

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**ÚSTAV INFORMAČNÍCH STUDIÍ A KNIHOVNICTVÍ**

**M i l o s l a v a V á ň o v á**

**Vývoj knižních trhů s důrazem na vývoj internetu včetně konceptu e-book  
(vztah nakladatel – knižní distributor – knihkupectví)**

**The book market development with an emphasis on the internet development  
including the concept of an e-book  
(relationship of a publisher – book distributor – bookseller)**

**Disertační práce**

**Školitel - Doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D.**

**Praha 2014**

## **Poděkování**

*Ráda bych poděkovala mému školiteli Richardu Papíkovi za jeho podporu a řadu cenných rad při psaní této práce. Moje poděkování patří také Martinu Hanákovi z Akademické knihovny Jihočeské univerzity, který mi umožnil nahlédnout do problematiky zavádění českých elektronických knih z pohledu své knihovnické praxe a trpělivě zodpovídal řadu mých dotazů. Nemohu opomenout ani Jiřího Pavlíka z Ústavu výpočetní techniky Univerzity Karlovy, který byl mým poradcem při realizaci dotazníkového šetření tak, aby jeho struktura a nastavení, a tím i vyhodnocená data, přinesla nové poznatky z aktuálního stavu zavádění českých e-knih do knihoven.*

*Můj dík patří také mému manželovi a mé dceři Ester, kteří mě intenzivně podporovali po celou dobu psaní této práce.*

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem disertační práci napsala samostatně s využitím pouze uvedených a řádně citovaných pramenů a literatury a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 28. března 2014

.....

Podpis

## **Abstrakt**

Disertační práce je věnována proměnám knižního trhu, které se odehrávají po nástupu internetu mezi subjekty knižního trhu, knihovnami a konečnými spotřebiteli informací (čtenáři, uživateli knihoven). Rozvoj internetu přinesl poptávku po hledání nových obchodních modelů a možnostech spolupráce. Elektronické publikování, které se s dostupností internetu začalo prosazovat, bylo startovacím faktorem pro rozvoj elektronických knih. Práce je koncipována s ohledem na role jednotlivých subjektů knižního trhu tj. nakladatele a prodejce (distributora, knihkupece, digitální platformy) a knihovny při tvorbě, prodeji a zpřístupnění knih s důrazem na knihy elektronické. Po vymezení používaných termínů, zejména různých přístupů k definici „e-knihy“, a představení historie tištěné a elektronické knihy, následuje kapitola prezentující hardwarová zařízení a softwarové programy umožňující četbu e-knih. Třetí kapitola představuje roli nakladatele v procesu publikování tištěných a elektronických knih. Cílem je poukázat na odlišné postupy při zpracování tištěného a elektronického textu, vč. možností self-publishingu, který klade nové možnosti publikování přímo do rukou autora. Čtvrtá kapitola přibližuje možnosti distribuce a prodeje tištěných a zejména elektronických knih a zároveň specifikuje nový subjekt, který se díky fenoménu e-knihy na knižním trhu objevil, a sice digitální platformu. Pátá kapitola představuje roli knihoven se zaměřením na akviziční politiku v případě e-knih a uchování digitálního kulturního dědictví. Poslední kapitola práce se zaměřuje na výsledky získané v rámci dotazníkového šetření věnovaného zavádění výpůjček českých e-knih do knihoven ve spolupráci s digitálními platformami. Součástí práce je také návrh nového modelu multilicencí a výpočet ceny jedné e-výpůjčky.

## **Klíčová slova**

e-kniha, tištěná kniha, e-výpůjčky, elektronické publikování, digitální publikování, nakladatel, knižní distributor, knihkupec, digitální platforma, knihovna, knižní trh, obchodní model, internet, softwarové čtečky e-knih, hardwarové čtečky e-knih, e-knižní formáty, self-publishing

## **Abstract**

The thesis is dedicated to the changes of the book market between its entities, libraries and final consumer of information (readers, library users) after the arrival of the internet. Development of the internet has brought searching of the new business models and opportunities for cooperation. Electronic publishing that, along with the internet availability, commenced to raise is the starting factor for the development of electronic books. The thesis outlines the roles of individual entities of the book market, i.e. publisher and seller (distributor, book-seller and digital platform) and libraries during the production, sale and accessing books with the focus on electronic books. After description of used terminology, especially different approaches to the definition of “an e-book”, the next chapter presents hardware devices and software programs that enable reading e-books. The third chapter introduces the role of a publisher in the process of publishing printed and electronic e-books. The aim of the chapter is to highlight different strategies of processing the printed and electronic text, incl. possibilities of self-publishing which gives new possibilities to the author’s hands. The fourth chapter describes distribution and sale of printed and mainly electronic books and also defines the new entity of the book market, “digital platform”. The fifth chapter introduces the role of libraries with an emphasis on acquisition policy of e-books and preservation of digital culture heritage. The last chapter focuses on the results obtained from the questionnaire that is dedicated to introducing Czech e-books in the libraries in the cooperation with digital platforms. In the chapter, there is a proposal of a new multi-license model and price calculation of one library e-loan.

## **Keywords**

e-book, print book, e-lending, electronic publishing, digital publishing, publisher, book distributor, bookseller, digital platform, library, book market, business model, internet, e-book reader hardware, e-book reader software, e-book formats, self-publishing

# Obsah

Předmluva.....	I
Seznam obrázků .....	11
Seznam tabulek .....	12
Seznam grafů.....	13
Seznam použitých zkratk.....	14
Úvod.....	16
1 Vývoj knižního trhu v závislosti na vývoji internetu .....	16
1.1 Historický vývoj knihy rukopisné .....	24
1.2 Definice pojmu kniha tištěná.....	24
1.3 Historie a současnost knihy tištěné.....	28
1.4 Definice pojmu kniha elektronická.....	32
1.5 Historie a současnost knihy elektronické .....	34
1.6 Stručný přehled vývoje e-knih v ČR .....	42
1.7 Srovnání knihy elektronické s knihou tištěnou.....	45
1.8 Specifikace digitálního vlastnictví.....	50
1.9 Dílčí závěry k 1. kapitole.....	53
2 Čtečky elektronických knih.....	53
2.1 Hardwarové čtečky e-knih.....	54
2.1.1 Specializované čtečky elektronických knih (e-ink readers).....	56
2.1.2 Tablety (nejuniverzálnější čtecí zařízení).....	58
2.1.3 Chytré mobilní telefony .....	58
2.1.4 Počítače a notebooky.....	59
2.2 Softwarové čtečky e-knih .....	60
2.2.1 Programy vhodné pro čtení e-knih z obrazovky počítače .....	60
2.2.2 Program Calibre .....	63

2.3	Formáty e-knih .....	65
2.3.1	Přehled formátů e-knih .....	66
2.4	Kompatibilita hardwarových čteček a dostupných formátů .....	74
2.5	Ochrana e-knih pomocí DRM .....	78
2.6	Dílčí závěry ke 2. kapitole .....	81
3	Role nakladatele na knižním trhu .....	82
3.1	Činnosti nakladatele v procesu publikování (elektronických) knih .....	86
3.1.1	Akvizice rukopisů a autorskoprávní agenda .....	88
3.1.2	Redakční práce .....	91
3.1.3	Výroba knihy .....	93
3.1.3.1	Výroba tištěné knihy .....	94
3.1.3.2	Výroba elektronické knihy .....	99
3.1.3.3	Přidělení čísla ISBN nakladatelem .....	104
3.1.3.4	Rozeslání pěti povinných výtisků neperiodických publikací .....	106
3.1.3.5	Splnění nabídkové povinnosti .....	108
3.1.3.6	Rozeslání autorských výtisků .....	108
3.1.4	Marketingová příprava a propagace titulů .....	109
3.1.5	Prodej (elektronické) knihy nakladatelem .....	112
3.1.6	Skladování (elektronických) knih .....	114
3.2	Publikování typu self-organizing a self-publishing .....	117
3.3	Creative Commons .....	120
3.4	Obchodní modely nakladatelů .....	122
3.4.1	Modely otevřeného přístupu (Open Access Models) .....	122
3.4.2	Specifika komerčních a vysokoškolských/univerzitních nakladatelství .....	123
3.5	Náklady na vydání e-knihy .....	126
3.6	Dílčí závěry k 3. kapitole .....	132
4	Role prodejce na knižním trhu .....	133
4.1	Charakteristika elektronického podnikání a elektronického obchodování .....	135

4.2	Modely elektronického obchodování .....	139
4.2.1	Business to Business (B2B) .....	140
4.2.2	Business to Consumer (B2C) .....	144
4.3	Obchodní modely pro online transakce podle Harrisové .....	148
4.4	Vymezení pojmů distributor, knihkupec, digitální platforma .....	152
4.5	Distributoři (velkoobchod) .....	155
4.6	Knihkupci (maloobchod) .....	159
4.6.1	Internetová knihkupectví (české knihy) .....	160
4.6.2	Kosmas .....	161
4.7	Digitální platformy s českým obsahem .....	164
4.7.1	Palmknihy.cz .....	165
4.7.2	eReading.cz .....	167
4.7.3	Wooky .....	169
4.7.4	Statistika prodejů českých prodejců e-knih .....	172
4.7.5	iBookstore (Apple) a kauza agenturního modelu .....	174
4.8	Díličí závěry k 4. kapitole .....	177
5	Role knihoven na knižním trhu .....	178
5.1	Spolupráce knihoven s nakladateli a prodejci .....	180
5.2	Modely půjčování e-knih .....	185
5.3	Nabídka českých e-knih do knihoven .....	187
5.4	Zpřístupňování elektronických dokumentů ve vybraných knihovnách (Česká republika, zahraničí) .....	190
5.4.1	Britská knihovna .....	190
5.4.2	Městská knihovna v Praze .....	191
5.4.3	Akademická knihovna Jihočeské univerzity .....	194
5.4.4	Centrum informačních a knihovnických služeb Vysoké školy ekonomické v Praze .....	197
5.5	Uchování digitálního dědictví .....	200



5.6	Dílčí závěry k 5. kapitole.....	202
6	Zavádění výpůjček českých e-knih do knihoven – realizovaný výzkum a návrh nového modelu .....	203
6.1	Použité výzkumné metody.....	204
6.2	Stanovení hypotéz dotazníkového šetření .....	208
6.3	Zpracování výsledků dotazníkového šetření „Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna, Wooky, Publero a dalších do knihoven“ .....	209
6.4	Zhodnocení hypotéz dotazníkového šetření .....	218
6.5	Určení další fáze výzkumu – rozbor platformy eReading.....	220
6.6	Modely platformy eReading .....	222
6.6.1	Model A - model multilicencí .....	222
6.6.2	Model B – model e-výpůjček .....	227
6.7	Problémové okruhy současných modelů .....	230
6.8	Specifikace vstupních údajů pro návrh nového modelu .....	232
6.9	Návrh nového modelu multilicencí .....	233
6.10	Závěrečné zhodnocení návrhu modelu a jeho přínosy .....	237
7	Závěr.....	241
	Použité informační zdroje .....	246
	Seznam příloh.....	261

## PŘEDMLUVA

V rámci svého magisterského studia na *Ústavu informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze* (dále pouze jen jako *ÚISK*) jsem se věnovala problematice elektronického obchodování s tištěnými, zvukovými a zvukově-obrazovými dokumenty. Moje diplomová práce publikovaná v roce 2002 tuto problematiku rozšířila o výzkum provedený mezi knihovnami České republiky, díky mé účasti na studijním pobytu na *Universität des Saarlandes* v rámci oboru *Informationswissenschaft* pak také mezi knihovnami Německé spolkové republiky. Následně moje práce rigorózní publikovaná v roce 2005 výše uvedené téma aktualizovala a přinesla nové dotazníkové šetření se závěrečným porovnáním výsledků šetření z roku 2002. V dotazníkových šetřeních byla mj. zkoumána míra využití internetu, resp. internetových knihkupectví při nákupech literatury do knihovních fondů. V souvislosti s porovnáváním posunu ve vývoji dnes zkoumané problematiky mě v těchto výsledcích zaujala otázka nejnavštěvovanějšího knihkupectví. V roce 2002, ale i v roce 2005 toto prvenství získalo internetové knihkupectví *Kosmas*. Po více než osmi letech jsem si znovu ověřila, že firma *Kosmas* se udržela na první pozici v žebříčku nejnavštěvovanějších internetových knihkupectví i v roce 2013 (viz Pistorius 2013, s. 18). V době všeobecné dostupnosti internetu a téměř živelného rozvoje informačních a komunikačních technologií, kdy dochází také k podstatným proměnám knižního trhu, se toto neměnné prvenství zdá být jedním z mála faktorů, které čas neovlivnil.

V rámci svého doktorského studia jsem od tématu obchodování s tištěnými dokumenty pokročila ke zkoumání fenoménu elektronických knih. Zatímco v letech 2002 a 2005, kdy jsem realizovala svou práci diplomovou a rigorózní, bylo možné elektronické knihy ještě přehlédnout, neboť trh s e-knihami se v ČR plně profesionalizoval až v roce 2010, o devět let později už by nezařazení e-knih v rámci zkoumání problematiky knižního trhu nebylo přijatelné. Elektronické knihy totiž změnily a stále mění obchodní modely, přístupy k zákazníkům, knihovní služby, ale v neposlední řadě přinášejí řadu diskusí o tom, co ještě lze za elektronickou knihu považovat a co už by mělo být spíše nazýváno aplikací či softwarem.

Mé několikaleté zkoumání knižních trhů doprovázela řada souvisejících aktivit. Byla jimi moje účast v zahraničních studijních programech, účast na seminářích, absolvované konzultace a rozhovory s odborníky na problematiku elektronických knih, knihoven a knižních trhů. Z výše uvedeného bych ráda zmínila studijní pobyt v letech 2008 až 2009 na *University College of Borås* v rámci *Swedish School of Library and Information Science*, kde jsem se svou švédskou školitelkou *Elenou Macevičiūtė* precizovala téma autorsko-nakladatelských vztahů v procesu elektronického publikování. Obohacující pro mě byla účast na řadě knihovnických seminářů, kde byla prezentována aktuální témata související s penetrací elektronických knih mezi čtenářskou obec (veřejnost, studenty, vědce) a pilotní projekty knihoven, jež se na stávající situaci snaží reagovat. Zmínit mohu například nedávno konané semináře *Národní technické knihovny* E-knihy 1, E-knihy 2 a E-knihy 3, které mi přinesly řadu užitečných kontaktů. Absolvovala jsem rozhovor s *Martinem Lipertem*, spoluzakladatelem platformy *eReading*, jež byla v rámci mého dotazníkového šetření z 1. čtvrtletí tohoto roku zvolena knihovnami za nejvíce využívanou digitální platformu při zavádění e-výpůjček českých elektronických knih.

Základním stavebním kamenem předkládané disertační práce je zkoumání a definování rolí jednotlivých subjektů knižního trhu (nakladatele – knižního distributora – knihkupectví) ve vztahu k fenoménu e-knih. V souladu s aktuálními poznatky na trhu s e-knihami jsem do zkoumané problematiky zařadila také prodejce pouze elektronických knih a pro účely této práce definovala pojem „*digitální platforma*“. Právě digitální platforma, knižní distributor a (internetový) knihkupec spadají do kategorie prodejců knih. Pomoc při definování pojmu „*digitální platforma*“ stejně jako řadu jiných podnětů k práci mi poskytl *Jiří Pavlík* z *Ústavu výpočetní techniky Univerzity Karlovy*, který dlouhodobě sleduje vývoj elektronických knih v ČR i zahraničí, a je také poradcem řady knihoven, jimž pomáhá s implementací e-knih.

Elektronické knihy neovlivnily pouze doposud zažitá schémata prodejců knih, avšak rozšířily i nabídku knihovnických služeb. Také z tohoto důvodu jsem do zkoumané problematiky zařadila knihovny. Ty se totiž právě v souvislosti s e-knihami stávají zajímavým partnerem pro subjekty knižního trhu. Knihovny, nakladatelé a prodejci však stále hledají vhodný model vzájemné spolupráce.

Návrh nového modelu multilicencí, jenž je hlavním výstupem této práce, jsem konzultovala s dalším odborníkem, který mi významně pomohl s orientací ve složité

problematice e-výpůjček a nabídek digitálních platforem knihovnám, *Martinem Hanákem z Akademické knihovny Jihočeské univerzity*. Martin Hanák je odpovědný za správu knihovního systému a od roku 2011 se podílí na snahách zpřístupnit české e-knihy v knihovnách. Od roku 2012 koordinuje akvizici e-knih od společnosti *eReading* a od roku 2013 participuje na utváření modelů použití e-knih od platformy *Flexibooks* ve větších knihovnách.

Pro ověřování teoretických informací, tam kde to bylo účelné, jsem dotazovala i další odborníky, jako šéfredaktora již nevydávaného časopisu *Grand Biblio* a bývalého tajemníka *Svazu českých knihkupců a nakladatelů Jaroslava Císaře*, který doplnil aktuální fakta a svůj pohled na velkodistribuci českého knižního trhu. Konzultace probíhaly také s pracovníky knihoven, které již implementovaly službu zpřístupnění českých e-knih přes některou z vybraných „*digitálních platforem*“. Příloha číslo 5 prezentuje názory těchto osob na uvedenou problematiku.

Naopak v některých případech bylo těžké informace získávat – např. konkrétní podmínky nakladatelů či digitálních platforem na zpřístupnění e-knih v knihovnách v rámci knihovních sublicencí – anebo pokud se takovou informací podařilo získat, nebylo možné ji z titulu neveřejně uzavíraných smluv dále prezentovat. Přesto mi však i tyto informace pomáhaly k celkovému pochopení souvislostí.

Domnívám se, že málokteré „*knihovnické*“ téma je tak aktuální jako elektronická kniha, která má mimo jiné vliv na přeskupování sil jednotlivých článků publikačního řetězce. Sledovat a zkoumat pozici autora, nakladatele, prodejce, knihovny a čtenáře (zákazníka) na měnícím se knižním trhu bylo fascinujícím pátráním, které mi otevíralo stále nové dveře. Jelikož však smyslem tohoto pátrání bylo sepsání kompaktní vědecké publikace na předem stanovené téma, čekají některé z těchto dveří na své další objevitele.

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Mapa internetu .....	20
Obrázek 2 Subjekty knižního trhu jako součást informačního systému v širším slova smyslu .....	22
Obrázek 3 Tiskárna z počátku knihtisku s tiskovým lisem se svislým vřetenem, ruční navalování barvy balíky. V pozadí sazeč při sazbě z písmovky .....	29
Obrázek 4 První čtečka s barevným e-inkem společnosti Pocketbook, uvedena na trh v červnu 2013 .....	57
Obrázek 5 FBReader program.....	60
Obrázek 6 Kindle for PC .....	61
Obrázek 7 KooBits 4.0 .....	62
Obrázek 8 Mobipocket Reader.....	62
Obrázek 9 Činnosti nakladatele v procesu publikování (tištěné) knihy .....	86
Obrázek 10 Role autora v procesu publikování tištěných a elektronických knih .....	89
Obrázek 11 Tištěné versus elektronické publikování .....	94
Obrázek 12 Části tištěné knihy.....	98
Obrázek 13 Výroba elektronické knihy digitalizováním tištěné předlohy.....	102
Obrázek 14 Schéma vztahu mezi pojmy elektronické podnikání, elektronický obchod a internetový obchod .....	138
Obrázek 15 Schéma internetového obchodu dle vzájemně komunikujících subjektů .....	140
Obrázek 16 Obchodování B2B subjektů knižního trhu se zapojením knihovny ....	143
Obrázek 17 Model obchodní strategie založený na udržitelnosti značky firmy .....	144
Obrázek 18 B2C model subjektů knižního trhu se zapojením knihovny. Čtenář v roli konečného spotřebitele.....	147
Obrázek 19 Spolupráce nakladatelů a knihoven v rámci projektu E-knihy do každé knihovny .....	193
Obrázek 20 Modelový příklad ceny nakoupené e-knihy s neomezeným přístupem pro uživatele knihovny (cena rozdělená mezi 5 knihoven a splatná po dobu 5 let)	198
Obrázek 21 Fáze kvalitativního výzkumu.....	206
Obrázek 22 Funkční náskres modelu A platformy eReading .....	225
Obrázek 23 Návrh nového modelu multilicencí .....	233

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Stručný historický přehled celosvětového vývoje e-knih. ....	37
Tabulka 2	Specifikace rozdílných interakcí při práci s tištěným a elektronickým textem .....	47
Tabulka 3	Nejrozšířenější současné e-knižní formáty .....	67
Tabulka 4	Kompatibilita formátů e-knih dle koncového hardwarového zařízení.....	77
Tabulka 5	Počty prodaných knih za roky 2011, 2012, 2013.....	113
Tabulka 6	Typy CC licencí platné v ČR .....	120
Tabulka 7	Náklady na separátní vydání elektronické a tištěné knihy .....	129
Tabulka 8	Náklady na vydání elektronické knihy, která je variantou k již vydané knize tištěné.....	130
Tabulka 9	Průzkum cen elektronických knih u vybraných titulů provedený dne 16. 2. 2014 .....	131
Tabulka 10	Všeobecná knižní distribuce na českém trhu .....	156
Tabulka 11	Nejnavštěvovanější internetová knihkupectví v ČR v roce 2013 .....	160
Tabulka 12	Odhad počtu prodaných e-knih v letech 2011-2014 .....	165
Tabulka 13	System individuálních e-výpůjček na platformě eReading.....	168
Tabulka 14	Srovnání digitálních platforem Palmknihy, Wooky, eReading – stav k roku 2013.....	172
Tabulka 15	Typy licencí při nákupu e-knih do knihoven .....	188
Tabulka 16	Nabídka absenčních e-výpůjček českých knih komerčními poskytovateli .....	189
Tabulka 17	Metody kvantitativního a kvalitativního výzkumu .....	204
Tabulka 18	Výhody a nevýhody Modelu A platformy eReading .....	224
Tabulka 19	Výhody a nevýhody Modelu B platformy eReading .....	228
Tabulka 20	Vstupní údaje pro realizaci návrhu nového modelu .....	234
Tabulka 21	Přínosy navrhovaného modelu multilicencí vzhledem k uvedeným problematickým okruhům modelu A .....	237

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Počet vydaných titulů v ČR v roce 2012 .....	43
Graf 2 Prodej e-knih 2011-2013 v porovnání k celkovému finančnímu objemu českého knižního trhu.....	44
Graf 3 Počty prodaných e-knih za roky 2011- 2013 .....	113
Graf 4 Náklady na modelovou tištěnou a elektronickou knihu.....	129
Graf 5 Prodeje elektronických knih firmy Kosmas v letech 2011-2013.....	162
Graf 6 Odhad počtu prodaných e-knih v letech 2011 -2014.....	165
Graf 7 Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy Palmknihy.....	167
Graf 8 Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy eReading.....	169
Graf 9 Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy Wooky .....	171
Graf 10 Celkové prodeje e-knih nejvýznamnějších českých prodejců za léta 2011 až 2013 .....	173
Graf 11 návratnost dotazníků v průzkumu mezi knihovnami .....	209
Graf 12 Skladba podílových cen za platbu e-knih (navržený model) .....	235

## SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

ADE	Adobe Digital Edition
AK JU	Akademická knihovna Jihočeské univerzity
CC	Creative Commons
CIKS	Centrum informačních a knihovnických služeb
ČNB	Česká národní bibliografie
ČVUT	České vysoké učení technické
DBF	Digital Book Format
DMCA	Digital Millennium Copy Right Act
DPT	Desktop Publishing
DRM	Digital Right Management
EIZ	Elektronické informační zdroje
FRESS	File Retrieval and Editing System
HES	Hypertext Editing System
ICT	Information and Communication Technology
IFLA	International Federation of Library Associations
IP	Intellectual Property
JIB	Jednotná informační brána
KISK	Kabinet informačních studií a knihovnictví
KTDIV	Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy
MK ČR	Ministerstvo kultury České republiky
MKP	Městská knihovna v Praze
NAKI	Program aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity



NDLP	National Digital Library Program
NK ČR	Národní knihovna České republiky
NLS	oN-Line System
NTK	Národní technická knihovna
OA	Open Access
OCR	Optical Character Recognition
OS	Operační systém
OEBPS	Open eBook Publication Structure
PC	Personal Computer
PDA	Patron Drive Acquisition
PG	Project Gutenberg
PLR	Public Lending Right
PR	Public Relation
R&D	Research&Development
Retail Ops	Retail Operation Management
SČKN	Svaz českých knihovníků a nakladatelů
SGML	Standard Generalized Markup Language
SRI	Stanford Research Institute
TFT	Thin Film Transistor
URI	Uniform Resource Identifier
URL	Uniform Resource Locator
ÚISK	Ústav informačních studií a knihovnictví
VAN	Value Added Network
VISK	Veřejné informační služby knihoven
VMI	Vendor Managed Inventory

# ÚVOD

Současný knižní trh je více než kdy dříve závislý na dostupnosti internetu ve společnosti a rozvoji ICT. Technologický rozvoj umožnil nejdříve vznik a posléze i široké a stále rostoucí zastoupení e-knih mezi čtenáři. Situace českého knižního trhu odráží specifika trhů tzv. malých jazyků – velikostí trhu je limitována nabídka i spotřeba knih. Knižní trh totiž překračuje hranice jazykových oblastí jen velmi obtížně, což u většiny ostatních trhů neplatí.

Knižní trh lze definovat z pohledu subjektů knižního trhu, kam patří nakladatel, knižní distributor, knihkupec a též v rámci této práce nově definovaná digitální platforma. Subjekty knižního trhu spolu s knihovnami tvoří systém zprostředkování informací a společně se systémem vytváření informací (autor) a systémem využívání informací (uživatel, čtenář) jsou součástí teorie informačního systému v širším slova smyslu (Königová 2001, s. 4). Tato disertační práce zkoumá role subjektů knižního trhu a role knihoven v procesu publikování, obchodování a zpřístupňování knih s cílem zmapovat odlišnost těchto rolí v souvislosti s knihami elektronickými. Uvedená problematika zachycuje zejména tato témata:

- knižní trh a informační společnost,
- kniha tištěná, kniha elektronická (vývoj, definice),
- digitální vlastnictví,
- softwarové čtečky e-knih (*ebook reader software*), hardwarové čtečky e-knih (*e-book reader hardware*), e-knižní formáty,
- výroba tištěné knihy, produkce elektronické knihy (*e-book production*) nakladatelem,
- *self-organizing* (autor si vydávání, popř. další činnosti spojené s vydáním knihy, organizuje sám nikoliv v zastoupení nakladatele), *self-publishing* (vydání knihy samotným autorem, nikoliv tradičně třetí stranou, tzn. nakladatelem),
- obchodní modely nakladatelů, obchodní modely prodejců knih,
- ochrana e-knih pomocí sociálního DRM a „tvrdého“ DRM,
- náklady na vznik elektronické knihy,
- elektronické podnikání (*e-business*), elektronické obchodování (*e-commerce*),

- digitální platformy s českým obsahem,
- statistiky prodeje českých e-knih,
- současné modely zavádění e-výpůjček českých e-knih v knihovnách,
- model multilicencí, model e-výpůjček.

Všechna uvedená témata na sebe vzájemně navazují a tvoří logickou souslednost. Úvodní definování různých typů e-knih, kam patří textová (*text-only eBook*), multimediální (*multimedia eBook*) či rozšířená e-kniha (*enhanced eBook*) – která je některými teoretiky nazývána „*aplikace*“ či „*software*“ - odráží další činnosti subjektů knižního trhu i knihoven. Typ e-knihy má vliv na skladbu nákladů a konečnou cenu e-knihy stejně, jako má vliv na volbu relevantního čtecího zařízení (např. pro čtečky je vhodná souvislá strukturovaná próza či poezie bez detailních technických ilustrací). Uvážíme-li, že rané e-knihy byly většinou psány pro omezený počet uživatelů (jednalo se zpravidla o různé příručky pro hardware a jiné spíše technicky zaměřené publikace), přišly s rozvojem a všeobecnou dostupností internetu možnosti snadné distribuce e-knih a dále s vývojem uživatelsky přívětivých koncových čtecích zařízení vzrůstala i obliba četby elektronických textů. E-knihy se pro některé čtenáře staly žádanou a respektovanou alternativou právě až díky masovému nástupu čteček s elektronickým inkoustem.

Rozvoj knižního trhu je odrazem vývoje společnosti. Vývoj knihy tištěné a následně i knihy elektronické stejně jako mění se role subjektů knižního trhu a knihoven v procesu elektronického publikování přibližuje tato disertační práce.

# 1 VÝVOJ KNIŽNÍHO TRHU V ZÁVISLOSTI NA VÝVOJI INTERNETU

*Mnoho knih neučiní nás učenými, ani mnohé čtení; ale dobré knihy dobře čísti učeným činí.*

*Martin Luther*

Vývoj knižního trhu úzce souvisí s rozvojem informační společnosti, která definuje situaci současného lidstva v kontextu vývoje informace. Koncepce informační společnosti je založena na roli těch sektorů ekonomiky, které pracují s informacemi a zároveň k práci používají vyspělou technologii. Patří sem nejen výzkum, vývoj a vzdělávání, ale také veškerá komunikace přenášející informace mezi lidmi, veškeré zpracování informací a také tvůrčí práce vytvářející informaci v širokém smyslu, jako jsou umělecké obory, zábava a mediální aktivity (Musil 2011). Do oblasti systematického studia ekonomického přínosu informací – zahájeného F. Machlupem ve 30. letech 20. století v USA – patří studium ekonomických přínosů v sektorech:

- výzkum a vývoj,
- vzdělávání všech stupňů,
- komunikace včetně produkce a činnosti všech médií (knihy, periodický tisk, rozhlas, později i televize) a umělecké a zábavné produkce všeho druhu,
- telekomunikace,
- výpočetní technika a technika zpracování dat,
- veškeré informační služby (knihovny a další informační centra) a ty části zdravotních služeb a služeb vládního, právního a legislativního systému, které závisí na informacích (Machlup 1962).

Toto konkrétní vymezení následně umožnilo prakticky kvantifikovat přínos výše zmíněných sektorů k celkovému hrubému národnímu produktu. V současné informační společnosti se právě práce s informacemi jeví jako (ekonomicky) efektivnější než tradiční práce s hmotným materiálem. Tento přístup lze aplikovat a blíže studovat i na vývoji knižního trhu. Tato kapitola se však podrobně nezabývá ekonomickými aspekty knižního trhu, ale sleduje širší historické, společenské a uživatelské souvislosti vývoje knihy.

Vývoj informační společnosti definovaný i z pohledu vývoje knihy (knižního segmentu) je dynamický proces a klade čím dál vyšší nároky na efektivní práci s informacemi. S jejich rostoucím množstvím je stále obtížnější jejich vyhledávání, filtrování, zpracování, analýza i archivace. Lidé potřebují mít k informacím neustálý a neomezený přístup. Výměna informací tvoří hybnou sílu postmoderního světa, naší kultury, hospodářství a života každého z nás (Černý et al. 2013). Informační společnost je charakterizována podstatným využíváním digitálního zpracování, uchovávání a přenosu informací. V souvislosti s tím je nutné řešit problematiku **digitálního vlastnictví** a to jak **z pohledu producenta informací** (např. nakladatele), tak **z pohledu tvůrce informací** (autora). Vlastnictví elektronické knihy, které disponuje od vlastnictví knihy tištěné řadou specifik, musí řešit také **prodejci**<sup>1</sup> (distributoři, knihkupci, platformy) a **knihovny**<sup>2</sup>.

Ze zpracování informací se stává významná ekonomická aktivita, která jednak prostupuje tradičními ekonomickými či společenskými aktivitami, a jednak vytváří zcela nové příležitosti a činnosti, které podstatně ovlivňují charakter společnosti (Zlatuška 1998).

Do vývoje informační společnosti výrazně zasáhl rozvoj technologií. Jedním z historických milníků ve vývoji knihy a knižního trhu byl vynález knihtisku. Ten umožnil v krátké době přesnou reprodukci grafického a textového záznamu a jeho další rozmnožování ve velkém množství. Knih tisk také pozitivně ovlivnil kulturu a vzdělanost lidí ve středověku, kteří měli ztížený přístup ke vzdělávání i četbě.

Podle kanadského filozofa a mediálního teoretika Marsalla McLuhana je papírová kniha médiem (Marshall McLuhan 2013). Můžeme to chápat tak, že médiem, tedy formou přenosu informací, je papír a toto médium může být změněno např. za elektronický soubor a čtečku, ze které jsme schopni knihu přečíst. McLuhan již v 60. letech

---

<sup>1</sup> Prodejci e-knih musí disponovat sublicencí opravňující je k prodeji elektronické knihy. Jedná se o významný posun v paradigmatu, neboť prodeje knih tištěných umožňují i nákupy do komise. Mezi prodejce elektronických knih počítáme distributory a knihkupce (ti jsou tradičními prodejními kanály zejména pro prodeje knih tištěných) a nově také platformy, jejichž postavení a role přibližuje kapitola Role prodejce na knižním trhu.

<sup>2</sup> Také knihovny řeší problematiku vlastnictví e-knih, která je od vlastnictví tištěných knih značně odlišná a ovlivňuje zejména procesy akviziční politiky, zpřístupňování a uchování (elektronických) zdrojů. Blíže je problematika popsána v kapitole Role knihoven na knižním trhu.

predikoval změny v přístupu k informacím a formě jejich přenosu, připomíná Fryš (2013a). Původně tak učinil v souvislosti s televizí, tehdy dominantního elektrického média. Jasně předpověděl konec dominantní éry tištěných médií, která trvala bezmála čtyři století, a tvrdil, že vývoj a rozšíření nových typů médií odráží sociální a ekonomické potřeby společnosti (Hodge 2003).

McLuhan (1991) tvrdí, že: „*Základním rysem elektrického věku je, že zřizuje globální síť, která má do značné míry charakter naší centrální nervové soustavy.*“ McLuhanova analýza komunikačních médií (McLuhan 1962) odlišuje společnost písma a moderní společnost, charakterizovanou rozvojem audiovizuálních médií.

