniku podílí.

Během rešerše odborné literatury, která se věnuje e-knihám, jsem zjistila, že zatím nevyšla žádná česká kniha, která by se souhrnně tomuto tématu věnovala. Na druhou stranu ale bylo napsáno nemalé množství kvalifikačních (bakalářských, diplomových) prací, které se často soustřeďují na vývoj e-knih, jejich technickou stránku (formátům, hardwaru, ochraně před nelegálním stahováním), prognózám možného budoucího vývoje nebo akvizici e-knih do knihoven.

Základní podklady pro teoretickou část bakalářské práce jsem čerpala z následující (převážně anglické) literatury a internetových zdrojů, ze kterých byly použity aktuální informace z českého prostředí, neboť se situace na trhu s e-knihami velmi rychle mění nehledě na to, že nelze generalizovat situaci amerického trhu na uzavřený trh České republiky:

Bookz.cz [web site]. Dostupný z: <<http://www.bookz.cz/wordpress>>.

KROBOT, Vít. *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*. Praha, 2010. 130 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, Studium nových médií. Vedoucí práce: PhDr. Anna Stöcklová.

LEBERT, Marie. *A Short History of eBooks* [online]. NEF: University of Toronto, 2009 [cit. 2013-02-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.gutenberg.org/files/29801/29801-pdf.pdf>>.

LEBERT, Marie. *Project Gutenberg (1971-2008)* [online]. October 26, 2008 . [EBook 27045] s. 27. ISO-8859-1. [cit. 2013-02-25] Dostupný z WWW: <<http://www.gutenberg.org/ebooks/27046>>.

Lupa.cz [online]. 2013 [cit. 2013-01-13]. Dostupný z: <<http://www.lupa.cz>>.

ORAVOVÁ, Monika; FILIPOVÁ, Gabriela. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky* [online]. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. 26 s. [cit. 2013-04-18]. ISBN 978-80-7054-138-8 (pdf). Dostupný z WWW: <[http://www.svkos.cz/data/xinha/docs/e\\_knihy/e\\_knihy\\_text\\_pdf.pdf](http://www.svkos.cz/data/xinha/docs/e_knihy/e_knihy_text_pdf.pdf)>.

PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: Příručka pro nakladatele*. Praha, Litomyšl: Ladislav Horáček – Paseka, 2003. 256 s. ISBN 80-7185-516-2.

RAITT, Dr. David. *Theme Issue : Electronic Books*. Bradford: Emerald Group Publishing Ltd, 2005. 151 s. eISBN 9781845442804.

Root.cz [online]. 2013 [cit. 2013-02-11]. Dostupný z: <<http://www.root.cz>>.

THOMPSON, John B. *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*. Cambridge, Malden: Polity Press, 2011. 468 s. ISBN 978-0-7456-3478-4.

VASSILIOU, Magda; ROWLEY, Jennifer. *Progressing the definition of “e-book”*. *Library Hi Tech* [online]. 2008, Vol. 26, No. 3. ISSN: 0737-8831 [cit. 2013-02-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1745069>>.

*Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012*, Svaz českých knihkupců a nakladatelů: SČKN, 2012 [online]. [cit. 2013-02-23]. Dostupný z: <<http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-847.pdf>>.



## 2. Teoretické ukotvení

### 2.1 Definice e-knihy

Jelikož je e-kniha (ekniha, digitální kniha, e-book, ebook) novým médiem, které se navíc v souvislosti s novými technologickými pokroky neustále zdokonaluje a posouvá dál možnosti svého využití, není úplně jednoduché ji jednoznačně definovat.

Definice e-knihy ze šedesátých let nahlíží na e-knihu jako na pouhý doplněk její tištěné verze, tedy jako na „*digitální text, který je shodný s tištěnou verzí knihy a je zobrazitelný na monitoru počítače.*“<sup>4</sup>. Podobnou definici nalezneme i v Oxfordském slovníku, podle kterého je e-kniha „*elektronickou verzí tištěné knihy, která je zobrazitelná na počítači nebo na specifických k tomu určených příručních zařízeních.*“<sup>5</sup>

Tuto definici, vztaženou pouze k tištěné verzi, rozšiřuje anglická verze internetové encyklopedie Wikipedie, wikipedia.org, o nejnovější a velmi podstatný dodatek, že e-knihy „*mohou existovat a existují bez tištěného ekvivalentu.*“<sup>6</sup>

Na problematiku, že navzdory „*pár rozšířených a používaných definic neexistuje jednoznačná shoda přesné definice pojmu e-kniha*“<sup>7</sup> se zaměřily Magda Vassiliou a Jennifer Rowley z Informačního a komunikačního oddělení manchesterské metropolitní university a provedly analýzu existujících definic e-knihy (s přihlédnutím ke klíčovým konceptům jednotlivých definic: elektronická podstata e-knih, analogie k tištěné verzi, obsah e-knih, technologie (hardware, software), využití výhod, které e-kniha nabízí - vyhledávání, hypertextové odkazy, poznámky, anotace...).

Jejich výzkum *Progressing the definition of „e-book“* poukazuje na skutečnost, že většina autorů má problém definovat e-knihu bez toho, aniž by odkazovala k tradiční knize. „*E-kniha je nejčastěji vnímána jako elektronická/digitální verze tradiční tištěné knihy, která je přístupná pomocí příslušného hardwaru a softwaru pro čtení e-knih.*“<sup>8</sup>

Na základě výše zmiňované obsahové analýzy nabízí autorky v závěru výzkumu definici e-knihy skládající se ze dvou částí, které zachycují 1) jednak její relativně stabilní charakteristiku, tak i její 2) dynamickou podstatu, která bere v potaz výhody a technologie e-knih (část, která bude muset po čase opět projít určitou revizí):

---

<sup>4</sup> RAITT, D., *Theme Issue : Electronic Books*, s. 103.

<sup>5</sup> E-book, In Oxford Dictionaries Online.

<sup>6</sup> E-book, In Wikipedia.

<sup>7</sup> VASSILIOU, M.; ROWLEY, J., *Progressing the definition of „e-book“*, s. 355, vlastní překlad.

<sup>8</sup> VASSILIOU, M.; ROWLEY, J., *Progressing the definition of „e-book“*, s. 360, vlastní překlad.

- 1) „E-kniha je digitální objekt s textovým a/nebo jiným obsahem, který je výsledkem integrace známého konceptu knihy a vlastností, které umožňuje elektronické prostředí.“
- 2) „E-kniha využívá typických vlastností jako vyhledávání, hypertextové odkazy, poznámky, anotace, zvýrazňování, multimediální prostředky a interaktivní nástroje.“<sup>9</sup>

## 2.2 Historie e-knihy

### 2.2.1 Nekomerční Projekt Gutenberg

Historie e-knih se začala psát s nekomerčním projektem Gutenberg, který spustil roku 1971 Michael Hart. Ten začal scanovat tištěné knihy (zpočátku sám, později s pomocí velkého počtu dobrovolníků z celého světa) a poskytovat je v elektronické verzi zdarma. Brzy po rozjezdu Projektu definoval jeho oficiální myšlenku: „*poskytnout k dispozici každému tolik veřejných literárních děl v elektronické podobě zdarma, kolik jen bude možné.*“<sup>10</sup> Tyto ambice však na samém počátku projektu ztěžovalo hlavně rozšíření Internetu, který byl v té době „*just a glimmer*“<sup>11</sup>, tedy (volně přeloženo) „teprve v plenkách“.

Zlom v rozvoji Internetu představovala devadesátá léta. V tomto období dochází „*k přechodu od jeho čistě akademického využití k využití ekonomickému či zábavnímu*“<sup>12</sup> a spolu s Internetem mohly začít svou expanzi i e-knihy díky snazšímu shánění nových dobrovolníků a hlavně jednoduššímu a rychlému šíření e-textů.

Počet nascanovaných knih v Projektu Gutenberg exponenciálně rostl (právě díky stovkám dobrovolníků z celého světa) a jestliže měl Projekt na kontě prvních tisíc knih v roce 1997 (s průměrným počtem 32 nascanovaných knih měsíčně), roku 2007 to bylo průměrně 338 knih měsíčně s dosaženým počtem 25 tisíc e-knih v roce 2008. K dnešnímu dni uvádí na svých oficiálních stránkách projekt Gutenberg přes 42 000 e-knih k dispozici zdarma<sup>13</sup>.

---

<sup>9</sup> VASSILIOU, M.; ROWLEY, J., *Progressing the definition of “e-book”*, s. 363, vlastní překlad.

<sup>10</sup> LEBERT, M., *A Short History of eBook*, s. 3, vlastní překlad.

<sup>11</sup> Tamtéž, s. 14.

<sup>12</sup> ČERNÁ, Z.; ČERNÝ, M., *Historie Internetu*.

<sup>13</sup> Gutenberg.org

### 2.2.2 Expanze Projektů Gutenberg do Evropy

V lednu roku 2004 se Projekt Gutenberg rozšířil i do Evropy jako Projekt Gutenberg Europe postavený na stejném principu jako originální projekt: „*knihy pro všechny a zdarma*“<sup>14</sup> a stal se díky této expanzi „*mostem mezi jazyky a kulturami se spoustou národnostních a jazykových sekcí*.“<sup>15</sup>

Zapojit se pokusila roku 2006 i česká verze, Projekt Gutenberg.cz, jak ale uvádí ve své práci Mgr. BcA. Vít Krobot, který se na spuštění Projektu v České republice podílel: „... [projekt] byl na nepravém místě v nepravý čas: český trh a zejména čeští vydavatelé ještě nebyli na vydávání elektronických knih dostatečně připraveni...“<sup>16</sup>. Byl bohužel příliš nákladný i pro největší deníkové vydavatelství na českém trhu Ringier (dnes Ringier Axel Springer CZ), které projekt odkoupilo. Nakonec byla společnost v roce 2010 nucena z finančních důvodů oznámit konec projektu.

Jelikož fungoval projekt Gutenberg.cz zároveň jako informační server, přejal tuto jeho část server [www.bookz.cz](http://www.bookz.cz), který je stále aktivní a poskytuje aktuální informace, články, návody a doporučení týkající se e-knih.

### 2.2.3 Komerční vývoj e-knih

Vedle čistě nekomerčního Projektů Gutenberg využil roku 1995 i podnikatel Jeff Bezos toho, že vláda zpřístupnila Internet široké veřejnosti a rozjel svůj začínající obchod s knihami – Amazon – online.

Ten se okamžitě stal velkoobchodem a o šest let později, roku 2001, Amazon.com prodal svou první e-knihu a poskytl ke stažení zdarma program Adobe Acrobat<sup>17</sup> (software umožňující sdílení elektronických dokumentů, který dokáže otevírat a pracovat se všemi typy dokumentů PDF<sup>18</sup>).

Celkově největší boom zaznamenávají e-knihy od roku 2007, kdy na trh vstoupila se svou čtečkou Kindle právě společnost Amazon, následovaná o dva roky

---

<sup>14</sup> LEBERT, M., *Project Gutenberg (1971-2008)*, s. 3, vlastní překlad.

<sup>15</sup> Tamtéž.

<sup>16</sup> KROBOT, V., *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*, s.72.

<sup>17</sup> WEXELBAUM, R. S.; MILTENOFF, P.;PARAULT, S. J., *Ebooks and reading comprehension: Perspectives of Librarians and Educators*, s. 9.

<sup>18</sup> Adobe.com

později firmou Barnes & Nobles se čtečkou Nook nebo firmou Apple s tabletem iPad obsahující aplikací pro e-knihy.<sup>19</sup>

Právě vynález přenosných čtecích zařízení a pokrok v mobilních technologiích umožnily další expanzi e-knih, protože tento hardware zpřístupnil e-knihy odkudkoliv a je navíc oproti klasickým tištěným knihám mnohem praktičtější na manipulaci.

Už v roce 1998 Michael Hart (zakladatel Projektu Gutenberg) vizionářsky předpověděl, že „*předpokládá, že e-text bude novým, na papíru nezávislým, médiem.*“<sup>20</sup> Na to si ovšem (američtí) čtenáři museli počkat až do roku 2003, kdy se začaly masově rozmáhat e-shopy vyrábějící a nabízející e-knihy mnoha nakladatelství najednou.

#### 2.2.4 Nástup e-knih v ČR

V českém prostředí zahájily prodej e-knih se sedmiletým zpožděním v roce 2010 podle aktuální zprávy SČKN firmy Palmknihy.cz a eReading.cz a „*v roce 2011 se k těmto specialistům na e-knihy připojily firmy působící dosud v prodeji tištěných knih*“<sup>21</sup>. V roce 2012 byly co do počtu prodaných kusů e-knih nejúspěšnější nakladatelství Euromedia Group, Grada, Baronet, Libri a Argo a hlavními distributory společnosti eReading, Kosmas, Martinus.sk, Palmknihy a Wooky.

### 2.3 Očekávání vs. realita nástupu e-knih

Ve 21. století, kdy je nástup e-knih, respektive elektronického publikování, nezpochybnitelný, mluví Thompson o tzv. skryté revoluci, tedy o revoluci ani ne tak v produktu (tedy knize), jako o revoluci (publikačního) procesu.<sup>22</sup>

Od Guttenbergova tiskařského stroje a ručně sázeného textu, přes DTP<sup>23</sup> a sázení textu ve speciálních programech z domácího počítače až k digitální revoluci, díky které se vydání knihy posunulo opět dál, k plně digitalizovanému pracovnímu procesu,

---

<sup>19</sup> KROBOT, V., *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*, s. 12.

<sup>20</sup> LEBERT, M., *Project Gutenberg (1971-2008)*, s. 3, vlastní překlad.

<sup>21</sup> SČKN, *Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012*, s. 20.

<sup>22</sup> THOMPSON, J. B. *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*, s. 405.

<sup>23</sup> Předtisková příprava materiálu.

kterým Thompson rozumí zachycení a zpracování obsahu (knihy) do digitálních formátů.<sup>24</sup>

Na základě předpovědí některých konzultantských firem (např. PricewaterhouseCoopers) se už od 90. let minulého století ve vydavatelském odvětví začal rozšiřovat pocit (a bylo na toto téma uspořádáno množství konferencí), že digitální revoluce bude mít na vydávání knih zásadní dopad a padaly dokonce takové obavy, že e-knihy v budoucnu zastíní své tištěné předchůdce<sup>25</sup>. Výše zmiňovaná společnost PricewaterhouseCoopers totiž předpovídala takový nárůst čtenářů e-knih, že v roce 2004 budou s útratou 5.4 milionů dolarů zabírat 17 % (amerického) trhu.

Tato očekávání navíc podpořil počáteční velký úspěch experimentu s e-publikováním známého amerického spisovatele Stephena Kinga, který vydal roku 2000 svou novou knihu *Jízda na střele* (v anglickém originále *Riding the Bullet*) pouze v elektronické verzi za 2,50 dolarů. Výsledkem bylo 400 000 stažení za prvních 24 hodin.