Map of the Internet 2005  
Classic OPTE Project

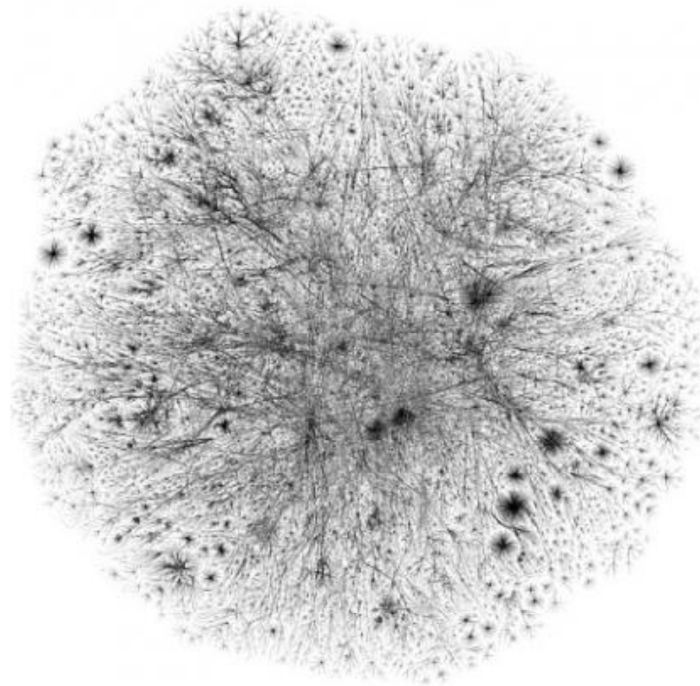


Foto CC-BY 2.0: curiouslee  
<http://www.flickr.com/people/curiouslee>

**Obrázek 1** Mapa internetu  
(s využitím Fryš 2013a)

Oproti tomu Darnton (2009, s. 67-68) **McLuhanu teorii rozporuje** tvrzením, že elektronický věk dosud nezpůsobil zánik tištěných textů, jak to McLuhan v roce 1962 předpověděl. Podle Darntona se McLuhanova vize nového světa založeného

na digitálních technologiích<sup>3</sup> nepotvrdila. Tvrdí, že „svět Gutenberga stále existuje, a typograf stále může vykonávat svou práci.“

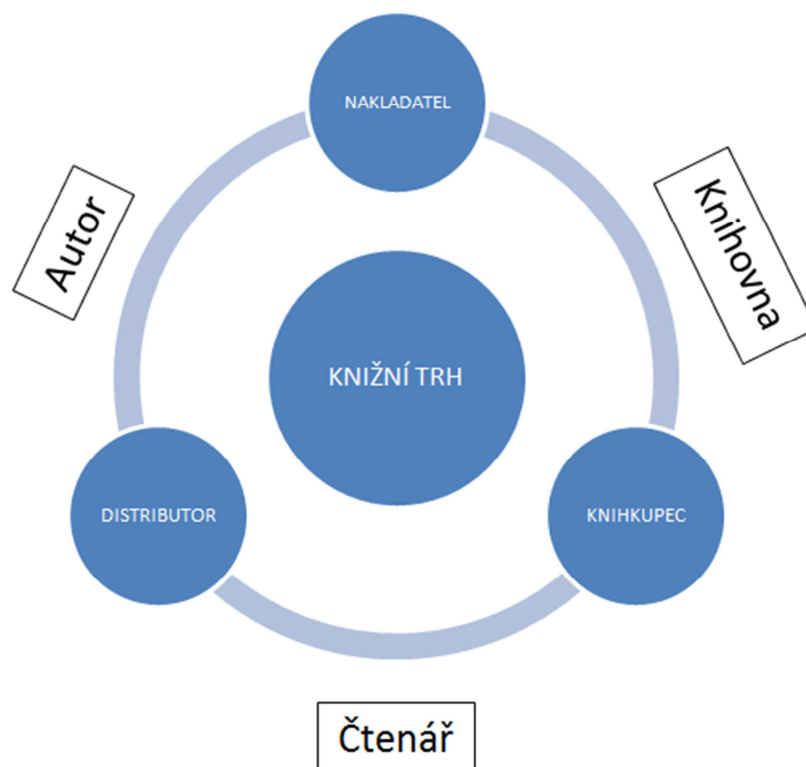
Další fáze vývoje společnosti v kontextu rozvoje knižního trhu souvisí s nástupem průmyslové revoluce. Teprve však rozvoj informačních a komunikačních technologií (ICT) a internetu v 70. letech minulého století je dovršením racionalizačního procesu a průlomem v přístupu k informacím (Fryš 2013a). Začíná se měnit knižní forma a přichází fenomén digitalizace či elektronického publikování. Vzniká kniha elektronická (*e-kniha*, *e-book*). Tato digitální podoba knihy přináší celou řadu výhod. Reflektuje globální potřebu rychlého a efektivního šíření informací, konzumace textového a grafického obsahu kdekoliv a kdykoliv, umožňuje lidem za pomoci výpočetní techniky a mobilních zařízení nové generace snazší práci s daty a zároveň přináší dosud nepoznané možnosti zpracování. Internet téměř smazal hranice prostoru a času a postaral se o distribuci dat a jejich sdílení napříč celým světem (Cejpek 2005).

Nedílnou součástí informační společnosti je zcela jednoznačně i segment knižního trhu. Historický a současný vývoj knižních trhů je možné nahlédnout v kontextu vývoje subjektů knižního trhu v rámci teorie informačního systému v širším slova smyslu.

Pomocí popisu a hlubší analýzy jednotlivých článků – autora, nakladatele, distributora, knihkupce, knihovny, čtenáře a v neposlední řadě také v popisu vývoje samotné knihy lze dojít k ucelenému pohledu na vývojovou problematiku knižního trhu. Pro pochopení problematiky informačního systému v širším slova smyslu budou představeny jeho tři součásti.

---

<sup>3</sup> Darnton je nazývá „*post printed technology*“.



**Obrázek 2** Subjekty knižního trhu jako součást informačního systému v širším slova smyslu

Výše uvedený obrázek lze popsat v návaznosti na teorii informačních systémů. Informační systém v širším slova smyslu zahrnuje (Königová 2001, s. 4):

- systém vytváření informací (autor, nakladatel),
- systém zprostředkování informací (knihovny, knižní trh – nakladatel, distributor, knihkupec),
- systém využívání informací (uživatel, čtenář).

Vlivem rozvoje internetu a dalších informačních a komunikačních technologií však dochází k prolínání a vzájemnému ovlivňování všech tří zmíněných systémů. (Jedličková 2007). Díky internetu a možnostem, které nabízí *self-publishing*, se každý může stát nakladatelem – role autora a nakladatele se sblíží. Podobně informační systémy používané nakladatelem mohou být například zčásti zpřístupněny uživatelům, čtenářům. Ti zase mohou s využitím informačních a komunikačních technologií velmi snadno poskytovat zpětnou vazbu autorům (Jansová, Nič 2009).

Základním produktem knižního trhu je potom kniha. Zpočátku kniha rukopisná, později od dob vynálezu knihtisku kniha tištěná a v konečné fázi fenomén dnešní doby, kniha



elektronická. V rámci této kapitoly budou blíže popsány a definovány pojmy rukopis, tištěná kniha a elektronická kniha. V kontextu vývoje ICT technologií a všeobecné dostupnosti internetu došla i elektronická kniha řadou proměn. V poslední době je tendence řady teoretiků definovat, co pojmem elektronická kniha označováno být může (jednoznačně např. textové e-knihy s přiměřeným obrazovým, ale i zvukovým aparátem), a co by již – podle některých znalců – tímto termínem označováno být nemělo. Historie knihy od rukopisu po současnost e-knih je tématem také následujících kapitol.

## ***1.1 Historický vývoj knihy rukopisné***

Problematika knihy rukopisné patří nyní spíše do oblasti badatelské a z pohledu zaměření této práce není její rozbor zásadní. Definování pojmu „*rukopis*“ a uvedení do problematiky jeho historického vývoje je zde účelově popsáno s cílem zmínit jednoho z významných předchůdců knihy tištěné.

**Rukopis** bývá v řadě běžných encyklopedií definován jako rukou psaná kniha soukromé povahy (kroniky, pamětní knihy) z hlediska paleografie a kodikologie, a jako veřejná, úřední nebo pomocná kniha z hlediska diplomatiky (Malý encyklopedický slovník A-Ž 1972, s. 1025). V knihovnické praxi je často rukopis považován za totožný s kodexem a je chápán jako středověký fenomén. Rukopisem se tedy myslí především rukopis středověký a spojení středověkých rukopisů v konkrétním rukopisném fondu. Fyzicky jsou totiž rukopisy středověké a pozdější odděleny, protože výměru rukopisu v užším smyslu odpovídá vlastně jen kodex (Petrů 1998).

Petr Voit (2008, s. 929) ve své rozsáhlé Encyklopedii knihy uvádí pojem „*tištěno jako rukopis*“ (angl. *printed as manuscript*) jako právníkou klauzuli stavící knihtiskem multiplikovaný text na úroveň originálního díla. Od 19. století doprovází ty soukromé tisky, které vznikly jen pro potřebu autora nebo úzkého kruhu zájemců. Klauzule bývá doplněna výhradou autorského práva (u dramatických děl např. zákazem jevištního provedení). Takto označená kniha není dána do běžné distribuce.

## 1.2 Definice pojmu kniha tištěná

Definice pojmu „*tištěná kniha*“ existuje značné množství a liší se pouze mírou podrobnosti v závislosti na oblasti, ve které je pojem zkoumán. Velmi podrobný pohled na tištěnou knihu poskytuje poměrně aktuální Encyklopedie knihy s podtitulem Starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století napsaná Petrem Voitem (2008) a vydaná nakladatelstvím Libri. Rozsáhlé dvousvazkové dílo na cca dvoutisících stranách rozebírá jednotlivé pojmy související s knižním prostředím. Práce se pokusí nejdříve o vymezení pojmu kniha tištěná z pohledu české legislativy, slovníků, terminologických databází i zmíněné Encyklopedie, aby tento fenomén, který je v současné době již zcela běžně, ne však převážně, nahrazován svoji elektronickou alternativou, shrnula z pohledu oficiálních teorií.

Dle zákona č. 37/1995 ze dne 8. února 1995 o neperiodických publikacích se knihou rozumí neperiodická publikace, tedy rozmnoženina literárních, vědeckých a uměleckých děl určených k veřejnému šíření, které jsou vydávány jednorázově, popřípadě jednou ročně anebo po částech i častěji, tvoří-li obsahově jeden celek. Dodejme jen, že tuto definici lze použít jak na vymezení pojmu knihy tištěné, tak i elektronické, protože nezmiňuje médium, na kterém je kniha přenášena. Zákon však dále zpřesňuje, že se v rámci něj nejedná o rozmnoženinu děl audiovizuálních, proto tuto obecnou definici lze zařadit k objasnění a bližší specifikaci právě knihy tištěné. Zákon vymezuje také povinnost vydavatele bezplatně a na svůj náklad odevzdat z každého vydání neperiodické publikace do 30 dnů ode dne vydání stanovený počet publikací (povinný výtisk) v zákonu vyjmenovaným příjemcům. Vzhledem k tomu, že zákon nevymezuje povinný výtisk pro elektronické publikace a dále vymezuje pouze svůj vztah ke knize jako tištěnému médiu, lze i z tohoto důvodu řadit definici mezi vymezení pojmu „*tištěné*“ knihy, neboť tak to z textace zákona vyplývá.

TDKIV – Česká terminologická databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy (Balvínová 2009) vymezuje pojem tzv. „*tištěné kopie*“ (*hardcopy*) jako:

1. Relativně trvalou kopii dokumentu, např. text vytištěný na tiskárně nebo kopii vytvořenou vypalovacím zařízením na nepřepisovatelném optickém disku.
2. Normativní výklad uvádí, že se jedná o „*kopii zpravidla na papíře, kterou je možné číst bez pomoci nějakého technického zařízení*“ (ČSN ISO 5127-2003).

Pod termínem „*kniha*“ (*book*) najdeme v TDKIV (Matušík 2009) toto vymezení:

1. Rukopisný, tištěný nebo jakýmkoliv způsobem rozmnožený dokument, který je graficky a knihařsky zpracovaný do tvaru svazku a tvoří myšlenkový a výtvarný celek.
2. Normativní výklad uvádí, že se jedná o „*neperiodický tištěný dokument ve formě svazku*“ (dle ČSN ISO 2789-1997:2.2.3) a také o „*neseriálový tištěný dokument ve formě kodexu*“ (dle ČSN ISO 9230:2.2).
3. Tištěný nebo jakýmkoliv jiným způsobem rozmnožený grafický dokument, knihařsky zpracovaný do tvaru svazku a tvořící myšlenkový a výtvarný celek v této formě též hudebniny, obrazové publikace, alba, atlasy, různé druhy tabulek apod. ve formě knihy (ČSN 01 0166:2.4).
4. Neperiodická publikace s nejméně 49 stranami, nepočítaje v to obálku, která je vydána v konkrétní zemi a je dostupná veřejnosti (ČSN ISO 9707:2.4).
5. Duševní dílo vydané v psané, tištěné nebo elektronické formě, obvykle rozdělené na stránky a tvořící fyzickou jednotku (ČSN ISO 5127-2003).

Termín „*kniha tištěná*“ je v Encyklopedii knihy (Voit 2008, s. 447 – 449) specifikován jako historicky vzniklý způsob fixace textového a obrazového sdělení a v určitém slova smyslu také synonymum literárního díla. Výraz „*kniha tištěná*“ je dle Voita výraz přejatý buď z asyr. *kunukku* = pečeť, anebo z čínského *king* = kniha, angl. *printed book*, fr. *livre imprimé*, německy *gedrucktes Buch*. Kniha tištěná jakožto produkt knihtisku je nejdůležitějším prostředkem masové komunikace, vědecké a technické informace a způsobem šíření uměleckých děl. Vedle časopisů, novin a jednolistů je specifickou formou vydání kodexového typu. Dle počtu bibliografických jednotek má podobu monografie nebo konvolutu (lat. slovo s více významy<sup>4</sup>). Jedna bibliografická jednotka realizovaná v několika knihách se nazývá svazkové dílo. Výroba a distribuce knihy závisí, jako u málokterého jiného řemesla, na účelném propojení několika řemeslných a

---

<sup>4</sup> Konvolut (1963) je:

- menší svazek úředních spisů, vzešlých z jednání o téže věci, uložený v jednom ochranném obalu,
- několik tisků svázaných pohromadě a knihovnický jednotně zpracovávaných,
- pro antikváře může konvolut znamenat soubor spisů prodávaných za celkovou cenu. V tomto smyslu se také používá ve šperkařství, když se prodává soubor šperků, patřících k sobě.

uměleckých profesí (výroba papíru, písmolijectví, autor textu, ilustrátor, sazeč, korektor, tiskař, knihvazač) a specifických živností (nakladatel a knihkupec). Zdánlivě autonomní prvky (text, sazba, dekor, ilustrace) však v procesu typografie a s podporou knihařské práce vytvářejí kompoziční celek, jehož funkční, technologické a estetické principy se na každém stupni vývoje přizpůsobují sociálním, výrobním, uměleckým i komerčním faktorům (Voit 2008, s. 447). Voit vyslovuje názor, že tištěná kniha jako prostředek komunikace a jako „*krásný předmět muzejní či sběratelské povahy*“ přežije následující staletí i navzdory tlaku elektronických médií. Proti tomu názoru nelze nic namítat. V této práci však pohlédneme i na tištěnou knihu jako na živý fenomén, který stále ještě má (a bude mít) své nezastupitelné místo na knižním trhu i z pohledu spotřebitelů.

### ***1.3 Historie a současnost knihy tištěné***

Výše uvedená vymezení a podrobné specifikace pojmu tištěná kniha nás zavedou k historickým souvislostem vývoje tištěné knihy. Uvědomme si, že středověká rukopisná kniha se vyvíjela z pozdně antického kodexu jen velmi pomalu. První skok ve vývoji zaznamenal až nástup knihtisku, zejména nástup jeho masového používání k tisku knih (přelom let 1447/1448).

Nový způsob rozmnožování byl sice ve srovnání s tradičním opisováním neporovnatelně rychlejší, nicméně i nová technologie byla velmi zdlouhavá a náročná. Je tedy přirozené, že nejstarší prvotisky imitovaly rukopisně šířené a iluminované texty, které byly jak pro rozvíjející se knihtisk, tak pro konzervativní publikum vzorem a měřítkem estetických kvalit (Voit 2008, s. 447). Knihy se v této době (oproštění tištěné produkce od rukopisných vzorů lze sledovat během závěrečné třetiny 15. století) tiskly nejen na papír, ale část leckterého nákladu vznikala ještě na pergamenu a hlavně byla běžná značná míra dodatečných zásahů do celkového vzhledu knihy (vizualizace sazby byla individuálním dílem rubrikátora, liniový dřevořez zdokonalovali iluminátoři a koloristé).

Knihy tedy již nevznikaly ručním psáním (opisem) textu, ale tištěnou formou. Tištěná forma (angl. forme, něm. Druckform) znamená „*objekt s mechanickými či chemicky vymezenými tisknoucími elementy, které lze po nanesení barvy tlakem otisknout na papír, pergamen či jiný vhodný materiál...*“ (Voit 2008, s. 929). Popsán je rovněž nový typ formy tisku, který vznikl v souvislosti se vznikem knihtisku. Forma tisku zde vzniká oproti „*starším monolitním deskotiskům ručním skládáním neboli sazbou jednotlivých tiskových písmen se stejnou písmovou výškou. Nová forma měla z hlediska rychlosti reprodukce přinejmenším tři výhody: byla mobilní a rozebíratelná, sazbu, štoček i netisknoucí písmové výplňky pojala zároveň a umožnila vyřazení sazby několika stránek.*“ Gutenberg svou novou technikou tisku položil také základy typografického obrazce dvoustrany jako graficko-optického celku. Jeho unifikace zrcadla sazby pak dovolila změnit techniku četby a urychlit zrakové vnímání (Voit 2008, s. 448).



**Obrázek 3** Tiskárna z počátku knihtisku s tiskovým lisem se svislým vřetenem, ruční navalování barvy balíky. V pozadí sazeč při sazbě z písmovky.

(s využitím Skřivánková 2010)

Citace z Encyklopedie knihy (Voit 2008, s. 929) dále uvádí tři období patrná ve vývoji otisku. V nejstarší etapě, mezi koncem 6. století a první čtvrtinou 15. století, byla hrubě řezaná a nabarvená forma otiskována na ležící papír. Otisk je tak značně nerovnoměrný. Ve druhé a třetí čtvrtině 15. století se technologie změnila. Na ležící formu byl přiložen navlhčený papír, který barvu přejímal tlakem ručního třičce. Tento způsob již dovolil preciznější liniové opracování formy, na kvalitě získaly také barevné partie otisku, avšak rubová strana papíru, na níž působil třič, nesla stopy mechanického působení, a zůstávala proto prázdná (anapistografický tisk). Od poloviny 15. století se ujala optimální technologie otisku ležící tiskové formy, na níž působilo plošné tlakové těleso ručního knihtiskařského lisu. Pracovní postup byl mnohem šetrnější, a dovolil proto papír potiskovat oboustranně (opistografický tisk).

Co se týká grafické konstrukce knihy jako celku, tak tu kodifikovaly až generace německých a italských tiskařů ze 70. let 15. století. V té době technika sazby a spolupráce mezi tiskárnou a knihařem vypsely již natolik, že oba výrobní procesy potřebovaly určité jednotící prvky, které vizualizovaly vnitřní strukturu knihy a následně tak prospěly i čtenářskému procesu (např. číslování listů). Účelným využitím repertoáru tiskového písma, propojením sazby s dekorem a ilustrací, zavedením

titulního listu a rozrůzněním knižních formátů vzrostly utilitární funkce knihy a dodatečné rukodělné zásahy iluminátora, koloristy a rubrikátora se staly zbytečnými (Voit 2008, s. 448).

V období renesance a humanismu tiskárny ustálily vnitřní strukturu starých tisků a v souladu s literární typologií a žánrovou strukturou zahájily typizaci knižního zboží (např. kvartový formát se stal atributem novinového letáku). Knihy byly v tomto období typické grafickou a výtvarnou syntézou dekoru, písma, ilustrací i knižní vazby. Další vývoj tištěné knihy nepřinesl nic výrazně nového až do vzniku průmyslové revoluce na počátku 19. století, uvádí Voit (2008).

Technický pokrok 19. a 20. století zdokonalil a urychlil techniku knihtisku. Průmyslová revoluce, uvádí Tesaříková (2008), přetvořila stále do značné míry manuální výrobu knih na průmyslovou. K revolučním vynálezům, které ovlivnily knihtisk, patří mechanická výroba papíru. Další objev, který přispěl k urychlení práce, představoval tzv. rychlolis. Vynález umožňoval realizaci daleko větších nákladů. Další zdokonalování tiskařských strojů vedlo k ještě větší produkci knih a časopisů. Výroba se také díky technice stále zlevňovala. Tím se stávala masovějším produktem, ale také mnohdy utrpěla na své dílenské kvalitě. Po druhé světové válce se situace dramaticky mění. V tomto období dochází v tiskařství k zavádění nových postupů a technik. Nastupuje fotosazba a ofsetový tisk. Ofsetový tisk je klasickou metodou tisku pro většinu tiskovin umožňující tisk jednostranný i oboustranný, jednobarevný i plnobarevný.

Západní svět je v druhé polovině 20. století zaplaven zejména lacinou produkcí knih. Rozvoj a vzestup běžné dostupnosti ICT technologií a internetu v 70. letech 20. století přinesl nový průlom k přístupu a šíření informací. Začíná se měnit knižní forma a přichází fenomén digitalizace. Postupně vzniká kniha elektronická, o které pojednává následující kapitola.

Závěrem lze shrnout, že **vynález knihtisku změnil celou historii knihy**. Do té doby velmi zdoluhavé opisování knih ztratilo své opodstatnění. Tištěné knihy byly levnější než knihy ručně opisované, dostupné, a tím i stále více žádanější. Do popředí se dostává nové řemeslo typograf, zatímco profese iluminátorů pomalu ustupuje. Od vynálezu knihtisku až po zhruba polovinu 16. století neustupuje umění iluminátorů zcela. Práce skriptora je však již plně nahrazena prací typografa. Zatímco před vynálezem knihtisku



se kniha nejdříve svázala a poté se dostala do rukou skriptora a iluminátora, po objevení knihtisku je kniha prací vazače zakončena. Kniha tištěná, jak ji dnes známe, procházela od časů Gutenberga poměrně dynamickým vývojem v závislosti na hospodářské a společenské situaci, politických či kulturních událostech.

## 1.4 Definice pojmu kniha elektronická

Norský profesor Terje Hillesund (2001), vidí e-knihu jako výsledek evolučního vývoje papírové knihy. Podle něj byl její vznik ve světě počítačů pouze otázkou času a byl nevyhnutelný. Hillesund říká: „...*e-books are the books of the network society.*“<sup>5</sup> Dle Hillesunda nahradí e-knihy v budoucnu knihy papírové.

Uvedeme si několik definic pojmu elektronická kniha (*electronic book, e-book*).

„*An electronic book, or e-book, is the presentation of electronic files on digital displays.*“ (Romano 2002)<sup>6</sup>

„*An electronic book (also e-book, ebook, digital book) is a text and image-based publication in digital form produced on, pushlised by, and readable on computers or other digital devices.*“ (Gardiner, Musto 2010)<sup>7</sup>

„*An electronic version of a printed book which can be read on a computer or special hand-held device.*“ (E-book 2011b)<sup>8</sup>

„*An electronic version of a printed book for reading on a computer screen or other device.*“ (E-book 2011a)<sup>9</sup>

A konečně několik českých definic z České terminologické databáze knihovnictví a informační vědy (Celbová, Havlová 2003):

1. Kniha v digitální podobě, tedy vytvořená na počítači (tzn. *born digital*) nebo vzniklá digitalizací tištěného dokumentu. Je možné ji číst online nebo offline (tj. ve čtecím zařízení, např. čteče elektronických knih, tabletu, mobilním telefonem).

---

<sup>5</sup> Volný překlad: E-knihy jsou knihami nové společnosti.

<sup>6</sup> Volný překlad: Elektronická kniha nebo také e-kniha je digitálně zobrazeným elektronickým souborem.

<sup>7</sup> Volný překlad: Elektronická kniha (také e-kniha, ekniha, digitální kniha) je textová a obrazová publikace vytvořená a publikovaná v digitální podobě a čitelná na obrazovkách počítačů nebo jiných digitálních zařízeních.

<sup>8</sup> Volný překlad: Elektronická verze tištěné knihy čitelná na počítači nebo pomocí speciálního koncového zařízení na čtení e-knih.

<sup>9</sup> Volný překlad: Elektronická verze tištěné knihy čitelná z obrazovky počítače nebo pomocí jiného vhodného zařízení.

2. Jednoúčelové fyzické přenosné zařízení umožňující jednoduchou manipulaci s textem dokumentu (nahrávání, čtení, vytváření poznámek apod.).
3. Elektronickou knihou se někdy rozumí kniha v digitální podobě vydaná na fyzickém nosiči (např. na CD-ROM).

Pro účely tohoto textu se pojmem elektronická kniha myslí textová, obrazová, zvuková (multimediální) publikace vytvořená/publikovaná v digitální podobě a čtená prostřednictvím obrazovky počítače/notebooku nebo jiného digitálního zařízení (e-ink čtečka, tablet, chytrý telefon). Elektronickou knihou máme na mysli zejména produkci v oblasti beletrie a odborné literatury.

V poslední době se můžeme setkat s pojmem multimediální nebo také interaktivní kniha. Jde o typ rozšířené elektronické knihy (*enhanced e-book*), která v sobě spojuje audio, video i různé typy aplikací, často určené pro zařízení s dotykovým displejem. Bullock upozorňuje, že četba těchto typů elektronických knih s rozšířením (*enhanced e-book*) je možná z obrazovky počítače, tabletů, PDA, chytrých telefonů (Bullock 2009). Naten Hill (2012) dodává, že tento typ e-knihy je více podobný webové stránce nebo počítačové aplikaci než knize. Nicméně přiznává, že dnešní doba vyžaduje doplnění textových e-knih (*text-only eBook*) o obrázky, písničky a jiné multimediální prvky (Hill 2012). Také Adam L. Penenberg (2009) tuto myšlenku potvrzuje tvrzením, že budoucností nejsou prosté elektronické texty (např. klasická próza čtená na čtečce), ale právě knihy multimediální. Konkrétním příkladem edice rozšířených elektronických knih je např. edice společnosti Barnes and Noble Enhanced Edition, která na svých webových stránkách pro svou čtečku Nook Color nebo Nook Tablet nabízí řadu těchto audio-video publikací.

## 1.5 Historie a současnost knihy elektronické

Historie elektronické knihy spadá do 40. let minulého století, kdy je za první elektronickou knihu považován Index Thomisticus, snažící se o kompletní lemmatizaci děl Tomáše Akvinského. Autorem této knihy je Robert Busa, italský jezuitský kněz a jeden z průkopníků ve využití počítačů pro jazykové a literární analýzy (Priego 2011). Projekt indexování děl byl započat v roce 1946 jako nástroj pro provádění textového vyhledávání v dílech Akvinského. Projekt trval asi 30 let a byl v roce 1970 tištěně publikován jako Index Thomisticus, v roce 1989 následovala verze CD-ROM a DVD verze. Vzhledem k tomu, že toto dílo vyšlo elektronicky až v roce 1989, je jeho prvenství coby e-knihy někdy zpochybňováno.

V roce 1930 přišel Bob Brown s myšlenkou na *e-reader* (elektronickou čtečku), publikovanou v jeho knize *The Readies*<sup>10</sup> a založenou na představě obdoby jakési vysílačky (jeho představa vycházela ze zhlédnutí prvního zvukového filmu – *movies with sounds*), která by umožnila pohodlné obrazové předčítání textu z obrazovky přístroje. Poprvé tak byla vlastně vyslovena myšlenka elektronického čtení textů (Brown 2009). Ačkoliv první čtečky nevycházely z Brownových představ, poměrně přesně se mu podařilo predikovat, čím se čtečky stanou a že budou představovat zcela nové médium pro čtení knih. Jennifer Schuessler (2010) ve svém článku uvádí, že stroj, jehož existenci Brown předpověděl, dovolí čtenáři nastavit velikost písmen, šetřit papír pro tisk, a uspilil samotný vznik prvních komerčních zařízení pro čtení knih. Myšlenka Browna, píše Schuesslerová, byla přelomová právě v přesvědčení, že „*e-reader*“ přinesl zcela nový pohled na možnosti čtení. Autorka tento přelom přirovnává k situaci, kdy DJ přehrávající hudbu může remixovat původní píseň a vytvářet tím píseň zcela novou. Stejně tak lze text v knize změnit velikostí písma, přidáním vlastních poznámek apod.

Ve vývoji e-knih nelze zapomenout také na rok 1949, kdy Angela Ruiz, učitelka ze Španělska, patentovala první elektronickou knihu. Jejím záměrem bylo snížit počet (tištěných) knih, které musí žáci nosit do školy.

Jistou alternativou či doplněním výše uvedeného je představa některých historiků, kteří za počátek elektronické knihy považují začátek 60. let minulého století v souvislosti

---

<sup>10</sup> Volný překlad: Čtenáři.

s projektem NLS (oN-Line System) vedeným Dougem Engelbartem na Stanford Research Institute (SRI) a projektu *Hypertext Editing System* and FRESS (*File Retrieval and Editing System*) pod vedením Andriese van Dama z Brown University (DeRose, van Dam 1999, s. 7-32; Carmody et al. 1969, s. 291-330; Rice, van Dam 1970, s. 145–174). FRESS dokumenty byly strukturovaně, nikoli lineárně uspořádané, a byly formátovány na míru uživatele, typu grafické karty, velikosti monitoru; disponovaly automatizovaným obsahem, rejstříky. Oba systémy (FRESS i Augment) umožňovaly odkazování pomocí hyperlinků, grafiku a další. Van Dam pro tento typ dokumentů prosazoval termín „*electronic book*“ a tento termín také použil ve svém článku z roku 1985 (Yankelovich, Meyrowitz and van Dam 1985).

Lídrem v rozvoji systémů elektronických knih se na mnoho následujících let stala právě Brownská univerzita (*Brown University*), ve které vznikl také zmíněný FRESS hypertextový systém pro dokumenty. Vznikly zde například manuály pro elektronické opravy dokumentů, rozsáhlý hypermediální systém známý jako InterMedia, v rámci kterého se objevil první systém pro čtení knih (*book-reader system*) založený na SGML<sup>11</sup> (dosud převládal OEBPS, tj. *Open eBook Publication Structure* – formát e-knih, který byl nahrazen ePub).

Přes výše uvedenou historii vývoje či vzniku e-knihy je za „vynálezce“ e-knihy mnohými autory považován autor projektu Gutenberg (PG), Michael S. Hart. Projekt Gutenberg byl zahájen v roce 1971 jako projekt digitalizace textů, především knih. V podstatě šlo o jeden z prvních internetových projektů a o vůbec první digitální knihovnu na světě (Krobot 2010). Význam projektu je nezastupitelný v tom, že tvoří základ fondu elektronických knih public domain dostupných zdarma pro uživatele. Ideou projektu je podle slov Michaela S. Harta z roku 2004: „*povzbudit výrobu a distribuci elektronických knih - a jeho hlavním cílem je poskytnout:*

- maximální počet elektronických knih,
- v co největším počtu světových jazyků,

---

<sup>11</sup> SGML (Standard Generalized Markup Language) univerzální značkovací metajazyk, který umožňuje definovat značkovací jazyky jako své vlastní podmnožiny. Jde o komplexní jazyk poskytující mnoho značkovacích syntaxí, ale jeho složitost brání většímu rozšíření (SGML 2013). Mnohem rozšířenějším se díky své jednoduchosti stal jazyk XML, který byl vytvořen jako zvláštní podmnožina SGML.

Jazyky původně založené na SGML nebo jako jeho aplikace jsou například HTML nebo DocBook.

- co možná největšímu množství čtenářů po celém světě.“ (Project Gutenberg 2010).

Další významný bod v oblasti e-knih představuje rok 1992, kdy společnost Sony zahájila prodej přístroje Data Discman, elektronické čtečky knih, která umožňuje číst e-knihy uložené na CD. Jednou z elektronických publikací, kterou bylo možné číst pomocí přístroje Data Discman byla *The Library of the Future*<sup>12</sup> (The book and beyond 1995).

Rané e-knihy byly většinou psány pro omezený počet uživatelů a zaměřeny na konkrétní oblast zájmu. Počítalo se, že tyto knihy bude číst pouze malá skupina lidí. Rozsah témat raných e-knih zahrnoval zpravidla různé příručky pro hardware a jiné spíše technicky zaměřené publikace. Následně lze říci, že v 90. letech se stala distribuce elektronických souborů, včetně e-knih, značně jednodušší díky dostupnosti internetu (pro přenos knih přestala platit nutnost hmotného nosiče). Specifikem e-knih je nejednotnost formátu, která od počátku komplikuje (především uživatelům) orientaci na trhu s e-knihami. Postupně získala převahu firma Adobe s formátem PDF (o formátech pojednává kapitola 2.3).

V historii e-knih je třeba zmínit i to, že zpočátku šlo, a i nyní stále ještě v mnoha případech jde, o digitalizaci knih, kterým standardně vypršela autorská práva. Již však několikaletým trendem posledních let je vstup všech subjektů knižního trhu právě do oblasti tvorby, distribuce, zpřístupňování, nákupu a samotného čtení e-knih. O tomto budou více pojednávat také následující kapitoly zaměřené na oblasti knižního trhu.

Stručný historický přehled v celosvětovém vývoji e-knih podává následující tabulka (s využitím E-book 2011b).

---

<sup>12</sup> Volný překlad: Knihovna budoucnosti.

**Tabulka 1** Stručný historický přehled celosvětového vývoje e-knih.

ROK	UDÁLOST
1949	Robert Busa začíná se systémem Index Thomisticus.
1963	Dough Englebart začíná s projektem NLS (později Augment projekt).
1965	Andries van Dam začíná ve spolupráci s Tedem Nelsonem a Brown University s projektem HES (později FRESS) s cílem využít elektronickou textovou knihu pro oblast poezie a biologie.
1971	Michael S. Hart zahájil projekt Gutenberg s cílem vytvořit elektronické kopie knih (již nepodléhajících autorské ochraně).
1978	Uvedení rozhlasové hry <i>The Hitchhiker's Guide to the Galaxy</i> <sup>13</sup> od Douglase Noela Adamse, jejíž předlohou byla jakási elektronická příručka ( <i>electronic reference book</i> ) obsahující informace o galaxii.
1985-1992	Robert Stein, jeden z partnerů Voyager Company, začal s knihami vydávanými na CD-ROMu.
1990	Nakladatel a softwarová společnost Eastgate System (Watertown, Massachusetts) jako první publikovala elektronickou literaturu za použití hypertextu, a dostupnou na disketě (jednalo se o sci-fi dílo <i>Afternoon, a story</i> ).  Vznik systému DynaText jako publikačního nástroje v prostředí jazyka SGML.
1992	Společnost Sony zahájila prodej Data Discmanu, elektronické čtečky knih.  Společnost Book Stacks Unlimited (založena Charlesem M. Stackem

<sup>13</sup> Překlad: Stopařův průvodce galaxií.

	2 roky před Amazon.com (Jeffa Bezose) nastartovala online prodej tištěných knih v rámci platformy Books.com.
1992-1993	F. Crugnola a I. Rigamonti v rámci své disertační práce na universitě Politecnico di Milano vytvořili návrh první čtečky elektronických knih.
1993	Společnost Digital Book, Inc. začala nabízet knihy na disketě v knižním formátu Digital Book Format (DBF).  Začal projekt Bibliobytes, online zpřístupnění e-knih bez autorské ochrany prostřednictvím internetu a zdarma.
1995	Amazon zahájil online prodej tištěných knih prostřednictvím internetu.
1996	Projekt Gutenberg dosáhl počtu 1 000 digitalizovaných titulů knih.
1997	Společnost E Ink Corporation vytvořila technologii, která byla později využita k sestavení výrobků jako Sony Reader, Barnes & Noble Nook a Amazon Kindle.
1998	V tomto roce bylo přiděleno první ISBN pro e-knihu a začal prodej multimediálních knih na CD nosičích (např. u Amazon.com).  V tomto roce došlo také k představení prvních čteček Pocket ebook a SoftBook.  Začal také provoz stránek eReader.com a eReads.com, které prodávaly první elektronické knihy v anglickém jazyce.
1999	Nakladatelská společnost Baen Books zaměřená především na literaturu sci-fiction otevřela veřejnou digitální knihovnu, Baen Free Library; ta v různých formátech umožňuje volné stažení knih s vypršeným autorským právem.  Společnost také prostřednictvím portálu Webscriptions (později Baen Ebooks) začala s prodejem e-knih.



2000	<p>Stephen King nabídl svou knihu <i>Riding the Bullet</i><sup>14</sup> také v podobě digitálního souboru pro čtení na počítači.</p> <p><i>Digital Book Index</i> a <i>The Online Books Page</i> začaly indexovat texty elektronických knih dostupných na internetu a vytvářet velkou virtuální knihovnu, resp. katalog e-knih z pohledu knihovnictví; následovníkem výše uvedeného projektu je <i>The Internet Public Library</i>.</p>
2001	<p>Todoebook.com zahájila jako první prodej e-knih ve španělštině.</p>
2002	<p>Společnost Random House, největší vydavatel obecně zaměřených knih na světě se sídlem v New York City (Random House 2008) a HarperCollins, jedna z největších nakladatelských společností, začaly s prodejem digitálních verzí svých anglických titulů.</p>
2004	<p>Uvedení první čtečky s elektronickým inkoustem, Sony Librie.</p> <p>Společnost Google oznámila svůj plán na digitalizování fondů několika hlavních knihoven Spojených Států jako část toho, co bude později nazváno Google Books Library Project.</p>
2005	<p>Společnost Google je zažalována kvůli porušování autorských práv při digitalizaci knih, kterým ještě nevypršela autorská práva.</p>
2006	<p>Uvedení další čtečky Sony Reader s elektronickým inkoustem.</p> <p>Společnost BooksOnBoard, jeden z největších nezávislých knihkupců, zahájila prodej e-knih a audioknih v 6 různých formátech.</p>
2007	<p>Společnost Amazon spouští v USA prodej čtečky Kindle.</p>
2008	<p>Společnosti Adobe a Sony se dohodly na sdílení technologií Adobe Reader a DRM.</p>

---

<sup>14</sup> Překlad: Jízda na střele.

	Společnost BooksOnBoard jako první začala s prodejem e-knih pro iPhony.
2009	<p>Amazon uvedl čtečku Kindle 2 a Kindle DX.</p> <p>Společnost Bookeen pro evropský a americký trh uvolnila Cybook Opus.</p> <p>Barnes &amp; Noble uvedl v USA na trh čtečku NOOK.</p>
2010	<p>Společnost Apple uvedla na trh iPad s aplikací pro e-knihy nazvanou iBooks. V období od dubna do října 2010 prodala společnost Apple 7 mil. kusů iPadů.</p> <p>Společnost Amazon ohlásila, že ve druhém čtvrtletí roku 2010 převýšil prodej e-knih, prodej knih tištěných.</p> <p>Na trh byly uvedeny další čtečky (např. Kobo eReader, třetí generace čtečky Kindle, BeBook neo, první čtečka s wi-fi) a tablety (např. NOOK Color od Barnes &amp; Noble).</p> <p>Google zahájil projekt Google eBooks.</p>
2011	<p>Společnost Amazon oznámila, že v květnu roku 2011 prodej jejích elektronických knih převýšil prodej všech dosud prodaných knih tištěných.</p> <p>Na trh byly uvedeny další čtečky (NOOK Simple Touch ereader od Barnes &amp; Noble, Kindle Touch od Amazonu) a tablety (např. NOOK Tablet, Kindle Fire).</p> <p>Společnost Bookeen zahájila provoz svého vlastního e-knihkupectví BookeenStore.com a nastartovala prodej e-knih ve francouzštině.</p> <p>Nakladatel Nature Publishing vydal knihu <i>Principles of Biology</i><sup>15</sup> již pouze v elektronické verzi, bez její tištěné mutace.</p>

<sup>15</sup> Volný překlad: Principy biologie.

2012	<p>Na trh byly uvedeny nové čtečky (PocketBook Touch, e-inkový Pearl eReader, Kindle Paperwhite, první čtečka se zabudovaným světlem).</p> <p>Společnost Apple představila software iBooks Author pro tvorbu e-knih na iPadu, které je tak možné okamžitě publikovat v rámci iBooks knihkupectví a sdílet ve formátu PDF.</p> <p><i>US Department of Justice</i> (Soudní dvůr) připravil žalobu na společnosti Apple, Simon &amp; Schuster, Hachette Book Group, Penguin Group, Macmillan, and HarperCollins, které se prostřednictvím tajné dohody snažily zvýšit ceny knih prodávaných na Amazonu.</p> <p>Trh s e-knihami dosáhl v USA obrátu 3 mld. dolarů.</p>
2013	<p>Asociace amerických nakladatelů (<i>The Association of American Publishers</i>) oznámila, že prodej e-knih nyní dosáhl 20 % z celkového prodeje knih v USA.</p> <p>Společnost Apple oznámila, že dosáhla 20 % z celkového trhu s e-knihami v USA.</p> <p>Společnost Barnes &amp; Noble ohlásila ukončení výroby NOOK tabletů, protože s jejich prodejem byla ve ztrátě, a naopak zachování výroby čteček Nook Simple Touch, které jsou pro uživatele komfortnější a více využívané.</p> <p>V červnu roku 2013 byla realizována první čtečka s barevným e-inkem společnosti Pocketbook.</p>

## ***1.6 Stručný přehled vývoje e-knih v ČR***

Tato kapitola logicky doplňuje kapitolu předcházející, která pojednávala o celosvětovém vývoji na poli elektronických knih.

Historie českého knižního trhu s e-knihami je velmi mladá. O knižním trhu s elektronickými knihami lze reálně uvažovat od roku 2010, kdy se tento segment trhu profesionalizoval. Už dříve bylo sice možné koupit e-knihu, ale teprve s příchodem velkých a zkušených subjektů, mohlo dojít k nastartování trhu s e-knihami. Začalo přibývat distributorů, do procesu se zapojilo více nakladatelů a výrazně přibylo prodáváných titulů (Krčmář 2012).

Aktuální trh s elektronickými knihami stoupá i na českém trhu. Češi za e-knihy v roce 2013 utratí cca 90 mil. Kč a podíl e-knih na knižním trhu dosáhne úrovně 1,5 % z celkového knižního trhu, tvrdí majitel společnosti Palmknihy.cz Jiří Vlček (Prodej elektronických knih v Česku vzrostl čtyřnásobně 2013) a zároveň upozorňuje, že problémem je stahování na černo, které brání většímu rozvoji e-knih jako významnějšího prodejního artiklu na knižním trhu. Vlček dále odhaduje, že v roce 2015 by měl podíl elektronických knih na trhu dosáhnout 15 % obratu a přiblížit se jedné miliardě korun. Navýšení podílu e-knih i rostoucí trend potvrzuje i Kamil Demuth z portálu Heureka.cz, když uvádí, že prodej e-knih na internetu je oproti loňskému roku téměř čtyřnásobný (Palmknihy.cz 2013). Podle Vlčka (2013) stojí za růstem několik důvodů a těmi jsou: větší počet čteček a tabletů mezi lidmi, vyšší počet dostupných (vydávaných) elektronických knih a obecně lepší povědomí čtenářů o elektronických knihách a jejich dostupnosti.

Uvedená data a odhady můžeme porovnat s nedávno publikovanou Zprávou o českém knižním trhu 2012/2013 Svazu českých knihkupců a nakladatelů (Pistorius et al. 2013). Podle této oficiální statistiky z října 2013 obrat českého trhu s knihami dosáhl 7 mld. Kč. Odhadovaných 1,5 % podílu e-knih tak činí 105 mil. Kč, což se skutečně blíží Vlčkově odhadu z května 2013.

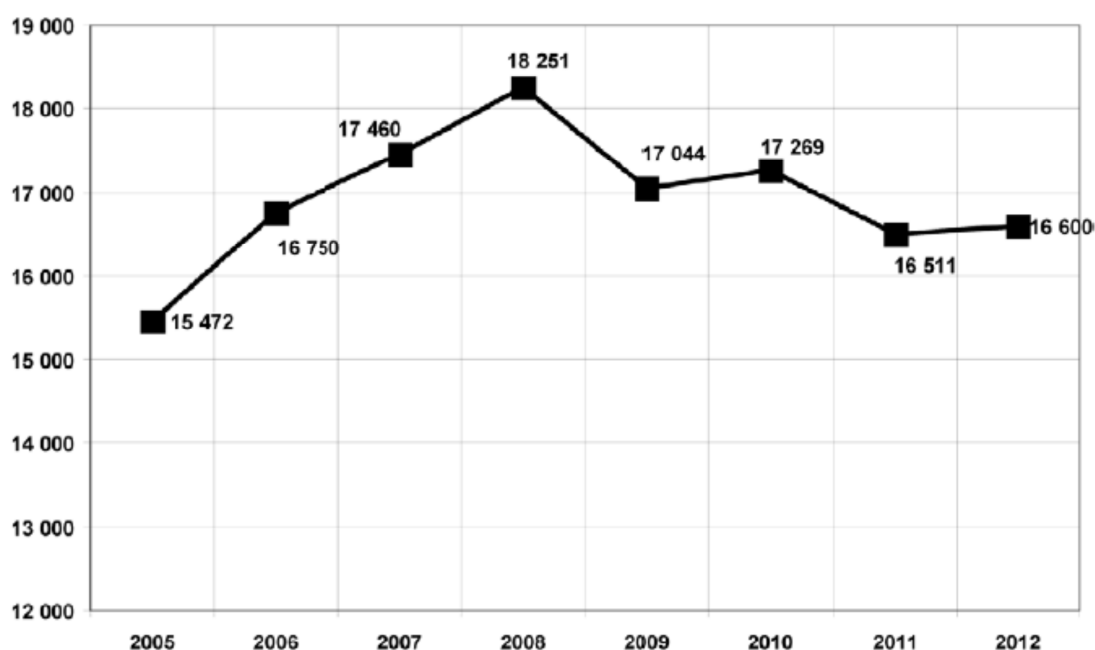
Jak upozorňují autoři Svazu českých knihkupců a nakladatelů ve své Zprávě o stavu knižního trhu (Pistorius et al. 2013) lze statistická data o velikosti a struktuře produkce českých knih (rozumějte tištěných i elektronických) zodpovědně popsat pouze na základě analýzy titulové produkce, neboť statistická data o finančních objemech

v oblasti českého knižního trhu v současné době prakticky neexistují (pravděpodobně z důvodu neochoty nakladatelů a knihkupců tyto finanční objemy zpřístupnit). Ve své analýze se tak autoři Zprávy opírají především o zdroje poskytované Národní knihovnou ČR (NK), jimiž jsou každoroční Výkazy o neperiodických publikacích a bibliografická databáze Česká národní bibliografie (ČNB).

Podle ČNB vyšlo v roce 2012 v České republice celkem 16 600 titulů (zhruba stejně jako v roce předchozím). Vývoj titulů zachycuje následující obrázek:

**Graf 1 Počet vydaných titulů v ČR v roce 2012**

(s využitím Pistorius et al. 2013, s. 35)



Jak bylo již uvedeno, počet vydaných titulů v roce 2012 dosáhl zhruba stejného počtu jako počet titulů vydaných v roce 2011. Je to však o 2 000 titulů méně, než titulů s vrocením 2008, kdy došlo k prvnímu zvýšení DPH na knihu, uvádí Zpráva. Podíl přeložených titulů za rok 2012 na celkové produkci činí 34 % a mezi jazyky dominuje angličtina (56,7 %) a němčina (16,5 %). Následují francouzština (4,1 %) a slovenština (2,2 %). Dětské knihy, jejichž počet se v posledních deseti letech ztrojnásobil, se v roce 2012 na celkové titulové produkci podílely cca 9,8 %, učebnice pro základní a střední školy 3,2 % a vysokoškolské učebnice 5,6 %. Z hlediska dlouhodobých trendů lze tedy mluvit o vzestupu produkce knih pro děti a naopak o výrazném útlumu produkce

vysokoškolských učebnic, jejichž produkce poklesla během posledních šesti let v absolutních i relativních číslech o více než 30 %.

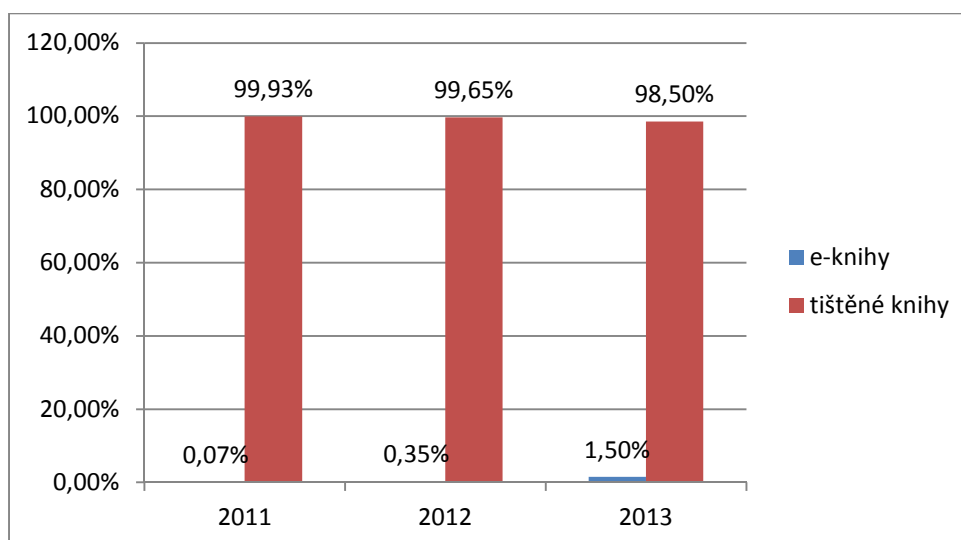
Co se týká statistiky prodeje knih, Zpráva uvádí kvalifikovaný odhad objemu knižního trhu v roce 2012 zhruba 8,2 mld. Kč v maloobchodních cenách (rozdíl této částky oproti loňským 7 mld. Kč padá z větší části na vrub zpřesněné metodice odhadu a zvýšení DPH z 10 % na 14 %). Průměrná cena knihy v posledních třech, čtyřech letech stagnuje někde mezi 230 Kč až 240 Kč.

Vliv na ceny knih a následně prodeje má i výše DPH. Zpráva (Pistorius et al. 2013) upozorňuje, že daň z přidané hodnoty na knihy v posledních pěti letech čtyřikrát vzrostla: na začátku roku 2008 z 5 % na 9 %, počátkem roku 2010 na 10 % a od začátku roku 2012 na 14 %. Sazba DPH na knihy od začátku roku 2013 vzrostla na 15 %.

Pro dokreslení situace mapuje Zpráva o českém knižním trhu 2012/2013 i situaci na poli elektronických knih. Během roku 2012 se prodalo cca 200 tis. e-knih a jejich prodej představoval cca 0,35 % finančního objemu českého knižního trhu. V roce 2011 bylo prodáno cca 42 tis. e-knih a jejich prodej tak tvořil 0,07 % prodeje všech českých knih.

Ve srovnání s rokem 2013, kdy se dostáváme k 1,5 %, lze konstatovat poměrně rychle vzestupnou tendenci trhu s e-knihami, a to i navzdory výše zmíněným obavám z nelegálního stahování knih.

**Graf 2** Prodej e-knih 2011-2013 v porovnání k celkovému finančnímu objemu českého knižního trhu



Průměrná cena elektronické knihy (včetně DPH ve výši 21 %) je 145 Kč a představuje tak cca 62 % průměrné ceny knihy papírové. V tomto kontextu lze spekulovat nakolik je tato cena ve srovnání s knihou tištěnou konkurenceschopná. V současné době se také rozjíždějí projekty na výpůjčky elektronických knih v knihovnách, ale i u komerčních provozovatelů. O tomto trendu více pojednává kapitola 5. Vrátime-li se k produkci e-knih za rok 2012 z pohledu statistiky Svazu českých knihkupců a nakladatelů (Pistorius et al. 2013), vedou v rámci žánrového spektra detektivky a krimi, následované literaturou fantasy a thrillery. Největšími prodejci elektronických knih jsou Kosmas a Palmknihy, následováni dalšími prodejci, zejména eReading a Wooky. Mezi největší nakladatele v oblasti elektronických knih za rok 2012 patří: Kniha Zlín, Host, Euromedia Group, Argo, Domino, Jota, Moba, Baronet a Grada. Celkový počet producentů českých e-knih lze odhadnout na 160–200. Nakladatelé e-knih upřednostňují formáty ePub, MOBI a PDF. Většina e-knih není chráněna proti pirátskému kopírování.

Z nejaktuálnějšího vývoje na poli trhu s e-knihami lze za rok 2013 zmínit následující události:

- V Česku byl v roce 2013 zahájen prodej první čtečky na světě s barevným elektronickým papírem. Dosud byly i na celosvětovém trhu pouze čtečky s barevným LCD displejem nebo černobílé čtečky s e-papírem jako je Kindle.
- Podíl e-knih na knižním trhu v ČR stoupl v tomto roce na 1,5 %.
- V Česku se začala prodávat celosvětově první barevná čtečka Pocketbook.
- Společnost Palmknihy prodala 42.000 e-knih.
- V ČR je k tomuto datu mezi uživateli cca 200.000 čteček a cca 250.000 tabletů.

Tento seznam významných událostí českého knižního trhu za rok 2013 není vyčerpávající, avšak upozorňuje na některé zajímavé faktory ovlivňující situaci knižního e-businessu.

Závěrem lze říci, že je vznik elektronických knih obecně, tj. nejen v souvislosti s českým prostředím, spojen s rozšířením počítačů a jejich využitím pro tvorbu a úpravu textu. Zpočátku byly e-knihy využívány především technickými specialisty, odborníky, vědci. Také formáty, ve kterých knihy vznikaly, byly často proprietární, nabídka e-knih byla nejednotná a bylo nutné sledovat kompatibilitu se čtecími zařízeními (E-book 2008).

Dále lze konstatovat, že elektronické knihy vznikající digitalizací předlohy tištěného titulu (v rámci tohoto přístupu vznikla i řada projektů typu e-prezenčka v českých knihovnách), bývají využívány nejen pro účely dalšího zpřístupnění uživatelům ale také pro účely ochrany a uchování fondů knihoven. Současná česká legislativa knihovnám v tomto smyslu umožňuje: 1. u knih podléhajících autorské ochraně pouze terminálové, tj. prezenční zpřístupnění digitalizovaného fondu; 2. u knih, které již autorské ochraně nepodléhají, umožňuje i vzdálený přístup včetně stažení souboru a následného off-line čtení.

Elektronické knihy uplatňující již od začátku všech výhod elektronického publikování (*born digital*) mohou vznikat za pomoci všech subjektů knižního trhu anebo vznikají v režii samotného autora. V tomto případě mluvíme o publikování typu *self-publishing*. Tento proces umožňuje publikovat dokument bez účasti vydavatelů, distributorů a dalších subjektů knižního trhu, což sice může být pro autora finančně méně náročné, ale na druhé straně může dojít k výraznému snížení kvality díla i situaci, kdy jsou publikována díla, která nemají významnou literární hodnotu. Uživatel internetu (koncově čtenář) tak může být zahlcen řadou irelevantních děl. Další části této práce jsou mj. věnovány zejména (nikoli však výlučně) tomu segmentu knižního trhu, který zahrnuje všechny subjekty podílející se na profesionálním vydání, zpřístupnění, propagaci a prodeji (elektronických) knih.



## 1.7 Srovnání knihy elektronické s knihou tištěnou

Tištěné knihy mají určité nenahraditelné specifické vlastnosti, díky kterým dokáží svým uživatelům nabídnout specifické možnosti interakce. Výrobci elektronických knih a jejich čtecích zařízení se v současnosti snaží tyto specifické vlastnosti tištěných médií pro jejich uživatele co nejvěrněji „nasimulovat“, v některých případech přidat audiovizuální prvky, se kterými se čtenář u tištěných knih setkat nemůže (Krobot 2010). Zásadním rozdílem je médium, pomocí kterého jsou knihy přenášeny – v případě knihy tištěné jde o papír, v případě knihy elektronické jde o některý typ elektronického čtecího zařízení.

Rozdílné vnímání resp. rozdílnou interakci s textem při četbě knihy tištěné a elektronické specifikuje následující tabulka (s využitím Krobot 2010, s. 51-53):

**Tabulka 2** Specifikace rozdílných interakcí při práci s tištěným a elektronickým textem

Dotyková interakce s textem	Klasická dotyková interakce s papírovou knihou (možnost uchopit, prolistovat) je u e-knih pouze náhražkou, i když některé typy čtecích zařízení (dotykové čtečky, tablety) disponují dotykovým displejem, např. bezdotykové čtečky typu Kindle umožňují pouze poměrně těžkopádnou orientaci v textu pomocí tlačítek.
Poznámky a komentáře v textu učiněné čtenářem knihy	Poznámky v textu jsou jedním z důležitých aspektů interakce čtenáře s textem. Typickou vlastností poznámek vepsaných do papírové knihy je jejich trvalost, která se pro následné čtenáře téže knihy může stát rušivým elementem. Trvalost poznámky však může být na obtíž i jejímu tvůrci, který čte knihu (např. skripta) opakovaně a třeba za jiným účelem. Na druhou stranu mají poznámky a psané komentáře v historii knih svou tradici – výzkumná pracovnice týmu Microsoft, Cathy Marshall, ve svých výzkumech zjistila, že universitní studenti v USA pečlivě studují tištěná skripta svých starších spolužáků a zjišťují, ve kterých z nich jsou nejzajímavější poznámky, komentáře a vysvětlivky (Marshall 2010).

	<p>Poznámky (komentáře) v textech elektronických knih mají tu hlavní výhodu, že jsou lehce přepisovatelné, ale lze je sdílet také s ostatními. Nové čtečky nabízejí sofistikovanou správu poznámkového aparátu, poznámky a další tvůrčí zásahy lze sdílet s ostatními, přeskupovat do jiných koncových zařízení či zcela vymazat.</p>
<p>Navigace a vyhledávání v knize</p>	<p>Orientace uživatele e-knih je závislá na typu koncového čtecího zařízení. U čteček s bezdotykovým displejem pomocí směrových tlačítek je méně intuitivní. U zařízení s dotykovým displejem (např. čtečka Pocketbook nebo Kindle Paperwhite s dotykovým displejem) je navigace v e-knihách rychlejší a intuitivnější.</p> <p>Zásadní a velmi komfortní vlastností e-knih je fulltextové vyhledávání v jejich obsahu. Fulltextové vyhledávání v textu knihy značným způsobem usnadňuje, urychluje a zefektivňuje práci s textem.</p> <p>Naopak zásadní orientací pro práci s tištěnou knihou je orientace v textu pomocí stránkování.</p>
<p>Stránkování</p>	<p>Stránkování zůstává jedním z dosud nevyřešených problémů elektronických knih. Na rozdíl od knih tištěných, kde každé nové vydání knihy má unifikované stránkování pro každý jednotlivý kus knihy, u elektronické knihy jednotné stránkování de facto neexistuje a zobrazení stránek záleží na konkrétním formátu e-knihy a zobrazovacích schopnostech čtecího zařízení. Uživatel si navíc může ve čtečce dynamicky měnit velikost písmen, doplňovat vlastní poznámky apod. a tím i pozměnit „stránkování“ knihy.</p> <p>S problematickým stránkováním e-knih souvisí problém jejího citování a to z toho důvodu, že citovaná stránka se může měnit např. změnou velikosti písma. Navíc některé</p>

	<p>čtečky, např. Kindle, určují pozici v knize pomocí lokací (locations) a stránkování zde zcela odpadá. Zatím jediným běžně používaným formátem věrně zobrazujícím stránky knih zůstává formát PDF.</p>
Fyzické a sociální aspekty	<p>Tištěná kniha má své specifické vlastnosti, které jsou pro ni typické již po několik staletí.</p> <p>Mezi její fyzické kvality patří - váha, výrobní materiál, způsob tisku a vazby, zabírá místo v knihovně, má specifickou vůni. Tištěná kniha plní svou sociální a historickou roli.</p> <p>Zmíněná vlastnost tištěné knihy, vůně, je pro některé čtenáře dokonce tak důležitá, že by si e-knihu právě pro tento nedostatek nekoupili (Darton 2009). V reakci na toto zjištění nabízejí někteří producenti k digitálním knihám nálepky napuštěné vůní zatuchlých knih.</p> <p>Další typickou sociální rolí tištěné knihy je možnost napsání věnování do knihy, kniha jako dar. S tímto však producenti e-knih (a výrobci čteček) soupeří rozvojem služeb typu Goodreads<sup>16</sup>. Vytváří se také zcela nová čtenářská základna tzv. <i>digital native</i> (generace srostlá s ICT technologiemi), vznikají kluby fanoušků e-knih na sociálních sítích, které by v budoucnu mohly nahrazovat knižní kluby apod.</p>

---

<sup>16</sup> Služba Goodreads funguje na principu sociální sítě a zahrnuje vytvoření vlastní knihovny (seznamu knih, které uživatel přečetl či má v plánu přečíst), vytvoření čtenářské komunity a vzájemné doporučování knih mezi jejími uživateli.

## 1.8 Specifikace digitálního vlastnictví

Digitální vlastnictví jako pojem (*concept*), výtvor (*creation*) a majetek (*asset*) (Harris 1998, s. vii). Definovat pojem digitálního vlastnictví (*digital property*) není snadné. Digitální vlastnictví je synonymem pro intelektuální vlastnictví prezentované v digitální formě. Je však zřejmé, že informace, a v tomto případě informace digitální, sdílená či prezentovaná na internetu, je majetkem a může být i zdrojem peněz. Svět digitálního vlastnictví je svět neviditelný, nehmataelný, svět o informacích, vzdělávání, kultuře, zábavě i obchodu. V tomto kontextu si téměř každodenně uvědomujeme důležitost přístupu k nehmotnému vlastnictví. Pirátství, nelegální sdílení a stahování dat, právo na svobodný přístup k informacím. Hledáme cestu, jak odlišit právo na úplatu pro autora či distributora informace a svobodný přístup k informacím, které mají být sdílené zdarma.

Mluvíme-li o intelektuálním vlastnictví, představme si poměrně širokou skupinu produktů, ale i tvůrců těchto produktů. Lze konstatovat, že **intelektuální vlastnictví** je na jedné straně **reprezentováno knihami**, časopisy, novinami, hudbou, filmy a informacemi různého stupně zpracování, zahrnuje však i zcela běžné věci jako malbu dítěte nebo dopis či mail. Na straně druhé je intelektuální vlastnictví prezentováno **online nakladatelstvími, autory** a tvůrci informací, fotografy, producenty filmů, designéry, konzultanty, **obchodníky**, vládními úředníky a dalšími osobami pracujícími v oblasti telekomunikací, v muzeích atp. Produkty tzv. intelektuálního vlastnictví, v angličtině „*intellectual property*“, ve zkratce IP (odlišovat však od „*IP – internet protokol*“) mohou být představeny jak v **tradiční tištěné formě**, tak posledních několik let už zcela běžně pouze ve **formě digitální. Čtení, sdílení, nákup**, ale i nelegální stahování dat se stalo s **příchodem** digitalizace a zejména **internetu snazší** než kdykoliv předtím. Cesta, kterou současný svět **hledá**, je cestou **legálního** a zároveň **svobodného přístupu k informacím** různého typu a formy.

Intelektuální vlastnictví v elektronické formě nazýváme digitálním vlastnictvím. **Lze shrnout, že všechny produkty elektronického vlastnictví, které už existují v digitální formě nebo mohou být digitalizovány (např. klasická fotografie převedená do elektronické podoby) nebo jsou vytvořené či upravené elektronickými prostředky (např. softwarem) jsou digitálním vlastnictvím.**

Dalšími pojmy, se kterými je třeba se v **digitálním světě** (*digital world*) a v kontextu této práce seznámit, jsou pojmy *digital economy* a *information highway* (Harris 1998, s. 7). *Information highway* (také *information superhighway*, *infobahn* nebo jednoduše *I-way*) je definováno jako místo, kde jsou uloženy a vyhledávány informace (jako knihy, hudba, fotografie, filmy atp.) a jako cesta, prostřednictvím které jsou dané informace distribuovány. *I-way* také umožňuje elektronickou komunikaci (e-mailová korespondence), online zpravodajství, práci s textem, hudbou, kresbou, publikování knih (*publishing* nebo též *self-publishing*) nebo vzdělávání.

Termín *digital economy* má dle Harrisové co dělat s vydáváním peněz právě prostřednictvím *I-way*. S termínem digitální ekonomie se velmi často úzce pojí pojem **nová média** (*new media*). Harrisová sem řadí CD-ROMy, DVD, webové stránky, elektronické časopisy a noviny, stejně jako fotografie, animace, texty, počítačové hry, filmy a audio záznamy sdílené po internetu. Velmi blízko k pojmu digitální ekonomie má pojem **elektronická komerce** (*electronic commerce*). Elektronická komerce představuje podobně jako digitální ekonomie prostor pro vydávání peněz, tentokrát však zcela cíleně realizované prostřednictvím internetu. Elektronická komerce představuje **jakýkoli druh transakce**, při které je **produkt** či **služba nakoupena a zaplacená prostřednictvím internetu** (Harris 1998, s. 10). Mezi nejobvyklejší internetové nákupy patří počítačový software, hudební nahrávky, služby cestovních kanceláří, **knihy** a časopisy. Podmnožinou elektronické komerce je **digitální komerce** (*digital commerce*). *Digital commerce* je termín označující **produkty** intelektuálního vlastnictví **koupené a doručené online**.

**Elektronická komerce znamená např. zakoupení tištěné knihy na internetu a její doručení poštou, zatímco digitální komerce představuje zakoupení elektronické knihy na internetu a její doručení resp. stažení online.**

Posledním pojmem, který si je v souvislosti s obsahem této práce nutné představit, je pojem **nehmotné** nebo také **neviditelné vlastnictví** (*intangible or invisible property*). Jde o vlastnictví informace, jejíž **užití podléhá autorskému právu**. Autorské právo (copyright) nechrání samotnou ideu užitou např. u stavby domu, ale chrání slova, která tuto ideu popisují.

**Nehmotné vlastnictví**, kam patří mj. i výše zmíněné produkty tzv. intelektuálního vlastnictví, má své **specifické vlastnosti**, které jej **odlišují od hmotného vlastnictví**

(domy, klenoty). Například Harrisová (1998, s. 15-16) uvádí, že intelektuální vlastnictví může být najednou „konzumováno“ **více než jednou osobou ve stejném čase**. Počítačový software, webová stránka či video může být simultánně a rovnocenně využíváno více lidmi na rozdíl od klenoty. Nehmotné vlastnictví je hodnotné vlastnictví budoucnosti. Harrisová ho velmi úzce spojuje s termínem *digital asset* nebo-li digitální aktivum.

**Digitálním aktivum** (jmění firmy) zahrnuje veškeré jmění firmy, které: 1. již existuje v digitální formě; 2. je vytvořené elektronickými prostředky; 3. může získat hodnotu, pokud bude do digitální formy převedeno. Do **první skupiny** se řadí webové stránky, prezentace z konference uložené v počítači atd. Máme-li v počítači vytvořen seznam klientů (skupina 1) a ten můžeme prostřednictvím softwaru dále cíleně upravovat například tak, abychom ze seznamu klientů vybrali ty, které chceme informovat o novém produktu (publikování nové knihy, upozornění na cenu), vytváříme nové digitální aktivum firmy (skupina 2). Do **druhé skupiny** patří ale též překlad elektronického textu z jednoho jazyka do druhého prostřednictvím překladového softwaru. Konečně **poslední skupina** zahrnuje veškeré **tištěné knihy**, články, fotografie atd., které **mohou být převedeny do digitální podoby a v této digitální podobě získat novou hodnotu**. **Digitálním jměním firmy nakladatele jsou tak veškeré elektronické knihy.**

## ***1.9 Dílčí závěry k 1. kapitole***

1. Existuje velké množství definic pojmu tištěná kniha a pojmu elektronická kniha.
2. Nově je diskutováno, co vše lze pod pojem „*elektronická kniha*“ zařadit. Rozšířená elektronická kniha (*enhanced e-book*) nebo také multimediální kniha není některými teoretiky vnímána jako kniha, ale jako aplikace nebo program.
3. Četba elektronické knihy je závislá na technickém zařízení (což znamená další nároky na hardware, spotřebu energie) oproti tištěné knize, na jejíž četbu již není nic dalšího potřeba.
4. Intelektuální vlastnictví je na jedné straně reprezentováno knihami, časopisy, novinami, hudbou, filmy a informacemi různého stupně zpracování, a na straně druhé je prezentováno online nakladatelstvími, autory a tvůrci informací a obchodníky.
5. Digitálním jměním firmy nakladatele jsou také veškeré elektronické knihy.
6. Elektronická komerce může být prezentována zakoupením tištěné knihy na internetu a jejím doručení poštou, zatímco digitální komerce představuje zakoupení elektronické knihy na internetu a její doručení resp. stažení online.

## 2 ČTEČKY ELEKTRONICKÝCH KNIH

Tato kapitola pojednává o softwarových a hardwarových čtecích zařízeních tj. *e-book reader hardware* a *e-book reader software*, které společně a nerozlučně, ač s odlišným komfortem pro uživatele, umožňují čtení elektronických textů. Zkráceně lze použít také anglických termínů *e-reader hardware* a *e-reader software*. Pro účelnou přehlednost této práce v poměrně nepřehledném poli e-knižních formátů a hardwarových čteček napomáhá toto primární a účelové vymezení základní orientaci v problematice. Potřeba formátů přímo určených pro publikování a zpřístupnění elektronických knih a nárůst zařízení pro jejich komfortní konzumaci vznikala postupně v souladu s přechodem od amatérského digitalizování papírových dokumentů k profesionální práci vydavatelů a nakladatelů e-knih a přímo souvisí s rozvojem knižního trhu na poli e-knih.

Elektronizace knih některých typů probíhá již 15-20 let. Teprve v posledních letech se však v širokém měřítku řeší otázky uživatelské přívětivosti tištěného a elektronického textu, dochází ke srovnávání výhod a nevýhod tištěných a elektronických knih. Antonín Pokorný (2012, s. 54) vysvětluje, že elektronické knihy se staly žádaným a zajímavým tématem díky masovému nástupu čteček s elektronickým inkoustem (*e-ink*) taženém hlavně konkurenčním bojem Kindlu od Amazonu a Nooku od Barnes a Nobla. Tyto čtečky jsou totiž vhodné právě pro ten typ knih, který zatím převodu do elektronické podoby vzdoroval. Souvislá, střídavě strukturovaná próza bez detailních technických ilustrací či běžně formátovaná poezie na nich jde číst stejně dobře, jako v papírové knize. O to hůř se na nich ovšem čte cokoli jiného, dodává Pokorný.

Elektronická literatura v nejširším slova smyslu může být publikována v libovolném formátu určenému k zobrazení textu. Již v 90. letech bylo mnoho klasických tištěných děl převedeno do formátu PDF, HTML či TXT, případně byla literatura v těchto formátech přímo tvořena. Tyto texty byly primárně určeny pro četbu na monitorech počítačů, což z hlediska komfortu při četbě nepředstavovalo téměř žádnou výhodu oproti tištěné knize. S rostoucím množstvím oficiálně vydávaných elektronických knih, vznikla potřeba nejen kvalitního hardwarového zařízení pro jejich četbu, ale také potřeba vhodnějších formátů, často umožňujících i vkládání zvukových či obrazových záznamů přímo do textu e-knihy. Přesun od amatérského digitalizování původně



papírových originálů (zpravidla šlo o naskenování tištěného textu pomocí OCR (*Optical Character Recognition*) programů a převod do podoby tištěného souboru) do rukou nakladatelů byl započat koncem 90. let 20. století a přinesl logický tlak na ziskovost vydávání e-knih. Na trhu se objevily hardwarové i softwarové čtečky i nové formáty, které nabízely nesrovnatelně větší komfort pro četbu a umožňovaly alespoň základní ochranu vydané e-knihy před kopírováním.

Přehled současných hardwarových čtecích zařízení a softwaru resp. formátů elektronických knih, včetně jejich ochrany, podrobněji rozebírají následující kapitoly.