I přes tento nesporný úspěch prvního e-románu začalo být však brzy jasné, že předpovědi konzultantských firem byly příliš optimistické a dopad digitální revoluce na vydavatelský průmysl musí být brán s větší rezervou.

### 2.3.1 Neúspěch e-knih v 90. letech: 4 základní problémy

Nabízí se logická otázka: Jak je možné, že se e-knihy na přelomu tisíciletí nesetkaly s takovým přijetím, jak se očekávalo? Thompson za tím vidí čtyři zásadní problémy, které, jak předpokládá, až se vyřeší, trh s e-knihami rychle poroste. Jsou jimi:

1. hardware (který je náročný na použití a drahý),
2. formáty e-knih (kterých je několik, ale které nejsou kompatibilní s každým čtecím zařízením),
3. práva k e-knihám,
4. cena

---

<sup>24</sup> THOMPSON, J. B. *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*, s. 406.

<sup>25</sup> Tamtéž, s. 310.

Vedle těchto technicko-legislativně-finančních zábran navíc Thompson zmiňuje, že se na problém přijetí e-knihy dá navíc nahlížet v sociálním kontextu<sup>26</sup>. Tento pohled na věc totiž bere v potaz skutečnost, že čtenáři vnímají knihu jako „*fyzický a kulturní artefakt*“ a jako taková má hodnotu, kterou e-kniha nikdy mít nebude.

## **2.4 Překonání hlavních problémů a situace v ČR**

### **2.4.1 Hardware**

Problém hardwaru se začal měnit od roku 2007, kdy na trh uvedla první čtečku e-knih společnost Amazon, která přišla s technologií e-inkoustu a elektronického papíru. Ten má oproti LCD displeji (displeji z tekutých krystalů) dvě nesporné výhody, které zvýšily prodeje e-čteček, respektive e-knih.

Jsou jimi mnohem nižší spotřeba energie, což umožňuje komfortnější čtení bez neustálého nabíjení čtečky, a druhou výhodou je vzhled elektronického papíru, který při čtení působí jako klasický papír, osvětlení působí přirozeněji, a proto nejsou při čtení e-knihy namáhány oči v takové míře jako v případě čtení z monitoru počítače, tabletu nebo mobilního telefonu.

Zlomový okamžik v prodeji e-čteček v České republice představoval rok 2009, odkdy se u nás objevila mezinárodní verze čtečky Kindle, která je dobře použitelná i v ČR.<sup>27</sup> Dva roky poté Kindle následovala česká společnost eReading.cz, která vstoupila na český trh s vlastní čtečkou, podporující většinu existujících formátů e-knih a umožňující nákup českých knih bez nutnosti připojení k počítači nebo jinému zařízení. Navíc umožňuje nákup e-knih i na konkurenčních portálech. Po serveru eReading se i ostatní prodejci e-knih začínají propojovat s konkrétními čtečkami, jako například portál Palmknihy.cz (Cybook Odyssey) nebo Wooky.cz (čtečka eWooky).

### **2.4.2 Formáty e-knih**

Velký problém pro českého čtenáře představovala kompatibilitnost formátů českých knih se čtečkou nebo jiným hardwarem, který měli pro čtení e-knih k dispozici. V současnosti je už možné získat na Internetu programy, které dokáží převádět e-knihu

---

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 317.

<sup>27</sup> KRÁTKÝ, R., *Elektronický inkoust, Amazon Kindle a Linux*.

z původního do jiného formátu, může to však být na úkor kvality zobrazení textu. Každopádně ale když roku 2007 přišla na trh výše zmiňovaná první čtečka e-knih (Kindle), její výrobce Amazon si velmi pečlivě ohlídal, aby byly knihy, které nabízí, dobře zabezpečeny proti nelegálnímu šíření nebo konverzi do jiných formátů, protože si své knihy opatřil vlastní DRM ochranou (ochrana elektronických knih před jejich nelegálním kopírováním) a znemožnil tím nákup e-knih z jiných serverů.<sup>28</sup> Čeští uživatelé této čtečky si tak do nich nemohli koupit český obsah a podle Martina Liperta byl právě Kindle tím „největším zlem na českém trhu“<sup>29</sup>.

Dnes doba postoupila natolik, že už i na českém trhu je početná nabídka nejrůznějších čteček od různých výrobců a některé servery nabízí dokonce vlastní čtečky (viz výše) se softwarem v češtině, které jsou navíc kompatibilní s většinou formátů na trhu.

Formáty e-knih, se kterými se v současnosti setkáme, můžeme rozdělit na formáty vyvinuté speciálně pro e-čtečky (ePub, mobi, wooky), na textové formáty (DOC, DOCX, RTF, TXT, HTML) nebo na klasický formát PDF.<sup>30</sup> Podle Zprávy SČKN<sup>31</sup> jsou aktuálně nejrozšířenějšími formáty e-knih v České republice ePub (celosvětově nejrozšířenější formát, který však nepodporuje zmiňovaná čtečka Kindle), mobi (podpora Kindle), PDF, wooky.

### **2.4.3 Ochrana DRM a právní otázka**

#### **2.4.3.1 *Digital Rights Management***

Vedle problémů s kompatibilitou formátů bylo velkým softwarovým nedostatkem zabezpečení e-knih proti jejich nelegálnímu šíření. Aby vydavatelé ochránili e-knihy před pirátským stahováním, zabezpečili je technologií DRM (Digital Rights Management, která do češtiny bývá překládána jako Správa digitálních práv), „jejímž účelem je kontrolovat či omezovat používání obsahu digitálních médií“<sup>32</sup> za účelem alespoň nějakým dostupným způsobem ochránit práva autora.

Největší problém představovala DRM na českém trhu hlavně z toho důvodu, že nebyla kompatibilní se čtečkou Amazon Kindle, jak bylo uvedeno výše.

---

<sup>28</sup> KRČMÁŘ, P., *Martin Lipert: Kindle je největším zlem pro eknihy v Česku.*

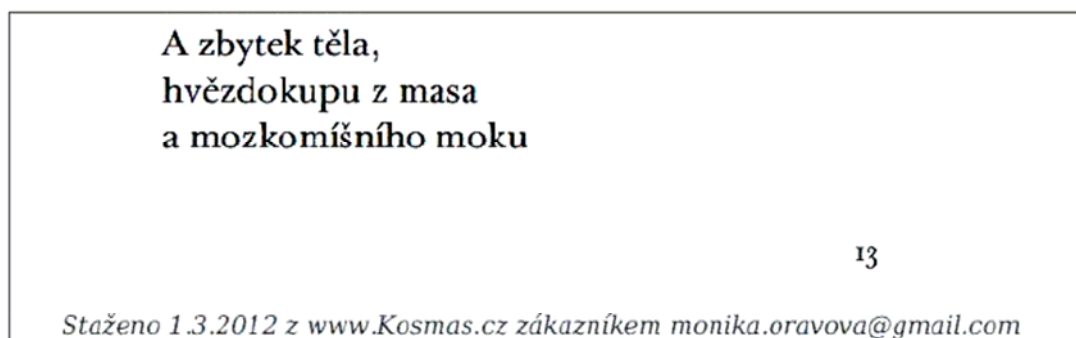
<sup>29</sup> Tamtéž.

<sup>30</sup> ORAVOVÁ, M., FILIPOVÁ, G., *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*, s. 14.

<sup>31</sup> SČKN, *Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012*, s. 20.

<sup>32</sup> Digital Rights Management In Wikipedie, vlastní překlad.

Současná situace na poli zabezpečení obsahu e-knih je taková, že je servery prodávají buď s (1) technickou ochranou DRM (nejpoužívanější je ochrana Adobe DRM), která např. zabraňuje kopírování a tisku dokumentu, nebo omezuje počet zařízení, na kterých může být obsah zobrazen (tímto omezením však dochází na druhou stranu k omezování zákonného práva každého vytvořit si kopii pro vlastní účely, za což je toto zabezpečení hojně kritizováno uživateli a existuje už množství programů, které ho dokáží prolomit). (2) Bez DRM ochrany a nebo s (3) novou „morální“, tzv. sociální, ochranou DRM, která funguje tak, že „...do zakoupeného souboru čtenáři vypálíte jeho jméno nebo jiný osobní údaj, takže on pak tu knihu nebude šířit tak lehkovážně jako v případě zcela nechráněného obsahu,“ popisuje Martin Lipert a dodává, že „je to takový ústupek tomu, aby začal doopravdy fungovat trh, který je plný čteček Kindle“, které podle marketingového ředitele e-shopu CZC.CZ Marka Šalandy v prodeji stále neotřesitelně vedou.<sup>33</sup>



*Ukázka sociální ochrany DRM*

Obrázek 1<sup>34</sup>

#### 2.4.3.2 *Autorská práva*

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů zahrnuje autorská práva osobnostní, ve kterých je obsaženo rozhodování autora o zveřejnění díla, právo osobovat si autorství nebo

<sup>33</sup> Prodeje čteček i e-knih v Česku nakoply prázdniny. E15.cz.

<sup>34</sup> ORAVOVÁ, M., FILIPOVÁ, G., *E-knihy aneb první pomoc pro začátečník*, s. 12



nedotknutelnost svého díla a dále práva majetková ošetřující například nárok autora užít své dílo v „původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky a udělit jiné osobě smlouvou oprávnění k výkonu tohoto práva.“

Mezi autory a nakladateli jsou uzavírány tzv. licenční smlouvy, které zahrnují jak tištěnou, tak elektronickou verzi knihy, protože jimi autor poskytuje podle autorského zákona nabyvateli „*oprávnění k výkonu práva dílo užít (licenci) k jednotlivým způsobům nebo ke všem způsobům užití, v rozsahu omezeném nebo neomezeném, a nabyvatel se zavazuje, není-li podle § 49 odst. 2 písm. b) sjednáno jinak, poskytnout autorovi odměnu*“.

Důležité právní důsledky má však elektronická podstata e-knih v případě jejich distribuce. Z právního hlediska je totiž rozlišována hmotná a nehmotná podoba slovesného díla. Distribuce a jakékoliv nakládání s tištěnou knihou je dle ustanovení § 14 odst. 1 autorského zákona „*vždy vázáno na „hmotnou podobu“ díla*“ a jasně stanovuje, že „*prvním prodejem běžné knihy (převodem vlastnického práva) dochází k tzv. vyčerpání autorských práv k rozmnoženině díla*“<sup>35</sup> což znamená, že autor už dále nemá nárok na rozšiřování svého díla a každý, kdo si knihu koupí, s ní tudíž může dále nakládat podle svého (prodat ji, půjčit, dát, naskenovat, kopírovat...).

Jelikož však není e-kniha distribuována v hmotné podobě, „*nedochází tak ani k převodu vlastnického práva k hmotné rozmnoženině slovesného díla, přičemž tak nemůže dojít ani k výše zmiňovanému vyčerpání práv autora k jednotlivým poskytnutým rozmnoženinám.*“ V tomto případě se jedná o užití nazvané „sdělování díla veřejnosti“, tedy o „*zpřístupňování díla v nehmotné podobě, živě nebo ze záznamu, po drátě nebo bezdrátově*“, a to včetně „*zpřístupňování díla veřejnosti způsobem, že kdokoli může mít k němu přístup na místě a v čase podle své vlastní volby zejména počítačovou nebo obdobnou sítí.*“<sup>36</sup> Se sdělováním díla veřejnosti tedy není spojeno vyčerpání práv autora. Pro čtenáře tato skutečnost v praxi znamená, že e-knihu dle autorského zákona nemůže prodat, darovat ani půjčit nebo dokonce ani prodat svou e-čtečku s nakoupenými knihami.

---

<sup>35</sup> AUJEZDSKÝ, J., *Elektronické knihy z pohledu právního.*

<sup>36</sup> Tamtéž.

Výše uvedená právní opatření platí pro díla, která jsou chráněna autorským zákonem; v případě volného díla (po uplynutí 70 let po smrti autora díla) je možné s dílem zacházet podle libosti.<sup>37</sup>

Velké množství licenčních smluv na knihy bylo uzavřeno ještě před myšlenkou jejich elektronických verzí a muselo v případě práv k e-knihám dojít k dodatečnému uzavírání smluv (pokud se nejednalo o tzv. volné dílo po uplynutí lhůty autorských práv trvající po dobu života autora a 70 let po jeho smrti) a to nejen s autorem, ale i s případným ilustrátorem (obsahovala-li kniha ilustrace) a u překladových knih také s překladatelem. Zpětné uzavírání autorských smluv je pro nakladatele náročné nejen z administrativního hlediska, ale také s sebou nese další náklady za rozšíření smlouvy pro výše uvedené.<sup>38</sup>

Na stále se rozšiřující možnosti Internetu a s tím související prodávání e-knih a jejich poskytování na Internetu zdarma reaguje připravená novela autorského zákona, která mimo jiné obsahuje klauzuli umožňující autorům zvolit si, za jakých podmínek budou svá díla zveřejňovat. Novelizace zlepšuje podmínky pro zavedenou licenci Creative Commons (soubor veřejných plošně uzavřených licencí<sup>39</sup>), která „umožňuje najít rovnováhu mezi tím, že autor dá své dílo plně k dispozici a nemá nad ním kontrolu, a tím, že je dílo plně chráněno.“<sup>40</sup>

#### 2.4.3.3 Pirátství e-knih

V souvislosti s rostoucí oblibou e-knih narůstá zároveň poptávka po pirátských kopiích zdarma. Výsledky průzkumu *Demand for Pirated E-Books Research* ukazují, že se od roku 2007, kdy byla na trh uvedena e-čtečka Amazon Kindle, zvýšila poptávka po pirátských kopiích e-knih téměř o 500 %. Opětovný 20% nárůst koreloval s prezentací tabletu od společnosti Apple (iPad). Odborníci se shodují, že nárůst pirátství je spojen s prodejem nových technických zařízení, jako tomu bylo v případě nelegálního stahování hudby ve formátu mp3 poté, co se začaly nově prodávat mp3 přehrávače.<sup>41</sup>

Problém, který je společný pro celý virtuální svět je ten, že uživatel Internetu necítí stejnou míru morální odpovědnosti za krádež elektronického obsahu e-knihy jako

<sup>37</sup> ORAVOVÁ, M., FILIPOVÁ, G., *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*, s. 16.

<sup>38</sup> DOČEKAL, D., *Listina práv uživatele elektronických knih*.

<sup>39</sup> Creative Commons. cz.