## **2.1 Hardwarové čtečky e-knih**

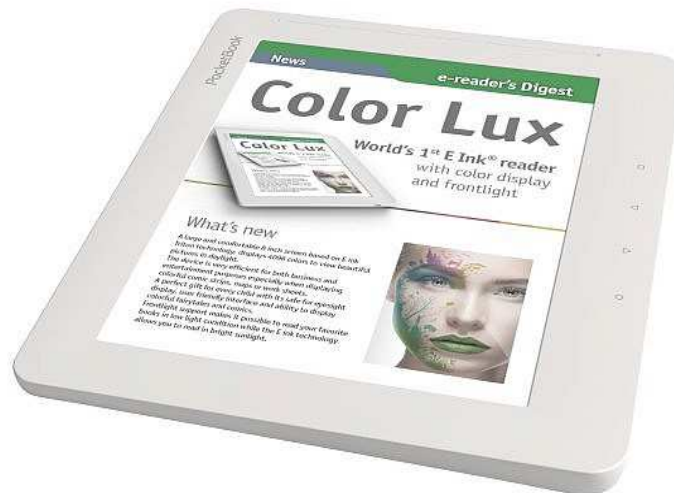
Hardwarové čtečky e-knih (*e-book reader hardware*) zahrnují širokou skupinu přístrojů, které umožňují četbu elektronických knih (elektronických textů). Často užívaným pojmem patřícím do této skupiny jsou *e-book reader devices*, tedy mobilní elektronické zařízení primárně určené pro pohodlné a komfortní čtení elektronických knih. V češtině jednoduše označované jako čtečky.

Elektronické knihy však můžeme číst i na jiných tzv. čtecích zařízeních, která nejsou primárně určena výlučně pro čtení e-knih. Elektronické knihy je možné číst skoro na jakémkoliv moderním zařízení s obrazovkou. Koncové hardwarové zařízení pro četbu e-knih může být jak klasické PC, notebook, iPhone, tak především tablet (např. iPad) anebo již zmíněná čtečka. Uvedené druhy hardwarového zařízení si blíže rozebereme.

### **2.1.1 Specializované čtečky elektronických knih (e-ink readers)**

Specializované čtečky elektronických knih jsou zařízení speciálně vyrobená za účelem uživatelsky komfortní četby e-knih. Svým nepodsyceným displejem, elektronickým inkoustem dokáží pocitově i vizuálně substituovat papírovou knihu a jsou tak více než vhodné zejména pro čtenáře beletrie. Odborná literatura obsahující grafy, schémata, či audiovizuální doplňky není pro četbu z tohoto typu koncového zařízení zcela vhodná, i když neustále se vyvíjející trh na poli čtecích zařízení postupně nabourává i toto dosud standardní omezení.

Ke klasickým výhodám *e-ink* zařízení (tedy čteček) patří fakt, že stejně jako klasický papír, tak i elektronický inkoust elektronických čteček neunavuje oči, resp. je s klasickým papírem uživatelsky shodně komfortní. Další výhodou čtečky je dlouhá výdrž baterie i kompaktní rozměry. Novinkou roku 2013 je první čtečka s barevným elektronickým inkoustem společnosti Pocketbook, jejíž specifikaci si zde přiblížíme za účelem podrobnějšího rozboru vlastností čteček na konkrétním případu.



**Obrázek 4** První čtečka s barevným e-inkem společnosti Pocketbook, uvedena na trh v červnu 2013 (s využitím [www.pocketbook-int.com](http://www.pocketbook-int.com))

Tato nová čtečka, vycházející z technologie E Ink Triton, zobrazuje 4096 barev. Dle stránek výrobce je přístroj vhodný pro čtení pracovních i zábavních periodik, plných map, fotografií nebo tabulek. Displej čtečky neblinká a na oko působí stejně jako papírové knihy, díky čemuž jsou oči při dlouhodobém čtení méně unavené než při čtení na TFT obrazovkách (tabletů, chytrých telefonů, počítačů). Matný povrch displeje E Ink Triton se na slunci neleskne, přední světlo pak nabízí komfortní čtení i při slabém světle. Nejedná se však o klasické podosvětlení jako u tabletů, Color Lux využívá svrchního osvětlení, které je pro oči šetrnější. Tato čtečka s 8“ displejem a vestavěným předním světlem váží 300 gramů. Dotykový displej podporuje multi touch. Zvládá 17 formátů e-knih tj. PDF, PDF s DRM, ePUB s DRM, DJVU, FB2, ZIP, DOC, DOCX, RTF, PRC, TCR, TXT, CHM, HTM, HTML. Jedno nabití baterie stačí na 5400 otočených stránek, což znamená téměř měsíc aktivního čtení. Pocketbook Color Lux kromě čtení umožňuje také poslech knih a hudby, práci s dokumenty či psaní poznámek. Čtečka obsahuje i vestavěný Wi-Fi modul s integrovanou službou ReadRate, která umožňuje na sociálních sítích sdílet citace, oblíbené knihy.

Mezi další uživatelsky rozšířené současné čtečky patří Kindle společnosti Amazon s podporovanými formáty MOBI (speciální Kindle formát) a klasickým formátem PDF. Toto zařízení však neumožňuje četbu knih chráněných systémem Adobe DRM.

Ostatní specializované čtečky se liší podporou formátů u jednotlivých výrobců, lze však říci, že všichni výrobci podporují alespoň jeden z těchto tří formátů: MOBI (Kindle), ePUB, PDF pro čtečky.

### **2.1.2 Tablety (nejuniverzálnější čtecí zařízení)**

Tablety jsou nejuniverzálnějším čtecím zařízením, které kromě četby e-knih mají i řadu dalších funkcí. Od inkoustových čteček se liší právě podsvíceným displejem, který známe z monitorů klasických stolních počítačů nebo obrazovek notebooků. Tablety umožňují pohodlné čtení beletrie i odborné literatury. Disponují širokou nabídkou programů pro čtení e-knih.

Naopak nevýhodou tabletů je relativně vysoká hmotnost a krátká výdrž baterie. Barevný dotykový displej usnadňuje listování knihou, ale unavuje oči více než elektronický inkoust příznačný pro čtečky.

Mezi nejznámější tablety patří iPad společnosti Apple a tablety s operačním systémem Android. Pro tablety s Androidem je doporučeno využití aplikace Bluefire Reader, která je zdarma k dispozici na Google Play (dříve Android market). Pro čtení na tabletech s OS Android je vhodným formátem pro čtení e-knih formát ePUB.

### **2.1.3 Chytré mobilní telefony**

Chytré mobilní telefony jsou multifunkční zařízení určená samozřejmě nejen pro čtení e-knih, nicméně pro příležitostné čtenáře jsou vhodným nástrojem pro jejich konzumaci. Tento typ koncového hardwarového zařízení není příliš vhodný pro odborné texty obsahující schémata či obrázky, a to zejména kvůli velikosti displeje. Chytré mobilní telefony lze naopak celkem dobře využít pro čtení beletrie, i když neposkytují zdaleka takový komfort jako *e-ink* čtečky. Mobilní telefony jsou obdobně jako tablety vhodné pro čtenáře, kteří požadují multifunkčnost a nechtějí nosit další zařízení určené pouze pro četbu knih.

Výhodou chytrého telefonu je to, že jej zpravidla má čtenář stále u sebe k dispozici a během několika sekund může začít číst. Podsvícený displej umožňuje čtení za každých světelných podmínek, což zároveň vyvolává únavu očí při dlouhodobém čtení.

Mezi nejznámější chytré mobilní telefony patří iPhone společnosti Apple, mobily s operačním systémem Android, například HTC, Samsung nebo Sony Ericsson. Dále Blackerry společnosti Research in Motion, Symbian společnosti Nokia a další. Pro telefony s OS Android a iPhony je doporučený program Bluefire Reader a ostatní telefony mohou využít MobiPocket program. Vhodným a podporovaným formátem je ePUB.

#### **2.1.4 Počítače a notebooky**

Počítače a notebooky nejsou příliš ergonomické pro čtení beletrie. Naopak na četbu odborné literatury jsou vhodné díky velkému displeji umožňujícímu správné zobrazení obrázků, schémat atd. stejně jako spuštění audiovizuálních doplňků e-knih.

Pro čtení na počítači/notebooku existují desítky možných programů. Pro minimalizaci problémů (ale také statické zobrazení informace) je vhodné použít program Adobe Reader. Vhodným formátem pak bude PDF.

Existují však i další vhodné programy určené pro čtení elektronických knih na počítači. Výčet programů (softwarových čteček) vhodných pro použití na obrazovce počítače obsahuje kapitola 2.2.1.

## 2.2 Softwarové čtečky e-knih

S nárůstem elektronické literatury, zejména odborné literatury a beletrie, vzrostla potřeba umožnit četbu těchto textů i z jiných zařízení než je obrazovka počítače. Dokumenty ve formátech PDF nebo HTML známé při četbě v počítačích již nestačily. Postupně vznikala řada formátů, v nichž byla literatura publikována. Známé formáty otevřené (tzv. volné), ale také formáty uzavřené. Uvážíme-li, že řada formátů je mezi sebou vzájemně nekompatibilní a nelze je číst na všech druzích hardwarových čteček, je situace na trhu s elektronickými knihami pro uživatele poměrně nepřehledná.

### 2.2.1 Programy vhodné pro čtení e-knih z obrazovky počítače

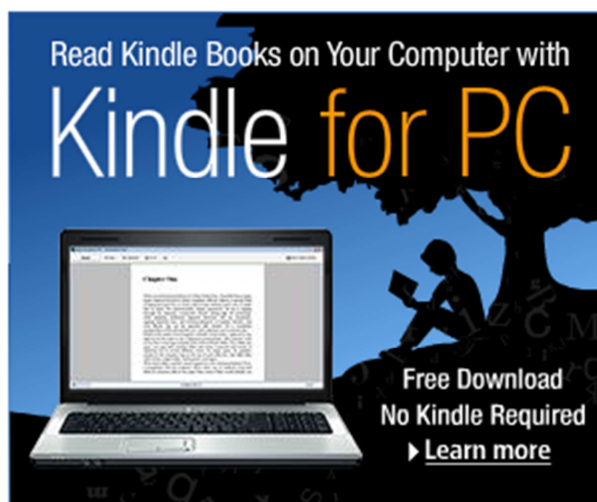
Jedná se např. o program **FBReader**, který je populární nejen na desktopu, ale také na řadě mobilních zařízení se systémem Android Blackberry a další. FBReader nabízí značnou podporu nejrůznějších knižních formátů, je schopen otevírat komprimované soubory přímo z archivu a zvládá nezvyklá písma a znaky (Kraus 2012). Program je možné používat ve Windows, Linuxu i Mac OS X, umí komunikovat v českém jazyce.



**Obrázek 5** FBReader program

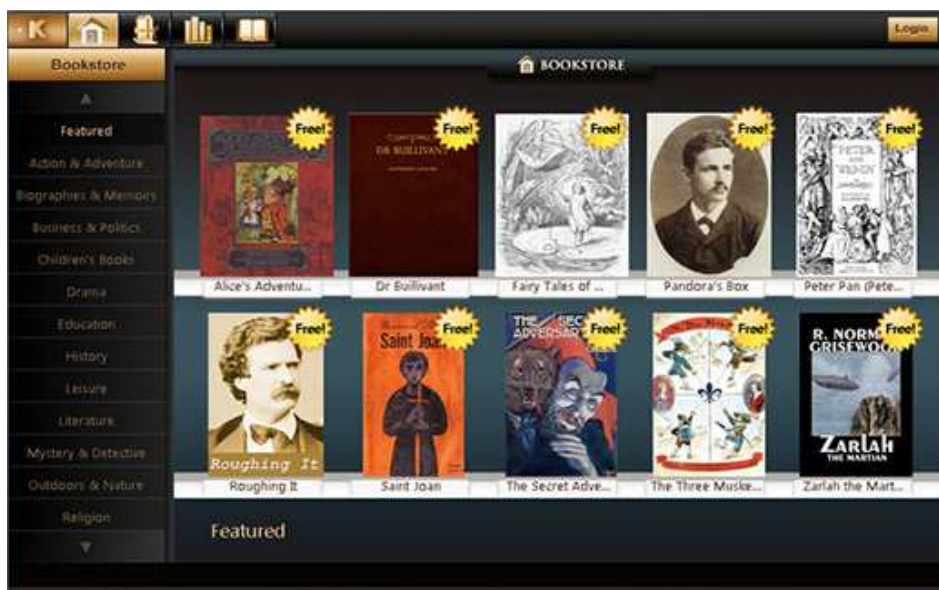
(s využitím Kraus 2012)

Dalším zajímavým programem určeným pro čtení e-knih na obrazovce stolního počítače nebo notebooku je Kindle for PC. V souvislosti s faktem, že rozšířenost čteček Kindle je spojena se snadným nákupem velkého množství knih na serveru Amazon.com, funguje právě tento program jako prostředek pro rychlý přístup k serveru, správu účtu, katalogizaci stažených a koupených e-knih a pro jejich nahrávání do klasické čtečky. Knihy lze číst za využití užitečných funkcí typu záložek, vkládání poznámek, slouží jako kontrolní mechanismus po úpravách e-knih na čtečce Kindle.



**Obrázek 6** *Kindle for PC*  
(s využitím Zekter 2009)

Program KooBits eBook Reader se svým moderním a graficky propracovaným vzhledem v kombinaci s jednoduchým ovládáním je dalším bezplatným programem vhodným jako čtečka e-knih na obrazovce počítače. Nenabízí tak širokou podporu formátů jako program FBReader (podporuje však formáty PDF, ePUB, XML, HTML, KBJ), nabízí však užitečné funkce pro správu e-knih. Ty lze řadit podle různých kritérií, vyhledávat v nich pomocí klíčových slov, přidávat poznámky, označovat text různou barvou, sdílet knihy s komunitou uživatelů programu atd.



Obrázek 7 KooBits 4.0

(s využitím <http://products.koobits.com/koobits-4/>)

**Mobipocket Reader** je software vhodný především pro synchronizaci elektronických dat v počítači s mobilním zařízením spíše než pro samotnou četbu e-knih z obrazovky počítače. Aplikace umožňuje četbu knih ve formátu MOBI, PDF, PDB i dalších.



Obrázek 8 Mobipocket Reader

(s využitím <http://mobipocket-reader-desktop.en.softonic.com/>)



Z dalších nabízených programů jmenujme program MartView představující zajímavou alternativu vůči klasickým softwarovým čtečkám PDF dokumentů typu Adobe Reader nebo program iSilo přítomný také v řadě mobilních zařízení (iPhone, Android, Windows Phone) stejně jako na desktopech s Windows.

### 2.2.2 Program Calibre

Calibre je komplexním správcem elektronické knihovny. Jde o jeden z nástrojů pro vytváření elektronických knih, dále se jedná se o klasickou softwarovou čtečku elektronických knih a zároveň Calibre umožňuje konverzi e-knižních formátů. Začátky existence programu spadají do měsíce října roku 2006, brzy po ohlášení první *e-ink* čtečky komerčně prodávané v USA, SONY PRS-500. Do té doby neexistovaly žádné nástroje pro konverzi formátů.

Uvážíme-li, že koncové hardwarové zařízení pro četbu e-knih podporuje určitou skupinu formátů, je uživatel při výběru e-knih často limitován jejich nekompatibilitou. Schopnost konvertovat (převádět) různé e-knižní formáty mezi sebou je hlavní výhodou programu Calibre. Calibre je dostupný zdarma a funguje v rámci všech operačních systémů (Windows, Linux, Mac OS X). Informace o programu Calibre jsou čerpány zejména z oficiálních stránek programu (<http://calibre-ebook.com/>), diskusních fór (např. [www.slunecnice.cz](http://www.slunecnice.cz)) a osobních zkušeností.

**Calibre jako softwarová čtečka a správce elektronických knih:** Prostřednictvím aplikace Calibre lze sbírku elektronických knih uloženou např. na disku počítače dále třídit, přidávat ke knihám metainformace ve formě popisů, tagů, hodnocení či jiných metadat. Na jejich základě je možné knihy ve sbírce následně pohodlně nalézt. Elektronické knihy lze vyhledávat například podle názvu, autora, data přidání knihy do sbírky, data jejího zveřejnění, velikosti, hodnocení apod. Informace o knihách lze samozřejmě stáhnout přímo ze zdrojů na internetu. Celou sbírku e-knih či její části je možné exportovat na pevný disk do zvolené adresářové struktury.

**Calibre jako převodník mezi formáty:** Calibre podporuje široké spektrum formátů elektronických knih, mezi nimiž lze jednotlivá díla konvertovat. Jako zdrojové formáty lze použít CBZ, CBR, CBC, CHM, ePUB, FB2, HTML, LIT, LRF, MOBI, ODT, PDF, PRC, PDB, PML, RB, RTF, TCR, TXT. Knihy pak lze v programu převést do formátů ePUB, FB2, OEB, LIT, LRF, MOBI, PDB, PML, RB, PDF, TCR, TXT. Při konverzi si můžete zvolit mnoho parametrů. Lze tak například upravit velikost písma bez ohledu

na to, jaká velikost je použita ve zdrojovém souboru. Při konverzi si můžete zvolit mnoho parametrů. Lze tak například upravit velikost písma bez ohledu na to, jaká velikost je použita ve zdrojovém souboru. Program umí při převodu též automaticky detekovat a vytvořit strukturu knihy, jejích kapitol a připravit obsah. Uložená metadata lze také vložit do úvodu knihy. Při synchronizaci knih s nejrůznějšími čtečkami program Calibre aktualizuje data dle vytvořené sbírky. Pokud je kniha dostupná ve více formátech, pak aplikace zvolí pro synchronizaci ten nejvhodnější pro dané zařízení. Pokud se naopak elektronická kniha v databázi nenachází ve vhodném formátu, program ji před odesláním do čtečky do správného formátu převede (Slunecnice.cz c2014).

**Calibre jako nástroj pro vytváření elektronických knih:** Program Calibre lze použít i pro tvorbu elektronických knih. Jeho možnosti na tomto poli však nejsou příliš široké, a tak je obecně doporučováno užití Calibru jako efektivního nástroje pro správu a třídění elektronické knihovny a převodníku mezi formáty.

### 2.3 Formáty e-knih

Jak bylo již v této práci uvedeno, specializovaná čtecí zařízení umožňují různou podporu formátů. Lze však říci, že všichni výrobci podporují alespoň jeden z těchto tří formátů: MOBI (Kindle), ePUB, PDF pro čtečky. V běžných zařízeních jako obrazovky počítačů je standardní číst elektronické texty ve formátu PDF či HTML, ale právě s rozvojem komerčně publikované elektronické literatury vzrostl také počet formátů. Problém nastává díky vzájemné nekompatibilitě formátů, kde knihy v různých formátech nelze číst na jediném zařízení. Některé z formátů vznikaly jako otevřené, jiné jako uzavřené, což znamená, že knihy v těchto uzavřených formátech mohou být čteny pouze na hardwarových a softwarových čtečkách podporovaných jedním prodejcem. Uzavřené formáty představují výrazné omezení, neboť i když je technicky možné převést v podstatě v každou knihu chráněnou DRM technologií do volného formátu, čtenář o tom často neví nebo to neumí. Právě možnost otevření (čtení) daného formátu na hardwarové čtečce bez nutnosti převádění souboru do podporovaného formátu čtečky čtenáře, je jedním z důležitých aspektů, ze kterého se odvíjí komfort čtení elektronických knih.

Následující text obsahuje výčet a popis specifik těch e-knižních formátů, které patří v současné době mezi nejrozšířenější. Informace v rámci této kapitoly popisující formáty jsou založeny na článku Lukáše Pokorného (2012) *Formáty elektronických knih: specifika a popularita*, na vybraných kapitolách diplomové práce Víta Krobota (2010) *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*, na článku Dany Blankenhorn (2009) a dalších níže citovaných zdrojích uvedených v textu.

Různé formáty se od sebe liší mimo jiné následujícími vlastnostmi (Pokorný, Lukáš 2012):

- otevřenost formátu,
- podpora DRM,
- podpora obrázků,
- možnost vložení zvukových souborů,
- možnost vložení klikatelných odkazů,
- přizpůsobení velikosti obrazovky,
- možnost vkládat záložky,
- možnost vložení video souborů,

- různá další specifika.

Dana Blankenhorn (2009) upozorňuje na existenci 26 různých e-knižních formátů oproti jednomu „formátu“ (rozuměj papíru) u tištěných knih, na jejichž čtení nepotřebujeme žádné zařízení na baterie. Nepřehlednou situaci na poli formátů e-knih přirovnává k „*elektronické babylonské věži*“. Krobot (2010) připomíná **existenci zhruba 40 e-knižních formátů**. Lukáš Pokorný (2012) upozorňuje, že dnes je situace poněkud vyrovnanější, neboť některé formáty se staly standardem a pokud je některé hardwarové čtečky nepodporují, může to mít za následek jejich nižší prodejnost. Faktem však zůstává, že **prozatímní snahy o sjednocování formátů** či standardizaci jednoho oficiálního formátu **vyznívají naprázdno**, přestože nejvíce se standardizovanému formátu blíží ePUB. Organizace s názvem International Digital Publishing Forum<sup>17</sup> se snaží prosadit celosvětovou působnost tohoto formátu založeného na XML. Formát ePub je však dosud pouze doporučovaným formátem pro publikování e-knih výše zmíněné organizace. Uvážíme-li prostředí České republiky, kde není v tuto chvíli dořešena legislativa ohledně povinného výtisku elektronických knih, je zajímavou otázkou, zda by právě legislativa povinného výtisku obsahovala „*povinný*“ formát, ve kterém by nakladatel musel knihovně elektronický výtisk dodat. Lze předpokládat, že tímto povinným formátem by se stal právě **široce uznávaný ePub**.

### 2.3.1 Přehled formátů e-knih

Níže uvedený seznam formátů elektronických knih není zcela úplný, ale obsahuje všechny významné formáty i ty méně rozšířené, u kterých se přihlíží k popularitě jednotlivých typů. Formáty pro četbu elektronických textů jsou jednak ty, které byly k tomuto účely přímo vytvořené, což souvisí zejména s potřebou komerčního publikování e-knih, a jednak ty formáty, které k tomuto účelu nebyly přímo vytvořeny, avšak bylo možné je k publikování elektronických textů použít. Druhá zmíněná situace je typická pro 90. léta minulého století, kdy vznikaly kopie (převážně papírových) knih převedené do formátů jako jsou TXT, HTML či RTF (Pokorný, Lukáš 2012).

Jinou typologii formátů nabízí Vít Krobot (2010, s. 45-46). První skupinu tvoří formáty, jež dokáží co nejvěrněji zachovat předlohu originálu a fixní podoba textu se žádným

---

<sup>17</sup> Překlad: Mezinárodní fórum pro elektronické publikování.

způsobem nepřizpůsobuje koncovému čtecímu zařízení. Výhodou je pak univerzální stránkování, jež se neliší od stránkování tištěné knihy, a identická orientace v textu jako s knihou tištěnou. Typickým formátem patřícím do této skupiny je PDF. Druhou skupinu zastupuje, právě výše již zmíněný, ePUB založený na značkovacím jazyku XML. Značkovací jazyk XML je variabilní a hlavní výhodou formátu ePUB jsou právě možnosti individuálního zobrazování obsahu, kam patří zvětšování fontu písma a jiná dostupná variabilita zobrazení dle typu koncového zařízení ke čtení e-knihy.

Abecedně řazený přehled nejrozšířenějších formátů udává vždy bližší specifikaci každého z nich. Tabulka zahrnuje pouze aktuálně používané a běžně rozšířené formáty. Nezabývá se formáty, které byly nahrazeny jinými a nejsou již dostupné při aktuálním stahování e-knih. Tabulka zmiňuje také problematiku multimediálních knih, které jsou stále více diskutovány a představují určitou formu rozšíření k převážně textovým elektronickým knihám.

**Tabulka 3** *Nejrozšířenější současné e-knižní formáty*

*(s využitím Pokorný, Lukáš 2012)*

AZW - .azw
<p><b>Formát vyvinutý pro e-knihy? ANO</b></p> <p>Formát s příponou .azw je proprietárním formátem společnosti Amazon. Jde o uzavřený formát určený pro elektronickou literaturu dostupnou v knihkupectví Amazonu; byl vyvinutý touto společností přímo pro potřeby jejího distribučního modelu. Podporují ho všechny generace čteček Kindle včetně tabletu Kindle Fire; lze ho číst také v prostředí softwarových čteček na počítačích vybavených operačním systémem Windows, na zařízeních fungujících na Androidu, BlackBerry a na rodině zařízení od společnosti Apple.</p> <p>Díky masivnímu rozšíření čteček Kindle je v současnosti AZW jedním z nejpopulárnějších formátů pro e-knihy vůbec. Nevýhodou AZW je jeho uzavřenost, což kromě jiného znamená faktickou nemožnost číst soubory v tomto formátu na jiných hardwarových čtečkách, než je právě Kindle.</p> <p>Převod souborů z jiných formátů (většinou pro osobní potřebu) do AZW je řešen vzdáleně, bez použití jakékoli aplikace. Čtenář si na svou emailovou adresu zřízenou</p>

na Amazonu pošle příslušný soubor (např. TXT) a ten se mu vrátí ve formátu AZW.

Další možností, jak vytvořit soubor v tomto formátu, je prosté přejmenování souboru s příponou .mobi na .azw. Díky příbuznosti AZW a Mobipocket je možné tyto soubory číst na Kindlu většinou bez problémů.

Převod funguje i zpětně, tj. po přejmenování souboru s příponou .azw na .mobi je možno jej číst na jakémkoli zařízení podporujícím Mobipocket. Jedná se o jednoduchý způsob, jak číst knihy z Amazonu na jiných čtečkách, ale je nutné připomenout, že tato jednoduchá konverze je možná pouze u souboru AZW bez DRM. Chráněné soubory takto převést nelze. Pro převod chráněných souborů v AZW na jiné formáty slouží různé utility, resp. jejich kombinace, kdy první částí procesu je odstranění DRM a druhou částí je převod do požadovaného formátu.

Literatura ve formátu AZW je v současnosti dostupná pouze v knihkupectví Amazon.com. Lze ji zakoupit buď přímo přes webové stránky (z jakéhokoli zařízení), nebo prostřednictvím aplikace, která slouží k připojení do tohoto e-shopu přímo přes hardwarovou čtečku či tablet.

## DjVu - .djvu

### **Formát vyvinutý pro e-knihy? NE**

Nástrojem pro vytváření e-knih je DjVu Virtual Printer, DE Desktop, DjVu Printer Pilot a další.

DjVu je stále velmi populární formát používaný hlavně pro uchovávání naskenovaných dokumentů. Jeho výhodou je možnost vysoké komprese, která najde uplatnění právě u naskenovaných textů nebo černobílých obrázků. Přestože nebyl DjVu v žádném případě zamýšlen pro uchovávání celých elektronických knih, používal se pro tyto účely v době, kdy nebyly k dispozici současné formáty.

## ePub - .epub

### **Formát vyvinutý pro e-knihy? ANO**

Nástrojem pro vytváření e-knih je Adobe InDesign, Atlantis Word Processor, eCub, Sigil a mnoho dalších.

ePUB patří jednoznačně **mezi nejrozšířenější e-knižní formáty, a to jak ve světě, tak v České republice.** Velká část produkce elektronické literatury je dnes publikována právě ve formátu ePUB, lhostejno zda se jedná o knihy vydávané nakladateli, samotnými autory či zda jde o kopie knih šířené samotnými čtenáři.

Tento populární otevřený formát byl vytvořen sdružením International Digital Publishing Forum<sup>18</sup>. Je založen na XML a je nejpobulárnějším ze všech formátů nezávislých na konkrétním nakladateli, resp. prodejci e-knih. Díky tomu, že podporuje DRM, získal si oblibu u nakladatelů; bez podpory DRM by téměř jistě nedoznal tak velkého rozšíření.

ePUB lze číst na většině rozšířených hardwarových čteček a platformách s výjimkou Amazon Kindle. Na čtečkách Kindle lze knihu ve formátu ePUB zobrazit pouze, pokud kniha není zabezpečena pomocí Adobe DRM. Pokud by firma Amazon formát ePUB podporovala (o čemž se jistou dobu i spekulovalo), stal by se ePUB skutečně univerzálním e-knižním formátem, který tu dosud chybí.

### eReader - .pdb

#### **Formát vyvinutý pro e-knihy? ANO**

Nástrojem pro vytváření e-knih je Dropbox, eBook Studio.

Soubory ve formátu .pdb jsou v současné době velmi populární a rozšířené. eReader podporuje většina důležitých platform a zařízení, jako např. Windows, Mac, iPhone, iPad, čtečky Barnes&Noble (v současnosti s výjimkou NookColor), PalmOS, Android, Symbian, BlackBerry. Výjimkou jsou čtečky Kindle, kde soubory s příponou .pdb otevřít nelze. Elektronické knihy uložené v tomto formátu mají podobu stránek, nikoli souvislého textu.

Formát PDB nepodporuje téměř žádné formátování, což je jeho velkou nevýhodou. Stejně tak nepodporuje obrázky a další typy souborů v textu. Výhodou je vysoká komprese textu. Původce formátu, společnost Palm Digital Media, poskytuje dva programy pro vytváření knih ve formátu eReader: zdarma dostupný Dropbox a

---

<sup>18</sup> Překlad: Mezinárodní fórum pro elektronické publikování.

placené eBook Studio.

### Hypertext Markup Language (HTML) - .html, .htm

#### **Formát vyvinutý pro e-knihy? NE**

Nástrojem pro vytváření e-knih je jakýkoli HTML editor; např. PSPad.

Tento formát, primárně určený pro vytváření webových stránek, byl dříve používán také pro publikování (téměř beze zbytku neoficiálních) e-knih. Jednalo se o kopie papírových knížek, které byly naskenovány a přes OCR aplikace převedeny do HTML. Ke čtení takových e-booků musel být používán webový prohlížeč.

Vzhledem k tomu, že .HTML nikdy neměl být formátem pro publikování e-knih, jeho používání bylo východiskem z nouze za situace, kdy nebyly k dispozici jiné, vhodnější formáty. Stejně jako některé další formáty používané pro publikaci e-knih v 90. letech a počátkem 21. století, i HTML začal rapidně ztrácet na popularitě v okamžiku nástupu e-knih v podobě, v jaké je známe dnes.

### iBooks - .ibooks

#### **Formát vyvinutý pro e-knihy? ANO**

Nástrojem pro vytváření e-knih je iBooks Author.

Formát pro e-knihy pocházející od společnosti Apple, vytvořený pomocí programu iBooks Author. Je založen na formátu ePUB, ale v určitých aspektech se od něj liší, což zabraňuje kompatibilitě těchto formátů. Knihy ve formátu iBooks jsou chráněné proprietálním FairPlay DRM (které lze však bez problémů odstranit).

Apple nabízí pro vytváření e-knih ve formátu .ibooks jedinou aplikaci, přičemž komerčně nabízené knihy musí být prodávány pouze prostřednictvím Apple (v praxi to znamená prodej v iBookstore) a knihy nabízené zdarma mohou být šířeny jakýmkoli způsobem.

### Mobipocket (MOBI) - .mobi, .prc

#### **Formát vyvinutý pro e-knihy? ANO**

Tento formát patří mezi nejpoužívanější na světě. Je založen na standardu Open



eBook a XHTML. Mobipocket byl od začátku zamýšlen jako formát pro ukládání e-knih a plně odpovídá tomuto účelu. Příkladem je podpora DRM, obrázků, tabulek či odkazů; samozřejmostí je zalamování řádků podle velikosti displeje hardwarové čtečky.

Soubory ve formátu Mobipocket je možné číst na většině současných hardwarových čtečkách, ale několik dominantních typů tento formát nepodporuje: Mobipocket není možné používat na čtečkách Sony, Nook, Iriver, Kobo a dalších, méně rozšířených typech. Populární platforma Kindle tento formát podporuje. Její výrobce, společnost Amazon, koupila původně francouzskou firmu Mobipocket v roce 2005 a svůj proprietární formát AZW založila právě na MOBI.

### *Multimediální knihy - .exe, .html*

Multimediální e-knihy jsou novým typem média, které vzniklo přirozenou reakcí na rozšířené možnosti elektronické literatury. S tím, jak začalo být možné vkládat do textu další typy obsahu (obrázky, video, zvuk a interaktivní prvky), začaly také vznikat první multimediální e-knihy.

Formáty, v nichž je možné multimediální knihu vytvářet, jsou různé; často se lze setkat se soubory v EXE a HTML.

Multimediálních knih je v současnosti poměrně omezené množství (v poměru k „obyčejným“ elektronickým knihám), ale s rozšiřováním tabletů a chytrých telefonů jejich počet narůstá. Přitom je potřeba vzít v úvahu návratnost investic, která zatím představuje největší překážku při tvorbě multimediálních knížek. Argumentují-li nakladatelé tím, že náklady na převod tištěné knihy do elektronické formy se jim vracejí pomaleji a že je v první řadě výhodné nabízet v podobě e-knih hlavně bestsellery, v případě multimediálních knih je tento argument ještě silnější. Počet lidí vybavených tabletem či smartphonem sice rapidně roste, ale investice do multimediálních knih je stále okrajovou záležitostí. Nakladatelství se na masivnější nástup multimediálních e-knih přesto připravují.

Multimediální obsah je samozřejmě vhodný jen pro menší část literárních děl. Jeho největší potenciál je v oblasti vzdělávání, vědy nebo dětských knih. Naopak na poli beletrie se jeho nástup (zatím) neočekává.

## PDF (Portable Document Format) - .pdf

### Formát vyvinutý pro e-knihy? NE

Nástrojem pro vytváření e-knih je Adobe Acrobat, jakýkoli PDF konvertor, ale i programy jako MS Word či OpenOffice.

Na rozdíl od jiných formátů, které nebyly cíleně určené k vytváření elektronických knih, zůstalo PDF využívané k tomuto účelu i v současné době. Na poli e-knih má výrazné výhody i nevýhody, přičemž mezi jeho hlavní přednosti patří věrné zobrazení originálu a praktická nezávislost na platformě, respektive velké rozšíření.

Tento formát uvedla na trh společnost Adobe v roce 1993 a lze s ním pracovat ve všech důležitých operačních systémech. Původním určením formátu PDF bylo uchovávání souborů pro tisk, u nichž bylo důležité zachovávat podobu stránek přesně takovou, jak ji navrhl tvůrce dokumentu.

Jednou ze značných nevýhod PDF jsou problémy se zalamováním řádků v závislosti na velikosti displeje čtecího zařízení. Toto je problém především u nejrozšířenějších sedmipalcových displejů (většinou vybavených e-inkem), na které je problém soubory v PDF pohodlně číst. Adobe tuto situaci sice vyřešilo novou funkcionalitou, ale hardwarové čtečky zalamovat řádky u PDF často stále neumí. Co se týče softwarových čteček, jejich novější verze zalamovat řádky většinou dokáží. Na monitorech počítačů či notebooků bylo čtení PDF souborů vždy velmi pohodlné, stejně jako na několika málo hardwarových čtečkách s velkým displejem (příkladem je Amazon Kindle DX).

Popularita PDF je i dnes taková, že v něm mnoho elektronických knih přímo vychází (většinou po boku dalších formátů přímo určených pro e-knihy, jako např. ePUB či Mobipocket). Stejně tak je do PDF převáděno mnoho knih neoficiální cestou z papírových originálů.

## Plain text (TXT) - .txt

### Formát vyvinutý pro e-knihy? NE

Nástrojem pro vytváření e-knih je jakýkoli textový editor, který umožňuje ukládání

v TXT.

Tento základní formát čitelný na naprosté většině platforem se pro elektronické knihy používá i v současnosti. Jeho výhodou je malá datová velikost souborů a možnost čtení bez ohledu na koncové zařízení. Pro e-knihy je však TXT primárně nevhodný, a to z toho důvodu, že nedovoluje formátování. Není tak možné do něj vkládat obrázky, zvuk či video a stejně tak nepodporuje odkazy. Nikdy nebyl přímo určen k zobrazování elektronických knih a jeho používání na tomto poli bylo svým způsobem východiskem z nouze v 90. letech předtím, než začaly elektronické knihy vycházet oficiálně.

Dříve bylo možné se setkat s knihami v tomto formátu častěji. Knihy v TXT byly v převážné většině naskenované a OCR programem převedené kopie papírových publikací. Četly se na počítačích, případně na PDA, ale s nástupem hardwarových čteček a s rozvojem elektronických knih byl formát TXT rychle nahrazen vhodnějšími formáty.

## 2.4 Kompatibilita hardwarových čteček a dostupných formátů

V současné době existuje řada zařízení pro čtení e-knih (*ebook reader devices*) a každé podporuje určité vybrané formáty knih. Kompatibilita hardwarových čteček s dostupnými formáty je stěžejní pro výběr vhodného zařízení ze strany čtenáře i pro rozhodování vydavatelů/distributorů/knihoven, v jakém formátu budou e-knihy zpřístupňovat.

Podle Víta Krobota (2010, s. 46) se v praxi projevují potíže s různorodostí formátů tím, že „*například firma Amazon prodává elektronické knihy ve vlastním proprietárním formátu AZW s DRM ochranou. Konkurenti Amazonu jako je Barnes & Noble, Sony a Apple poskytují verze formátu ePUB jak s DRM, tak bez ní. Firma Apple zase nepoužívá při implementaci formátu ePUB Adobe Digital Edition, takže uživatel nemůže jednoduše přemístit soubor ze svých iBooks do koncových čtecích zařízení Nook nebo Sony.*“

Nejednotnost a mnohdy obtížná orientace na poli formátů, vedla např. ke vzniku serveru eReaderLookup.com, který slouží pro porovnání různých zařízení pro čtení e-knih neboli čteček a který je vlastně databází čteček s ambicí zahrnout všechny čtečky na trhu a umožnit uživatelům e-knih se zorientovat a vybrat si vhodné zařízení<sup>19</sup>.

Existují sice konvertory typu Calibre, které umí převést jakýkoli formát e-knih do jiného formátu, tak aby danou knihu bylo možné číst v různých čtečkách např. knihy z čtečky Kindle převést do čtečky Nook. Převod formátů je však legální pouze u knih, které nejsou chráněny autorským právem. Pokud však chceme číst aktuální knihy, jsme v tomto stavu věci odkázáni na katalog jednoho prodejce knih (a jím podporovaný typ čtečky), které mohou být při přechodu na jiný typ čtečky nepřevoditelné. Nemožnost konvertovat knihy chráněné autorským právem není technickým problémem (již nyní existuje ilegální plug-in pro Calibre, které umožňuje autorsky chráněné e-knihy převést do nechráněného formátu a knihu tak otevřít v kterémkoli typu čtečky), ale souvisí se stavem autorského práva u nás i ve světě, které chrání každou jednotlivou e-knihu před dalším kopírováním. Dostáváme se tak paradoxně do situace, kdy z tištěné knihy je možno pro domácí použití udělat beztrestně kopie, ale jejich elektronické verze nás mohou dostat do sporu se zákonem. Obdobný problém je v poslední době akcentován

---

<sup>19</sup> <http://ereaderlookup.com/>

i u vlastnictví e-knih, kdy je zřejmé, že zakoupená tištěná kniha zůstává naším majetkem nastálo, je možno ji darovat nebo dále prodat. Zatímco plné vlastnictví knihy elektronické je sporné už například tím, že elektronickou knihu v mnoha případech nelze přečíst na nově zakoupené čtečce.

Jak bylo již řečeno, elektronické knihy je možné číst na téměř jakémkoliv moderním zařízení s obrazovkou. Koncovým hardwarovým zařízením může být jak klasické PC, notebook, iPhone, tak především tablet (např. iPad) anebo právě monofunkční čtečka. Pravidelní čtenáři e-knih používají právě tablet anebo čtečku, jejíž výhoda je v elektronickém inkoustu přátelskému k očím čtenáře. Naopak tablet s podsvíceným displejem představuje podobný oční komfort jako při četbě z monitoru stolního či přenosného počítače.

K výhodám tabletu patří jistá multifunkčnost zařízení, což znamená, že kromě čtení e-knih lze psát maily, surfovat po internetu či psát jednoduché texty. Zařízení tak může krátkodobě nahradit klasický PC nebo notebook a svou nižší hmotností a dlouhou výdrží baterie je rovněž příznivější pro čtení elektronických textů. K dalším výhodám čtení e-knih z tabletu (kromě čtení ho lze využít i k dalším aktivitám) patří skutečnost, že uživatel nemusí řešit různé formáty e-knih, neboť tablet akceptuje všechny jejich dostupné formáty. Nevýhodou může být právě multifunkčnost tabletu, kdy dostupné funkce (Facebook, mail, surfování po internetu) odvádějí pozornost od samotného čtení, což např. při studiu e-knih u dětí může představovat problém.

Čtečka je oproti tomu v podstatě jednodruhovému zařízením, kdy cílem je pohodlné čtení elektronického textu. Je to tedy zařízení s nepodsvíceným displejem ale naopak elektronickým inkoustem a dlouhou výdrží baterie. Účelnost zařízení ocení jistě zejména rodiče dětí používající čtečku pro studium textů a náruživí čtenáři, kterým displej poskytuje obdobný oční komfort čtení jako papírová kniha. Nevýhodou čtečky je určitá nekompatibilita formátů e-knih čtených ve čtečkách.

Co se týká formátů, za pomoci kterých jsou e-knihy šířeny a zpřístupňovány, patří k nejrozšířenějším formátům e-knih PDF, ePUB a MOBI. Například knihkupectví Kosmas na svých stránkách podporuje právě tyto tři základní formáty a o jejich použití

informuje čtenáře<sup>20</sup>. Formát PDF věrně kopíruje vzhled knih, ePub je formát vhodný pro čtení na různě velkých obrazovkách, protože text je schopen přizpůsobit se dané velikosti. Vzhledem k tomu že ePub nelze číst ve čtečkách Kindle<sup>21</sup>, je v rámci e-knih knihkupectví Kosmas k dispozici i formát MOBI, který je čtečkami Kindle podporován a je velmi podobný standardizovanému formátu ePub.

Zmíněná nekompatibilita hardwarových čteček s dostupnými formáty spočívá v tom, že knihy se zabezpečením DRM od Adobe nemohou být čteny na čtečkách Kindle (Amazon), které mají vlastní DRM zabezpečení. Konkrétně tedy e-knihy ve formátu PDF bez zabezpečení DRM mohou být čteny na všech čtečkách (vč. Kindle), iPhonech, iPadech (OS Android).

Prodejci, pokud jsou vázáni nakladatelem k zabezpečení knih, standardně volí zabezpečení technologií Adobe DRM, protože patří mezi nejrozšířenější a podporuje ho nejvíce čtecích zařízení. Ostatní knihy, kde není šifrování nutné, jsou většinou prodávány s tzv. soft DRM tedy vodoznakem.

Vzájemnou (ne)kompatibilitu formátů a koncových hardwarových zařízení pro četbu e-knih zobrazuje Tabulka 4. Tabulka zachycuje pouze ty formáty, které lze v daném typu koncového zařízení přečíst vždy. Jednotlivé typy hardwarových čteček (*e-book reader hardware*) samozřejmě umožňují čtení e-knih v rámci dalších uvedených e-knižních formátů.

---

<sup>20</sup> <http://www.kosmas.cz/info/eknihy-informace-o-formatech>

<sup>21</sup> Podle soukromého průzkumu portálu eReading čtečky Kindle vlastní až 70 % českých čtenářů e-knih (Lipert 2013). Podle ankety serveru Root.cz je nejrozšířenější čtečkou elektronických knih v Česku Kindle – vlastní ji 73 % uživatelů (Vyleťal 2012c).

**Tabulka 4** Kompatibilita formátů e-knih dle koncového hardwarového zařízení

<b>E-book reader hardware</b>	<b>Formát pro čtení e-knih</b>
Čtečka KINDLE	MOBI, PDF bez zabezpečení DRM
Čtečky ostatní	MOBI, ePUB, PDF pro čtečky
Tablet iPad	ePUB
Tablety s OS Android	ePUB
Chytré mobilní telefony iPhone	ePUB
Chytré mobilní telefony s Androidem	ePUB
Chytré mobilní telefony ostatní	MOBI (Kindle)

## 2.5 Ochrana e-knih pomocí DRM

Elektronické knihy jsou chráněny pomocí technologie DRM (*Digital Rights Management*<sup>22</sup>), jejímž prostřednictvím mohou nakladatelé a majitelé autorských práv kontrolovat používání svých děl v digitální podobě. Formáty užívající DRM ochrany jsou ePUB nebo PDF s DRM ochranou. Nejčastějšími typy DRM jsou zabezpečený přístup k médiu, zákaz kopírování díla nebo zákaz konverze do jiných formátů. Kromě klasického tzv. tvrdého DRM, které způsobuje technické omezení nakládání s knihou, existuje ještě tzv. sociální DRM (*Social DRM*).

Sociální DRM je často nazýváno také „měkké“ DRM. Sociální DRM umožňuje chránit e-knihy před zneužitím za pomoci použití vodoznaku. Znamená to, že se na začátek knihy (nebo na začátek každé kapitoly) umístí příslušný text, který knihu informačně pevně sváže se svým kupujícím nebo čtenářem. Časté bývá uvedení jména čtenáře či kupujícího na knize, čímž je tento spotřebitel odrazen od případného nelegálního šíření díla. Sociální DRM může být použito v případě nákupu e-knih stejně jako v případě půjčování e-knih v knihovnách s cílem zamezit nelegálnímu šíření či kopírování elektronického dokumentu. Text sociálního DRM tak může obsahovat jméno majitele (čtenáře) knihy, jeho fyzickou adresu nebo třeba datum zakoupení knihy. Dílo jako takové je bez technických omezení (na rozdíl od děl svázaných „tvrdým“ DRM).

„Tvrdé“ DRM představuje technická omezení pro nakládání s elektronickou knihou. Rozsah ochrany určuje zpravidla nakladatel, který tak může limitovat počet kopírování, tisk nebo sdílení e-knihy. Prostřednictvím technologie DRM na ochranu dokumentu je možno omezit určitý počet stažení e-knihy či stažení pouze určitého formátu. Současný trh zná čtyři druhy DRM schémat: od firmy Adobe, od firmy Amazon, od firmy Apple a konečně od společnosti Barnes&Noble. Nevýhodou těchto různých DRM schémat je to, že na rozdíl od souborů se sociálním DRM není možné zobrazit soubor chráněný „tvrdým“ DRM v kterékoli čtečce.

Použití různých DRM technologií potvrzuje i John Schember (2011) ve svém příspěvku o problémech užití DRM a zdůrazňuje, že DRM nezabrání porušování autorských práv. Schember dodává, že odstranění DRM systému z chráněného souboru e-knihy je

---

<sup>22</sup> Překlad: Správa digitálních práv.



triviální záležitost, i to, že DRM je pro účel ochrany autorských práv neúčinné a že jeho hlavním cílem je zvýšení tržeb. K distribuci souboru bez DRM totiž stačí jeho odstranění pomocí jednoduchého programu nebo získání souboru bez DRM z některé fáze publikačního procesu. Je-li jediný takový soubor bez DRM vystaven na internetu, může být opakovaně sdílen.

Neúčinnost DRM coby strážce práv potvrdila praxe hudebního průmyslu, který se například prodejů hudby s DRM vzdal a namísto toho se zaměřil na žaloby proti těm, kdo autorská práva porušují. V USA je podle Digital Millennium Copy Right Act<sup>23</sup> (DMCA) ve většině případů odstranění DRM považováno za nelegální. Běžný uživatel proto nemá legální možnost DRM odstranit a musí žít s omezeními, která DRM pro obsah, který si legitimně zakoupil, přináší (Schember 2011).

Použití DRM dává smysl v případě, že o vlastnictví nejsou žádné pochybnosti, např. v situaci, kdy uživatel stoprocentně ví, že obsah, který platí, nevlastní – příkladem jsou knihovny a předplatitelské služby. Platíme zde pouze za „přístup“ k obsahu. U knihoven přistupujeme k dílu „zdarma“, resp. za cenu čtenářské licence, u předplatitelských služeb dostaneme neomezený přístup většinou za zlomek běžné ceny po dobu trvání předplatného (služby typu MOG – služba pro streamování hudby). Ani jeden z těchto modelů nemůže fungovat bez DRM, protože tato služba má za cíl omezit užívání obsahu po určitou časově ohraničenou dobu. DRM omezuje, co lze s digitálním souborem dělat a tato omezení jsou zde nezbytná a zcela na místě, dodává John Schember (2011). Naproti tomu při koupi e-knihy je aplikace systému DRM pro kupujícího omezující a neumožňuje mu využívání stejných práv jako u knih tištěných. Vlastnictví elektronické knihy z pohledu kupujícího je tak i díky ochraně autorských práv chápáno odlišně a stejně tak je nutná změna obchodního modelu při prodeji e-knih.

Lze shrnout, že při koupi tištěné knihy je kupující majitelem konkrétního zakoupeného výtisku. Kupující nevlastní obsah nebo myšlenky v této knize, ale vlastní fyzickou věc. Tištěná kniha může být svým majitelem dále půjčena, prodána, darována apod. Stejná myšlenka platí i pro knihy elektronické. DRM však přidává umělá omezení, která omezují či zcela znemožňují některé úkony s e-knihou. DRM např. často zamyká obsah knihy pro jedno specifické čtecí zařízení. Knihu zakoupenou pro čtečku Nook od B&N

---

<sup>23</sup> Volný překlad: Autorské právo „digital milenium“

nelze následně přečíst na čtečce Kindle. V tomto případě je třeba zakoupit stejnou knihu znovu pro Kindle. DRM tedy neumožňuje přesouvat knihy, které jste si pořídili, z jednoho zařízení do druhého. V případě knih, kde již autorské právo vypršelo, je možné využít konvertor typu Calibre.

## 2.6 Dílčí závěry ke 2. kapitole

1. Mezi současně nejrozšířenější formáty e-knih u nás i ve světě patří PDF, ePUB a MOBI.
2. Komfortní a uživatelskou přívětivost čtení elektronických knih komplikuje v řadě případů nekompatibilita koncových čtecích zařízení a formátů e-knih.
3. Širokou penetraci e-knih do společnosti přinesl až rozvoj uživatelsky komfortních specializovaných čtecích zařízení, především čteček s elektronickým inkoustem.
4. Jsou vedena intenzivní jednání s cílem standardizovat pro publikování elektronických knih formát ePUB. Jeho dominantnímu užití však brání skutečnost, že není podporován firmou Amazon a jejími čtečkami Kindle, které podporují svůj proprietní, avšak široce užívaný formát MOBI.
5. Komerčně prodávané e-knihy jsou často chráněny pomocí systému DRM. Tzv. „tvrdé“ DRM představuje pro kupujícího omezení a brání mu požívat stejných práv jako u knih tištěných. DRM např. často zamyká obsah knihy pro jedno specifické čtecí zařízení.
6. Uživatelsky příznivější alternativu k ochraně elektronických textů představuje užití tzv. „měkkého“ sociálního DRM (identifikace kupujícího pomocí vodoznaku umístěného v rámci e-knihy, např. na začátku každé kapitoly).

### 3 ROLE NAKLADATELE NA KNIŽNÍM TRHU

*All publishers are Columbuses. The successful author is their America.*

**Mark Twain**

Role nakladatele na knižním trhu je dána činnostmi, které nakladatel v rámci procesu vydávání knih vykonává a je dále ovlivňována oborovým zaměřením konkrétního nakladatele. Odlišnou roli na knižním trhu plní nakladatelé vysokoškolské, jejichž úkolem je uspokojit studijní zájmy pedagogů a studentů bez primárního tlaku na ziskovost vydávaných titulů a odlišnou roli plní nakladatelé komerční, jejichž hlavním cílem je maximalizace zisku. Halada (1993) staví nakladatele a nakladatelství do pozice citlivého seismografu duchovní a materiální úrovně společnosti. Knižní kultura prezentovaná právě nakladatelskou složkou je přirozenou součástí celého kulturního dění každé společnosti, vypovídá o jejím stavu ve smyslu kulturní, ekonomické a sociální úrovně.

Nakladatelé se také snaží rozvíjet **odlišné obchodní modely pro prodej tištěných a prodej elektronických knih**. V rámci publikování e-knih není na trhu mezi nakladateli shoda, jak postupovat a v rámci současné praxe musí reflektovat snahu vlád (USA a EU) o vyloučení protisoutěžního jednání a nekalé cenové politiky prodejců e-knih. Nakladatelé se snaží nalézt finančně udržitelný přístup na trhu s e-knihami a řeší neustálou hrozbu pirátství. Musí rovněž řešit vliv nově vznikajícího trhu s e-knihami ve vztahu ke knihovnám. **Odlišný přístup k půjčování e-knih prostřednictvím knihoven mají vysokoškolské nakladatelé a komerční nakladatelé**. Tyto dva odlišné nakladatelské domy vycházejí rovněž ze zcela jiných výchozích faktorů a následně volí rozdílné obchodní modely.

Většinová produkce tradičních nakladatelských domů je založena na tištěných knihách a elektronické knihy nabízejí jako jednu z alternativ, např. v rámci edice E-knihy.

Nakladatel je společně s autorem (viz kapitola 3.1.1) prvním článkem v procesu publikování knih. Cestu knihy od autora ke čtenáři lze zpravidla popsat jako vztah mezi subjekty knižního trhu (nakladatelem, distributorem a knihkupcem), autorem a knihovnou.

Jednotlivé subjekty knižního trhu společně s knihovnou jako prvkem systému zprostředkování informací blíže popisují kapitoly této disertační práce. V rámci této kapitoly budou popsány **role a činnosti nakladatele**, a zároveň prezentovány i **potřeby autora** a jeho měnící se postavení právě ve vztahu k nakladateli, např. i díky možnosti *self-publishingu*.

Před specifikací role autora a nakladatele si vysvětlíme pojmy „*nakladatel*“ a „*vydavatel*“.

TDKIV – Česká terminologická databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy (Celbová 2003c) vymezuje pojem „nakladatel, nakladatelství“ (*publishing house, publisher*) jako:

1. Fyzickou nebo právnickou osobu odpovědnou za uvedení neperiodické publikace (knihy, hudebniny, reprodukce, mapy, fotografie apod.) na knižní trh. Zajišťuje hmotné prostředky k vydávání publikací, pečuje o odbornou a výtvarnou stránku vydávaných publikací, zajišťuje jejich vytištění, někdy též distribuci.
2. Normativní výklad uvádí, že se jedná o osobu nebo organizaci odpovědnou za výrobu a rozšiřování dokumentu (ČSN ISO 1086-2001:3.15).
3. Osobu nebo organizaci odpovědnou za nakladatelskou činnost (ČSN ISO 9707:2.36).
4. Právní subjekt, tj. soukromou, družstevní, státní, akciovou aj. firmu, instituci, jejíž jediným nebo hlavním posláním je vydávání publikací. (ČSN 01 0166:2.2).
5. Organizaci, jejíž hlavní obchodní činností ve smyslu obchodního obratu je vydávání dokumentů (ČSN ISO 9707:2.38).

V některých publikacích je „*nakladatel*“ považován za vydavatele knižních (neperiodických) publikací a „*vydavatelem*“ je označován ten, kdo šíří zvukové aj. záznamy děl (Beránková 2010). Dle Slovníku současné češtiny je vydavatelství chápáno jako organizace odpovědná za přípravu knih, časopisů nebo hudebních nosičů k vydání. Nakladatelství pak financuje a zajišťuje jejich uvedení na knižní trh (Slovník současné češtiny 2011, s. 412). Také Hajdová (2012, s. 21-22) rozlišuje české výrazy nakladatelství a vydavatelství „*Jedna společnost může být zároveň nakladatelstvím i vydavatelstvím, což se týká mnoha knižních nakladatelství, která zajišťují jak přípravu, tak i uvedení do prodeje.*“

Pojem nakladatel (nakladatelství) je však již v dnešní době možno považovat za zcela ekvivalentní pojmu vydavatel (vydavatelství). Rovněž autorský zákon **nerozlišuje mezi pojmy nakladatelství a vydavatelství**. Také anglický výraz „*publisher*“ tyto pojmy zvláště nerozlišuje a je v češtině překládán jako vydavatel i nakladatel.

V této práci jsou oba pojmy – nakladatel a vydavatel – pojímány jako totožné a **pro další práci v textu je preferován termín nakladatel** (nakladatelství).

Nakladatel se stará o obchodní řízení podniku a o vydavatelskou politiku a s vynaložením vlastních prostředků dojednává a realizuje:

- vydání dosud nevydaného díla,
- vydání nedostupné (např. rozebrané, tj. zcela vyprodané) publikace,
- vydání zahraniční publikace,
- vydání nových přehledů a výběrů textů, reprodukcí, skladeb, filmů atd.

Nakladatelství funguje jako kulturní společenská a ekonomická instituce. V těchto funkcích se jednotlivé články doplňují a sjednocují. Nakladatelství mohou mít vydávání knižních publikací jako svou hlavní i jako vedlejší náplň činnosti, připomíná Halada (1993, s. 36-37). Většina středně velkých a malých nakladatelství se soustřeďuje v nakladatelské činnosti převážně na neperiodickou literaturu. Z pohledu zaměření nakladatelské činnosti tedy můžeme mluvit o cílových funkcích jako o hlavních a vedlejších, které mohou být formálně vyjádřeny názvem podniku, obsahově pak jeho strukturou a náplní vydavatelské činnosti.

Novým pojmem, který se utvořil v souvislosti s publikováním elektronických knih, je pojem **e-nakladatel** (*e-publisher*), který představuje nakladatele specializujícího se na vydávání elektronických knih. Většina zavedených nakladatelství je v současné době zaměřena jak na pokračující, a ve velké části případů také dominující vydávání tištěných knih, tak realizuje doplňkové či paralelní vydávání elektronických knih. Vydávání elektronických knih (*e-publishing*) je činnost, která se zejména v procesu výroby a propagace knihy odlišuje od klasických činností nakladatele při vydávání tištěné knihy.

Elektronické publikování (*electronic publishing, e-publishing*) je dle České terminologické databáze z oblasti knihovnictví a informační vědy (Celbová, Iva 2003a) definováno jako „...vydávání a šíření dokumentů elektronickými prostředky, a to buď *offline* (zejména na optických discích) anebo *online* v prostředí počítačových sítí.

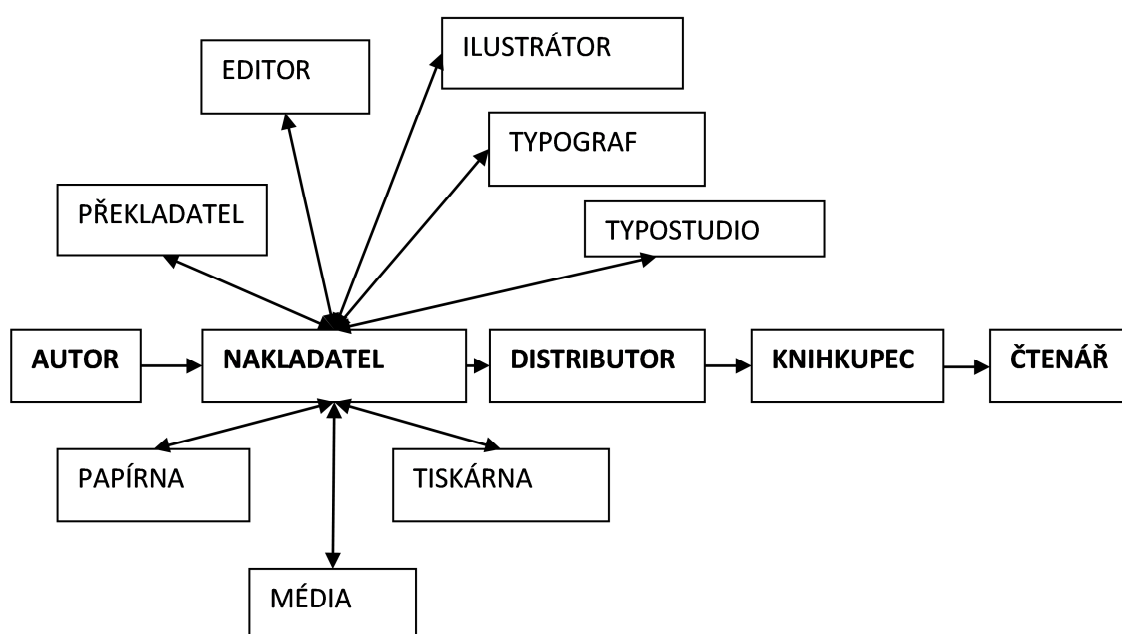
*Produktem elektronického publikování je elektronický dokument (elektronická kniha, elektronické periodikum, databáze apod.). Výhoda elektronického publikování oproti publikování v tištěné podobě spočívá především v neexistenci prostorových a časových bariér a v úspoře financí na vydávání dokumentů.“*

Při výrobě e-knihy a kalkulaci nákladů je třeba vždy rozlišovat mezi textovou e-knihou (*text-only eBook*) a e-knihou doplněnou o multimediální prvky (*multimedia book* nebo také *enhanced book*). **Textová e-kniha** vzniklá procesem elektronického publikování skutečně **přináší finanční úspory** (odpadají náklady na papír, tisk, fyzickou distribuci), **naopak tvorba multimediální knihy** – některými teoretiky nazývaná jako aplikace – **může být finančně značně náročnější** než příprava klasické tištěné textové publikace. Hlubší analýza pojmů *e-book*, *multimedia book*, *enhanced book* je součástí kapitoly 1.4.

### 3.1 Činnosti nakladatele v procesu publikování (elektronických) knih

V této kapitole je popsána role nakladatele v procesu publikování tištěných a elektronických knih (*traditional and electronic publishing*). Některé nakladatelské činnosti jsou pro oba systémy publikování shodné. Náplň jiných činností se naopak u publikování tištěné a elektronické produkce odlišuje. Blíže bude popsána také role autora v rámci akviziční činnosti nakladatele.

Činnosti nakladatele dle Vladimíra Pistoriuse (2003, s. 106-121) znázorňuje následující obrázek.



**Obrázek 9** Činnosti nakladatele v procesu publikování (tištěné) knihy  
(s využitím Pistorius 2003, s. 106)

**Nakladatelské činnosti** (s částečným využitím Pistorius 2003, s. 106-107):

#### 1. Akvizice rukopisů

Tato činnost předpokládá neustálou aktivitu nakladatele při akvizici intelektuálního vlastnictví.

#### 2. Autorskoprávní agenda

Tato činnost zahrnuje uzavření licenční smlouvy s autorem, ale i dalšími subjekty, které se na vydání knihy podílejí a jejichž činnost spadá pod ochranu autorského zákona:



překladatel, tvůrce obálky, typografické úpravy ilustrací, doslovu, edičního výběru atd. I s těmito subjekty musí být uzavřena licenční smlouva, a to vždy před vydáním knihy.

### 3. Redakční příprava

Jde o jazykovou a odbornou korekturu knihy. Sestává z lektorského a odborného posouzení rukopisu, práce jazykového redaktora s autorem či překladatelem atd.

### 4. Výroba knih

Tato činnost zahrnuje organizační a finanční zajištění polygrafických prací. Nakladatelství musí nechat vyrobit podklady pro tisk, dohodnout se s konkrétní tiskárnou na výrobní ceně, použitých materiálech (papír, předsádka, vazba, ražba, laminace, parciální lak atd.) a na termínu dodávky.

### 5. Marketingová příprava a propagace titulů

Znamená vytvoření optimálních podmínek pro prodej každé své knihy. Propagace by měla být zahájena ještě před vydáním knihy (vydávání edičních plánů, interview s autorem aj.), pokračovat i po vydání knihy (autogramiády s autory, plakáty pro výlohy do knihkupectví, inzerce).

### 6. Prodej

Nakladatel musí zajišťovat prodej svých knih, fakturovat jednotlivé dodávky, zajišťovat skladování neprodaných zásob, dohadovat rabat. Nakladatelství musí vyhodnocovat své odbytové kanály, hledat nové odbytové cesty.

### 7. Skladování a uchování

Činnosti nakladatele zmíněné Vladimírem Pistoriusem (2003) popisují proces publikování tištěné knihy. Jako výčet potřebných činností je lze v obecném měřítku velmi dobře uplatnit i pro popis vzniku elektronické knihy. Vzhledem k zaměření této práce na knihy elektronické je výše uvedený popis nakladatelských činností dále rozšířen a především obsahově doplněn s ohledem na publikování e-knih.

Činnosti nakladatele v procesu publikování tištěných a elektronických knih lze tedy shrnout následovně:

1. Akvizice rukopisů a autorskoprávní agenda
2. Redakční práce
3. Sazba knihy

4. Výroba (elektronické) knihy
5. Marketingová příprava a propagace titulů
6. Prodej (elektronické) knihy případně distribuce pomocí platform
7. Skladování (elektronických) knih

V následujících podkapitolách budou rozebrány jednotlivé výše zmíněné nakladatelské činnosti a **definovány rozdíly**, které přirozeně **vznikají v případě vydávání tištěných a elektronických knih**.

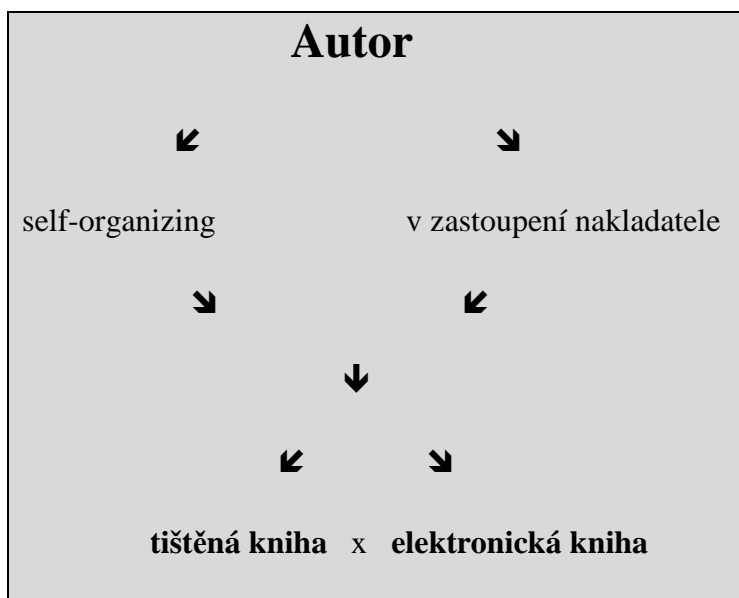
### **3.1.1 Akvizice rukopisů a autorskoprávní agenda**

Činnosti nakladatele popisované v rámci této podkapitoly zahrnují akvizici rukopisů a autorskoprávní agendu. Autorským právem se rozumí jednak soubor právních norem upravujících vztahy vznikající z tvorby literárních, uměleckých a vědeckých děl, jednak souhrn oprávnění příslušejících autorovi k jeho dílu. Právy příbuznými k právu autorskému jsou oprávnění dalších osob, např. výkonných umělců, pořizovatelů databází. Dále se zde promítá účast dalších subjektů zprostředkovávajících konkrétní užití děl, např. divadelních agentur, uměleckých galerií.

Dílo autora je výchozím vstupním artiklem pro jakoukoli další práci nakladatele. Autor (tvůrce obsahu) předává rukopis nakladateli. Autor uzavírá s nakladatelstvím nakladatelskou smlouvu, kterou na nakladatele/vydavatele převádí všechna nebo některá svá práva vztahující se k dílu (např. právo dílo graficky nebo vizuálně reprodukovat, rozmnožovat a publikovat). Podle toho je mezi autorem a nakladatelem uzavírána buď licence na výhradní či nevýhradní užití díla.

Autor sám tedy může své dílo vydat v zastoupení nakladatele (případně ale i knihovny) nebo může celou organizaci vydání svého (většinou tištěného) díla převzít sám a od nakladatele (tiskárny, knihárny) vyžadovat pouze určité služby (vazba, přidělení ISBN, zajištění odevzdání povinných výtisků atd.). V situaci, kdy nakladatel nenese celkovou odpovědnost za vydání autorova díla, ale poskytuje pouze autorem požadované služby, bývá vydání díla zpravidla financováno samotným autorem. V procesu, kdy je vydání díla koordinováno samotným autorem a nakladatel vykonává pouze některé dohodnuté činnosti, hovoříme o tzv. *self-organizingu*.

Roli autora v procesu publikování tištěných a elektronických knih zobrazuje následující obrázek.



*Obrázek 10* Role autora v procesu publikování tištěných a elektronických knih

Adéla Faladová z Ministerstva kultury ČR v rámci Semináře o autorském právu upozorňuje, že jedním z velkých problémů je fakt, že rámec autorského zákona je připraven především pro profesionální autory, kteří ze svých děl mají zisk, přičemž vůbec neřeší situaci amatérských autorů (Sudová 2011). Jejich situaci by mohly řešit licence Creative Commons.

Jiří Srstka (Sudová 2011) ze společnosti DILIA připomíná, že český autorský zákon užití na internetu zná a to konkrétně v § 18, odst. 2 je uživatelem, tedy tím, kdo sděluje dílo veřejnosti a kdo musí získat příslušné oprávnění od autora, je provozovatel internetového portálu, nikoli nakladatel, který knihu v tištěné podobě vydal. Provozovatel tak musí nabýt oprávnění od autora přímo nebo zprostředkovaně přes nakladatele tak, že ten nabude práva k tomuto užití od autora a pak ho v podobě podlicence „dopraví“ k provozovateli internetového portálu. V žádném případě se však poskytnutí oprávnění k vydání díla v tištěné podobě (rozmnožování + rozšiřování) nerovná oprávnění k užití díla na internetu, jak se mnozí nakladatelé mylně domnívají. Stejně tak nelze zaměňovat činnost provozovatele internetového portálu s činností

knihkupce, který prodává knihy v tzv. "komisi", a kdy knihy až do okamžiku prodeje zůstávají ve vlastnictví nakladatele a do vlastnictví knihkupce se vůbec nedostanou. Tedy provozovatel internetového portálu je uživatelem díla ve smyslu autorského zákona a on musí disponovat oprávněním od autora, jak uvedeno výše.

Za předpokladu, že autoři budou svolní dávat licence k internetovým užitím, respektive k převodu jejich děl do digitální podoby a užití jejich slovesných děl v této podobě, dostává se do popředí otázka výše autorských odměn. V současné době je nejčastěji originálním **autorům vyplácena podílová odměna**, tzv. tantiéma, jež je **procentuálně odvozena z prodejní ceny** (po staru z maloobchodní ceny - MOC) nebo z nakladatelské ceny (po staru z velkoobchodní ceny - VOC). Výše této procentní odměny je v současnosti u originálních autorů velice různá, ale dejme tomu, že se pohybuje od 6 % výše u prodejní ceny (MOC) a od 10 % výše u nakladatelské ceny (VOC), uvádí Srstka (Sudová 2011). Nicméně tyto výše odměn počítají již tradičně s určitou výší cen knih jako takových, jde tedy o jakýsi „oslí můstek“, kterým je vyjádřena cena autorských práv. Ta mají ovšem sama o sobě objektivně svou cenu. Pokud tedy bude knižní produkce poskytována v podobě elektronických knih prostřednictvím internetu je jasné, že cena za stažení bude daleko nižší než cena, za kterou si dnes shodnou knihu koupíme v knihkupectví, domnívá se Srstka (Sudová 2011).

Z hlediska autorsko-právních aspektů vytváření elektronických knih, které vznikají převodem (digitalizováním) tištěných textů do elektronické formy, je nutné vždy nejdříve **ověřit**, zda je dílo volné, nebo **zda se na něj vztahují autorská práva**.