<sup>40</sup> *Ministerstvo kultury připravuje další novelu autorského zákona*. Lidovky.cz

<sup>41</sup> KIELBASA, M. *E-books – The Black Market. Can We Stop It?*, vlastní překlad.

u krádeže fyzické věci (v tomto případě knihy). Přitom není-li mezi distributorem e-knihy a čtenářem uzavřena licenční smlouva, je „*takovému uživateli garantován pouze minimální rozsah práv*.“<sup>42</sup> E-knihy nelze:

- zdědit, půjčit ani darovat, a to dokonce ani v případě, že je zapůjčíte či darujete spolu se čtečkou, pokud se čtečkou nebyly pořízeny
- tisknout, pokud to vydavatel nepovolil
- zbavit DRM, abyste je mohli použít na jiném zařízení, ačkoliv jste za e-knihu zaplatili
- nelze ani prodat čtečku s e-knihami, které jste do ní nahrál po jejím nákupu

Jak už bylo uvedeno výše, tato právní opatření e-knih nevnímají čtenáři jako závazná a s rozšířením e-čteček vyhledávají obsah stále častěji nelegálně. Existují fóra s radami, kde tyto pirátské kopie zdarma sehnat, kde uživatelé čteček naleznou softwary umožňující konverzi mezi jednotlivými formáty e-knih nebo jak prolomit jejich DRM ochranu (kterou vnímají jako „*mechanismus bránící svobodné výměně myšlenek, literatury a informací*“<sup>43</sup>).

Internetové pirátství je obecně velkým problémem a v případě e-knih představuje důvod, proč se k nim autoři a vydavatelé staví s velkou opatrností, protože ohrožuje finanční zisky z legálního prodeje.

#### 2.4.4 Cena e-knih a e-čteček

Když se teprve začínalo s e-knihami experimentovat a nakladatelé zjistili, že náklady spojené s jejich výrobou nejsou minimální (jak se předpokládalo), nebyly e-verze ve srovnání se svou tištěnou verzí skoro nijak cenově zvýhodněné. Z toho důvodu bylo pro čtenáře i drahé kupovat si (v případě, že ho neměli) speciální zařízení, které by e-knihu zobrazilo.

Nakladatelé si začali uvědomovat, že jejich primárním zdrojem příjmů budou i nadále tištěné knihy; zároveň si ale byli vědomi toho, že když se jim podaří stlačit cenu e-knih na (pro spotřebitele) přijatelnou cenu, můžou být pro ně zajímavým přivýdělkem, protože předpokládali, že s nízkou cenou prodeje e-knih rychle porostou.

---

<sup>42</sup> AUJEZDSKÝ, J., *Elektronické knihy z pohledu právního*.

<sup>43</sup> DOČEKAL, D., *Listina práv uživatele elektronických knih*.

S výrazným zlevněním elektronických čteček, jejichž cena je dnes už o třetinu levnější než v roce 2011 (podle údajů serveru Heureka.cz se snížila na 3049 Kč) i e-knih (které se dnes prodávají v průměru za 150 Kč) se ve druhém kvartále roku 2012 prodalo 10 500 kusů e-knih v češtině (oproti 900 kusů za stejné období v roce 2011<sup>44</sup>).

Díky úspěšnému vypořádávání se s výše zmíněnými zásadními problémy, které v počátcích bránily rychlému nástupu e-knih na trh, začínají konečně zaujímat nepřehlédnutelné zastoupení na trhu. V roce 2011 už představovaly v USA 20 % knižního trhu a ředitel české společnosti Palmknihy.cz Jiří Vlček předpokládá „...podobný vývoj v roce 2015, kdy by měly prodeje e-knih tvořit patnáct procent českého knižního trhu...“<sup>45</sup>

V současnosti je však podle odhadů situace taková, že se v roce 2011 prodalo přibližně 20 000 kusů e-knih, což je zhruba 0, 03% podíl na celkovém českém knižním trhu. Tento údaj je zajímavý zejména z toho pohledu, že e-čteček se ve stejném roce prodalo zhruba 120 000.<sup>46</sup>

## 2.5 E-knihy z pohledu vydavatelů

Vedle pohledu na e-knihy z perspektivy čtenáře je významný i pohled těch, kteří ji vyrábí - vydavatelů. Ti zjistili, že náklady spojené s vytvářením digitálních formátů knih jsou mnohem vyšší, než původně předpokládali (v euforii devadesátých let).

Realita je taková, že výtěžky z e-knih zatím většinou pokryjí pouze náklady na jejich výrobu. O nákladnosti e-knih se v rozhovoru pro portál Root.cz zmiňuje Martin Lipert z eReading.cz, který byl jedním z prvních internetových obchodů v ČR prodávající e-knihy: „Připravit eknihu rozhodně není jen o tom, že ve Wordu dáte „Uložit jako“. Vyžaduje to vytvoření nového formátování, přípravu designu, označení kapitol a podobně. Žádný autor vám nedodá knížku zformátovanou tak, aby bylo možné připravit elektronickou knihu jednoduše.“<sup>47</sup>

Na poli vydavatelů se proto po zklamání z počátečního experimentování s elektronickým publikováním a velkých plánů raději přešlo k opatrnému a pozvolnému

---

<sup>44</sup> Prodeje elektronických čteček i e-knih v ČR letos rychle rostou. Finanční noviny.cz.

<sup>45</sup> Tamtéž.

<sup>46</sup> ORAVOVÁ, M., FILIPOVÁ, G., *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*, s. 19.

<sup>47</sup> KRČMÁŘ, P., *Martin Lipert: Kindle je největším zlem pro eknihy v Česku*.

přístupu, protože i přes velké výhody, které e-knihy nabízejí, zůstává klasická kniha základním zdrojem většiny jejich příjmů.

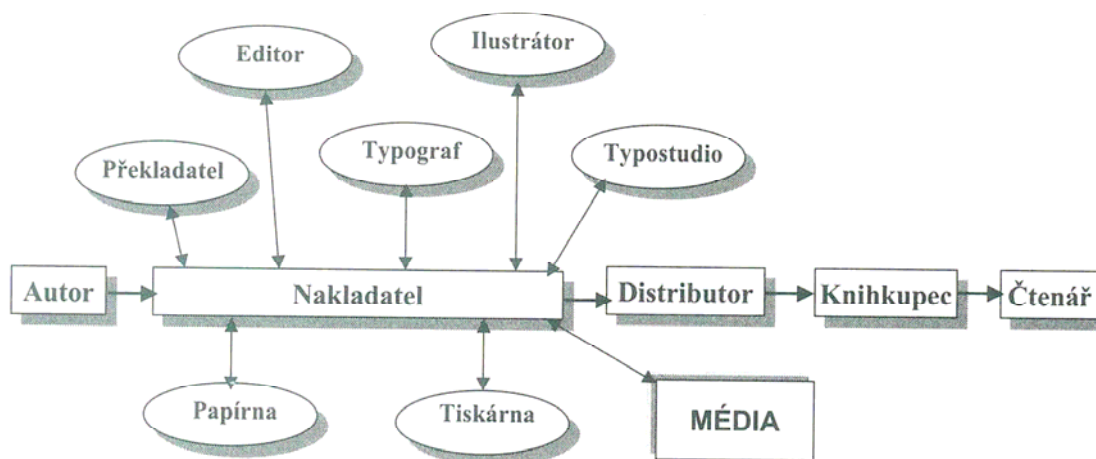
Thompson proto zmiňuje, že bude pro vydavatele klíčovou výzvou ochránit právě tištěný (placený) text před nelegálním šířením jeho e-verze, ale zároveň efektivně využít přednosti, které digitální technologie na druhou stranu nabízí.

### 2.5.1 Publikační proces tištěné knihy vs. e-knihy

Digitální revoluce v publikačním procesu umožnila přeskočit náklady, které jsou nutně spojené s tištěnou knihou. V případě tištěných knih předchází jejich vydání mnohé mezikroky, které v publikačním procesu zajišťují různí lidé a projekt je už před jejich vytištěním poměrně nákladný (o samotném vytištění nemluvě). Celý proces od autora knihy ke čtenáři znázorňuje přehledně ve své knize *Jak se dělá kniha?* Vladimír Pistorius následovně:

Autor – Nakladatel (editor, překladatel, typograf, ilustrátor, papírna, tiskárna, typostudio, média) – Distributor – Knihkupec – Čtenář.<sup>48</sup>

Publikační proces klasické knihy<sup>49</sup>



Obrázek 2

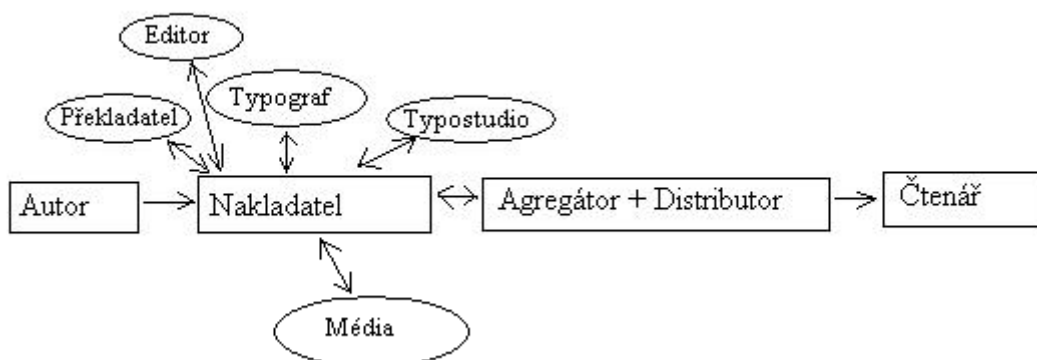
<sup>48</sup> PISTORIUS, V., *Jak se dělá kniha: Příručka pro nakladatele*, s. 106.

<sup>49</sup> Tamtéž.

U elektronické knihy se náklady vynaložené na její realizaci liší zejména proto, že zde není potřeba investovat do tiskárny nebo nákladné distribuce a skladování.

To však neznamená, že vyrobit e-knihu je levné. I e-kniha musí projít grafickým a typografickým zpracováním, sazbou, návrhem obálky, redakčními úpravami. Dále je „navíc vhodné ji překonvertovat do většího počtu formátů“<sup>50</sup> a to z toho důvodu, že některé internetové servery prodávají pouze e-knihy v určitých formátech. „Jen málokterý autor je schopen všechny zmíněné odborné činnosti zastat, aniž by využil služeb některého vydavatelství či grafického studia.“

Publikační proces e - knihy



Zmíněnou konverzi klasické knihy do formátu e-knihy zajišťuje pro nakladatelství tzv. agregátor, společnost, která má příslušné softwarové vybavení na převod dodaného formátu pdf do formátů určených pro e-čtečky. Po vytvoření e-knihy je zaslána zpátky do nakladatelství, aby redaktor zkontroloval, jestli během konverze nedošlo v textu k nějakým chybám (typografického rázu). Tato společnost bývá zároveň distributorem, z jehož e-shopu si čtenář e-knihu může koupit.

Další finanční náklady musí být proto vynaloženy na distribuci na portály, které budou knihu zákazníkům prodávat a na marketing, bez kterého se neobejde e-kniha stejně jako kniha klasická; zajímavý je i fakt, že na prodej e-knih se vztahuje 20% DPH oproti 14% DPH u knih tištěných.

<sup>50</sup> ORAVOVÁ, M., FILIPOVÁ, G., *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky*, s. 16.

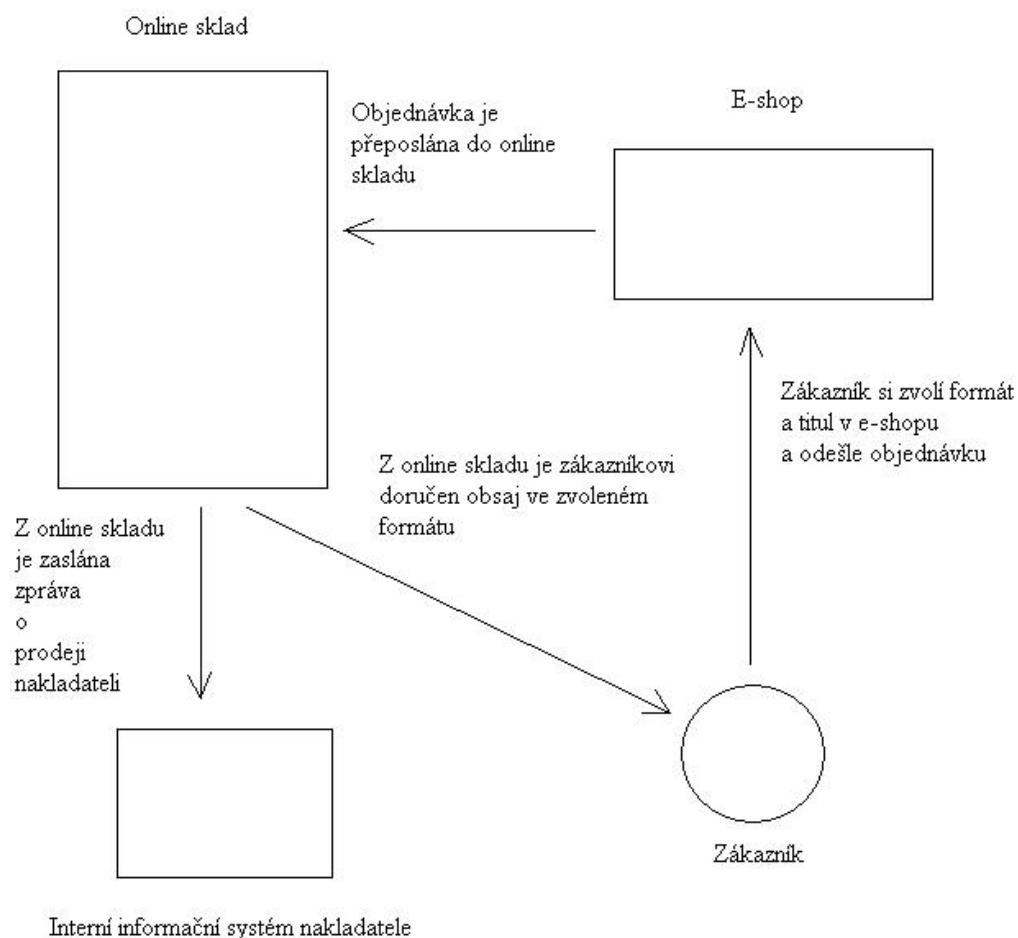
### 2.5.2 Distribuce tištěné knihy vs. e-knihy

Výše bylo zmíněno, že další významné ušetření nákladů představuje u e-knihy proti tištěné knize její distribuce nehledě na to, že nakladatel v případě e-knihy nemusí řešit problémy s uskladněním, nadnáklady nebo naopak podnáklady. V případě klasické knihy je právě vytištění správného množství výtisků otázkou kolikrát velmi náročného kalkulu, který se bohužel potvrdí (nebo naopak nepotvrdí) až během samotného prodeje knihy. S nižším nákladem může nakladatelství sice ušetřit na skladových prostorách, v případě nedostatečné nabídky titulu ale musí počítat s dotiskem, který bude (z důvodu menšího objemu tisknutého materiálu) dražší, než při vytištění většího množství najednou. V tomto případě by ale vydavatel riskoval, že bude muset platit větší skladové prostory, ve kterých zůstane neprodaný nadnáklad.