Lze shrnout, že ve smlouvách, které nakladatelé přímo uzavírají s autory, je poměrně běžně obsaženo právo nakladatelů na prodej tištěných knih v klasickém (kamenném) obchodě i prostřednictvím internetu. Stále častěji však smlouvy zahrnují i práva na elektronické verze autorova díla a následný prodej e-knihy na internetu. **Smlouva mezi nakladatelem a autorem může specifikovat i možnosti udělení licence na elektronické šíření díla jiné osobě**, např. platformě prodávající e-knihy. Autorská odměna za tento způsob užití díla však velice často není stanovena vůbec či je nízká, respektive nedostatečná ve smyslu výše uvedeného. Lze však předpokládat, že i díky stále zasvěcenějšímu přístupu autora k možnostem publikování knih, např. za pomoci využití profesionálních nástrojů *self-publishingu*, bude tlak na výši autorského honoráře stoupat, a to i za těch okolností, kdy je vydání e-knihy plně v režii profesionálního

nakladatele (*publishing on behalf of publisher*)<sup>24</sup>. Prostor pro pohyb mezi finančními alokacemi na jednotlivé činnosti při publikování elektronické knihy je zřetelný a může argumentačně posílit roli autora při vyjednávání o výši autorského honoráře.

### 3.1.2 Redakční práce

Úkolem redaktora by měla být především akvizice titulů, vymyšlení nových projektů a jejich realizace. Druhou jeho úlohou je redakční příprava jednotlivých titulů (Pistorius 2003, s. 115). Redaktor by měl ovládat samotné redakční řemeslo i mít rozsáhlé znalosti v konkrétní speciální oblasti, na kterou se nakladatelství ve své činnosti specializuje. Dobrá volba titulu u komerčního nakladatelství určuje úspěch knihy u čtenářů a potenciálně zvyšuje zisk nakladatele. U nakladatelství vysokoškolského ukazuje dobrou volbu titulu jeho zpětná relevance pro studium a výzkum pedagogů i studentů. Redaktoři by měli být schopni přečíst libovolnou knihu, jsou však zpravidla úzce specializováni v příslušném tržním segmentu. Například redaktoři překladové literatury mají jinou specializaci než redaktoři literatury faktu či dětské literatury.

V naší zemi je zakořeněna tradice, podle níž redaktoři jednotlivé tituly nejen vybírají a domlouvají autorské smlouvy, ale spolupracují s překladatelem a zpravidla čtou všechny korektury. Redaktor zvládne při způsobu české redakční práce max. 10 až 15 titulů za rok – dle obtížnosti a rozsahu, vypočítává Pistorius (2003, s. 116). V Západní Evropě či USA oproti tomu pracují redaktoři pouze koncepčně – korektury již nečtou a také spolupráci s překladatelem přenechávají svým asistentům či externistům. Za rok tak připraví 20 až 30 titulů.

Redakční práce zahrnuje měření rozsahu rukopisu, což je třeba ze dvou důvodů (Pistorius 2003, s. 86): kvůli určení honorářů (odvozených od počtu stránek, slov či archů), jednak je vždy třeba pro potřeby kalkulace z rozsahu rukopisu odvodit přibližný počet tiskových stran.

---

<sup>24</sup> Např. výhradně digitální nakladatelství Freetime Publishing autorům deklaruje až 70% honorář z prodeje knihy (po odečtení distribučních poplatků). Za zbylých 30 % nabízí odbornou redakci, korektury i propagaci. Tituly nakladatelství distribuuje prostřednictvím portálu Palmknihy.cz (využívá sociální DRM) ve formátech ePUB, MOBI a PDF (Aust 2011).

V podmínkách České republiky je odpovědný redaktor zodpovědný za výsledný vlastní text vydané knihy a dále za:

- uzavření všech autorskoprávních smluv a uzavření smluv o dílo týkajících se daného titulu,
- náležitosti knihy: správnost korektur, správnost všech údajů na obálce, správnost všech údajů v tiráži,
- doprovodné texty na obálce a záložkách, za anotace a další materiály potřebné pro propagaci knihy.

Odpovědný redaktor může spolupracovat s externisty na dílčích úkolech. Odpovědnost za výslednou podobu díla však leží na něm.

V rámci redakční práce se dále uplatní profese výtvarného redaktora. Výtvarný redaktor se stará o:

- typografickou úpravu knih, kterou zpravidla provádí ve spolupráci s externími grafiky,
- o ilustrační doprovod knih a jejich autorskoprávní zajištění.

Výroba knihy potřebuje i technického redaktora. Technický redaktor je typograf. Úlohou typografa je grafický návrh knihy. Jde o vnější úpravu (obálky, přebalu, potahu, hřbetní pásky, záložky) a vnitřní úpravu (signetu, patitulu, titulní stránky, frontispisu, tiráže, typu písma textu i nadpisu kapitol, umístění obrázků a jejich popisků atd.). Práce typografa zahrnuje rovněž samozřejmě také typografii a zarovnání odstavce, typografii stránky, orientaci a volbu písma. Vnější i vnitřní úpravu knihy mohou navrhovat i dva různí typografové. Schválený typografický návrh realizuje technický redaktor (typograf) sám nebo jej předá nakladatelství, kde návrh převezme typografické studio, které provede tzv. „zlom“, výsledkem jsou podklady pro stránkové korektury.

Stránkové korektury provádí současně autor (překladatel) a redaktor na principu kontroly „dvojích očí“. Sjedené korektury se vracejí technickému redaktorovi. Mezitím výrobní porada určí termín vydání knihy, náklad a doporučenou cenu (Pistorius 2003, s. 109).

V rámci redakčních činností se práce na tištěné a elektronické knize **prolínají**. Ať už je výslednou podobou kniha elektronická nebo tištěná, je třeba, aby prošla věcnou

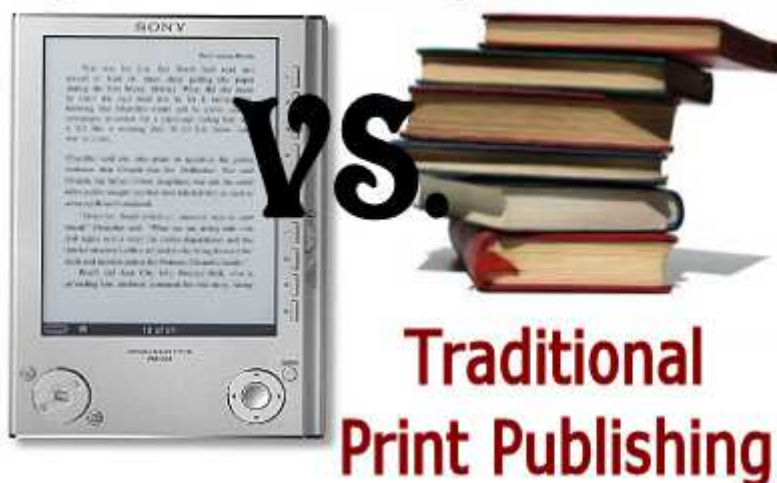
i gramatickou korekturou, grafickou úpravou. Grafická úprava elektronické knihy může zahrnovat i zapojení multimediálních obsahů.

### 3.1.3 Výroba knihy

Tato nakladatelská činnost se v procesu publikování tištěných a elektronických knih odlišuje vůbec nejvíce. Odlišnost je patrná ve výsledku také v cenové relaci porovnávací náklady na výrobu tištěné a elektronické knihy. Při **výrobě tištěné knihy** tvoří až 20 % nákladů právě výdaje na papír a tisk knihy (při velkonákladovém tisku se však mohou pohybovat i kolem pouhých 10 %). U **výroby knihy elektronické** (*text-only book*) tisk odpadá a zbývají náklady na případnou digitalizaci, resp. převod textu do formátu kompatibilního se čtecími zařízeními různého druhu (počítač, tablet, smartphone, e-čtečka). Pokud je výsledkem elektronického publikování **interaktivní aplikace** (viz např. interaktivní knihy, které jsou novinkou nakladatelství HarperCollins Publishers Ltd.) je třeba ve srovnání s klasickou tištěnou knihou počítat s **vyššími „výrobními“ náklady**.

Výsledným produktem této nakladatelské činnosti, tedy vlastně „výrobkem“, je na jedné straně **fyzická kniha**, na straně druhé **elektronický text**, k jehož přečtení je třeba zakoupit a následně použít příslušné koncové zařízení ke čtení e-textů. Níže uvedený Obrázek 11 vizuálně naznačuje finální podobu vzešlou z procesu digitálního a tradičního publikování. Cílem této kapitoly není podat souhrn všech rozdílných aspektů tradičního a digitálního publikování, neboť ty budou logicky vycházet z popisu nakladatelských činností v rámci dalších kapitol. Tato kapitola se zaměřuje na samotný proces výroby tištěné knihy a popis vzniku knihy elektronické.

# Digital Publishing



*Obrázek 11 Tištěné versus elektronické publikování*

*(s využitím Veen 2009)*

### 3.1.3.1 Výroba tištěné knihy

Klasická výroba tištěné knihy po precizně odvedené redaktorské práci (jazyková, odborná, technická redakce včetně korektur) zahrnuje konečné zpracování tiskových výrobků. Poté co bylo nakladatelem určeno datum vydání knihy, náklad i doporučená cena, dojedná výrobní referent<sup>25</sup> další záležitosti s tiskárnou, resp. si nechá vypracovat cenové nabídky na tisk. Předmětem spolupráce nakladatelství a tiskárny na výrobě tištěné knihy je jednání o výrobní ceně, termínu atd. Stránkové korektury by již v této době měly být ukončené a odpovědná osoba daného nakladatelství (majitel, šéfredaktor) by měla provést tzv. **imprimatur** nebo-li písemný souhlas s tiskem v dané podobě. Imprimatur musí obsahovat datum, čas a podpis zákazníka. V historii znamenalo imprimatur také souhlas státní nebo církevní cenzury.

Tištěné knihy - jako výsledek polygrafické výroby – jsou vázány v tuhé vazbě, nebo ve vazbě měkké (brožury), bez zřetele na jejich obsah. Z technických hledisek můžeme rozlišovat např. knihy s hladkou, nesložitou sazbou, jako je třeba beletrie, a knihy se sazbou vědeckou, složitou technickou, matematickou a chemickou sazbou, dále knihy bez ilustrací a knihy ilustrované jednobarevně nebo vícebarevně (Šalda 1968, s. 232-233). Dále Šalda připomíná rozdělení knihy podle formátů (formáty řady A,

---

<sup>25</sup> Jména profesí uvedená v textu disertace nejsou závazná, nicméně odráží věcnou náplň dané profese. Činnosti může vykonávat i jiná osoba nakladatelství přidělená k tomuto úkolu.



formáty řady B, formáty zvláštní). Knižní výrobu je také možno logicky dělit podle tiskových technik, kam patří technika knihtisku, ofsetu a hlubotisku. Polygrafické výrobní technologie i tiskové stroje jsou většinou velmi univerzální. Tutéž knihu lze také tisknout několikerým způsobem, na různých strojích, popř. různými tiskovými technikami.

**Ukázkou procesu zadávání prací pro výrobu tištěné knihy** může být ukázka spolupráce s konkrétní tiskárnou. Autorkou této práce byla zvolena tiskárna FINIDR ([www.finidr.cz](http://www.finidr.cz)), založená v roce 1994 a patřící mezi největší tuzemské výrobce knih v pevné a měkké vazbě. Firma do roku 2012 vyrobila 200 mil. kusů knih. Typická spolupráce s tiskárnou s cílem výroby tištěné knihy, v tomto případě na příkladu s tiskárnou Finidr, vypadá takto:

1. Nakladatelství (dále objednatel) objedná titul do výroby.
  
2. Objednávka se provádí prostřednictvím objednávkového listu, např. pomocí formuláře na webu tiskárny. Dále je dojednána finální cena, splatnost, způsob platby. Jsou specifikovány požadavky na kontrolu dat před knihařským zpracováním. Objednatel si může zvolit speciální požadavky, např. svou přítomnost u tisku.
  
3. Objednávka by měla obsahovat tyto údaje<sup>26</sup>:
  - název titulu,
  - zákazník,
  - datum expedice, datum dodání podkladů,
  - náklad,
  - vazba,
  - druh spojení (šití, lepení),
  - blok (text + přílohy),
  - počet stran,
  - barevnost,
  - formát,

---

<sup>26</sup> Zdroj: <http://www.finidr.cz/files/jak-objednat-titul-do-vyroby.pdf>

- druh a gramáž papíru,
- potah/obálka,
- barevnost,
- druh potahového materiálu (např. křída, plátno, poloplátěná vazba, umělá kůže) a gramáž,
- gramáž lepenky,
- lakování/laminování, ražba,
- přebal,
- barevnost,
- druh potahového materiálu a gramáž,
- lakování/laminování, ražba,
- předsádky,
- druh papíru,
- barevnost,
- doplňky ke knize,
- kapitálek,
- stužka,
- kartička,
- samolepka.

4. Objednatel vybírá formu knihařského zpracování:

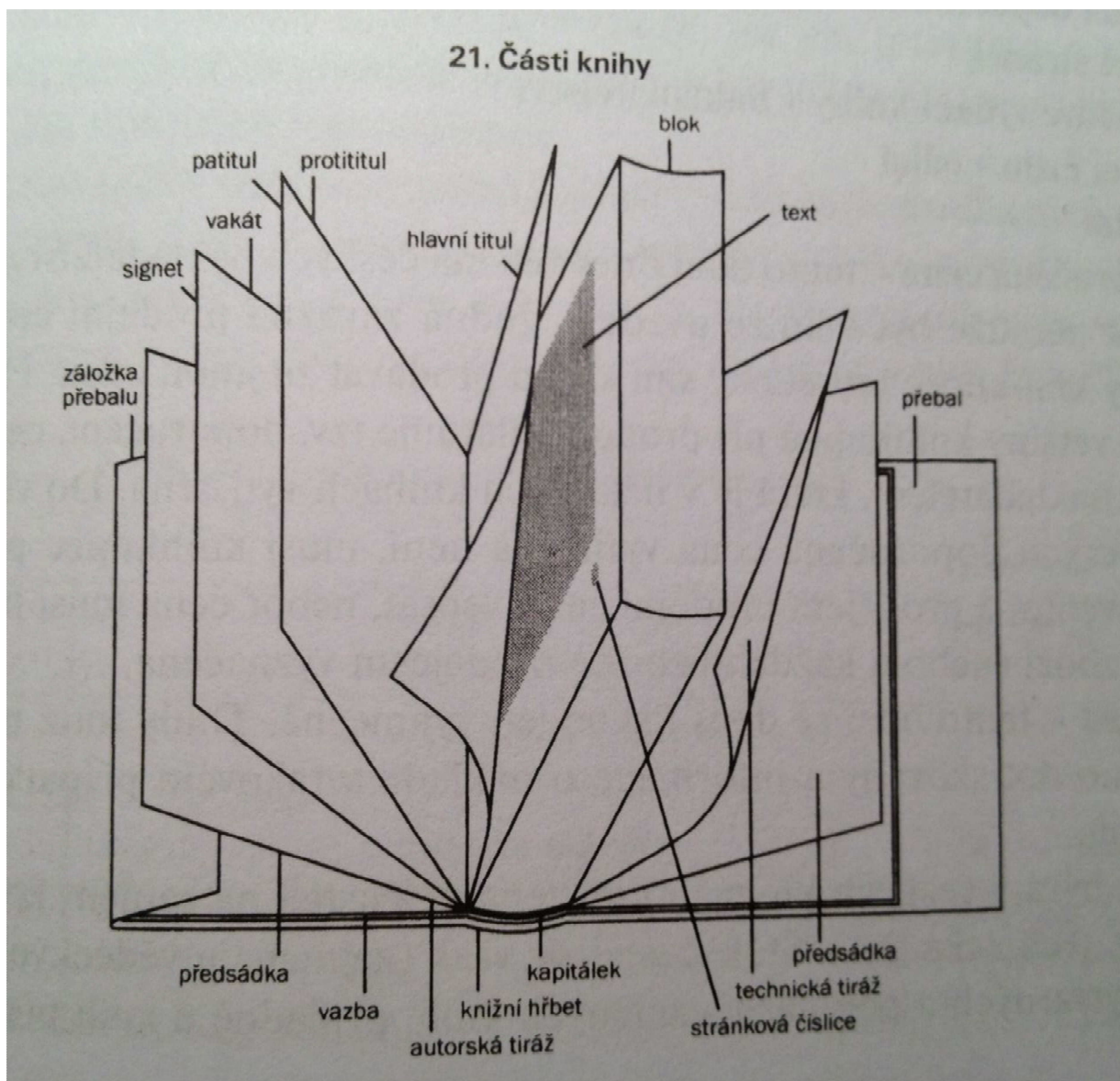
- švýcarská brožura,
- desky s kartónem,
- pevná vazba šitá (pro náročné barevné i černobílé publikace, rovné i kulaté hřbety),
- pevná vazba lepená (pro ofsetové a volumenózní dřevité papíry, rovné i kulaté hřbety),
- brožovaná vazba lepená (obálky z obáلكových jednostranně natíraných kartonů nebo oboustranně natíraných křídových papírů),
- šitá vazba v měkkých deskách (šitý blok je bez frézování zaklížen do obálky),
- černobílé i barevné publikace v pevné vazbě (lepené nejmodernější technologií, šité, s laminovaným potahem, s přebalem),
- černobílé i barevné publikace v brožované (měkké) vazbě (lepené nejmodernější technologií, šité, s laminovanou obálkou a záložkami, s přebalem).

5. Objednatel dodá text knihy v datové podobě, nejlépe kompozitní PDF soubor, tj. text knihy je uložen nejlépe v jednom souboru se všemi stranami včetně vakátů<sup>27</sup>, případně je text rozdělen do více souborů, které dodavatel (tiskárna) doporučuje srozumitelně, stručně a bez diakritiky pojmenovat (např. ucebnice\_001-100.pdf; ucebnice\_101-200.pdf apod.). Dodavatel v podmínkách blíže specifikuje správnou přípravu podkladů ze strany objednatele. Patří sem definování spadu a odsazení stránky, obálky, přebalu; správné barevnosti, tj. data musí obsahovat pouze tiskové barvy; rozlišení obrázků; definování tloušťky linek a orámování atd.
6. Po zadání všech údajů je tiskárnou prostřednictvím e-mailu nebo telefonicky potvrzeno zahájení realizace zakázky.
7. Poté co jsou knihy vyrobeny, nabízí tiskárna jejich (placené) uskladnění, dovoz k nakladateli nebo distributorům.

Hotová tištěná kniha se skládá z částí, které zobrazuje následující obrázek.

---

<sup>27</sup> Vakát znamená v typografii stránku v publikaci, která je záměrně ponechána prázdná.



**Obrázek 12** Části tištěné knihy

(Pistorius 2003, s. 43)

Po vydání tištěné knihy je třeba (s částečným využitím Pistorius 2003, s. 109):

- oznámit agentuře ISBN jméno autora a titulu<sup>28</sup> (lze i před vydáním),
- rozeslat 5 povinných výtisků,
- splnit nabídkovou povinnost, tj. oznámit vydání knihy 18 knihovnám stanovených zákonem o neperiodických publikacích a následnou vyhláškou MK ČR 252/1995,

<sup>28</sup> Přidělení čísla ISBN není povinné.

- rozeslat autorské výtisky.

Jednotlivé úkony prováděné po vydání knihy jsou blíže rozebrány v podkapitolách 3.1.3.3 až 3.1.3.6 i s ohledem na specifika u knih elektronických.

### 3.1.3.2 Výroba elektronické knihy

Jedním z podstatných rozdílů mezi elektronickou a tištěnou knihou je snadná tvorba digitálních textů, a to právě na rozdíl od výroby tištěné knihy. Přestože výroba digitální knihy je jednodušším procesem než výroba knihy tištěné, je třeba i zde ovládnout specifické dovednosti. Výroba elektronických knih by měla být zvládnuta **na obdobné profesionální úrovni**, zejména pokud je v rukách nakladatele, jako výroba klasických tištěných knih. Výroba elektronické knihy (i přestože pojem „výroba“ je v případě elektronické knihy poněkud nepřesný) je od procesu výroby tištěné knihy zcela odlišná. Více než o spojení „výroba elektronické knihy“ lze mluvit o „*produkcí e-knih*“ (*e-book production*). Záměrně není zmiňován termín „*digital publication*“, neboť ten zahrnuje celý proces vzniku elektronické knihy včetně autorskoprávních aspektů, klasické redakční práce až po vznik e-knihy. Předmětem této kapitoly je však právě pouze vznik e-knihy, tedy převod autorského rukopisu do digitální podoby knihy, která bude čitelná na co největším počtu **čtecích zařízeních**. Již v úvodní kapitole byl nastíněn pojem „elektronická kniha“ a bylo provedeno srovnání s knihou tištěnou. Právě skutečnost, že elektronická kniha se od té tištěné zásadně liší, by měla vést k tomu odpoutat se od snahy za každou cenu napodobit knihu tištěnou. Antonín Pokorný (2012, s. 54) tyto snahy vnímá jako zbytečné omezování ve využití všech možností, které nám elektronické knihy nabízejí.

Adam L. Penenberg (2009) tuto myšlenku ještě posouvá, když tvrdí, že **budoucností nejsou prosté elektronické texty** (např. klasická próza čtená na čtečce), **ale knihy multimediální**. Jako jeden z mnoha příkladů uvádí knihu životopisu Wileyho Posta, pilota z 30. let minulého století, který jako první obletěl svět. Takový typ publikace, který je dle Penenberga budoucností knihy, by kromě prostého elektronického textu, nabídl i reálné záběry z jeho nejslavnějšího letu, rozhovory v rádiu, plán jeho letadla, interaktivní mapy jeho cesty, navíc by obsahoval i rozhovory se současnými leteckými historiky a piloty, virtuální prohlídku kokpitu, popis všech měřících přístrojů v kabině pilota, fotografie, hyperlinky, rejstříky, poznámky a další odkazy k různým zdrojům týkajících se tématu. Podobně situaci vidí Naten Hill (2012), který dodává,

že elektronická kniha je více podobná webové stránce nebo aplikaci než klasické (rozuměj tištěné) knize. Podle něj jsou právě textové e-knihy (*text-only eBook*) velmi často doplněny o obrázky, písničky atd. Antonín Pokorný (2012) v tomto kontextu poměrně správně upozorňuje, že právě **hranice** mezi tím, čemu říkáme elektronická kniha, a například multimediální hrou **jsou v těchto případech velmi tenké**.

Cílem této podkapitoly však není pátrat po podstatě elektronických knih. Problematiku „výroby elektronické knihy“ lze rozdělit na výrobu dvou kategorií elektronických knih (Pokorný, Antonín 2012):

1. Knihy, které vyšly v tištěné podobě a jsou převedeny (digitalizovány) do elektronické formy.
2. Knihy, které již vznikají jako elektronické texty (tzv. *digital born*) a které využívají elektronického prostředí.

**Knihy vzniklé digitalizováním tištěných textů** se snaží zobrazovat v podobném formátu jako knihy tištěné. Ovšem prostý oskenovaný text, který je jako obrázek uložen do formátu PDF, nelze nazývat elektronickou knihou. Ta má ve srovnání s klasickou knihou naprosto odlišné, doplňkové vlastnosti. Antonín Pokorný (2012) doporučuje ukládat digitalizované texty ve formátu PDF, ale vždy je nechat rozpoznat pomocí OCR (Optical Character Recognition tj. optické rozpoznávání znaků).

Vytváření elektronických knih převedením z tištěné formy zahrnuje tyto kroky:

- příprava a výběr vhodné předlohy,
- skenování a OCR,
- úprava formátování, převod mezi formáty.

U výběru vhodné předlohy je nutné mít ošetřena autorská práva. Řešení této situace bylo předmětem kapitoly 3.1.1. Dále je třeba znát **účel**, za kterým chceme dílo digitalizovat. Cílem může být digitalizace tištěné předlohy za účelem záchrany díla před zničením nebo co největší zpřístupnění původně pouze papírově dostupného textu. V prvním případě, kdy se jedná o proces záchrany tištěné předlohy před zničením, resp. prodloužení životnosti obsahové stránky díla, jde spíše než o nakladatelskou činnost o úkol příslušné instituce zabývající se **ochranou knihovních fondů** (knihovny, archivy, památkové ústavy apod.). Do nakladatelské činnosti bude v rámci této

kategorie lépe zapadat digitalizace tištěného textu za účelem dalšího zpřístupnění, tj. prodeje elektronické verze do té doby pouze papírově dostupného díla a navíc bez přítomnosti autorského rukopisu v elektronické podobě, což by celý proces usnadnilo. Avšak i tyto případy digitalizace textu **za účelem dalšího prodeje** jsou v rámci nakladatelské činnosti poměrně **ojedinělé**. Nakladatel, pokud má vyřešenu otázku autorských práv k převodu textu do digitální podoby, uskutečňuje tento proces v podstatě jen v těch případech, kdy vstupuje do spolupráce s knihovnou, které za určitých podmínek (např. pouze prezenčně, ale i jinak) umožní zpřístupnit digitalizované texty pomocí **e-výpůjčky**. Nakladatel je v těchto případech i nadále držitelem licence k elektronické verzi díla. Knihovna, pokud dílo dále zpřístupňuje svým uživatelům, musí být v tomto smyslu držitelem sublicence k dílu. K digitalizaci tištěných předloh může knihovna přistoupit však pouze po přímé dohodě s autorem (popř. nakladatelem) nebo u děl volných. Častější jsou však případy digitalizace knihovního fondu za účelem jeho ochrany.

Po přípravě předlohy, kdy je zjišťováno, zda je skenování předlohy fyzicky možné a po vyřešení otázky autorských práv, je dále přistoupeno k vlastnímu skenování předlohy a naskenovaný dokument je následně třeba rozpoznat pomocí technologie OCR. Tato technologie umožňuje rozpoznání znaků textu, takže je možné s textem dále pracovat (např. kopírovat, vyhledávat). Dalším krokem je úprava formátu oskenovaného dokumentu. Na trhu je k dispozici množství programů, kterými lze konverzi **formátů** provádět. Rozpoznáný text z OCR může být uložen např. v HTML a poté je upravován pouze zdrojový HTML kód. Problematické může být vkládání a úprava obrázků a tabulek, kdy je třeba myslet na to, že při čtení ve čtečkách se nemusí na displeji zobrazit celé. Antonín Pokorný (2012, s. 58) doporučuje **upravit rozměry** obrázků v grafickém editoru a až poté vkládat obrázek do dokumentu. Pokud je tedy text náležitě zformátován, je možno převést ho do dalších formátů tak, aby byl ve výsledku čitelný v co největším počtu čtecích koncových zařízení. K převodu mezi formáty slouží řada programů, např. zdarma dostupný Calibre, jehož specifikace je součástí kapitoly 2.2.2. Existuje však řada dalších možností – např. čtečky Amazon Kindle umožňují i automatizovaný převod zasíláním dokumentu na e-mailovou adresu čtečky (Vytlačil 2011). K dispozici je množství softwarů či online služeb, které nabízejí řadu možností převodu mezi různými formáty (např. Calibre, Mobipocket Creator nebo Zamzar). Hotový elektronický text v příslušném formátu (formátech) je třeba publikovat, což je

možno udělat prostřednictvím webových stránek nakladatele (distributora, knihovny – v tomto případě dále prostřednictvím online služeb určených ke zveřejňování elektronických textů).



*Obrázek 13 Výroba elektronické knihy digitalizováním tištěné předlohy (s částečným využitím Pokorný, Antonín 2012)*

**Knihy vzniklé jako elektronické texty (digital born)** jsou pro práci nakladatele mnohem běžnější variantou. Znamená to, že autorský rukopis je dle smlouvy s autorem možno produkovat jako tištěnou i elektronickou variantu, nebo dokonce je zvolena pouze elektronická varianta publikace. E-kniha tak nevzniká skenováním tištěné předlohy, ale s elektronicky dodaným autorským rukopisem je hned od počátku pracováno jako s budoucí e-knihou. To znamená, že jsou např. domyšleny další multimediální obsahy knihy nebo interakce. Publikování *digital born* knih také poskytuje široké možnosti samotných autorů na poli *self-publishingu* a *self-organizingu*.

Jak bylo již zmíněno v úvodní kapitole, je hranice mezi elektronickou knihou a multimediální aplikací často velmi tenká. U výukových materiálů, kdy je pro snadnější pochopení problematiky text doplněn o animace, videa atd., je používán pojem „**enhanced e-book**“ (rozšířená elektronická kniha). I pro tvorbu knih, které naplno využívají možností elektronického prostoru, platí určité zásady a pravidla. Je třeba počítat s tím, že existuje velká skupina formátů, z nichž je nutno vybrat si ty nejrozšířenější, a s existencí různých čteček rozdílných vlastností. Nejrozšířenější



formáty e-knih jsou PDF, ePub a MOBI. Na přípravu e-knihy lze použít řadu softwarových aplikací.

Janeček (2012) však upozorňuje na špatný stav trhu s nástroji pro tvorbu elektronických knih a dodává, že bez alespoň základních znalostí programování nebo bez použití profesionálního softwaru je vytvoření kvalitní e-knihy v podstatě nemožné. **Kvalitní e-kniha**, kterou by měl být schopen profesionální nakladatel publikovat, není dokument uložený ve formátu ePub, ale kniha kompletně vybavená multimédií.

Při přípravě kvalitní e-knihy je třeba zaměřit se na to, aby se čtenář mohl v knize dobře orientovat. Zatímco tištěnou knihu lze (např. pro zjištění počtu stran) jednoduše prolistovat, v knize elektronické jsou vhodné malé **náhledy stránek** (thumbnails) umístěné hned na začátku knihy. Náhledy by měly být snadno dostupné nejen na začátku knihy, ale i v průběhu čtení – čtenář tak nemusí procházet knihu stránku za stránkou, ale pomocí náhledu najde snadněji konkrétní místo. Dalším tématem, upozorňuje Antonín Pokorný (2012, s. 62), jsou **odkazy** vložené do textu. Elektronický text je možno doplnit **multimediálními prvky**, např. odkazy na videa. Je velmi žádoucí vytvořit snadnou **navigaci**, která čtenáři umožní rychle se vrátit na původní místo. Za odkazy je vhodné použít konkrétní názvy a slova, ze kterých lze dobře odvodit cíl odkazu.

S orientací v knize souvisí **možnost vyhledávání**. Čtečky běžně umožňují fulltextové vyhledávání v textu knihy. Zajímavá je však možnost pokročilého vyhledávání, které umožňuje hledat pouze na konkrétních stránkách nebo v kontextu s dalšími slovy atd. Užitečná je také přítomnost poznámek, záložek, zvýrazněných pasáží. Knihu lze doplnit také o mapy, kde je např. zobrazeno místo děje, o zvuky, 3D objekty.

S publikováním elektronických knih úzce souvisí problematika jejich **ochrany**. Řada nakladatelů se přiklání ke klasickému DRM, nicméně počet nakladatelů používajících sociální DRM také narůstá. Užití systému DRM má pro nakladatele dvě zásadní výhody: 1. umožňuje jim platit autorům autorský honorář z každého prodaného výtisku e-knihy chráněné autorským právem; 2. je zdrojem zisku (při přechodu na jinou čtečku, je nutné koupit si stejnou e-knihu znovu, což se děje díky nekompatibilitě čteček).

DRM je rovněž významným psychologickým momentem v péči o autora, kterému tak nakladatel jeho elektronické knihy zajistí obvyklou a očekávanou péči vzhledem

k ochraně jeho autorských práv, neboť knihu opatřenou systémem DRM nelze kopírovat ani číst z jiné čtečky, pokud to poskytovatel DRM nedovolí. Autor má tak relativní jistotu, že jeho dílo nebude zneužito. Pro nakladatele je tato služba jedním ze stavebních prvků poskytovaného servisu autorovi.

Autor však i díky použití DRM ve svých knihách získává menší honorář – neboť z díla opatřeného DRM systémem profituje také poskytovatel, tj. výrobce DRM a nakladatel. John Schember (2011) tvrdí: *„Nevím o ničem, co by dokazovalo, že v souvislosti s ochranou před porušováním autorských práv DRM zvyšuje prodeje/zisky nebo že při absenci DRM jsou naopak prodeje/zisky nižší. Existuje mnoho studií, ale často si protiřečí nebo pochází z pochybných zdrojů. V tomto směru je dobrým příkladem hudební průmysl, který může být zároveň vzorem pro průmysl knižní. Hudební průmysl si prošel mnoha problémy, s nimiž se nyní potýkají e-knihy. Hudební průmysl přešel k modelu prodeje bez DRM a funguje to.“*

### **3.1.3.3 Přidělení čísla ISBN nakladatelem**

Po vydání (případně těsně před vydáním) elektronické nebo tištěné knihy je třeba přistoupit k činnostem, ke kterým patří přidělení čísla ISBN, splnění nabídkové povinnosti příslušným knihovnám a odeslání pěti povinných výtisků. Často sem patří také zaslání knihy autorovi. Přidělení čísla ISBN není povinné, je však běžnou praxí v činnosti nakladatele, ať už se jedná o knihu tištěnou nebo elektronickou. U online publikací se číslo ISBN přiděluje každému samostatně dostupnému formátu (např.: ePUB, PDF, HTML, LIT).

Příručka uživatele systému ISBN popisuje systém řízení ISBN na mezinárodní a národní úrovni, úkoly a funkce agentur ISBN a nakladatelů (Jeřábek 2011). V případě, že je ISBN přidělováno nakladatelem, určí nakladatel pracovníka, který bude odpovídat za přidělování čísel ISBN, zasílání ohlašovacích lístků Národní agentuře ISBN v ČR a bude s ní ve styku. Hlásí jí též všechny změny týkající se údajů o nakladateli. Nakladatel odpovídá za přidělování čísel ISBN všem publikacím, které vydává. Dbá přitom na to, aby splňovala kritéria pro zařazení do systému ISBN. O přidělených číslech ISBN informuje nakladatel Národní agenturu ISBN v ČR prostřednictvím ohlašovacích lístků (papírových či elektronických), a to neprodleně poté, co čísla ISBN chystaným knihám přidělil. Nakladatel si musí vést evidenci přidělených čísel ISBN.

Ve výjimečných případech přidělí číslo ISBN titulu Národní agentura ISBN v ČR. Týká se to publikací vydávaných vlastním nákladem autora nebo vydávaných ojedinele institucí, která nehodlá provozovat soustavnější nakladatelskou činnost.

Zásady přidělování ISBN stručně a výstižně shrnují následující odstavce (s využitím Národní knihovna ČR 2012). Pokud se autor či nakladatel rozhodne zažádat o přidělení čísla ISBN, je samostatné číslo ISBN přiděleno každému novému vydání knihy. Při změně ceny ani obálky se však nemění číslo ISBN. Naopak při změně nakladatele se číslo ISBN mění. Přílohy a doplňky ke knize (např. plány měst, plánky, diagramy, gramofonové desky, mikrofiše, zvukové kazety a videokazety, CD-ROM), dostanou stejné číslo ISBN jako kniha. Dotisk, tj. vydání knihy mechanickou reprodukcí z její původní sazby, vydaný stejným nakladatelem, dostává stejné číslo ISBN základního vydání. Pokud byl ale dotisk proveden pro jiného nakladatele a údaje o něm jsou v knize uvedeny, považuje se dotisk za nový titul a kniha dostává nové číslo ISBN. Musí být vždy uvedeno, o dotisk kolikátého vydání se jedná.

U překladu publikace, kde má nakladatel k dispozici číslo ISBN originálu, může se uvést i toto číslo. Pokud je znám i nakladatel a místo vydání originálu, uvádějí se tyto údaje do kulaté závorky za číslo ISBN. Vydá-li nakladatel jednu knihu v různých jazycích, pak dostane každá jazyková verze své číslo ISBN. Uvádějí se čísla všech jazykových verzí.

Samostatné číslo ISBN bývá přiděleno každé odlišné formě, v níž je daný titul vydáván či produkován (např. vázané a brožované, kapesní, luxusní, kolibří, s mapami, gramofonovými deskami, magnetofonovými kazetami, mikrofišemi, disketami, CD-ROM a bez nich).

Číslo ISBN je přidělováno vícesvazkovému souboru jako celku a také každému samostatnému svazku zvlášť. V každém následujícím svazku jsou uváděna čísla ISBN předchozích svazků. Za vícesvazkový soubor se považuje již i dvousvazková publikace. Jako první se uvádí číslo ISBN konkrétního svazku, bez závorkového výkladu, pod ním číslo ISBN celého souboru a čísla ISBN následujících vydaných svazků, vždy se závorkovými výklady.

Jestliže byla kniha převedena od jednoho nakladatele k druhému s nakladatelskými údaji nového nakladatele, dostane nové číslo ISBN. To dostane i tehdy, jedná-li se jinak

o dotisk. Nový nakladatel by měl uvést také číslo ISBN vydání u předchozího nakladatele. Nakladatel, který přebírá produkci předchozího nakladatele, může ponechat v knihách původní číslo ISBN. Vydá-li ale tuto publikaci znovu, např. jako dotisk nebo další vydání, musí již použít svého čísla ISBN.

Podle zásad systému ISBN dostává každé konkrétní vydání knihy vydané konkrétním nakladatelem pouze jedno číslo ISBN. Toto číslo ISBN se knize zachová bez ohledu na to, kdo ji distribuuje nebo prodává.

Jak bylo již řečeno, ve výjimečných případech přidělí číslo ISBN titulu Národní agentura ISBN v ČR. Týká se to publikací vydávaných vlastním nákladem autora nebo vydávaných ojedinele institucí, která nehodlá provozovat soustavnější nakladatelskou činnost. Žadatel o číslo ISBN musí Národní agentuře ISBN v ČR sdělit všechny základní bibliografické údaje o knize, tj. autora, název, podnázev, nakladatele (i s jeho adresou), pořadí a rok vydání, druh vazby, popř. formát elektronické publikace a URL, popř. i předpokládanou cenu a zda bude požadovat převod čísla ISBN do čárového kódu EAN. Přidělené číslo ISBN pak musí uvést v publikaci. Národní agentura ISBN v ČR jej upozorní na možnost vstoupit do systému ISBN a přidělovat si čísla ISBN ze svého bloku čísel.

U online publikací je třeba uvést URL (Uniform Resource Locator, tj. jednotná adresa souboru) a formát.

Jednou přidělené číslo ISBN nesmí být v žádném případě znovu použito.

#### **3.1.3.4 Rozeslání pěti povinných výtisků neperiodických publikací**

Rozeslání povinných výtisků knih se řídí těmito zákonnými předpisy:

- zákon č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích,
- zákon č. 320/2002 Sb. o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů (část 22. Změna zákona č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích. Čl. XXII),
- vyhláška MK ČR č. 252/1995 Sb., kterou se provádí některá ustanovení zákona č. 37/1995 Sb. (změněná vyhláškou č. 156/2003 Sb.),
- vyhláška MK ČR č. 156/2003 Sb., kterou se mění vyhl. č. 252/1995 Sb., kterou se provádí některá ustanovení zákona č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích.

Nakladatel je povinen dle výše uvedených předpisů rozeslat dva povinné výtisky do Národní knihovny ČR, jeden povinný výtisk do Moravské zemské knihovny v Brně, jeden povinný výtisk do Vědecké knihovny v Olomouci. Poslední povinný výtisk je tzv. regionální, kdy dle místa vydání nakladatel volí příslušnou regionální knihovnu. Zpravidla se jedná o vědecké či krajské knihovny. Seznam knihoven pro zaslání 5 povinných výtisků včetně povinného regionálního výtisku a dále seznam knihoven pro uskutečnění tzv. nabídkové povinnosti je obsahem přílohy číslo 1. Jedná-li se o publikaci vydanou, napsanou, vytištěnou slepeckým písmem, pak navíc ještě jeden povinný výtisk náleží Knihovně a tiskárně pro nevidomé K. E. Macana v Praze.

Knihovna smí reklamovat závadný výtisk do 3 měsíců.

Obdobná situace, tedy povinnost zaslat výtisky dle zákona, připadá i na situaci, kdy vydání díla organizuje sám autor (*self-publishing*). V takovém případě, pokud není dohodnuto jinak, je to on, kdo zajišťuje odeslání povinných výtisků tištěné knihy do příslušných knihoven.

Na povinný výtisk elektronických knih nelze aplikovat žádný z výše uvedených zákonů.

Zákon č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích (na rozdíl od zákona pro periodické publikace vztahujícího se opravdu pouze na tiskoviny) sice striktně neurčuje nosič neperiodické publikace, bylo by tedy možné ho použít i pro potřeby elektronických publikací včetně těch online, nicméně, pomineme-li, že se legislativní úprava vztahuje pouze na jednorázově vydané dokumenty, není v zákoně ani jinou vyhláškou stanoven způsob odevzdávání těchto elektronických zdrojů. V tomto směru je tedy nutné v budoucnu provést legislativní úpravy (Celbová, Ludmila 2000).

Nicméně Národní knihovna ČR se ve spolupráci s Moravskou zemskou knihovnou a Ústavem výpočetní techniky Masarykovy univerzity snaží dlouhodobě archivovat a zpřístupňovat i tyto typy dokumentů, jejichž „odevzdávání“ probíhá na základě dobrovolné spolupráce s nakladateli elektronických dokumentů. Již od roku 2000 funguje projekt WebArchiv ([www.webarchiv.cz/](http://www.webarchiv.cz/)), jehož hlavním účelem je shromažďovat a dlouhodobě archivovat „české“ webové zdroje (podrobné informace o obsahu, technickém řešení, zpřístupnění atd. jsou k dispozici na stránkách projektu). V současné době je ovšem vzhledem k autorskému zákonu možné zpřístupňovat veřejně pouze ty dokumenty, na které WebArchiv uzavřel s jednotlivými nakladateli smlouvu,

tzn. nakladatelé souhlasili s jejich volným zpřístupněním, ostatní dokumenty je možné v plném rozsahu prohlížet pouze z počítačů Národní knihovny ČR.

### **3.1.3.5 Splnění nabídkové povinnosti**

Další povinností nakladatele je do 30 dnů ode dne vydání neperiodické publikace - možno provést ale už i před zadáním knihy do tisku - informovat celkem 17 knihoven určených vyhláškou Ministerstva kultury České republiky č. 156/2003 Sb. (seznam knihoven viz příloha číslo 1). Nakladatel je tak povinen písemně nabídnout ke koupi jeden výtisk každé neperiodické publikace, kterou vydává (tzv. nabídková povinnost). Na základě poskytnutých údajů se oslovené knihovny rozhodují, zda knihu zakoupí a zařadí do svého fondu. Aleš Brožek (2003) upozorňuje, že akvizitěři mají po zániku týdeníku *Nové knihy* zkomplikované sledování nové české produkce. Nakladatelé si zvykli plnit svou nabídkovou povinnost formou e-mailů, jejichž zpracování je však pro akvizitéry časově náročné, navíc často chybí potřebné bibliografické údaje. Na českém trhu existují dvě periodika, která se snaží shromáždit bibliografické údaje nově vydaných tištěných knih. Jde o *Knižní novinky*, které vydává Svaz českých knihkupců a nakladatelů, a přílohu *Literárních novin Nové knihy*. Uvažováno bylo o propojení obou databází do Jednotné informační brány v rámci programu VISK (Veřejné informační služby knihoven). Na základě e-mailového dotazu ze dne 7. února 2014 bylo sděleno, že tato databáze v rámci projektu dosud nevznikla a ani není v rámci JIP obsažena. Databáze byla původně vytvářena Národní knihovnou ČR, ale ani zde nebyla nakonec realizována (Ledinský 2014).

Plnění nabídkové povinnosti v případě elektronických knih není dořešeno a souvisí s připravovanou legislativou. Knihovny si dlouhodobě stěžují na obecně špatné plnění nabídkové povinnosti nakladatelů a její špatnou vymahatelnost (Lichtenbergová 2012).

### **3.1.3.6 Rozeslání autorských výtisků**

Rozeslání autorského výtisku je závěrečnou povinností nabyvatele licence (zpravidla nakladatele), kterou je ze zákona nucen provést. Autorský výtisk/autorská kopie díla je rozmnoženina autorova díla, kterou je ze zákona nabyvatel licence povinen poskytnout autorovi na své náklady alespoň v jednom exempláři (Hauznerová, Celbová 2003). Z konkrétní smlouvy s autorem mohou vyplynout další povinnosti nabyvatele licence nad rámec zákona.

Problematika rozeslání **autorské rozmnoženiny elektronické knihy** není dosud legislativně řešena.

### **3.1.4 Marketingová příprava a propagace titulů**

Alison Baverstock (2008) ve své knize *How to market books*<sup>29</sup> říká, že publikování knih je zcela podřízeno nástrojům marketingu, což ale neznamená zánik knižního trhu jako jednoho ze segmentů kulturní a společenské úrovně společnosti. Naopak je nutné využít k prodeji knih všech změn, které rozvíjející se trh 21. století přináší. Zdůrazňuje, že marketing (propagace) knih musí být naprosto efektivní, což znamená profesionální, cílený, kreativní a inovativní.

Rabasová (2013) připomíná, že knižní marketing je specifickým segmentem marketingu obecného.

Knižní marketing má poměrně mladou historii; v uplynulých 25 letech došlo doslova k marketingové revoluci na poli knižního průmyslu. Nakladatelské společnosti dříve vedené editory, jsou nyní vedeny obchodníky. Pro správné fungování knižního trhu, je však nutné pochopení marketingu obecně.

Marketing znamená (Baverstock 2008, s. 4):

- Zaměřit se na zákazníka a jeho potřeby; soustředit se raději na potřeby trhu a teprve těmito potřebám přizpůsobit nabídku produktů.
- Zaměřit se na dlouhodobý úspěch; nejdříve pochopit fungování trhů v čase.
- Inovovat, myslet dopředu a být flexibilní; potřeby trhu se mění neustále; i dnes nejlépe prodávaný produkt, může být zítra neprodejný.
- Budovat vztahy. Efektivní marketing nelze dělat v izolaci; je třeba mezifiremní komunikace i orientace na budoucí generaci zákazníků.
- Uplatnit logické myšlení.

Trh s knihami nedosahuje takových obrátů ani není pro zákazníky tak atraktivní jako trh s počítačovými hrami, filmy, novinami nebo časopisy – zde je hlavním motivem pro nákup zábava konečného spotřebitele – o to však musí být více profesionální a imaginativní.

---

<sup>29</sup> Volný překlad: Jak prodávat knihy.

Rabasová (2013) doplňuje, že odlišnost prodeje knih není dána různými knižními žánry, ale skladbou cílových skupin, která následně určuje použitou marketingovou strategii a distribuci. Kniha je hmotným produktem, a přestože se každá kniha vyrábí technicky stejným způsobem – papír, sazba, ilustrace, vazba atd., obsah knihy, ale i její kvalita, provedení, styl, design, obal a v neposlední řadě značka mohou být zcela odlišné.

Baverstock (2008) upozorňuje, že často opomíjeným faktem ze strany nakladatelů je skutečnost, že nelze uspokojit všechny zájmy čtenáře a že je třeba přesněji cílit svou nabídku. Rabasová (2013, s. 19) upřesňuje: *„Jednotlivé charakteristiky knihy tak vytvářejí to, co knihu prodává, z čeho může knižní marketing vycházet. Je proto nezbytné, aby jednotlivé vlastnosti korespondovaly s cílovou skupinou prodeje. Kniha však může být i produktem nehmotným. V dnešní době se jedná o audioknihy a elektronické knihy, které musí být umístěny na nosiči a spotřebitel musí užívat kompatibilní čtecí zařízení pro jejich spotřebu.“*

Pro prodej tištěných i elektronických knih se sofistikovaným prodejním kanálem stal internet, připomíná Baverstock (2008). Svět nových technologií připravuje knižnímu trhu mnohem více příležitostí. Jednou z takových možností je použití „viral“ marketingu a „viral“ reklamy, což představuje využití již existujících sociálních sítí, které jsou již zapsány v povědomí svých uživatelů. Komunikace mezi uživateli sítí, např. o vybrané knižní novince, může vést k velmi rychlé a efektivní reklamě.

Zajímavou možností využití reklamy v knize je „*product placement*“. Ten umožňuje umístění reklamy do knihy již při její tvorbě, a tím i částečné pokrytí nákladů na vznik knihy. **Product placement** se již několik let úspěšně používá například ve filmu. V České republice je možné ho užívat od 1. června 2010 změnou zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách, který uvedl mj. do praxe i *product placement*, tedy umístění produktu do filmu nebo seriálu buď jako přímého účastníka děje nebo kulisu v pozadí. V případě knižního průmyslu se tato praxe dostává do popředí zájmu zejména v souvislosti s e-knihami. Nicméně server Huffington Post připomíná, že už když psal Jules Verne v roce 1872 na pokračování svůj román Cesta kolem světa za osmdesát dnů, chodili za ním zástupci transportních a dopravních firem v naději, že v knize zmíní jméno právě jejich společnosti (Fine 2011). Další případ uvádí David Gaughan, kdy připomíná autora detektivních příběhů Bretta Hallidaye,



který si v roce 1962 udělal reklamu ve vlastní knize *Never Kill a Client*<sup>30</sup>, ve které se hrdina knihy v letadle posadí vedle náruživého čtenáře Hallidayových knih, který praví: „*With thirty million copies of them sold in soft cover editions, it would have been queerer if you didn't run into them now and then. And Shayne also knew that She Woke to Darkness had recently been reissued in a new cover and there were probably several hundred thousand copies of it in the hands of readers throughout the country.*”<sup>31</sup> (Gaughran 2012)

Jason Allen Ashlock, prezident reklamní agentury Movable Type Management, zmiňuje také variantu dostupnou pro elektronické knihy. Ve zmíněném případě nakladatel po vydání e-knihy analyzuje demografická data o čtenářích knihy (což lze udělat např. formou zapojení zákazníka do soutěže o ceny, poskytnutím slevy na další nákup atd.), následně tato data prodá agenturám a ty na jejich základě připraví úpravu textu knihy tak, aby čtenáře přivedl na produkt blízký jeho reklamnímu vkusu.

Martin Plaut (2004) udává příklad spisovatelky Carole Matthewsové, která si při psaní svých románů spolupráci se sponzorující firmou pochvaluje. "*Z platby od automobilky Ford za skrytou reklamu v knize Nejsladší tabu jsem nedostala velký finanční obnos. Jakmile ale začal Ford odkazovat na webové stránky mé knihy, přibylo mi denně 100 tisíc návštěvníků,*" uvedla literátka.

K otázkám marketingu českého knižního trhu se vyjádřil nakladatel Michal Zítka ze společnosti CZ Books. Na otázku Miroslava Oupice (2007): „*Jak byste popsali marketing fungující na knižním trhu v ČR?*“ odpovídá: „*Marketing, aby mohl fungovat, musí být opřen o systemizované sbírání informací a jejich následné využití. O zpětnou vazbu. Problém je, že se na tak zdánlivě výkonném trhu, jako je ten český, relevantní informace neobjevují příliš často. Není možné udělat hodnověrný průzkum, většina článků trhu – knihkupci počínaje a nakladateli konče – je přetížena rutinou, vlastním vydáváním knih. Jsme „podmanažováni“. Marketing lze vysledovat jen u velkých hráčů, kteří jej importovali od svých mateřských firem ze zahraničí, a navíc mohou vyvinout opravdu velký tlak na ostatní, především pak na knihkupce, aby knihu podpořili přímo*

---

<sup>30</sup> Překlad: Nikdy nezabíjej klienta.

<sup>31</sup> Volný překlad: Vzhledem k tomu, že jste prodal třicet milionů výtisků by bylo zvláštní, kdybyste na ně občas nanerazil. A Shayne (čtenář z letadla) také ví, že román *Probudila se v temnotách* byl nedávno vydán v novém přebalu a prodalo se ho několik set tisíc kusů.

*na prodejních místech. Tenhle problém je dobře vidět i na našem serveru – přestože je to velký marketingový nástroj, umožňující komunikaci se zákazníky a relativně velkou statistickou základnu, malí a střední nakladatelé ani nemají čas své tituly na server umístit včas.“*

### **3.1.5 Prodej (elektronické) knihy nakladatelem**

Nakladatelství mají možnost knihy buď prodávat přímo svým čtenářům nebo je předávají vybraným distributorům/distribučním portálům (nebo také platformám) či je přímo sami distribuují do větších knihkupectví. Tyto dva základní prodejní/distribuční modely lze uplatnit jak v případě knihy tištěné, tak elektronické. Prodeji knih mezi nakladatelem a distributorem a/nebo nakladatelem a knihkupcem říkáme velkoobchodní prodej. Přímý prodej nakladatele čtenářům spadá pod kategorii maloobchodního prodeje. Podíl internetových obchodů na celkovém maloobchodním obratu knižního trhu (nezahrnuje např. nákupy škol či knihoven přímo od nakladatelů nebo distribucí) činí 12 až 15 %.

Nakladatelé produkují a následně prodávají (případně dále distribuují):

1. pouze knihy tištěné,
2. knihy tištěné i elektronické,
3. pouze knihy elektronické.

*Pro některé nakladatele se stávají elektronické knihy významnou součástí jejich podnikatelských plánů. Zpráva o českém knižním trhu 2012/2013 Svazu českých knihkupců a nakladatelů (Pistorius et al. 2013, s. 21) udává: „Například podíl e-knih na ročním obratu nakladatelství Kniha Zlín již přesahuje 10 %, nakladatelství Domino udává podíl blížící se dvaceti procentům... Elektronickým knihám se v současnosti nevěnují všichni nakladatelé. Stejně tak nejsou k dispozici jejich tržby. Přesto lze určit, že mezi největší nakladatele v oblasti elektronických knih patří: Kniha Zlín, Host, Euromedia Group, Argo, Domino, Jota, Moba, Baronet a Grada. Celkový počet producentů českých e-knih lze velmi hrubě odhadnout na 160–200.“*

Celkově v roce 2012 vyšlo ve formě e-knihy zhruba **15 %** vydaných papírových knih. Prodej e-knih v roce 2012 představoval cca **0,35 %** finančního objemu celkového českého knižního trhu.

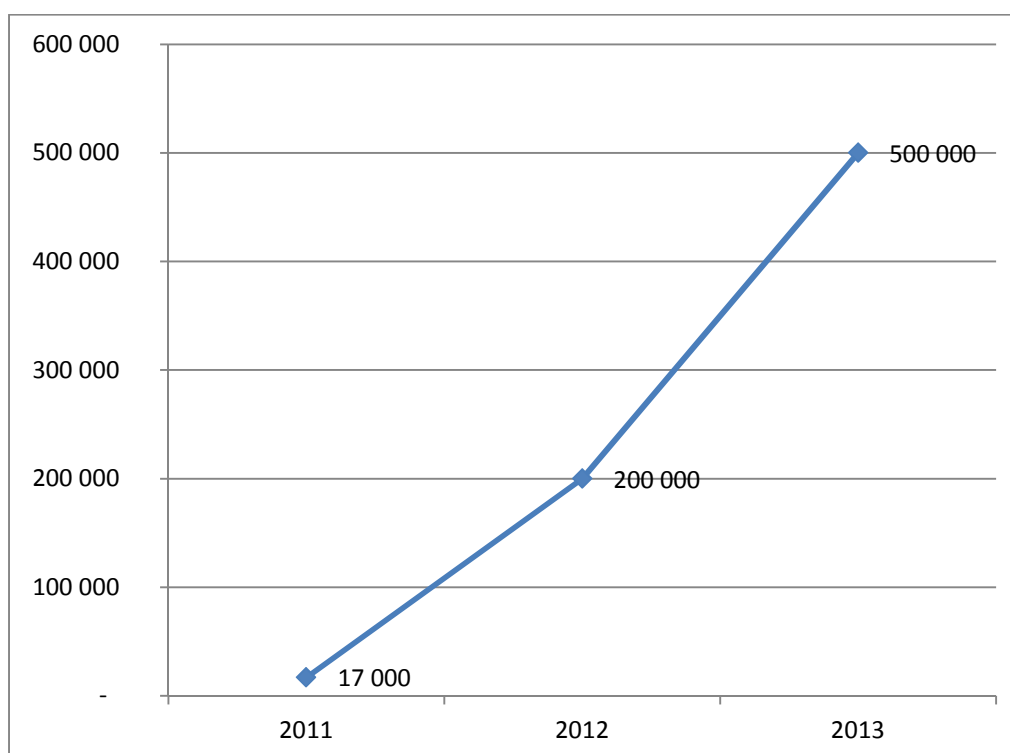
Prodej knih za roky 2011, 2012 a 2013 přehledně zobrazuje tabulka a graf.

**Tabulka 5** Počty prodaných knih za roky 2011, 2012, 2013

(s částečným využitím Pistorius et al. 2013, s. 20)

Rok	Odhad počtu prodaných knih
2011	17 tis.
2012	200 tis.
2013	500 tis.

**Graf 3** Počty prodaných e-knih za roky 2011- 2013



Přímý prodej od nakladatelů (velkoobchod), kteří dodávají svou knižní produkci do maloobchodní sítě přímo (od nakladatele přímo ke čtenáři) realizují na českém trhu např. Albatros Media, Grada Publishing, Portál nebo Alpress.

Přímý prodej od nakladatele ke čtenáři je uskutečňován prostřednictvím kamenných obchodů a velmi běžně také pomocí elektronických obchodů nakladatelských společností. Prodej e-knih je možný samozřejmě pouze prostřednictvím webového rozhraní. Zaměříme-li se na nakladatelský e-shop poskytující současně knihy tištěné i elektronické, lze shrnout, že prodej knih je většinou rozdělen podle žánrů či kategorií, umožňuje vyhledávání ve fulltextech knih (není zatím zcela běžné u českých

nakladatelů) či alespoň náhled do knihy. Nabídka knih je opatřena recenzemi, možnostmi vyhledat další tituly stejného autora nebo tituly s obdobnou tematikou.

Existují však již nakladatelství, která vydávají a následně prodávají (případně i distribuují) pouze knihy elektronické. Zpravidla se jedná spíše o určité platformy, které autorům umožňují zdarma či za úplatu převod autorského rukopisu do zvolených formátů a dále zprostředkování prodeje právě na webovém rozhraní daného nakladatelství.

Situaci nakladatelů pouze elektronických knih, kteří jsou vždy také prodejní platformou vydaných e-knih, Svaz českých knihkupců a nakladatelů nemonitoruje. SČKN monitoruje pouze nakladatelství vydávající kromě e-knih vždy i knihy tištěné a potom prodejce (nikoli tedy producenty) elektronických knih. Pravděpodobně je to dáno vysokou nestálostí na tomto poli nebo spíše faktem, že i orientace knižních statistik je stále tradičně zaměřena na tištěnou produkci a „nastávající“ elektronickou ze setrvačnosti sleduje zatím pouze okrajově a neúplně. Dalším důvodem bude zřejmě fakt, že tyto subjekty nejsou členy Svazu českých knihkupců a nakladatelů.

Podle vlastního šetření provedeného na českém internetu v únoru 2014 patří mezi digitální nakladatele např. Jiné knihy, Freetime Publishing, nakladatelství Machart (Machart mj. nabízí ostatním nakladatelům, kteří nemají s e-knihami potřebné zkušenosti, službu konverze knih do elektronické formy). Zpravidla se jedná o subjekty, které jsou hojně využívány autory v rámci procesu *self-organizing*. Např. výhradně digitální nakladatelství Freetime Publishing autorům deklaruje až 70% honorář z prodeje knihy (po odečtení distribučních poplatků). Za zbylých 30 % nabízí odbornou redakci, korektury i propagaci. Tituly nakladatelství distribuuje prostřednictvím portálu Palmknihy.cz (využívá sociální DRM) ve formátech ePUB, MOBI a PDF (Aust 2011).

### **3.1.6 Skladování (elektronických) knih**

**Tištěné knihy** kladou nároky na fyzický prostor potřebný k jejich uskladnění. Pokud nakladatelství spolupracuje při tisku knih s tiskárnou, může příslušný pracovník nakladatelství dohodnout s distributorem odběr knih přímo v tiskárně a nároky na skladovací prostor se na straně nakladatele snižují. V těch případech, kdy nakladatel realizuje přímý prodej bez distributorských kanálů, je třeba počítat s příslušným prostorem pro uskladnění knih. Národní knihovna ČR (2013) na svých stránkách

popisuje podmínky pro skladování, přepravu a manipulaci knihovního fondu, které lze s mírnou úpravou aplikovat na situaci nakladatele. Ideální podmínky pro uskladnění knih představují čisté, bezprašné a temné prostory s kontrolovaným přístupem vzduchu a s vyloučením přímého světla. Uchování knih je možné volně nebo v krabicích (nekyselý papír). Přeprava je doporučena ve vhodných obalech jako jsou bedny, vozíky, ideálně v klimatizovaných dopravních prostředcích.

Elektronické knihy samozřejmě žádné nároky na fyzický prostor nemají. Frank Romano (2002) vyjmenovává důvody nutnosti uchování elektronického obsahu: 1. praktické důvody (např. pro stažení dokumentu v reálném čase); 2. historické důvody pro zachování digitálního obsahu.

Pro uchování elektronických textů je třeba využít vhodný formát pro archivaci elektronických dokumentů, nosiče nebo servery pro uchování dat. Vhodným formátem pro archivaci elektronických dokumentů je formát ePUB. Johan van der Knijff (2012), výzkumný pracovník ochrany fondu Národní knihovny Nizozemí, v rámci studie „*ePUB for archival preservation*“ upozorňuje, že formát ePUB se za posledních několik let stal velmi populárním na knižním trhu i mezi nakladateli. Přesto je však překvapivě velmi málo informací dostupných ve formátech, které ochranu digitálního fondu umožňují. ePUB je *Open eBook* formátem pro digitální publikace a dokumenty. Byl vyvinut pod záštitou *International Digital Publishing Forum* v roce 2007 a brzy se stal oficiální standardem. Jeho největší revize proběhla v roce 2011, současná verze je 3.0.

Zpřístupnění elektronických textů, v kontextu digitálních zdrojů jde de facto o uložení („*skladování*“), se děje těmito možnými cestami (Romano 2002):

- Zařízení pro čtení e-knih je připojeno k počítači, který je připojen k internetu. Uživatel navštíví příslušné webové stránky a vybere si žádaný titul. Příslušné webové stránky mohou reprezentovat produkci jednoho nakladatele, firmy či školy, nebo portál prezentující tituly více nakladatelů.
- Zařízení pro čtení e-knih je připojeno k internetu přímo (např. čtečka s Wi-fi).
- Zařízení pro čtení knih je k internetu připojeno prostřednictvím kiosků v knihkupectvích, knihovnách, na letištích nebo jiných prostorách.

V každém případě je však e-kniha uložena ve vzdáleném úložišti (*remote storage system*) a poté je stažena přímo do čtečky či jiného koncového zařízení sloužícího

ke čtení elektronických textů. Tyto vzdálené servery či úložné systémy vhodné pro prodejce knih, se však nehodí pro knihovny a instituce, které z povahy své existence mají dlouhodobě uchovávat (elektronické) literární dědictví. Uchování digitální dědictví v knihovnách je obsahem kapitoly 5.5

### 3.2 *Publikování typu self-organizing a self-publishing*

V úvodu této stěžejní kapitoly byl uveden citát Marka Twaina, který poměrně optimisticky přirovnává objev úspěšného autora nakladatelem k objevu Ameriky Kryštofem Kolumbem: „*All publishers are Columbuses. The successful author is their America.*“<sup>32</sup> Mark Twain však hned dodává:

*„The reflection that they--like Columbus--didn't discover what they expected to discover, and didn't discover what they started out to discover, doesn't trouble them. All they remember is that they discovered America; they forget that they started out to discover some patch or corner of India.“*<sup>33</sup> (Publisher 1997)

Pro práci nakladatele je základem úspěch: úspěšná kniha, která se čte a prodává. Někdy tento úspěch může generovat i kniha, u které to nikdo nepředpokládal, jak se to stalo např. v případě knih Joanne Rowlingové. Zde vlastně šlo o takové nakladatelské objevení Ameriky, protože Rowlingová původně odmítnutá asi 30 nakladateli, po vydání knihy nakonec zaznamenala (a s ní i její nakladatel) fenomenální úspěch. Twain tak svým citátem naráží možná právě na to, že nakladatel hledá, tedy provádí akvizici autorských rukopisů, námět na vydání, u kterého předpokládá komerční úspěšnost (to neplatí pro vysokoškolské/univerzitní/vědecké nakladatele). Zájem autora však může být odlišný. Autor chce svou knihu často publikovat i bez primární potřeby zisku.

Právě možnosti *self-organizingu*, tedy situace, kdy si publikační proces autor organizuje sám, a *self-publishingu*, je jednou z možností, jak tuto ambici uspokojit. Navíc neustále se zvyšující kvalita poskytovaných služeb na tomto poli, vytvářejí poměrně zajímavou alternativu k publikování knih v zastoupení nakladatelem.

*Self-organizing* (autor si vydání popř. další činnosti realizuje ve své vlastní režii) nebo také *self-publishing* (vydávání knih samotným autorem, nikoliv tradičně třetí stranou,

---

<sup>32</sup> Překlad: Všichni nakladatelé jsou Kolumbové a úspěšný autor je jejich objevenou Amerikou.

<sup>33</sup> Překlad: Zjištění, že stejně jako Kolumbus, neobjevili to, co očekávali, ani neobjevili, co objevovat začali, je nijak netrápí. Vše, co si pamatují, je to, že objevili Ameriku; zapomněli, že jejich původní záměr byl doplnit do Indie.

tzn. nakladatelem) je příležitostí pro začínající i amatérské autory. Autor po napsání rukopisu vybírá vhodného výrobce knih, knihárnu nebo také vazárnu. Vazárna je „*místo v tiskárně nebo samostatná instituce, kde knihvazači zhotovují různé druhy vazeb knižních publikací*“ (Celbová, Iva 2003e). V případě autorského *self-publishingu* se autor stará o propagaci knihy. Ta zahrnuje vlastní dohodu s knihkupci o možném prodeji knih, zasílání ukázek textu do literárních časopisů, pořádání autorských čtení, poskytování rozhovorů apod. Po úspěšné propagaci knihy a prokázaném širším zájmu veřejnosti o vydání knihy se knihárna rozhodne vydat knihu oficiálně. Pokud autor knihy zvolil spolupráci s knihárnou, je mezi ním a tímto subjektem uzavřena licenční smlouva. **Licenční smlouvy** jsou samozřejmě uzavírány zcela běžně rovněž v rámci autorsko-právní agendy nakladatele. V tomto popisovaném případě však hovoříme o situaci, kdy autor si vydání (a dle svého rozhodnutí také následné činnosti jako distribuci či propagaci knihy) organizuje sám a nepřenechává tyto činnosti výlučně nakladateli, jak se tomu děje ve standardním procesu publikování knih pomocí zavedeného nakladatelství.

Licenční smlouva uzavíraná mezi autorem a nakladatelem jeho díla v rámci autorského *self-organizingu* je většinou **nevýhradního charakteru**, což znamená, že nakladatel vlastní jen některá práva na dílo autora. Autor je v tomto případě i nadále oprávněn k výkonu práva užít dílo způsobem, ke kterému licenci udělil, i k poskytnutí licence třetím osobám. Zaměříme-li se zpět na autorsko-právní agendu nakladatele, je třeba zdůraznit, že množství problémů vznikajících v oblasti autorsko-právní lze odstranit za pomoci standardních právních postupů bez vytváření nových speciálních zákonných úprav vytvořených právě a jenom pro tuto oblast. Licenční smlouvou autor poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo užít ke všem, nebo jen k jednotlivým způsobům užití, v rozsahu omezeném nebo neomezeném, a nabyvatel se zavazuje, není-li sjednáno jinak, poskytnout autorovi odměnu. Autor nemůže poskytnout oprávnění k výkonu práva dílo užít způsobem, který v době uzavření smlouvy ještě není znám. Nabyvatel je zpravidla povinen licenci využít. Poskytuje-li se licence jako výhradní, vyžaduje smlouva písemnou formu. Obvykle je nabyvatel licence povinen poskytnout autorovi na své náklady alespoň jednu kopii autorova díla (Licenční smlouva c2011). V případě výhradní licence, jež je poměrně standardní tam, kde autor po sepsání díla přenechává veškerou další činnost



na nakladateli, autor nesmí poskytnout licenci třetí osobě a je obvykle povinen se i sám zdržet výkonu práva užít dílo způsobem, ke kterému licenci udělil.

Spolupráce autora s nakladatelem a dalšími subjekty knižního trhu dle míry jejich zapojení může zahrnout kompletní redakční péči tj. korektury, úpravu tiráže, opětovnou výrobu opravené verze knihy oproti objednavce původní pro vlastní potřeby, zajištění odeslání povinných výtisků Národní knihovně ČR, propagaci knihy i její distribuci. Záleží na potřebách autora a jeho rozhodnutí, co všechno přenechá svému nakladateli. Autor může využít služeb umístění knihy do (elektronického) obchodu nakladatele a jeho nabídkových katalogů a další služby jako prezentace na knižních veletrzích, (spolu)organizace autorského čtení.

Celý proces *self-organizingu* přináší autorovi finanční úsporu (autor volí služby a ne celý balíček nakladatelských služeb), zpravidla také vede k vyššímu autorskému honoráři, ale klade vyšší nároky na čas. K rozhodnutí vydat své dílo samostatně nebo pouze s určitou mírou podpory nakladatele ve větší míře přistupují začínající autoři a také ti, kteří se rozhodnou pro vydání pouze elektronické verze svého díla, popř. poskytnou nakladateli licenci na tištěnou knihu a nechají si práva na vydání elektronické verze díla. V takových případech si autoři celý proces vydání knihy nejen **sami organizují**, ale často si dílo i sami v elektronické podobě vydávají. Opět i zde může nastat řada kombinací, kdy autor může ve spolupráci s třetí osobou knihu propagovat, zpřístupňovat či prodávat. Na internetu v současné době existuje řada českých i zahraničních serverů, které umožňují elektronické vydání knihy v různých formátech a vystavení e-knihy na serveru k dalšímu prodeji. Práce na serverech funguje např. tak, že autor nakopíruje svůj text (dílo) do připraveného formuláře, tým webu vytvoří (navrhne) grafiku titulní strany, vysází dílo a publikuje ho on-line v určeném formátu (např. PDF)<sup>34</sup>. Není účelem této práce podat seznam relevantních serverů, které *self-publishing* umožňují. Tento proces samostatného publikování jdoucí mimo působnost činností nakladatelů, je uveden s cílem alespoň zmínit ostatní publikační procesy, které se s rozvojem elektronických knih objevují.

---

<sup>34</sup> Takto funguje např. [www.ebookeater.cz](http://www.ebookeater.cz).

### 3.3 Creative Commons
























Licence Creative Commons je soubor veřejných licencí, které přinášejí nové možnosti v oblasti publikování autorských děl: posilují pozici autora při rozhodování, za jakých podmínek bude dílo veřejně zpřístupněno. Licence Creative Commons definována Gruberem (2009, s. 1) znamená: „soubor předem připravených licenčních smluv, jejichž prostřednictvím držitel autorských práv vyjadřuje podmínky, jak je možno se zveřejněním zacházet.“

Licence Creative Commons fungují na jednoduchém principu: autor jejich prostřednictvím plošně uzavírá se všemi potenciálními uživateli díla smlouvu, na základě které jim poskytuje některá svá práva k dílu a jiná si vyhraduje. Creative Commons nejsou popřením klasického pojetí vlastnického práva ke knize, vycházejí z autorského zákona, který je upravuje jako licenční smlouvy (§ 46-55 Autorského zákona). Tyto licence vznikly jako reakce na nové možnosti publikování děl po internetu, kdy autor sám chtěl stanovit míru sdílení a šíření svého díla. Právo autora na další sdílení jeho díla může být poskytnuto neurčitému okruhu osob a může být využito kýmkoliv, kdo užívá dílo v souladu s licencí.