Jakmile je však jednou vytvořena e-kniha, záleží pouze na poptávce, kolikrát se kniha stáhne z internetového obchodu, kde zabírá zanedbatelné množství místa. Takto mohou vydavatelé poskytovat e-knihu buďto na vlastním serveru nebo se mohou spojit s technickým partnerem (agregátorem), který zprostředkuje prodej jejich elektronického obsahu ve svém internetovém obchodě. Takovéto „online sklady“ fungují na stejném principu jako fyzická skladiště tištěných knih, tedy skladují knihy, respektive e-knihy, které ale fakticky patří vydavateli.

Celý proces nákupu e-knihy je znázorněn na obrázku 3: zákazník si v internetovém obchodě objedná titul v požadovaném formátu (kompatibilním s jeho čtečkou nebo jiným hardwarem) → objednávka odejde do digitálního skladu prodejce → odtud odejde jednak zpráva do vydavatelství, které e-knihu vydalo a zároveň je kniha odeslána zákazníkovi v jím zvoleném formátu.

## Model online skladu<sup>51</sup>



Obrázek 3

I když nemusí vydavatelé v případě e-knih řešit problém jejich tisku a uskladnění, musí zato promýšlet, jakou knihu v elektronické verzi poskytnou. Jsou jednak opatrní ve vydávání aktuálních světových bestsellerů zároveň v tištěné i e-verzi, aby neohrozili prodej klasické knihy (která je pro ně výdělečnější) a jednak nejsou všechny knihy vhodné z důvodu technické proveditelnosti i využitelnosti ke konverzi do formátu e-knihy (odborné knihy s grafy, dětské knihy) a je nutné dobře promyslet, jaké žánry a tituly v elektronické verzi prodávat.

<sup>51</sup> THOMPSON, J. B., *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*, s. 349, vlastní překlad.



### 3. Metodologická část

#### 3.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit na základě expertní výpovědi kompetentního informátora (experta), který přijde do styku s elektronickou knihou v jednotlivých fázích jejího vzniku, jestli (a jak) toto nové médium ovlivňuje pracovní tým kolem sebe. Aby byla práce relevantní z pohledu společenskovedního zkoumání, uchopila jsem téma v rámci zkoumání materiální kultury (*material culture*), který „poskytuje výzkumníkům novou perspektivu studia materiální kultury a podněcuje k novým otázkám, jak jsou lidé propojeni s věcmi, které vyrábí a které používají.“<sup>52</sup>

Na základě zkoumané oblasti a s ohledem na aplikovanou metodu *material culture*, mě zajímaly osobní výpovědi a zkušenosti experta, a z toho důvodu jsem za účelem zjištění *agency* (schopnosti být hybatelem prostředí, kterým je věc obklopena) e-knihy zvolila kvalitativní výzkumnou strategii, „která se snaží odhalit podstatu něčích zkušeností s určitým jevem“.<sup>53</sup>

#### 3.2 Metody zpracování

Jelikož je nutné mít na začátku výzkumu „zformulovaný nějaký jeden základní a jednoduchý důvod, proč výzkum vlastně děláme“<sup>54</sup>, volila jsem následující výzkumné problémy, které měly obsáhnout otázku výroby e-knihy a zároveň měly odhalit případné působení e-knihy na změny v pracovních návycích a strategiích v rámci nakladatelství:

- Jak probíhá geneze e-knihy z pohledu českého nakladatelství?
- Jak působí e-kniha na sociální realitu kolem sebe během svého vzniku?

Na jejich základě jsem následně vybrala vhodné výzkumné otázky, které mají „zúžit výzkumný problém na velikost, která je reálně zkoumatelná“, a zároveň mají ponechat „dostatek volnosti k pečlivému prozkoumání jevu“<sup>55</sup>:

---

<sup>52</sup> HOSKINS, J., *Agency, Biography and Objects* In Tilley, s. 74, vlastní překlad.

<sup>53</sup> STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J., *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*, s. 11.

<sup>54</sup> CHENAIL, Ronald J., *Jak srovnat kvalitativní výzkum do latě*, s. 30.

<sup>55</sup> STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J., *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*, s. 24.

- Jaké procesy probíhají při vzniku e-knihy?
- Kdo se na těchto procesech podílí?
- Jakým způsobem ovlivňuje e-kniha během svého vzniku jednotlivé aktéry?

Jelikož se v současnosti dostává ve společenských vědách do popředí zájmu vztah mezi lidmi a věcmi, které se tím pádem stávají zájmem sociální analýzy<sup>56</sup>, pojala jsem téma z hlediska zkoumání *material culture* (materiální kultury). Tento způsob nahlížení na sociální realitu operuje s myšlenkou, že „v určitých kontextech mohou mít lidé podobné vlastnosti jako věci a ty se zase mohou chovat téměř jako lidé“.<sup>57</sup>

Klíčovým termínem přístupu *material culture* je *agency*, který Laura Ahern definuje jako „sociokulturně zprostředkovanou schopnost činit“, a která není záměrně omezena pouze na lidi, ale zahrnuje i rituály a zvyky, přístroje a kolektivní subjekty (předky, společnosti, společenské skupiny)<sup>58</sup>. Zjednodušeně řečeno *agency* znamená, že věc samotná je schopná konat a ovlivňovat okolí svou existencí<sup>59</sup>.

Vycházím primárně z metaforického přirovnání věcí k lidem, kterého užívá ve své knize Arjun Appadurai, a podle kterého mají (stejně jako lidé) i ony sociální život<sup>60</sup>. Na základě zkoumané oblasti a s ohledem na aplikovanou teorii *material culture* byly objektem mého zájmu osobní výpovědi a zkušenosti experta, nikoliv statistické údaje.

Podle názoru Igora Kopytoffa se můžeme tak jako u biografie člověka ptát na stejné kulturní otázky i v případě věci, což demonstruje na biografii africké chatrče, která má v průběhu různých stádií očekávaný účel<sup>61</sup>.

Obdobně budu nahlížet i na e-knihu: od počátečního vyjednávání nakladatelů s autory, přes samotný proces výroby e-knihy až po její konečnou podobu, kterou si čtenář může přečíst na svém koncovém zařízení umožňující její zobrazení (čtečka, tablet, PC, mobilní telefon).

Pro sběr dat jsem po konzultaci s šéfredaktorkou účelově zvoleného nakladatelství rozhodla pro techniku polostrukturovaného rozhovoru s expertem, jehož

<sup>56</sup> GODSEN, Ch.; MARSHALL, Y., *The Cultural Biography of Objects*, s. 169.

<sup>57</sup> HOSKINS, J., *Agency, Biography and Objects* In Tilley, s. 74, vlastní překlad.

<sup>58</sup> TILLEY, Ch. *The Handbook of Material Culture*, s. 74 vlastní překlad.

<sup>59</sup> NOVOTNÁ, H., *Úvod do společenskovedních metod, Kvalitativní strategie výzkumu*.

<sup>60</sup> APPADURAI, A., *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, s. 3, vlastní překlad.

<sup>61</sup> KOPYTOFF, I., *The cultural biography of things: commoditization as process* In Appadurai, s. 66, vlastní překlad.

účelem je „zachytit a analyzovat obsah a organizaci znalostí člověka, který je v dané oblasti expertem, a využít tyto poznatky pro jiné cíle.“<sup>62</sup>.

Mě konkrétně zajímala zkušenost experta z českého nakladatelství, který má zkušenosti s procesem výroby e-knihy, abych se dozvěděla, jestli má toto nové médium schopnost ovlivňovat své okolí (jestli má schopnost *agency*).

Proto jsem uvažovala následovně: potřebuji zvolit velké české nakladatelství, které vydává vedle klasických knih zároveň e-knihy, nebude specializované pouze na určitý literární žánr ani vymezen na konkrétní cílovou skupinu a bude dostatečně velké na to, aby zastalo výrobu e-knihy (když ne zcela, tak alespoň z většiny) samo.

Účelovým výběrem jsem zvolila největší nakladatelství na českém trhu Albatros Media a.s., které dne 8. dubna vydalo tiskovou zprávu (TZ), ve které oznamuje propojení se společností eReading.cz, která začala v České republice jako první prodávat e-knihy.

Jelikož měla tato TZ zásadní význam na výběr vzorku nakladatelství, ve kterém byl uskutečněn expertní rozhovor, pokládám za důležité ji na tomto místě z velké většiny ocitovat:

*„Největší nakladatelská skupina v ČR, Albatros Media a.s. se stala většinovým vlastníkem portálu eReading.cz, jednoho z nejvýznamnějších distributorů elektronických knih v ČR. Spojení přinese pro Albatros Media vstup na trh s elektronickými knihami a zároveň zajistí pro eReading.cz nejširší nabídku elektronických knih na českém trhu.*

(...)

*V nabídce na www.eReading.cz se budou v nejbližších týdnech postupně exkluzivně objevovat elektronické knihy ze všech nakladatelství skupiny Albatros Media, a to jak knihy vydané v minulosti, tak knižní novinky. Zákazníkům portálu transakce přinese nejširší nabídku elektronických knih na českém trhu.*

*„Velmi si vážíme toho, co zakladatelé společnosti eReading s.r.o. dokázali vybudovat, a věříme, že pro budoucí fungování na trhu elektronických knih zvolili správnou cestu. To byl hlavní důvod, proč jsme se rozhodli do jejich společnosti vstoupit,“ řekl Václav Kadlec, generální ředitel Albatros Media a.s. „Cílem akvizice je zajistit eReading.cz pozici jednoznačné české jedničky v oblasti elektronických knih. Chystáme se výrazně*

---

<sup>62</sup> HENDL, J. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*, s. 189.

*investovat do dalšího rozvoje portálu, do nabídky nových služeb a také do propagace webu, výrazného zvýšení jeho návštěvnosti a tržního podílu," dodal.*

*Portál eReading.cz je první český distributor e-knih s vlastní e-ink čtečkou, která umožňuje přímý nákup knih i čtení tuzemských periodik. „Završili jsme první životní etapu portálu a nyní na ni hodláme úspěšně navázat s nejlepším možným partnerem na českém trhu," řekl Martin Lipert, spoluzakladatel portálu eReading.cz*

*Nejširší nabídka i nejznámější bestsellery*

*Skupina Albatros Media vydává ročně tisíc titulů různých žánrů*

*(...)*

*Do konce roku 2013 přibude do nabídky eReading.cz dalších více než 700 titulů z nakladatelství skupiny. „Plánujeme zajistit vydávání vhodných titulů v rámci skupiny Albatros Media elektronicky současně ihned s vydáním tištěné verze," dodává Martin Lipert, spoluzakladatel portálu eReading.cz.*

*(...)*

*Albatros Media a.s. je největší mediální společnost v Česku s tradicí od roku 1949. Pod značkami pěti nakladatelství beletrie Albatros, CooBoo, Plus, Motto, XYZ a čtyřmi odborné a populárně naučné literatury Edika, BizBooks, CPress a Computer Press a partnerského projektu Edice České televize nabízí široké spektrum mediálních produktů - především knih, ale i interaktivních encyklopedií na CD-ROM, audionahrávek a DVD. Ročně vydává více než 1000 titulů a je největší nakladatelskou společností na českém trhu. Spojením se společností eReading.cz vstupuje i na trh elektronických knih.*

*Projekt eReading.cz vznikl 5. září 2010 a dává si za cíl nabídnout českému čtenáři legální a cenově výhodnou e-knihu, jaká je již několik let k dispozici čtenářům v zahraničí, kde zaznamenává nepřetržitý nárůst v popularitě. V současné době nabízí čtenářům přibližně 4000 titulů elektronických knih .<sup>63</sup>*

Po zvolení vhodného subjektu, ve kterém bude výzkum realizován, jsem postupovala následně tak, že jsem telefonicky kontaktovala šéfredaktorku Albatros Media, paní Karolínu Medkovou, která byla ze své pozice kompetentním expertem k zodpovězení všech dílčích otázek nastaveného interview, a s tou se domluvila na zaslání otázek k polostrukturovanému rozhovoru (rozhovor „s návodem“), na které

---

<sup>63</sup> Albatros Media koupil většinu eReading.cz. Albatros Media.cz.

mohla volně odpovídat a mně dávaly zároveň možnost se v průběhu rozhovoru dále doptávat. Základní otázky byly zvoleny následovně:

- Jaké jsou Vaše zkušenosti se získáním autorských práv k e-knize? Jak se tato vyjednávání liší od získání autorských práv ke klasické knize?
- Jak reflektujete ochranu duševních práv v případě e-knihy? S jakými problémy se v tomto ohledu nejčastěji setkáváte?
- Jakmile získáte práva na e-knihu následuje už rovnou konverze nebo jsou nutné ještě nějaké mezikroky?
- Na základě čeho vybíráte, jaký titul vyjde i v elektronické verzi, upřednostňujete nějaké konkrétní žánry?
- Jak hodnotíte možnosti e-knih?
- Jak postupujete při konverzi knihy do formátu e-knihy<sup>64</sup>?
- Jak dlouho trvá výroba jedné e-knihy?
- V jakých formátech vyrábíte e-knihy a na základě čeho e-knihy poskytujete právě v těchto formátech?
- Provádíte konverzi přímo u vás v nakladatelství, nebo to má na starosti portál, který e-knihy prodává, případně jiná externí firma?
- Je srovnatelná výroba e-knihy s DTP klasické tištěné knihy?
- Kdo všechno se na výrobě e-knihy podílí? Jsou zapojeny i jiné profese než doposud?
- Na jakou cílovou skupinu se zaměřujete při marketingových plánech?
- Propagujete e-knihu samostatně nebo jako doplněk klasické knihy?
- Jaké jsou vaše hlavní distribuční kanály?

Předpokládala jsem, že prostřednictvím takto pokládaných otázek mi expertní informatorka, bude víceméně bezděčně odkrývat to, jak e-kniha prostřednictvím nových technologií, nových výrobních procesů, nových distribučních a marketingových kanálů ovlivňuje sociální realitu kolem sebe.

S paní Medkovou jsem se domluvila, že jí otázky zašlu dopředu, protože jsem chtěla, aby případně vyhodnotila, jaká osoba bude kompetentní k zodpovězení jaké části zaslanych otázek. Ty byly koncipovány tak, aby zmapovaly celý proces výroby e-knihy

---

<sup>64</sup> Podporované formáty e-knih v ČR: sPub, mobi, PDF, wooky (Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012, Svaz českých knihkupců a nakladatelů).

až po její uvedení na trh. Nakonec jsem rozhovor vedla pouze s paní Medkovou, která byla schopná ze své pozice šéfredaktorky zodpovědět všechny dotazy a pouze v případě technických záležitostí mě odkázala na Martina Liperta ze společnosti eReading.cz, se kterou se nakladatelství Albatros Media spojilo za účelem vstoupení na trh s elektronickými knihami.

Prostřednictvím emailové korespondence jsme se domluvily na realizaci rozhovoru v sídle nakladatelství Albatros Media a na samém začátku rozhovoru jsem požádala o souhlas k použití rozhovoru pro svou bakalářskou práci a zároveň jsem upozornila na možnost anonymizovat jak paní Medkovou, tak samotné nakladatelství, s čímž paní šéfredaktorka problém neměla. Domluvily jsme se na následném zaslání přepsaného rozhovoru ke schválení. Poté jsem jí informovala o tom, že si budu náš rozhovor nahrávat na diktafon (SONY ICD-BX 800) a že si v případě potřeby budu dělat poznámky.

Po seznámení informátorky s postupem rozhovoru a po jejím odsouhlasení s jeho provedením jsem přistoupila k vlastnímu interview.

Jeho přepis je přílohou praktické části této práce.

## 4. Praktická část

Expertní rozhovor k této bakalářské práci byl realizován v sídle společnosti Albatros media, a. s. s šéfredaktorkou Karolínou Medkovou. Na základě jeho transkripce a následné interpretaci byl vytvořen obraz toho, jak e-kniha, jakožto nové médium ovlivňuje pracovní kolektiv v nakladatelství a zároveň své spotřebitele – čtenáře, protože to jsou hlavně oni, na koho má e-kniha v mnoha ohledech vliv a jejímuž užívání se přizpůsobují.

### 4.1 Transkripce expertního rozhovoru

**Jaké jsou Vaše zkušenosti se získáním autorských práv k e-knize? Jak se tato vyjednávání liší od získání autorských práv ke klasické knize? Jak reflektujete ochranu duševních práv v případě e-knihy? S jakými problémy se v tomto ohledu nejčastěji setkáváte?**

Co se týče autorských práv k e-knize, o těch se jedná zároveň s právy ke klasické tištěné verzi s tím, že většinou v 95 % případů máme zájem i o elektronická práva, hlavně v případě zahraničních překladových knih. V případě českých knih se to liší i podle jejich cílové skupiny. Já jsem zástupce Albatrosu<sup>65</sup> a Coobook<sup>66</sup>, které dělají knížky pro děti a mládež, což je trochu jiná situace než u knížek pro dospělé, kde i v jejich případě jsou takové, které se k e-verzi nehodí. U těch dětských je to ale častější. Když budeme mít například nějakou interaktivní knihu typu hracího sešitu *Bavíme se s Krikem*, tak ta převoditelnost do elektronické verze je v tuto chvíli ani ne tak nemožná jako spíš nevhodná, protože v takové knížce si mají děti vymalovávat, spojovat různé body nebo jsou v ní třeba nějaké kreslicí, výpočetní úkoly. Takže do takové knihy si zapisují, kreslí a tak dále, což v té elektronické verzi není zatím možné. Respektive by to asi bylo možné v nějakých aplikacích, ale to už jsme pak někde jinde, než jsou klasické ebooky.

**Já myslím, že těmto učebnicím se vyloženě věnuje nakladatelství Fraus?**

---

<sup>65</sup> Nejstarší nakladatelství na českém trhu specializující se na literaturu pro děti a mládež; je součástí mediální skupiny Albatros Media, a. s.

<sup>66</sup> Nakladatelství zaměřující se na literaturu pro teenagery; je součástí mediální skupiny Albatros Media, a. s.

Fraus dělá vlastně učebnice a celkově naučnou literaturu. Určitě mají také nějakou strategii elektronických verzí, protože jsou potom výborně využitelné. Protože když se něco napíše do knížky, už se nedá použít znova. Zatímco v těch elektronických verzích to potom může být znovu obnovitelné. My to nicméně zatím neděláme.

Každopádně ale samozřejmě získáváme autorská práva, nebo o ně autory žádáme, i například k ilustrovaným věcem. Teď vlastně i zpětně z tzv. back listu. Chceme převést některé knížky do elektronické verze, aby byly takto dostupné některé pohádkové knížky nebo i básničky (např. *Aprílovou školu* od pana Žáčka) nebo něco podobného. V tom případě potom hraje roli spíš ten formát, do jakého to převedeme nebo v jakém formátu to budeme vůbec nabízet, aby to dávalo smysl, když knížka obsahuje i ilustrace.

Ta vyjednávání o autorských právech se tedy mezi sebou vlastně nijak neliší. Jenom ty podmínky jsou jiné. Pro klasickou knihu jsou zavedená nějaká procenta, která ti autoři dostávají a pro e-knihy sice taky, ale tam se to poměrně liší. Dřív například u překladových knížek byly ve smlouvách tzv. *subsidiary rights*, která ošetřovala všechny další formáty knihy, které bychom chtěli udělat z té klasické. Většinou to byly audioknížky nebo třeba ty interaktivní nebo něco na ten způsob. Takové knihy měly ta procenta z prodeje samozřejmě daleko vyšší než ty klasické honorářové a z toho tedy vznikly i ty e-knihy, u kterých je navíc doporučená nižší než u klasické papírové, čímž se vyrovnává poměr procent - zatímco procenta za klasickou knihu jsou nižší, tak naopak z té elektronické jsou zase vyšší.

### **Nemají autoři nějaké problémy ta práva k e-verzím poskytnout?**

Ve většině případů nemají. Samozřejmě jsme se setkali s autory nebo s agenturami, které zatím nechtějí. Například můžu uvést Thomase Brezinu, což je jeden z německy píšících autorů, a my vydáváme jeho řadu *Čtyři kamarádi v akci* a tady majitel práv řekl, že zatím nechce poskytovat elektronická práva ke knihám Thomase Breziny, že teprve vymýšlejí strategii, jak vůbec na elektronický trh vstoupit. Takže i to se občas stane. Zatím jsme se nesetkali s tím, že by nám někdo třeba z českých autorů řekl: Ne, já nechci, aby moje kniha byla elektronická. Myslím si, že většina z nich má k tomu docela pozitivní postoj, že to vidí jako nějakou další možnost, jak svoje dílo dostat k více čtenářům. Určitě budou lidé, kteří s tím problém mít budou, ale zatím jsou ty negativní postoje opravdu mizivé.



**To mi přijde docela zvláštní, protože jsem četla, že se většinou autoři bojí poskytnout ta práva k e-verzi, protože se báli, aby kopírováním nepřišli o zisky.**

Ono je to možná tím, že my v tuhle chvíli budeme převádět a převádíme knihy, které už vyšly. Autoři tedy vědí, že kniha už je nějakou dobu na trhu, takže už z ní nějaké zisky mají a tohle je nějaká možnost, jak její zisky nějak navýšit. Samozřejmě že panuje určitá obava z toho, jak ta knížka bude chráněna, aby to nebylo tak, že si jí každý může někde stáhnout. Ty obavy jsou, ale asi zatím nejsou tak velké, aby to autoři alespoň nevyzkoušeli. Pokud se stane, že s tím u jedné své knihy budou mít špatnou zkušenost, tak samozřejmě u dalšího titulu budou váhat nebo budou chtít jinak nastavit podmínky. Myslím se ale, že tím, že je v tomto český trh pořád ještě na začátku, jsou tyto obavy takové neurčité. Nikdo neví, jak to zafunguje a musí to asi být i složité rozhodování. Já kdybych byla autor, tak bych si nejspíš taky řekla, že to podepíšu a uvidím. Protože vlastně v tu chvíli, kdy už tak kniha fyzicky existuje, ta ztráta už vlastně nemůže být zas tak vysoká.

**A vyjednáváte třeba teď o nějakých knihách, které byste chtěli vydat zároveň jak klasicky, tak elektronicky?**

Ano. Teď u těch nových knih, u kterých rozhodneme, že je budeme dělat, tak se zároveň už rozhodujeme, jestli jí budeme dělat jako elektronickou nebo ne. Většinou chceme, aby byla i jako e-kniha a v 90 % případů je budeme vydávat společně a ne, aby elektronická knížka vycházela později. Nevidíme pro to úplně důvod a asi by nám to přišlo, jako kdybychom se tvářili, že ten ebook je něco méně hodnotného než klasická kniha, což není. Lidé si to stejně budou číst a nevidíme úplně rozdíl v jaké verzi. Jsou tedy některé případy, kdy to asi najednou dělat nebudeme. Teď jeden z prvních případů bylo *Prázdné místo* od J. K. Rowlingové, kdy vyšla nejdřív papírová kniha (hardback), teď bude vycházet elektronická a na podzim pravděpodobně paperback Ale to jsou samozřejmě výjimečné projekty, kterých není příliš mnoho a jinak není důvod tu elektronickou verzi nějak zdržovat.

**V případě takového autora, jako je třeba Rowlingová, ohledně práv komunikujete s nějakou agenturou, která jí zastupuje?**

Ano, přesně tak. U zahraničních titulů všichni autoři i autorky jdou přes agentury. Jsou některé agentury, které mají sídlo v Čechách a zastupují některá nakladatelství tady u nás, ale i když to nakladatelství nebo autor není zastupovaný žádným naším agentem tady v Čechách, vždycky to je přes agenturu. Nikdy nejednáme s autorem úplně napřímo. Pamatuji si jenom jeden případ, kdy nás oslovil jeden holandský autor s tím, že mu vychází knížka v holandštině a angličtině a zastupoval sám sebe a nabízel nám knihu. To ale bylo opravdu jednou za 5 let, co tu jsem. Jinak jsou všichni zahraniční autoři zastupováni a ten trh v cizině v tomhle funguje. Žádný autor si tam nedovolí nemít agenta, protože by to pro něj bylo jednak velmi složité nabízet svůj vlastní rukopis po celém světě a jednak i agenda kolem toho je docela náročná. Takže tomu docela rozumím. Tady u nás to tak časté není, samozřejmě. U nás jsou ty vztahy mezi nakladatelem a autorem ve většině případů napřímo.

**Abych si tedy shrnula tuto první otázku: Ve výsledku tedy to jednání o autorských právech vlastně není nijak problematické, zatím jste se s tím nesetkali?**

Zatím ne. Nemáme špatné zkušenosti a doufám, že to tak i zůstane, protože se snažíme autorská práva chránit. Proto nevidím důvod, aby s tím problémy byly.

**Jakmile získáte práva na e-knihu, následuje už rovnou konverze nebo jsou nutné ještě nějaké mezikroky?**

U nových knížek to teď už tak bude. Samozřejmě e-kniha vznikne až potom, co projde tou klasickou redakční přípravou. Ať už je to překlad nebo původní text, redaktor ho vždycky nejdříve zrediguje a potom teprve až po dohodě s autorem či překladatelem to dá vysázet a následně dostane pdfko ke korektuře. Až po korekturách se toto pdfko zakonzervuje a pošle do tisku a v tu chvíli je zároveň vhodné i ke konverzi do té verze elektronické knihy. Zároveň je pdfko jedním z formátů, které se už používá pro e-knihu. Není to však klasický formát pro čtečky. Já osobně si myslím, že je nevhodnější ho používat zejména pro ty ilustrované knihy.

Já sama jsem měla čtečku párkrát v ruce, ale nevlastním ji. Mám ke klasickým knihám velký vztah. Myslím si, že je to praktická věc, ale pro mě to knihy nenahradí.

## **Na základě čeho vybíráte, jaký titul vyjde i v elektronické verzi, upřednostňujete nějaké konkrétní žánry?**

Rozhodně neupřednostňujeme žádné žánry. Není to určitě žánrová věc. Spíš se jedná o to, jestli si myslíme, že tady jsou čtenáři, kteří si knížku v té elektronické verzi najdou. Třeba v případě nakladatelství Coobook si myslím, že 99 % jejich produkce je vhodná ke konverzi na elektronické knihy, protože jejich cílová skupina jsou děti od 12 let až třeba po třicet. Takže jsou to takoví ti dospívající, mladí dospělí, což jsou přesně ti lidé, kteří jsou otevření novým věcem a ty čtečky většinou mají. Co se potom týče těch ostatních nakladatelství (ať už dětského Albatrosu nebo těch pro dospělé), tam máme takovou strategii, že chceme z našeho back listu nabídnout zásadní tituly (ať už je to Astrid Lindgrenová, *Medvídek Pů* nebo podobné velké tituly), kde ta vyjednávání jsou samozřejmě na delší dobu, protože se jedná o velký balík knih najednou, ale rozhodně je chceme nabídnout v té elektronické verzi. U nových věcí (když je to knížka pro starší děti), jde zase o text, tam není o čem se rozhodovat. Text nabídneme i jako ebook. Když jsou to věci pro menší, například leporela nebo edice první, druhé, třetí čtení, kde se dítě učí číst v knize, ty jako ebooky dělat nebudeme, tam pro to není důvod. Jinak ale nemáme žádné mantinely proč nějakou knihu ano nebo ne.

## **Takže se tedy řídíte hlavně tou cílovou skupinou, která je uživatelem té e-čtečky.**

Ano, určitě.

## **Jak hodnotíte možnosti e-knih?**

To je taková obecná otázka. Když to vezmu z osobního hlediska, opravdu si myslím, že je to hodně praktická záležitost. Pamatuji si, když jsem odjížděla na rok do zahraničí a měla jsem si s sebou vzít knížky. To byl samozřejmě strašný problém, protože jsou limity na kila do letadla, takže jsem hledala paperbacky a stejně mi to nestačilo a s rodiči jsem si potom posílala balíky knih. Kdybych měla tenkrát čtečku, byla bych v pohodě. Takže si myslím, že na cestování obecně, na dovolenou vzít si s sebou čtečku, nahrát si do toho několik desítek knih a pak si vybrat tu, na kterou mám náladu, je super. Stejně tak si jí vzít tady do metra a netahat s sebou knihu, to mi přijde

dobré. Jinak ty možnosti se určitě budou vyvíjet dál a určitě za chvíli taky budou interaktivní a člověk si s těmi formáty bude moct dělat psí kusy. Ale nevím, zatím je to pro mě asi pořád trochu nová věc, kterou zhodnotit úplně nedokážu.

**Myslíte si, že má e-kniha potenciál rozvíjet se na českém trhu, jako se rozvíjí v Americe?**

Myslím si, že výhledově určitě ano. My jsme vždycky trochu pozadu v přijímání nových věcí i v tom, aby se to k nám dostalo a bylo to běžně dostupné a využitelné. Ale myslím si, že za několik let to bude úplně běžná součást. Začne to jako vždy asi od těch větších měst jako je Praha, Brno, Plzeň a další a postupně se to rozšíří. I když jsou Češi hodně konzervativní, tak ta praktičnost e-knihy nakonec převládne. Myslím si, že klasické knihy nezaniknou, ale ty e-knihy budou postupně využívat víceméně všichni napříč celým spektrem ať už věkovým nebo hodnoceným jakýmkoliv jiným kritériem.

**Myslíte si, že bude i nadále brána e-kniha spíš jako doplněk té klasické knihy anebo se to posune i tak, že bude brána e-knižka jako samostatná?**

Já si myslím, že se to postupně posune, i když to bude trvat dlouho. Může to klidně trvat deset patnáct let. Nedokážu odhadnout, jak moc budeme přístupní změnit smýšlení o těch e-knihách, ale myslím si že ano, že to nastane. Že to postupně přestaneme vnímat jako pouhý doplněk. Zejména pro děti, které dneska vyrůstají mezi tablety a smartphony. Pro ně už to bude běžná součást života. Koupí si pouze e-knihu a už nebudou potřebovat knížku klasickou.

**Myslíte si, že i pro vás, jako pro nakladatelství, bude e-kniha do budoucna lukrativnější než je teď?**

To si netroufám odhadnout. Myslím si, že se ty prodeje a tržby budou zvyšovat. Podle mě tady asi jiná cesta nebude a všichni v to doufáme. Proto to také všichni nakladatelé začínají dělat. Kdybychom v to nedoufali, tak to neděláme. Za jak dlouho to bude, to nejsem schopná říct, ale myslím si, že se to bude postupně zvyšovat.

**Jak postupujete při konverzi knihy do formátu e-knihy?**

My přímo u nás tu konverzi neděláme. Před nedávnem jsme odkoupili většinový podíl ve společnosti eReading, což je přímo i e-shop. Oni sami mají vlastní čtečku a mají vlastně celé zázemí na konverzi těch knížek a nabízení knížek v e-shopu. Takže potom, co jsme se spojili (i když jsme pořád dvě firmy s tím, že Albatros media tam má ten většinový podíl), tak veškeré ty praktikaloty jdou teď přes ně. My se rozhodneme, že chceme nějakou knihu elektronickou, eReadingu poskytneme materiály a oni provedou konverzi. K nám se pak dostanou zpátky formáty ePub, případně mobi (nejsem na to zase úplný expert, takže nevím přesně, jaký je v těch formátech v tomto ohledu rozdíl), nicméně to potom dostane redaktor a v programu, který simuluje čtečku, zkontroluje, jestli se tam nevytvořily nějaké chyby. Jsou to spíš chyby typografického rázu – jestli se nám neslily kapitoly dohromady, jestli dělení slov funguje tak jak má. Občas se stává, že pomlčky a spojovníky najednou nejsou rozlišitelné, takže takovéhle drobnosti je samozřejmě potřeba ohlídat.

#### **A do eReadingu vy už tedy zasíláte to konečné zkorekturované pdfko?**

Ano, do eReadingu už dodáváme to konečné pdfko, které posíláme do tiskárny, kde to vezmou a překlopí do toho formátu. Jak přesně se to děje, to Vám nepovím. To potom bude jeden z kontaktů, které Vám pošlu, pokud budete chtít vědět víc o formátech.

#### **Řeknete mi na základě čeho poskytujete e-knižky v těch formátech, které jste zmiňovala? Je to na základě dohody s eReadingem? Bylo to na základě jejich požadavku?**

Já si myslím, že to jsou obecné formáty, které jsou poskytované pro čtečky, protože jsou nejpřístupnější. Nejpoužívanější čtečka v Čechách je Kindle, takže tohle jsou formáty, které s Kindlem fungují, proto tyhle. A pdfko je potom spíše pro tablety nebo notebooky, když si někdo chce číst doma. Proto jsem říkala, že třeba ty ilustrované věci jsou vhodnější v pdfku, protože většina lidí má čtečku „černobilou“ a navíc je tam ten text vlastně nečleněný. Text tam pořád jede, jako kdyby to byla jedna role papíru. Přestože se v něm samozřejmě dá přeskakovat na kapitoly nebo na stránky, ten formát je takto zakonzervovaný. A formáty e-čteček jsou poměrně malé, takže když si

představím, že do nich smrsknu tu klasickou knížku, například *O chytré kmotře lišce*, tak ty ilustrace by v nich téměř nebyly vidět. Takže proto také pdfka (a dál tedy ePub a mobi). Ale pokud budete chtít vědět víc o těch formátech, pošlu Vám kontakt na pana Liperta z eReadingu a on Vám o tom určitě udělá přednášku. Já bych Vás tady nerada mystifikovala v některých věcech, jak jsem si je pro sebe vysvětlila.

To je tedy pak i ta otázka, jestli to pro nás dělá externí firma? Takže to je právě eReading, který už není úplně externí firmou, ale dělají to pro nás oni. A mají na starosti i ten portál, kde se e-knihy prodávají. Samozřejmě výhledově to chceme mít pro zákazníka co nejpohodlnější, ale v současnosti máme vlastní e-shop, kde prodáváme knihy a pak máme eReading, kde se prodávají e-knihy a rádi bychom, aby to bylo na jednom místě. Ale to samozřejmě nějakou dobu trvá.

**Takže na vašem portále prodáváte čistě jenom tištěné knížky a všechny e-knihy jdou na eReading?**

Ano, zatím ano. Tam je to samozřejmě navázáno na nějaké interní systémy, které je potřeba nastavit, a to trvá. Ale chtěli bychom. Podobně jako to má Amazon, kde si můžete vybrat formát, jestli chcete hardcover, paperback nebo e-knihu. Takže to je ten ideál, ke kterému směřujeme.

**Na eReadingu to tedy není nastaveno tak, že si zákazník může vybrat, jestli chce tištěnou knihu nebo e-knihu?**

Tam je vlastně odkaz na tu tištěnou knihu, ale přehodí Vás to na náš e-shop. Není možné na eReadingu koupit tu tištěnou. Musíte jít přes ten odkaz na jiný e-shop, což je nevýhodné, protože pokud byste si od nás chtěla koupit dvě tištěné knihy a jednu e-knihu, tak musíte na dvou různých místech a ta objednávka se nedá sloučit, což je samozřejmě nepraktické a na vylepšení tady pracují projektové týmy.

**Je srovnatelná výroba e-knihy a DTP klasické tištěné knihy?**

Myslíte cenově?

## **Myslím náročnostně i cenově.**

Asi Vám na to spíš taky odpoví pan Lipert, protože se přiznám, že cenově netuším, kolik nás ta konverze stojí. Tam určitě budou zase nějaké smluvní záležitosti, jak to máme mezi Albatros media a eReadingem nastavené, protože my v tuhle chvíli konvertujeme relativně hodně těch knih. Není to tak, že chceme jednu knihu za půl roku, ale je to balík třeba sta knih za měsíc. Cenově tedy netuším.

Co se týče času, ta e-kniha je samozřejmě jednodušší v tom, že tam už to pdfko přichází připravené. Kdybych to brala tak, že vzniká pouze elektronická kniha, tak ta práce je vlastně stejná, protože pdfko vzniká stejnou cestou, ať už potom jde do tiskárny nebo na e-shop. Takže říkám, pokud by to byla e-kniha od samého počátku, tak to trvá úplně stejně dlouho jako kdyby to byla příprava na tištěnou knihu. Pokud už tu tištěnou knihu máme a zpětně teprve vytváříme e-knihu, tam je potom čas samozřejmě minimální, protože to pdfko už existuje. A myslím si, že konverze jako taková bude trvat v řádu třeba hodiny nebo něco takového. Jenom je potom potřeba to zkontrolovat, jestli někde něco nevypadlo nebo se nepoškodilo.

## **Ještě mě teď napadá, jestli plánujete vydávat pouze e-knihy (bez tištěné verze)?**

Myslím si, že časem určitě začneme. V tuhle chvíli nemáme žádný plán jenom na e-knihu. Ale to je tím, že jsme teprve na začátku. Myslím si, že takové případy určitě nastanou a určitě naši kolegové v Brně, nevím, jestli znáte Computer Press<sup>67</sup> (a další jeho odnože jako Cpress a Bizzbooks), tak ti určitě budou plánovat knihy jenom v elektronických verzích. Protože zejména pro tu počítačovou literaturu se tištěná verze už nevyplácí. Vlastně všichni lidé, kteří si to kupují (ať už jsou to programátorské věci nebo jsou to uživatelské příručky), to hledají na internetu a nebudou si listovat knihou u počítače. Takže tam si myslím, že v nejbližších měsících určitě začnou plánovat jenom elektronické verze. V té naučné non fiction sekci je to samozřejmě zase trochu jiná situace.

---

<sup>67</sup> hlavním vydavatelstvím na trhu v oborech počítačové literatury a digitální fotografie; je součástí mediální skupiny Albatros Media, a. s.

## **Kdo všechno se na výrobě e-knihy podílí? Jsou zapojeny i jiné profese než doposud?**

Jak jsem říkala. Redakční příprava té knížky je vlastně stejná jako u té tištěné knihy. Tam, kde přicházejí ti noví lidé, to jsou lidé z eReadingu, kteří dělají tu konverzi, a kteří potom nabízejí tu knihu na svém portále. To jsou tedy ti noví lidé. Přiznám se, že nevím, jaké názvy pozic mají, ale do naší společnosti přibyla vlastně další společnost, takže to určitě není malá změna. I když eReading třeba čítá jenom pět zaměstnanců, tak i to je docela velký posun si myslím.

## **Na jakou cílovou skupinu cílíte při marketingových plánech?**

To vždycky záleží na té samotné knize, jakého čtenáře jí chceme oslovit. Samozřejmě když je to elektronická verze, tak tím víc jsou ty kampaně vedené přes internet, ale ne nutně. Určitě na plakátech nebo na různých letáčích bude QR kód, který bude odkazovat na elektronickou verzi knihy. Bude tam zmíněna možnost, že kniha je jak tištěná tak elektronická, nicméně ta cílovka opravdu vždycky vychází od toho textu jako takového – pro koho je určený – protože nemá cenu nabízet patnáctileté holce knížku *Je Vám padesát? No a co*. To je samozřejmě extrém. Není to prostě tak, že třeba ani ty knížky určené pro dospělého čtenáře ať už jsou to detektivky nebo to bude nějaký historický román, že bychom si řekli, že e-knihu koupí spíš člověk kolem dvaceti, tak tu kampaň zacílíme takhle. Vždycky to bude tak, že si řekneme, že historický román navážeme spíše žánrově než na někoho, kde bychom si mysleli, že dvacetiletý si to koupí spíš než čtyřicetiletý, protože to stejně nikdy dopředu nevíte. Navíc si myslím, že by to ty lidi – to je tedy zase můj osobní názor, nejsem marketér – myslím, že by je to štválo. Já kdyby mi někdo nabízel knihu v elektronické verzi nebo tištěné, to je celkem jedno, a já bych o ní měla zájem, ale ta kampaň by mi říkala, že tu knihu si koupí nejspíš dvacetiletá slečna, která žije single v New Yorku, tak mě to bude trochu štvát. To, že když mně je přes třicet, tak že pro mě ta knížka už není. Mnohem lépe bych tedy reagovala na kampaň, která mi řekne, že je to o New Yorku a je to legrace a je to pro každého. Takže si myslím, že cílit kampaň na určitou cílovou skupinu je fajn, pokud se jedná třeba o zájmové knihy nebo říkám jak jsem uváděla příklad knížky *Je Vám padesát? No a co*, tak tu kampaň zacílíte na lidi nad padesát, ale zase už nebudete úplně rozlišovat, jestli jsou to muži, ženy, jestli jsou už někteří v předčasném důchodu. Ty



kampaně jsou samozřejmě postaveny různě. Jako když jsme měli ten úžasný bestseller *Fifty Shades of Grey*, tak to zase kampaň byla cílená na ženy, protože se předpokládá, že cílový čtenář je žena nad dvacet let třeba. Ale je to vždycky spojeno s tou knihou jako takovou.

### **Propagujete e-knihu samostatně nebo jako doplněk klasické knihy?**

Jak říkám, jsme na začátku, takže na otázku, jestli e-knihu propagujeme samostatně nejsem schopná v tuhle chvíli odpovědět a myslím si, že zatím budou propagovány společně. Není to tak, že by to byl doplněk, jen si myslím, že tam prostě bude uvedené, že ta kniha vychází v obou verzích. Že to bude k dostání u knihkupců a k dostání na eReadingu. Pokud potom budou e-knihy úplně samostatné, tak ty samozřejmě budou mít svoje vlastní kampaně, ale určitě nebereme e-knihu jenom jako doplněk, to určitě ne.

### **Jaké jsou vaše hlavní distribuční kanály?**

Distribuční kanály myslíte pro ty e-knihy?

### **Ano, pro ty e-knihy. Jak se vyloženě liší to, jak distribuujete e-kničky, ale to je asi dost ovlivněné spojením s tím eReadingem?**

Ano, my tu hlavní distribuci máme přes eReading. Nevím, jestli už je dohodnuté, aby byly také nabízené třeba na Kosmasu nebo na těchto dalších portálech, ale myslím si, že tam budou nabízeny určitě taky.

### **Takže tedy plánujete tu distribuci rozšiřovat, ano?**

Myslím si, že ano. Protože distribuce klasických knížek – my tedy máme svou vlastní – ale jsme ve spojení i s ostatními velkodistributory, takže není podle mě důvod se v těch e-knihách jakoby odříznout od hlavních portálů, kde se e-knihy prodávají. Protože člověk, který bude e-knihu hledat, tak nebude chodit speciálně na eReading. Bude na Kosmasu, protože ten je největší a zadá si tam tu knihu, kterou chce a když jí

tam nenajde, tak si jí prostě nekoupí a koupí si nějakou jinou. Takže určitě chceme mít naše e-knihy i na ostatních portálech, které je prodávají.

Napadá Vás k tomu ještě něco?

**Možná tedy ještě úplně na závěr – jestliže má být cílem mé bakalářské práce to, jestli nějakým způsobem ovlivňuje e-kniha tu sociální realitu kolem sebe, myšleno vás, lidi v nakladatelství, jestli si tedy myslíte, že na vás má nějaký dopad v tom smyslu, že jste se setkali s něčím úplně jiným a musíte podnikat úplně nové kroky a jestli jste se případně nějak inspirovali zahraničím, nebo odkud jste se vůbec naučili to know how.**

Určitě je to inspirace zahraničím. Myslím si, že tak to tady dělá asi úplně každý z České republiky, protože není odkud jinud čerpat a nikdo z nás si nemyslí, že jsme tady moudří spadli z nebe, takže samozřejmě to googlování a zjišťování co vlastně e-knihy všechno dokáží a jaké jsou, to děláme a určitě nás to ovlivňuje hodně. Protože zaprvé je to opravdu nová věc a člověk teprve musí zjistit, jak to funguje, co to vlastně ta e-kniha je. Mám samozřejmě kolegy v redakcích, kteří už čtečky mají třeba dva roky, když byl tehdy ten velký boom Kindlu, kdy ho hodně zlevnili a spousta lidí si ho nakoupila přes Amazon. Člověk to vídá cestou do práce v metru a tak dále, nicméně teprve potom začne pronikat do toho, jak to vlastně vzniká. Říkám, že teprve nedávno nám dával pan Lipert přednášku o těch formátech, takže teprve tehdy jsem vlastně (samozřejmě maličko) nakoukla do toho, jak to vlastně funguje a v čem se ten formát pro čtečku liší od pdfka a i to, jak jsou e-knihy chráněny nebo nechráněny proti pirátskému stažení. A to všechno jsou nové informace, které člověku rozšiřují nejen vědomosti, ale obecně nějaké to povědomí o tom světě a kam vlastně směřuje. A přímo v těch knížkách je to ohromná změna. My se s e-knihami samozřejmě na setkáváme veletrzích třeba ve Frankfurtu už pět let dozadu a vždycky to byl takový vzdálený přístup že už to existuje a kdo ví, kdy to přijde k nám... A teď už je to tady, musíme se s tím nějak vyrovnávat, musíme to začlenit do všech našich procesů ať už je to u schvalování knihy se rozhodnout, jestli bude elektronická nebo nebude, v jakém formátu. To všechno jsou nové věci, které vlastně nemáme ozkoušené. Rozhodovat se o něčem bez předchozí zkušenosti je trochu děsivé, protože to nemáme s čím porovnat, ale rozhodli jsme se ten krok do neznáma také udělat a myslím si, že nás to spoustu věcí může naučit a postupně to bude nějak krystalizovat. I ty strategie toho, jaké knihy jako

elektronické dělat a jaké ne. V tuhle chvíli z toho samozřejmě nikdo moc moudrý nejsme. Možná pan Lipert. I když pan Lipert samozřejmě razí teorii, že by všechny knížky měly být elektronické, protože je to nadšenec. Čemuž rozumím a je to super. Takže ano, určitě nás to ovlivňuje dost. A samozřejmě nám přibylo práce. Ale to s tím souvisí.

**Ještě mě teď napadlo, co bylo tím rozhodujícím krokem, že jste se rozhodli spojit s eReadingem? Nebo vůbec začít se hodně angažovat v e-knižkách?**

Co já vím, tak už rok nebo možná i déle zpátky se připravovalo, že vstoupíme na trh elektronických knih jako společnost Albatros Media. Jenomže ta jednání trvala relativně dlouho a zřejmě bylo ve hře i více firem. Nejsem na takové pozici, abych věděla, jaká rozhodování nebo jednání tam probíhala, nicméně jsme považovali za důležité (v tom se naprosto ztotožňuji s naším vedením) že ty e-knihy jsou a mají svoji budoucnost a je prostě potřeba je na trhu mít, protože je lidé hledají, ptají se po nich. Ne samozřejmě nějak masově, ale přicházejí dotazy, jestli budeme mít e-knihy. A dále samozřejmě i to, jak stoupají v zahraničí trhy s e-knihami, to všechno jsou impulsy, které Vám jasně ukazují, že je potřeba ty e-knihy mít a nezaspat dobu. A myslím si, že kdyby to přišlo ještě o půl roku dřív, bylo by to ještě lepší.

**A komunikujete teď nějak víc s tím zahraničím třeba co se týče například know how nebo když něco vyloženě nevíte a nestačí jen googlovat?**

Zatím jsem se nesečkala s tím, že bych potřebovala vyloženě s někým řešit něco ohledně elektronických knih. Na mé pozici, nebo na pozici redaktorů obecně, je vlastně pouze fáze dojednání práv třeba s tím zahraničím a k těm praktickým věcem se dostaneme až potom v kontrole těch formátů. Zatím tedy jediné, kdy jsme se s tím setkávali víc bylo, když jsme dělali nebo nabízeli pro nějakou knihu (nebo jsme k ní chtěli získat práva) a dělali jsme přípravný propagační plán té knihy, tak v tom už bylo samozřejmě zahrnuto, že knihu vydáme i jako ebook a že bude nabízena i v tom novém formátu. Ale nijak víc jsme to zatím nemuseli řešit. Nebo se nám zatím nestalo, že by nám někdy vyloženě chyběla určitá vědomost k nějakému jednání,.

## **Ještě možná úplně poslední věc. Nemáte ambice, abyste výrobu elektronických knih dělali vy tady, nebo to pro vás bude pořád dělat externě eReading?**

Tam je to otázka toho, jestli eReading tím, že v něm máme většinový podíl, s námi tzv. sfúzuje nebo ne. Ale myslím si, že to pro nás není takový rozdíl. Sice jsou teď samostatná firma, mají oddělené účetnictví a mají kanceláře v Nuslích a ne tady, ale spolupracujeme velmi úzce a konverze těch knih dělají jenom pro nás, nedělají to pro nikoho jiného. Takže oni jsou teď jakoby naší součástí, přestože nejsme jedna společnost a i do budoucna to tak určitě bude. Může se stát, že s námi sfúzují a budou úplně interně začlenění a možná taky ne. Záleží na tom, jak to naši finanční ředitelé spočítají – jestli je lepší ten outsourcing nebo ne.

### **4.2 Interpretace rozhovoru s expertem**

Během teoretické části se mi jako zásadní problém na trhu s e-knihami jevila právní ochrana elektronické verze tištěné knihy, kvůli které jsou s jejich vydáváním opatrní jak vydavatelé tak i samotní autoři. Proto mě velmi překvapilo, jak reflektuje získávání práv k e-knize šéfredaktorka Albatros Media, která v rozhovoru uvedla, že vyjednávání o poskytnutí práv zatím rozhodně jako problematické nevnímá, a že se v tomto směru doposud nesešla se špatnou zkušeností. Za jeden z důvodů pozitivního postoje autorů považuje skutečnost, že v současnosti konvertují primárně knihy, které vyšly už v tištěné podobě, a e-verze knihy představuje možnost, jak ještě navýšit zisky z prodeje, což zastiňuje i případné obavy z jejich nelegálního stahování. Vedle toho vidí jako druhou příčinu v tom, že je český trh s e-knihami stále na začátku a sami autoři s tímto novým médiem ještě nejsou zcela ztotožnění a přistupují k němu jako ke zkušebnímu prostředku, který (existuje-li už fyzická kniha) nemůže být markantně ztrátový.

V současnosti je situace taková, že v 90 % případů se nakladatelství rozhoduje, že bude vydána tištěná i elektronická verze současně. E-knihy nevnímají jako méně hodnotné médium než klasickou knihu a uvědomují si, že lidé je budou číst ve fyzické i elektronické verzi. Výjimku tvoří odborné knihy obsahující grafy nebo graficky náročné obrázky a knížky pro děti (například leporela) nebo výjimečné projekty světových autorů (jako v případě J. K. Rowlingové). V tomto případě shledávají taktickým krokem

na trh uvést nejprve tištěnou knihu a až po opadnutí prvotního zájmu ji nabídnout i jako e-knihu.

Předpokládá se, že se situace ve vydávání e-knih bude rychle rozšiřovat a v blízké době budou vydávány některé tituly pouze elektronicky (bez předchozí tištěné verze). To se týká hlavně literatury, u které je tištěná verze marginální, jako například u IT oborů.

Otázka získání práv k e-knize se tedy z pohledu experta v zásadě nijak neliší od vyjednávání práv ke klasické knize i z toho důvodu, že například v případě zahraniční (překladačové) literatury jsou ve smlouvě uvedeny tzv. subsidiary rights<sup>68</sup> (v případě českých knih tzv. podlicence), „*kteřá ošetřovala všechny další formáty knihy, které bychom chtěli udělat z té klasické. Většinou to byly audiokničky nebo třeba ty interaktivní nebo něco na ten způsob. Takové knihy měly ta procenta z prodeje samozřejmě daleko vyšší než ty klasické honorářové a z toho tedy vznikly i ty e-knihy, u kterých je navíc doporučená nižší než u klasické papírové, čímž se vyrovnává poměr procent - zatímco procenta za klasickou knihu jsou nižší, tak naopak z té elektronické jsou zase vyšší.*“ Alternativním způsobem, jak právně ošetřit výrobu e-knihy, je uzavření dvou smluv na jednu knihu, přičemž jedna smlouva se váže k výrobě klasické tištěné verze a druhá na formát e-knihy (např. nakladatelství Karolinum).

Po získání práv k e-knize musí tato verze následně projít stejnými redakčními úpravami jako kniha tištěná, jak už vyplynulo z teoretické části předkládané bakalářské práce.

V praxi to tedy znamená, že se na její výrobě podílí i stejní lidé: redaktor, korektor, grafik, typograf. Samotná konverze do speciálních formátů pro e-čtečky probíhá až po vytvoření konečného schváleného PDF formátu, který je zároveň takto připraven k tisku fyzické knihy. Jelikož konverze do používaných formátů e-knih vyžaduje speciální software a know how, nakladatelství Albatros Media tento proces „outsourcuje“, respektive ho pro něj zajišťuje společnost eReading (tzv. agregátor), která má k tomu potřebné vybavení, a ve které má Albatros Media momentálně většinový podíl.

Noví lidé v procesu výroby e-knihy přichází tedy právě až ve fázi konverze knihy, což dokládá jak paní Medková z Albatros Media, se kterou byl veden rozhovor, tak pan Lipert z eReading.cz na základě emailové korespondence.

---

<sup>68</sup> Práva k publikování tištěného originálu v jiných formách.

*„Redakční příprava té knížky je vlastně stejná jako u té tištěné knihy. Tam, kde přicházejí ti noví lidé, to jsou lidé z eReadingu, kteří dělají tu konverzi a kteří potom nabízejí tu knihu na tom svém portále. Takže to jsou ti noví lidé. Přiznám se, že nevím, jaké názvy pozic mají, ale do naší společnosti přibyla vlastně další společnost, takže to určitě není malá změna. I když eReading třeba čítá jenom pět zaměstnanců, tak i to je docela velký posun si myslím.“<sup>69</sup>*

*„eKniha má při výrobě naprostou většinu procesů totožnou s výrobou tištěného titulu. Resp. onen fakt, v jaké formě se titul bude distribuovat je již zcela na konci výrobního procesu. Všechny složky, jako je editor, korektor, grafik, dtp,..., jsou (tedy měly by být) zapojeny...v našem případě bych nehovořil o výrobě. Naše úloha je spíše ve zpětné konverzi. Máme tedy již literární dílo po všech zásazích korektorů, grafiků atd. a my následně převedeme (z tiskového PDF) knihu do formátu ePub.“<sup>70</sup>*

Následně je e-kniha vrácena po převedení do speciálních formátů (které probíhá externě ve společnosti eReading) opět k redaktorovi (do nakladatelství Albatros media), který musí překonvertovanou knihu zkontrolovat, jestli v ní nedošlo k chybám.

Zajímavé jsou z pohledu e-knihy jakožto nového média zejména oblasti marketingu a distribuce, které musí operovat s jinou formou knihy a adekvátně tomu s tím také zacházet.

Při marketingových strategiích berou marketéři v potaz cílovou skupinu uživatelů e-čteček (či jiného hardwaru umožňující zobrazení e-knih), kterou vymezují mezi dvanácti až třiceti lety, spíše než žánrovou cílovou skupinu. Vedle tohoto kritéria musí vycházet také z elektronické podstaty média a je proto zásadní uvažovat o nových a účinných marketingových kanálech, kterými je hlavně Internet nebo nové technologie umožňující propojení s používaným hardwarem, jako je například technologie QR kódů<sup>71</sup>.

V otázce distribuce má nakladatelství Albatros Media ambice jít cestou společnosti Amazon, která na svém e-shopu nabízí obě verze knih – jak tištěnou, tak

---

<sup>69</sup> Z rozhovoru s šéfredaktorkou Albatros Media, a. s. ze dne 3. 5. 2013.

<sup>70</sup> Z emailové korespondence s panem Martinem Lipertem ze dne 6. 5. 2013

<sup>71</sup> Technologie umožňující přes mobilní telefon nebo tablet rozšifrovat kód, který nejčastěji zobrazí internetový odkaz (promovaného předmětu). Využívá se hlavně v reklamních kampaních.

elektronickou – a do budoucna diverzifikovat distribuci na co nejvíce online obchodů s e-knihami a ne se omezovat pouze na e-shop společnosti eReading, kde aktuálně své e-knihy nabízí.

## 5. Závěr

Cílem předkládané bakalářské práce bylo zjistit, jestli má e-kniha, jakožto nové (digitální) médium, schopnost být hybatelem sociální reality kolem sebe v průběhu její výroby, má-li schopnost *agency*, se kterou operuje výzkumná technika *material culture* a ovlivňuje-li nějakým způsobem redakční kolektiv v nakladatelství, který se na její výrobě podílí.

Účelovým výběrem byla pro expertní rozhovor zvolena šéfredaktorka největšího nakladatelství na českém trhu Albatros Media. Za účelem zjištění cíle výzkumu jsem zmapovala celý výrobní proces e-knihy abych zjistila, jestli se ho účastní noví lidé, nové profese, nové pracovní návyky.

Na základě rozhovoru vedeného s expertkou a jeho následné interpretace vyšlo najevo, že e-kniha ovlivňuje strategie nakladatelství, které nyní u každé knihy zvažuje, zda je konkrétní kniha vhodná ke konverzi také do e-verze, protože ne všechny žánry jsou k tomu vhodné, jako například dětské obrázkové knížky nebo odborná literatura s grafy. Na druhou stranu je však literatura, se kterou se do budoucna počítá pouze jako s e-knihou, protože tištěná verze bude zbytečná (jedná se hlavně o příručky nebo publikace z oblasti informačních technologií).

V následném kroku samotné výroby e-knihy k žádným změnám oproti výrobě klasické knihy nedošlo až po fázi její konverze do speciálních formátů pro e-čtečky a její následnou distribuci. Je to z toho důvodu, že aby mohlo dojít k jejímu „vzniku“, musí předtím e-kniha projít naprosto shodným výrobním procesem jako v případě knihy klasické, a tudíž se na těchto procesech podílí i stejné profese (redaktor, korektor, grafik, DTP studio...), které nejsou žádným způsobem ovlivněné tím, v jaké formě bude kniha ve výsledku uvedena na trh. Jedinou novou fází (která však v případě zvoleného nakladatelství probíhá externě) je zmiňovaná konverze (převedení) dodaného „zakonzervovaného“ formátu PDF (který je ve stejné podobě zároveň určen k vytištění fyzické verze knihy) do formátů, které jsou určené pro e-čtečky. Tuto fázi konverze a následné distribuce e-knihy provádí tzv. agregátor, který konečnou e-knihu následně nabízí na svém e-shopu.

Zajímavé bylo sledovat to, jakým způsobem pracují s e-knihou lidé, kteří zajišťují její propagaci nebo prodej směrem ke koncovým zákazníkům. V tomto ohledu



totíž vyšlo z rozhovoru najevo, že se nové formě média musí přizpůsobit i nové formy jeho zacílení na odpovídající uživatelskou skupinu a tedy i jeho propagace a následné distribuce. Z pohledu experta vychází pracovníci z toho, že operují s digitálním médiem, které je nejlépe prodejné (jak v pravém slova smyslu, tak marketingově) ve virtuálním prostředí, tedy na Internetu.

Cílová skupina e-knih zde není vymezována primárně žánrově, ale věkově a to ve smyslu uživatelů e-čteček a dalšího hardwaru, který umožňuje zobrazení e-knih (tablety, smartphony, počítače, notebooky). Proto (a také z důvodu praktičnosti) je marketing zaměřen zejména na prostředí Internetu, případně je propojena reklama tištěná s novými technologiemi umožňující přístup přes plakát na okamžitý přístup k e-shopu s e-knihami (tzv. QR kódy).

Uchopíme-li tedy otázku, má-li e-kniha schopnost ovlivňovat sociální realitu z jiného než čistě výrobního procesu, zjistíme, že tento vliv spočívá v nových způsobech myšlení a strategií související s novou formou prodáváného (a propagovaného) média a rozšiřování si „obzorů“, možností a znalostí na trhu s e-knihami.

Tato práce byla od svého počátku zaměřena na perspektivu výroby a redakční skupiny e-knihy, než se dostane jako konečný produkt ke spotřebiteli – čtenáři. Na tomto místě se však čtenářské perspektivě práce nevyhne, protože je to právě tato část knižního řetězce, kterou e-kniha zásadně ovlivňuje z pohledu komfortnosti formy a využitelnosti e-knihy, čtecích návyků i z pohledu etického.

Hlavní cílovou skupinou e-knih jsou aktivní uživatelé moderních technologií, kteří mají už od narození přístup k Internetu (tzv. Generace Y nebo také internetová generace), pro které je charakteristické mnohem náročnější udržení konstantní koncentrace na jednolité tištěný text. Na druhou stranu jsou ale lépe schopni přepínat pozornost mezi jednotlivými informacemi a formami jejich zobrazení. E-kniha je pro ně pohodlnější, protože jim umožňuje rychle vyhledávat, odkazovat, poznámkovat a má mnohé další virtuální výhody, které jsou pro ně naprosto přirozené a nepostradatelné.

Nový elektronický formát klasické knihy měl vliv na své uživatele dále v tom, že se museli potýkat s novými technologickými i technickými problémy, jaké představovala kompatibilitnost formátů s různými e-čtečkami, prolomení ochrany DRM za jehož účelem vznikly nové softwary nebo byly vyvinuty programy na konverzi mezi jednotlivými formáty e-knih.

Velmi zajímavá (a problematická) je otázka nelegálního šíření e-knih (a jejich zabezpečení), které je uživateli chápáno jako omezování jejich svobody, protože by jako spotřebitelé měli mít nárok na to sami rozhodnout, jak s e-knihou naloží. Odvolávají se na to, že v dnešní době a s možnostmi Internetu je bezplatné šíření e-knih naprosto přirozeným jevem, nikoliv protiprávním jednáním.

E-kniha jakožto nové médium s sebou v tomto ohledu nese pocit menší míry morální odpovědnosti čtenářů za krádež (nelegální stahování) a porušování autorských práv v souvislosti s její nefyzickou formou. K odlišnému vnímání nehmotného a hmotného pirátství použil Lawrence Lessig trefnou analogii v případě pirátského stahování hudby, kde je problém zcela totožný: „„*Určitě byste nešli do Barnes&Noble a nevzali si knihu z regálu bez zaplacení; proč by to s online hudbou mělo být jiné?*“ (Barnes&Noble je velký americký knihkupecký řetězec – pozn. překl.) Rozdíl samozřejmě je, že když si vezmete knihu v Barnes&Noble, jedna kniha na prodej jim bude chybět. Oproti tomu, když si stáhnete nějakou MP3 ze sítě, žádné CD na prodej nechybí.“<sup>72</sup>

Na začátku mého šetření jsem vycházela z předpokladu, že je na e-knihu v současnosti nahlíženo jako na méně hodnotný doplněk tištěné knihy, a to z obou stran knižního řetězce, tedy jak nakladatelem, tak samotným spotřebitelem – čtenářem. Oba subjekty však toto nové médium vnímají jako samostatný druh média, který má velký potenciál a jeho příchod na knižní trh v podstatě reflektují v době digitalizace jako přirozený vývoj tradičního tištěného média.

Z výše uvedeného závěru je tedy zřejmé, že e-kniha je z podstaty své formy a možností skutečně hybatelem sociální reality ve větší míře však z pohledu jejích uživatelů než jejích tvůrců, kteří jí přizpůsobují své čtenářské návyky, technické a technologické znalosti a vnímání míry právní odpovědnosti za její krádež. S elektronickými zařízeními je cílová skupina e-čteček zvyklá pracovat dennodenně a neobejde se bez nich ve škole, v práci, doma, ani při cestování a ocení výhody, které e-kniha nepochybně má. Mnohokrát jsem se setkala s uživatelem e-čtečky, který ocenil především její rozměry a kapacitu s tím, že má konečně možnost si cestou do práce nebo do školy číst, jakou knihu zrovna chce. Může jich mít u sebe rozečtených několik, aniž by ho to na cestách jakkoliv omezovalo. Čtečky dále umožňují vkládat do textu poznámky a je-li navíc čtenář připojen na Internet, může využívat hypertextových

---

<sup>72</sup> LAWRENCE, L., *Svobodná kultura*, s. 45.

odkazů, vyhledávání a nebo si už přímo ze své čtečky koupit novou knihu, což muselo být dříve zprostředkováno přes počítač. Na rostoucí počet uživatelů e-čteček a poptávku po e-knihách reagují nakladatelé, kteří vstupují na trh s elektronickými knihami a začínají do formátů pro e-čtečky konvertovat i aktuální tituly tištěného knižního trhu, aby poptávku co nejvíce pokryli.

Je zřejmé, že se trh s e-knihami rozrůstá jak na straně poptávky i nabídky a bude zajímavé sledovat, jak se bude dále rozšiřovat s novými technologickými posuny.

## 6. Seznam použité literatury

APPADURAI, Arjun. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. 329 s. ISBN 0-521-35726-8.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.

KOPYTOFF, Igor. *The cultural biography of things: commoditization as process*. In Arjun APPADURAI: *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. 329 s. ISBN 0-521-35726-8.

KROBOT, Vít. *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*. Praha, 2010. 130 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví, Studium nových médií. Vedoucí práce: PhDr. Anna Stöcklová.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a web 2.0 : pro inženýrské studium na VŠE Praha*. Praha: Oeconomica, 2007. 118 s. ISBN 978-80-245-1272-3.

PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha: Příručka pro nakladatele*. Praha, Litomyšl: Ladislav Horáček – Paseka, 2003. 256 s. ISBN 80-7185-516-2.

RAITT, Dr. David. *Theme Issue : Electronic Books*. Bradford: Emerald Group Publishing Ltd, 2005. 151 s. eISBN 9781845442804.

STRAUSS, Anselm; CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. 196 s. ISBN 80-85834-60-X.

THOMPSON, John B. *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*. Cambridge, Malden: Polity Press, 2011. 468 s. ISBN 978-0-7456-3478-4.

## Elektronické zdroje:

Adobe.com [web site]. 2013 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <<http://get.adobe.com/cz/reader/>>.

*Albatros Media koupil většinu eReading.cz*. Albatros Media.cz [web site]. 8. 4. 2013 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.albatrosmedia.cz/albatros-media-koupil-vetsinu-ereadingcz.html>>.

AUJEZDSKÝ, Josef. Lupa.cz [online]. 10. 2. 2011 [cit. 2013-03-16]. *Elektronické knihy z pohledu právního*. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/elektronicke-knihy-z-pohledu-pravniho>>.

Bookz.cz [web site]. Dostupný z: <<http://www.bookz.cz/wordpress>>.

Creative Commons. cz [web site]. Dostupné z WWW: <<http://www.creativecommons.cz/>>.

ČERNÁ, Zuzana; ČERNÝ, Michal. Metodický portál RVP.CZ [online]. 12. 04. 2012 [cit. 2013-01-19]. *Historie Internetu*. Dostupné z WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/O/14791/HISTORIE-INTERNETU.html>>.

Digital Rights Management [online], poslední aktualizace 8. 3. 2013 v 21:48. [cit. 2013-03-17]. Wikipedie. Dostupné z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Digital\\_rights\\_management](http://cs.wikipedia.org/wiki/Digital_rights_management)>

DOČEKAL, Daniel. Bookz.cz [online]. 2. 3. 2011 [cit. 2013-05-10]. *Listina práv uživatelů elektronických knih*. Dostupné z WWW: <<http://www.bookz.cz/wordpress/2011/03/02/listina-prav-uzivatele-elektronickych-knih>>.

E-book. In Oxford Dictionaries Online [online]. Copyright © 2013 Oxford University Press. [cit. 2013-02-11] Dostupné z WWW: <<http://oxforddictionaries.com/definition/english/e-book>>.

E-book. In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 21.1.2003, last modified on 8. 2. 2013 [cit. 2013-02-11]. Dostupné z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/E-book>>.

GODSEN, Chris; MARSHALL, Yvonne. *The Cultural Biography of Objects. World Archeology* [online]. 1999, Vol. 31, No. 2. ISSN 1470-1375 [cit. 2013-02-05]. Dostupný z WWW: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/125055?uid=3737856&uid=2&uid=4&sid=21102014534763>.

Gutenberg.org [web site]. 2013 [cit. 2013-02-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.gutenberg.org>>.

HOSKINS, Janet. Agency, *Biography and Objects*. In: Christopher TILLEY; Webb KEANE; Susanne KUECHLER; Mike ROWLANDS; Patricia SPYER. *The Handbook of Material Culture*. London: SAGE Publications Ltd., 2006. 576 s. ISBN 1-4129-0039-5 [cit. 2013-02-05] Dostupný z WWW: [http://www.academia.edu/407619/Agency\\_Biography\\_and\\_Objects](http://www.academia.edu/407619/Agency_Biography_and_Objects).

CHENAIL, Ronald J. *Jak srovnat kvalitativní výzkum do latě*. In *Biograf* 15-16, 1998, s. 29-37. [cit. 2013-02-05] Dostupný z WWW: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wqn2WsK5524J:vasemoznosti.cz/image/data/doc/Chenail\\_Jak\\_srovnat\\_kvalitativni\\_vyzkum.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wqn2WsK5524J:vasemoznosti.cz/image/data/doc/Chenail_Jak_srovnat_kvalitativni_vyzkum.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz)>.

KIELBASA, Michal. Masters of Media [online]. 17. 10. 2010 [cit. 2013-10-05]. *E-books – The Black Market. Can We Stop It?*. Dostupné z WWW: <<http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2010/10/17/e-books-the-black-market-can-we-stop-it/>>.

KOTRBA, Štěpán. Britské listy [online]. 29. 1. 2004 [cit. 2013-02-02]. *Jaká budou „nová“ média a jací budou „noví“ lidé?*. Dostupné z WWW: <<http://blisty.cz/art/16745.html>>.

KRÁTKÝ, Robert. Abclinuxu.cz [online]. 19. 3. 2010 [cit. 2013-03-19]. *Elektronický inkoust, Amazon Kindle a Linux*. Dostupné z WWW: <<http://www.abclinuxu.cz/clanky/elektronicky-inkoust-amazon-kindle-a-linux>>.

KRČMÁŘ, Petr. Root. cz [online]. 14. 3. 2011 [cit. 2013-16-03]. *Martin Lipert: Kindle je největším zlem pro eknihy v Česku*. Dostupné z WWW: <<http://www.root.cz/clanky/martin-lipert-kindle-je-nejvetsim-zlem-pro-eknihy-v-cesku>>.

LEBERT, Marie. *A Short History of eBooks* [online]. NEF: University of Toronto, 2009 [cit. 2013-02-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.gutenberg.org/files/29801/29801-pdf.pdf>>.

LEBERT, Marie. *Project Gutenberg (1971-2008)* [online]. October 26, 2008 . [EBook 27045] s. 27. ISO-8859-1. [cit. 2013-02-25] Dostupný z WWW: <<http://www.gutenberg.org/ebooks/27046>>.

LESSIG, Lawrence. *Svobodná kultura*. [s. l.]: s.n., 2010. 228 s. [cit. 2013-02-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.svobodna-kultura.cz>>.

Lupa.cz [online]. 2013 [cit. 2013-01-13]. Dostupný z: <<http://www.lupa.cz>>.

*Ministerstvo kultury připravuje další novelu autorského zákona*. Lidovky.cz [online]. 30. 3. 2010 [cit. 2013-08-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.lidovky.cz/ministerstvo>>

[kultury-pripravuje-dalsi-novelu-autorskeho-zakona-p9s-/zpravy-domov.aspx?c=A100330\\_144029\\_In\\_domov\\_tsh](http://kultury-pripravuje-dalsi-novelu-autorskeho-zakona-p9s-/zpravy-domov.aspx?c=A100330_144029_In_domov_tsh)>.

NOVOTNÁ, H., *Úvod do společenskovedních metod, Kvalitativní strategie výzkumu* [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupný z WWW: <<http://moodle.fhs.cuni.cz/course/view.php?id=614>>.

ORAVOVÁ, Monika; FILIPOVÁ, Gabriela. *E-knihy aneb první pomoc pro začátečníky* [online]. Ostrava: Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě, 2012. 26 s. [cit. 2013-04-18]. ISBN 978-80-7054-138-8 (pdf). Dostupný z WWW: <[http://www.svkos.cz/data/xinha/docs/e\\_knihy/e\\_knihy\\_text\\_pdf.pdf](http://www.svkos.cz/data/xinha/docs/e_knihy/e_knihy_text_pdf.pdf)>.

*Prodeje čteček i e-knih v Česku nakoply prázdniny*. E15.cz [online]. 19.8.2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z WWW: <<http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/prodeje-ctecek-i-e-knih-v-cesku-nakoply-prazdniny-906261>>.

*Prodeje elektronických čteček i e-knih v ČR letos rychle rostou*. Finanční noviny.cz [online]. 19.08.2012 [cit. 2013-16-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.financninoviny.cz/zpravy/prodeje-elektronickyh-ctecek-i-e-knih-v-cr-letos-rychle-rostou/830050>>.

Root.cz [online]. 2013 [cit. 2013-02-11]. Dostupný z: <<http://www.root.cz>>.

TILLEY, Chris; WEBB KEANE; SESANNE KUECHLER; MIKE ROWLANDS; PATRICIA SPYER. *The Handbook of Material Culture*. London: SAGE Publications Ltd., 2006. 576 s. ISBN 1-4129-0039-5. [cit. 2013-02-05] Dostupný z WWW: [http://www.academia.edu/407619/Agency\\_Biography\\_and\\_Objects](http://www.academia.edu/407619/Agency_Biography_and_Objects).

VASSILIOU, Magda; ROWLEY, Jennifer. *Progressing the definition of "e-book"*. *Library Hi Tech* [online]. 2008, Vol. 26, No. 3. ISSN: 0737-8831 [cit. 2013-02-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1745069>>.

WEXELBAUM, Rachel S.; MILTENOFF, Plamen; PARAULT, Susan J. *Ebooks and reading comprehension: Perspectives of Librarians and Educators*. *Bibliosphere*



[online]. 2011., No. 14. [cit. 2013-01-23]. Dostupný z  
WWW: <<http://bibliosphere.eu/?p=238>>.

*Zpráva o českém knižním trhu 2011/2012*, Svaz českých knihkupců a nakladatelů:  
SČKN, 2012 [online]. [cit. 2013-02-23]. Dostupný z:  
<<http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-847.pdf>>.