Obliba licencí Creative Commons vychází především z jejich mezinárodní srozumitelnosti. Licenční podmínky neboli práva a povinnosti uživatele k dílu, jsou graficky vyjádřeny pomocí jednoduchých piktogramů.

**Tabulka 6** Typy CC licencí platné v ČR

(s využitím [www.creativecommons.cz](http://www.creativecommons.cz))

Označení licence	Práva		Povinnosti			Název licence
BY						Uveďte autora
BY-SA						Uveďte autora – Zachovejte licenci
BY-ND						Uveďte autora – Nezasahujte do díla
BY-NC						Uveďte autora – Nevyužívejte komerčně
BY-NC-SA						Uveďte autora – Nevyužívejte komerčně – Zachovejte licenci
BY-NC-ND						Uveďte autora – Nevyužívejte komerčně – Nezasahujte do díla

Licence CC přizpůsobují ochranu autorských práv podle požadavků autora a jsou vhodným nástrojem zejména v prostředí internetu. Podle Grubera (2009, s. 2) patří mezi základní prvky licencí CC:

- „právo dílo šířit – dílo je možné šířit, tzn. kopírovat, distribuovat a sdělovat veřejnosti“,
- „právo dílo upravovat – dílo je možné samostatně pozměňovat či upravovat nebo jej jako celé či jako část zpracovat s jiným dílem“.

Licence CC vznikly na sklonku roku 2002 a byly původně vytvořeny pro americké prostředí. Tvůrcem CC licencí je americký profesor práv a politický aktivista Lawrence Lessig, který je taktéž spoluzakladatelem neziskové organizace Creative Commons, jež licence spravuje. Licence však byly postupně užívány i autory mimo americkou provenienci, připomíná Bártová (2011, s. 22). V důsledku toho vznikla mezinárodní iniciativa se sídlem v Berlíně s cílem vytvořit národní verze CC licencí (Gruber 2009, s. 5).

V **České republice** byly licence CC uvedeny díky vzájemné kooperaci sdružení Iuridicum Remedium, Národní knihovny ČR a Ústavu práva autorského, práv průmyslových a práva soutěžního při Právnické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Představení české verze CC licencí se oficiálně uskutečnilo v rámci tiskové konference konané dne 16. dubna 2009 v Praze.

### 3.4 Obchodní modely nakladatelů

Obchodní modely nakladatelů se výrazně změnilly v souvislosti s rozvojem elektronické komerce (prodejem prostřednictvím internetu) a v souvislosti se vznikem elektronických knih.

Modely elektronického publikování a obchodní modely pro online transakce vhodné pro nakladatele i prodejce knih jsou obsaženy v kapitolách 4.2 a 4.3. Kapitola obchodní modely nakladatelů pojednává o modelu otevřeného přístupu, který velmi pomalu, avšak výrazně nastupuje jako jeden z přístupů zejména vědeckých nakladatelů ke zpřístupňování publikací. Dále budou rozebrána specifika komerčních a vysokoškolských/vědeckých nakladatelství.

#### 3.4.1 Modely otevřeného přístupu (Open Access Models)

Cílem *Open Access* (OA) - neboli otevřeného přístupu - je zpřístupňování vědecko-výzkumných výsledků bezplatně a trvale široké veřejnosti na internetu. To se děje prostřednictvím tzv. zlaté cesty, tj. publikování článků v OA časopisech (komerčních, nekomerčních), a tzv. zelené cesty, tj. zpřístupňování článků ve vlastních otevřených repozitářích (osobních, institucionálních, oborových). Model otevřeného



přístupu patří mezi nové obchodní modely nakladatelů, díky kterým se kvalitní publikace a *Open Access* nevyklučují, ale mohou se podporovat. Volné zpřístupňování např. výsledků výzkumu zároveň s vydáním (placené) knihy představují nový obchodní model zejména pro vědecké/vysokoškolské nakladatele. Model otevřeného přístupu umožňuje stáhnout si online příspěvky ze všech publikací, tedy časopisů a knih, díky poplatku hrazenému autorem, a to od okamžiku, kdy je dílo přístupné v tištěné podobě či jako e-kniha. Příspěvek za otevřený přístup přitom platí autoři z řad vědeckých pracovníků, většinou však za přispění organizací podporující výzkum. Diskuse o titulech publikovaných v režimu *Open Access* provázejí ze stran vědců i nakladatelů značné kontroverze a nedůvěra. Avšak stále více vědeckých nakladatelství se k této velmi mladé publikační formě staví pozitivně a vyvíjí obchodní modely, reagující na požadavky vědeckých organizací. Ten požadavek zní: Výsledky výzkumu financovaného z veřejných prostředků by měly být bezplatně zpřístupněny všem.

Sven Fund, jednatel německého nakladatelství De Gruyter, v článku Dagmar Giersbergové (2010), vysvětluje: „*Požadavek na otevřený přístup nevnímáme jako hrozbu. Musí však být samozřejmě jasné, že Open Access nemůže znamenat, že nakladatelství budou své služby poskytovat zdarma.*“ Podle jeho názoru vidí „všechna nakladatelství, která již mají s režimem otevřeného přístupu zkušenost, že to může být regulární, transparentní a také rentabilní model. Nakladatelství Springer nabízí rovněž *Open Access* model a to tím způsobem, že již od roku 2004 si autoři mohou vybrat mezi tradičním subskripčním modelem a nově nabízenou „*Springer Open Choice*“. I zde náklady na nakladatelské služby nenese čtenář díla, nýbrž autor, a příslušný vědecký příspěvek je veřejnosti volně k dispozici.

Model otevřeného přístupu se velmi dobře prosazuje tam, kde je relativně silný vliv subvencujících organizací. Vědecká/vysokoškolská nakladatelství budou pravděpodobně i nadále využívat hybridní modely, tedy publikační modely financované výlučně z prostředků na podporu výzkumu, i modely klasické.

### **3.4.2 Specifika komerčních a vysokoškolských/univerzitních nakladatelství**

Odlíšný přístup k půjčování e-knih prostřednictvím knihoven mají vysokoškolští nakladatelé a komerční nakladatelé.

Existuje několik základních faktorů, které odlišují vysokoškolské nakladatele od komerčních (IFLA e-lending background paper 2012):

- jejich primární odbytiště e-knih je ve výzkumném/akademickém knihovním sektoru,
- obvykle právě oni přímo vlastní práva k prodávanému obsahu a uvádějí ho přímo na trh,
- jejich práva na distribuci díla (ať už tištěného nebo elektronického) jsou obvykle bez omezení a sami nakladatelé stanovují pravidla pro užití obsahu,
- digitální přístup k elektronickým zdrojům je téměř výhradně zajišťován prostřednictvím online internetového připojení a e-knihy tak obvykle nejsou stahovány do čtecích zařízení.

Naopak komerční nakladatelé mají zcela jiné výchozí faktory, které ve výsledku ovlivňují jejich odlišný obchodní model (IFLA e-lending background paper 2012):

- jejich primární odbytiště je prostřednictvím maloobchodního prodeje jednotlivcům nebo přes e-knihkupce,
- jejich práva na distribuci díla (ať už tištěného nebo elektronického) jsou obvykle pouze regionální,
- nárůst poptávky na trhu s e-knihami je přímo svázán s nedávnou explozí čtecích zařízení v roce 2010,
- mají obavy z pirátství populárních titulů e-knih a toho, aby průběh nezákonného kopírování nenásledoval situaci v hudebním průmyslu,
- distribuce e-knih představuje jedinečnou výzvu jak pro nakladatele, tak pro zákazníky prostřednictvím kontrolovaného přístupu, a to díky omezenému počtu čtecích zařízení (používán je zejména Amazon Kindle a Apple iPhone/iPad),
- jejich znalost knihovního prostředí je v lepším případě různorodá a někteří vnímají půjčování e-knih v knihovnách jako přímou hrozbu autorských i svých ekonomických zájmů a to je také důvod proč brání půjčování, resp. prodeji přístupů e-knih v knihovnách,
- většina platforem na distribuci (prodej) e-knih jako je např. Kindle od Amazonu, neumožňuje knihovnám půjčování elektronických knih čtenářům a pokud ano, není stejná funkcionality těchto platforem dostupná ve všech zemích.

Americká společnost OverDrive v současné době dominuje trhu s anglickými e-knihami a je hlavním partnerem pro knihovny, které stahují e-knihy a dále je nabízejí svým uživatelům. I přes úspěch společnosti OverDrive ve spolupráci s knihovnami bylo zjištěno, že většina cizojazyčných nakladatelů nesouhlasí s dostupností svých elektronických knih prostřednictvím knihoven.

Z výše uvedeného vyplývá, že komerční nakladatelé jsou na trhu s e-knihami ohroženi více než vysokoškolské nakladatelé.

Podle Vojtěcha Vojtíška (2013) z Městské knihovny v Praze došlo z hlediska nakladatelů s nástupem elektronických knih k zásadnímu posunu paradigmatu. Například Městská knihovna v Praze získává nové e-knihy: 1. akvizicí titulů volně dostupných na internetu; 2. e-publikováním tj. následným vydáním resp.

digitalizováním děl těch autorů, které mají uzavřenou Creative Commons; 3. spoluprací s nakladateli, kteří se nebrání novým modelům spolupráce, tzn. že knihu dostupnou v tištěné podobě ve fondu knihovny je po dohodě možné zdigitalizovat a zpřístupnit.

Zpřístupnění takto získaných titulů je v Městské knihovně v Praze možné buď prostým stažením, je-li dílo k dispozici zdarma, nebo ho lze prohlížet elektronicky na místě (jedná se především o dokumenty digitalizované v rámci systému Kramerius).

### 3.5 Náklady na vydání e-knihy

Jak se vlastně liší výrobní náklady na vydání elektronické a tištěné knihy? Je ustálená cena elektronické knihy, která se prodává asi za 60 % ceny tištěné knihy skutečně natolik motivující, aby zastavila nelegální stahování?

Cenový rozdíl mezi publikováním tištěné a elektronické verze převážně textové knihy není velký v případě, že elektronická kniha vzniká nezávisle (rozuměj bez tištěné verze) od knihy tištěné. V takovém případě jsou náklady na vznik elektronické knihy v podstatě totožné jako náklady na vznik knihy papírové. Pokud je ovšem elektronická kniha variantou ke knize tištěné, měly by být uvažovány navíc pouze náklady související s případným odkupem autorských práv na elektronickou verzi díla, s úpravou knihy a převodem do příslušných formátů, aby byla čitelná v koncových čtecích zařízeních. Případně náklady na honorář autora, který nakladateli poskytne i práva na prodej elektronické verze díla.

Cenu knihy na českém trhu ovlivňují tyto faktory:

- DPH. Tištěná kniha patří v podmínkách České republiky do snížené 15% sazby DPH. Zatímco kniha elektronická je brána jako „software“ a patří do základní 21% sazby DPH<sup>35</sup>.
- Nelegální stahování nebo minimálně obavy z pirátství u elektronických knih navyšují nebo mohou navýšit prodejní cenu e-knih. Nelegální stahování knih a navyšování ceny legálně stažených knih má přímou úměru.
- Prodejní cena knih je ovlivněna velikostí trhu. Knihy tzv. malých jazyků mají geograficky omezený odběr.
- Počet výtisků tištěné knihy ovlivňuje jednotkový náklad. Tedy čím více (prodaných) výtisků, tím nižší nákladová cena na tisk.
- Cenu ovlivňuje také fakt, zda se jedná o překladovou literaturu, kdy je nutno počítat i náklady na překlad z původního jazyka, nebo zda se jedná o původní české dílo.

---

<sup>35</sup> Podle schváleného zákona se od ledna **2016 mají obě sazby DPH sjednotit** na 17,5 %. Navíc je uvažováno ještě o přijetí jiné právní úpravy, kdy místo jednotné sazby by vláda od roku 2015 zavedla naopak třetí, pravděpodobně jen pětiprocentní sazbu na knihy, léky, dětskou výživu a pleny. Otázkou je, jak to s vývojem DPH bude skutečně a zda by elektronická kniha stále patřila do základní (a nikoliv) snížené sazby.



- Cenu knihy ovlivňuje, zda se jedná o novinku, což představuje určité riziko pro nakladatele nebo o knihu, která už je pár let na trhu a jedná se o převod úspěšné knihy do elektronické podoby nebo o nové tištěné vydání, případně dotisk.

Jistě bychom našli i další faktory, které cenu knih, ať už elektronických nebo tištěných, ovlivňují. V rámci této kapitoly se zaměříme na výpočet nákladů na vydání elektronické převážně textové knihy s přiměřeným obrazovým aparátem<sup>36</sup> a stanovení prodejní ceny. Výpočty vychází z ekonomické studie Národní technické knihovny *České e-knihy v českých knihovnách* z roku 2012, okrajově jsou data čerpána ze studie Masarykovy univerzity v Brně *Elektronické knihy v českých knihovnách* z roku 2012, srovnávacího článku Kláry Kubíčkové z *Mladé fronty* dnes *Tři problémy e-knih aneb proč na nich nakladatelé zatím moc nevydělají* z roku 2014, článku Jakuba Fryše *Český trh elektronických knih* z roku 2013, článku *Why e-books cost so much* ze *Scientific American* z roku 2012, článku Marka Lutonského z roku 2010 *Ebooky v Česku: proč se nakladatelé bojí*. Zároveň byl poměr výsledné ceny tištěné a elektronické knihy ověřen vlastním porovnáním u nakladatelství na příkladu odborné a populární beletristické literatury.

Náklady na vydání elektronické a tištěné knihy se shodují u položek:

- honorář autora,
- redakční práce,
- grafika,
- sazba,
- korekce,
- marketing.

Náklady na vydání elektronické a tištěné knihy se liší v:

- DPH. U tištěných knih se jedná o sníženou sazbu 15 %; u elektronických jde o 21 % DPH.

---

<sup>36</sup> Není uvažováno o multimedialní rozšířené knize (definována také jako „aplikace“ nebo „software“), která se nákladově pohybuje výrazně nad klasickou tištěnou e-knihou.

- Tisk u tištěné knihy/úprava textu a převod do formátů vhodných pro koncová čtecí zařízení u knihy elektronické. Zabezpečení pomocí tvrdého nebo sociálního DRM.
- Fyzická distribuce tištěných knih prodejci/elektronická distribuce e-knih prodejci (platební kanál a zprostředkování, že je kniha někde vystavena).

Rozpětí ceny elektronické knihy je podle zkoumaných zdrojů od 50 % do 80 % ceny tištěné knihy.

Ekonomická studie NTK (2012, s. 21-26) uvádí tyto náklady na vydání původního českého odborného díla nijak nedotovaným nakladatelem.

Stanovené náklady jsou vztaženy k **modelové knize** s následujícími parametry:

- počet stran: 300;
- formát: A5-A4;
- vazba: paperback;
- obrazový aparát: průměrný (cca 100 obrázků);
- barva: černobílá;
- náklad: 1 000 knih (přičemž předpokládáme, že všechny budou prodány);
- prodejní cena tištěné knihy: 305-525 Kč;
- prodejní cena e-knihy: 245-410 Kč (tj. cca 80-85 % ceny tištěné knihy).

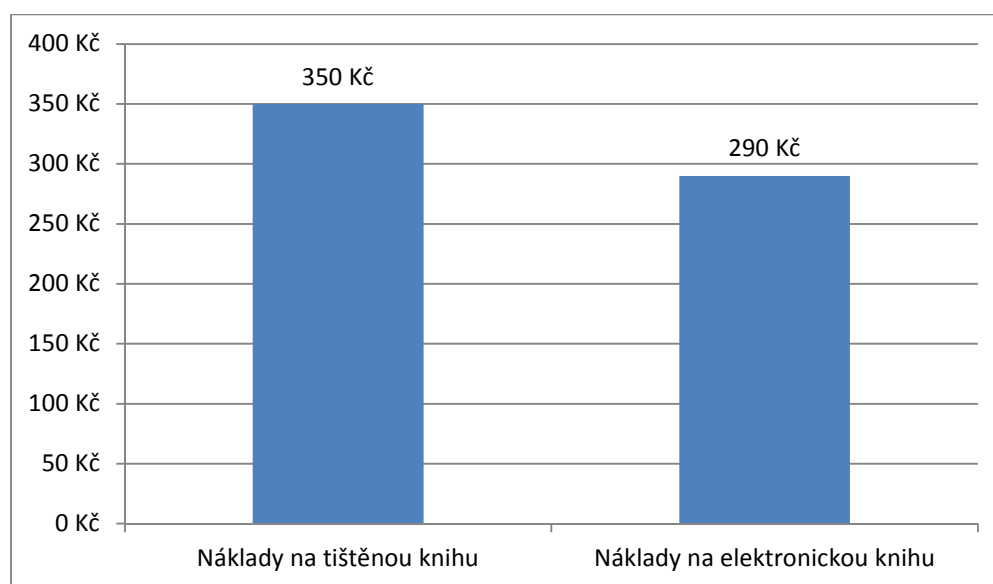
Zprůměrované náklady na tištěnou a elektronickou knihu dle výše uvedených parametrů představuje následující tabulka.

**Tabulka 7** Náklady na separátní vydání elektronické a tištěné knihy

(s využitím Národní technická knihovna 2012, s. 22-23)

Náklady	Průměrné (Kč) tištěná kniha	Průměrné (Kč) elektronická kniha
Autorská práva	55	55
Redakční práce a korektura textu	40	40
Grafické práce a sazba	60	60
Výroba tištěné knihy/Převod do e-knihy	65	20
Distribuce	75	50
DPH <sup>37</sup>	60	70
<b>CELKEM</b>	<b>350</b>	<b>290</b>

**Graf 4** Náklady na modelovou tištěnou a elektronickou knihu



<sup>37</sup> Pozn. autorky: DPH v tabulce představuje 14% sazbu u tištěných knih a 20% sazbu u elektronických knih, ačkoli v současné době je sazba u obou o 1 % navýšena. Uvedené údaje kopírují Studii NTK, neboť přepočítávání o 1 %, které v současné době představuje rozdíl oproti současné legislativě, se nejeví jako potřebné, zvláště s ohledem na fakt, že v budoucnu se bude pravděpodobně sazba DPH opět upravovat.

Cena elektronické knihy tvoří v tomto uvedeném případě 83 % ceny tištěné knihy. Hodnota výše uvedených nákladů vychází z předpokladu, že e-kniha je vydána samostatně, tj. bez současného (nebo dřívějšího) vydání díla v tištěné podobě a je připravena ve dvou různých formátech (např. ePub a PDB) a předpokládá se prodej 1000 ks (Národní technická knihovna 2012, s. 24).

Je však třeba si uvědomit, že v současné době je málokterá e-kniha vydávána pouze v elektronické podobě a jsou do ní tak nákladově započítány všechny fixní náklady na vznik knihy. Autoři studie to potvrzují (s. 24): „*Fixní náklady na přípravu e-knihy (autorský honorář, redaktor a korektura, grafické práce a sazba), tj. přibližně 60 % všech nákladů, jsou však společné i pro vydání tištěné knihy, takže pokud vydavatel knihu vydá v obou formátech (popř. pokud byla tištěná kniha vydána a prodávána již před lety a teprve později se vydává „dotisk“ v elektronické podobě), budou tyto fixní náklady na 1 e-knihu výrazně nižší (rozpočtou se mezi tištěné knihy i e-knihy), popř. dokonce nulové (v případě, že již tyto náklady byly „splaceny“ prodejem tištěných knih). Náklady na vydání e-knihy by tak zahrnovaly pouze převod do e-knihy, distribuci a DPH.*“

Pojďme tedy využít výše uvedený nákladový propočet Studie NTK na vznik e-knihy a očistit ho od zdvojených nákladů. Níže uvedená tabulka obsahuje náklady na elektronickou knihu, která vychází jako varianta ke knize tištěné.

**Tabulka 8** Náklady na vydání elektronické knihy, která je variantou k již vydané knize tištěné

Náklady	Průměrné (Kč) elektronická kniha
Autorská práva	0 <sup>38</sup>
Redakční práce a korektura textu	0
Grafické práce a sazba	20 <sup>39</sup>
Výroba tištěné knihy/Převod do e-knihy	20

<sup>38</sup> Autorská práva není třeba odkupovat pouze v případě, že producent e-knihy tato práva již vlastní. Výpočet v tabulce počítá právě s touto variantou.

<sup>39</sup> Náklady v této položce počítají s tím, že sazbu je u převodu textu do formátu e-knihy potřeba dělat znovu.

Distribuce	50
DPH	70
<b>CELKEM</b>	<b>160</b>

V tomto případě tedy tvoří náklady na vydání e-knihy **46 %** ceny tištěné knihy. Tato vypočtená nákladová cena je pro další prodej již mnohem příznivější. Výše uvedený výpočet provedený autorkou této práce de facto potvrzují informace běžně dostupné v internetových platformách prodávajících e-knihy. Také Petr Krčmář (2012) potvrzuje, že nákladová cena elektronické knihy odpovídá zhruba **40 % nákladů knihy tištěné**.

Toto tvrzení ověřovala autorka této práce náhodným průzkumem cenové hladiny e-knih v porovnání s cenami tištěných knih. Průzkum provedený 16. února 2014 odhaluje tyto cenové hladiny:

*Tabulka 9 Průzkum cen elektronických knih u vybraných titulů provedený dne 16. 2. 2014*

Název knihy. Autor	Cena verze tištěné (v Kč)	Cena verze elektronické (v Kč)	% rozdíl ceny e-knihy v porovnání s tištěnou	Nakladatel Platforma Prodejce
Ekonomie dobra a zla. Tomáš Sedláček	330	189	60 %	Kosmas.cz
Svědkyňe ohně. Lars Kepler	349	169	48 %	eReading.cz
Stoletý stařík, který vylezl z okna a zmizel. Jonas Jonasson	293	189	65 %	eReading.cz
Budeme žít věčně? T. Hülschwitt, R. Brinzanik	224	189	84 %	Knihazlin.cz

Z průzkumu vyplývá, že konečná cena e-knihy se pohybuje od 50 % do 80 % z ceny knihy tištěné.

### 3.6 Dílčí závěry k 3. kapitole

1. Nové možnosti publikování knihy, kdy celková odpovědnost související s jejím vydáním je v rukou autora (*self-publishing*, *self-organizing*) posílily roli autora jako jednoho ze subjektů knižního trhu.
2. Role zavedeného nakladatele je i v procesu elektronického publikování stále významná, protože svým odborným přístupem, jazykovými a grafickými korekturami a snahou udržet svůj dlouhodobý kredit přirozeně směřuje k selekci kvalitních děl od děl nekvalitních.
3. Nové možnosti zpřístupnění, respektive prodeje, (elektronické) knihy natrvalo změnilo obchodní modely pro nákup knih.
4. Obavy značné části nakladatelů z pirátství do jisté míry brání efektivnímu využívání všech možností, které digitální prostor nabízí, vč. zavádění nových obchodních modelů prodeje.
5. Komerční nakladatelé jsou na trhu s e-knihami ohroženi více než vysokoškolská, univerzitní nebo vědecká nakladatelství.
6. Náklady na výrobu elektronické, textové knihy (*text-only eBook*), jsou významně nižší pouze v případě, kdy je elektronická verze díla publikována jako varianta k verzi tištěné, která již nese část fixních nákladů.
7. Náklady na výrobu „rozšířené knihy“ (*enhanced book*) nebo také „aplikace“ či „softwaru“, jak je tento typ knihy mnohými teoretiky nazýván, nelze srovnávat s náklady na vznik elektronické, převážně tištěné knihy (*text-only eBook*). Jsou zpravidla značně vyšší.
8. Česká legislativa ve vztahu k elektronickým knihám není dosud dořešena.
9. Situace na poli digitálních nakladatelů pouze elektronických knih není dostatečně monitorována.

## 4 ROLE PRODEJCE NA KNIŽNÍM TRHU

*Bricks-and-mortar stores give booksellers a “human face”, but in the future most books will be sold online. Making the two sales channels complimentary is key.*<sup>40</sup>

*Amanda DeMarco (2011)*

Tato kapitola pojednává o roli prodejců knih na knižním trhu. Role prodejců knih se mění v závislosti na vývoji knižního trhu a v souvislosti s širokou penetrací internetu ve společnosti. Tyto proměny odráží čím dál **razantnější nástup e-knih**, který postupně **ovlivňuje chování spotřebitelů**. Ti chtějí mít vedle tradičních nákupů tištěných knih k dispozici i elektronickou verzi díla, a to nejlépe ihned po zpřístupnění tištěné verze a za nižší cenu. **Nakladatelé reagují zpřístupněním elektronických děl s určitým časovým odstupem** (např. tříměsíčním) **nebo dávají do prodeje obě verze děl ihned** (např. Kniha Zlín či Melvil Publishing). Nakladatelé také vyžadují určitou míru zabezpečení. Čím dál více českých nakladatelů **navzdory počátečnímu odporu** vnímá **sociální DRM** jako dostatečnou **alternativu ochrany** jejich děl. Díla překládává, u kterých je třeba získat licenční práva od zahraničních partnerů, vyžadují jiný přístup a to z toho důvodu, že **řada zahraničních nakladatelů** (a autorů) **požaduje** jako dostatečný stupeň ochrany **tvrdé DRM**. Situace se však i zde rychle mění.

Nejen tyto výše uvedené **aspekty určují způsoby prodeje** a postavení knižních prodejců. Tyto změny mimo jiné vyústily i ke vstupu klíčových hráčů jako Amazon, Apple nebo Google do obchodování s e-knihami. Také poměrně roztráštěná **situace na českém knižním trhu** se v posledních měsících začíná **konsolidovat**. Klesá **počet distributorských firem**, kterých na malém českém trhu existovalo v nedávné době ještě cca 60. Nakladatelé již zcela běžně počítají s vydáváním e-knih a začali si uvědomovat, že to budou právě e-knihy, které budou v budoucnu tvořit hlavní část jejich zisků. V oblasti prodeje knih přímým spotřebitelům se vytvořil zcela nový segment knižního trhu, a sice tzv. „**digitální platformy**“. Jedná se o internetové platformy (servery), které

---

<sup>40</sup> Volný překlad: Kamenné obchody dávají prodejcům „lidskou tvář“, ale většina prodeje knih se v budoucnu bude prodávat on-line. Ve spojení obou těchto prodejních možností (rozuměj kamenný obchod i online prodej) leží klíč k úspěchu.

**prodávají (pouze) elektronické knihy**, případně elektronické časopisy, a zároveň poskytují (respektive nabízejí) komplexní **servis** pro nakladatele (případně autory) **při převodu děl** do podoby kvalitní e-knihy. V prostředí českého internetu dominují platformy Palmknihy, eReading a Wooky. Významným hráčem v prodeji elektronických knih je také internetové knihkupectví Kosmas, které však majoritně prodává tištěné verze.

Další oblastí, kterou hned v úvodu nelze opomenout, jsou **licenční specifika** při prodeji e-knih. Zatímco prodej tištěné knihy knihkupcem nevyžaduje speciální povolení autora či nakladatele k prodeji a je pouze otázkou obchodního vztahu nakladatele – knihkupce, případně distributora – knihkupce, případně autora – knihkupce, k prodeji knihy elektronické je třeba licence ke zpřístupnění elektronického díla udělená prodejci přímo autorem či udělená **ve formě podlicence** nakladatelem.

Otázka výrobních nákladů elektronických knih byla pojednána v kapitole 3.5, v této kapitole je část věnována možným způsobům tvorby konečné ceny pro spotřebitele, a to na příkladu **kauzy Apple a iBookstore**.

Významná část kapitoly se věnuje **obchodním transakcím** s knihami, jež se v současnosti odehrávají převážně elektronickou cestou, často prostřednictvím sítě **internet**. Prodej knih elektronických není bez dostupnosti internetu ani uskutečnitelný. Práce se zabývá vymezením pojmů a specifikací **elektronického podnikání, elektronického obchodování** vč. obchodních modelů **B2B a B2C**.

Role nakladatele coby významného subjektu knižního trhu (podrobně rozebrána v předchozí kapitole) zde bude využita v **modelovém obrázku procesu obchodování** ve vztahu s dalšími obchodními subjekty knižního trhu a knihovnou (B2B) a na příkladu modelového obrázku ve vztahu ke konečnému spotřebiteli (B2C). K pochopení problematiky obchodování byla obdobně využita i knihovna, která je hlavní náplní kapitoly 5.



## **4.1 Charakteristika elektronického podnikání a elektronického obchodování**

Většina prodejmů v dnešní době, včetně prodejmů knih, je realizována prostřednictvím komunikačních sítí. Podnikatelská činnost vykonávaná za využití informačních a komunikačních technologií (ICT technologie) je nazývána „**elektronickým podnikáním**“ (*electronic business, e-business, eBusiness* či *e-business*). Rozvoj informačních a komunikačních technologií byl příčinou vzniku zcela **nových metod v podnikání**. Mění se způsoby identifikace a získávání zákazníků, způsoby komunikace mezi dodavateli a zákazníky, marketingové přístupy, vznikají nové obchodní modely a v neposlední řadě také nové způsoby plateb nebo distribuce konečných produktů. Dalším efektem rozvoje a využití ICT v podnikání je možnost **vyrábět zcela nové produkty**, které by bez využití technologií nemohly fungovat. Elektronické knihy jsou právě jedním z výsledků tohoto vývoje, neboť by nemohly bez ICT existovat.

Elektronické podnikání je jedním z důsledků tzv. **nové ekonomiky**. Rýdel (2013, s. 16) upřesňuje novou ekonomiku (*new economy*) jako fenomén založený na unikátní kombinaci změn v organizaci a rozhodování ekonomických subjektů, v rozvoji informačních a komunikačních technologií a v rozvoji informační společnosti. Nová ekonomika je charakterizována přechodem od výrobově orientované ekonomiky **k ekonomice služeb**.

Synonymem pro novou ekonomiku jsou pojmy jako „*postindustriální společnost*“, „**postindustriální ekonomika**“, „*znalostní*“ nebo také „**digitální ekonomika**“, upřesňuje Petr Očko (2010). Změna ekonomických přístupů s ohledem na rozvoj ICT a **rozvoj internetu** ovlivňuje **vývoj knižních trhů**.

Součástí elektronického podnikání je **elektronické obchodování** (*e-commerce, electronic commerce, eCommerce*). Zatímco elektronické podnikání zahrnuje celou škálu nástrojů, aplikací a služeb, jejichž společným jmenovatelem je využití elektronických komunikačních kanálů a zejména infrastruktury internetu pro realizaci obchodních procedur a operací (Gála 2006); elektronické obchodování **zahrnuje prodejní a nákupní procesy s využitím elektronické komunikace, zejména internetu**.

Následující rozbor problematiky elektronického podnikání a elektronického obchodu vznikl za částečného využití výsledků autorkou již publikované práce rigorózní Elektronické obchodování s tradičními tištěnými, zvukovými a zvukově-obrazovými dokumenty (Rulíková 2005, s. 39-41).

Rulíková (2005, s. 39) ve svém odkazu na Petra Palána ze serveru e-komerce.cz potvrzuje definici pojmu elektronický obchod (*e-commerce*) jako podmnožinu k pojmu elektronické podnikání (*e-business*). E-komerce znamená transakci (obchod), zatímco e-business znamená informaci. „Pod pojmem e-komerce se ve většině případů rozumí především prodej či poskytování služeb skrze internet<sup>41</sup> ... Na druhé straně e-business je pojem řádově širší, zahrnuje nejen prodej a poskytování služeb přes internet a procesy s tím spojené, ale znamená transformaci všech procesů uvnitř, ale také vně firmy, s využitím moderních technologií na bázi internetu či webu. Tento pojem v sobě zahrnuje skutečnou transformaci firemních aktivit a profitování z využití moderních technologií<sup>42</sup>.“ (Palán 2001). Každý proces, který firma uskuteční, obsahuje určitou část informace nebo celou informaci. Všechny procesy získávají přidanou hodnotu za situace, kdy informace jsou přesnější, detailnější a rychleji se dostanou k lidem, kteří je potřebují a umějí s nimi pracovat.

Lze tedy shrnout, že pod pojmem elektronické podnikání (e-business) se skrývá využití moderních technologií pro zefektivnění všech firemních procesů, interních i externích.

Palánovo tvrzení z části potvrzují i slova Radka Froulíka (2002), který uvádí: „Elektronický obchod - *Electronic Commerce (E-Commerce)* je součástí širší oblasti elektronického podnikání - *Electronic Business (E-Business)*, jež představuje využití elektronických komunikačních prostředků ve všech aspektech podnikatelské činnosti.“

Detailněji výše popsaná specifikace pojmu **elektronické podnikání** a odlišení tohoto pojmu od **elektronického obchodu** nás přivádí k bližšímu popisu pojmu elektronický

---

<sup>41</sup> Jde tedy o transakční rozhraní na internetu, www stránky obchodníka, jimiž zákazníkům či uživatelům umožňuje nákup knih, objednání automobilu či download softwaru. Např. Amazon je typickým příkladem e-commerce firmy, protože umožňuje nákup knih a další na toto navazující procesy (Rulíková 2005, s. 39).

<sup>42</sup> Naopak např. IBM sice prodává své produkty skrze internet (to je e-commerce), ale další interní procesy této firmy prošly/procházejí transformací (např. výzkum a vývoj, projektové řízení) a využívají moderní technologie ke zvýšení produktivity firmy a efektivitě vykonávaných činností (to je e-business) (Rulíková 2005, s. 39).

obchod. Pro správné vymezení pojmu elektronický obchod je vhodné nejprve definovat **obchod samotný**. Ten představuje činnosti zahrnující nebo naopak utvářející nákup a prodej zboží, služeb, informací, energie, cenných papírů, popřípadě dalších.

Slípka, Froulík (2000) definuje elektronický obchod nebo také elektronickou komerci jako zajištění obchodních aktivit podniku prostřednictvím nejrůznějších informačních technologií. Tětek (1999) zpřesňuje definici elektronického obchodu jako proces výměny informací po elektronickém médiu za účelem uzavření obchodu nebo k jeho podpoře. Frejtichová (1999) uvádí, že elektronický obchod je jakákoliv forma obchodování, která je prováděna elektronicky, tj. prostřednictvím telekomunikačních sítí.

V publikaci Elektronická komerce David Kosiur (1998) uvádí: „*Původně elektronická komerce spočívala v transakcích mezi velkými korporacemi, bankami a ostatními finančními institucemi.*“<sup>43</sup> **Použití internetu** jakožto způsobu jak přenést elektronické obchodování k individuálnímu spotřebiteli **vedlo ke změně pohledu na věc**. Zájem se postupně přenesl na elektronické obchodování týkající se spotřebitele. Také malé firmy zjistily, že mohou provádět své obchody on-line – právě tak, jako jejich větší konkurenti. Firmy všech velikostí mají možnost využívat výhod internetu **ke snížení nákladů**: buď náhradou stávajících sítí internetem, nebo použitím internetu jako dalšího komunikačního média, či převedením svých obchodních dat do digitální formy.

**Elektronický obchod** neznamená jen nákup či prodej zboží a služeb přes internet, má mnohem více aspektů. Týká se **řízení nákupních a prodejních transakcí**, následných **peněžních transferů** přes počítačové sítě, zahrnuje prodej a koupi **nových komodit** jako jsou např. elektronické informace. Právě společné působení (synergie) v používání digitálních informací, počítačové firemní praxe a internetu je podhoubím pro elektronické obchodování.

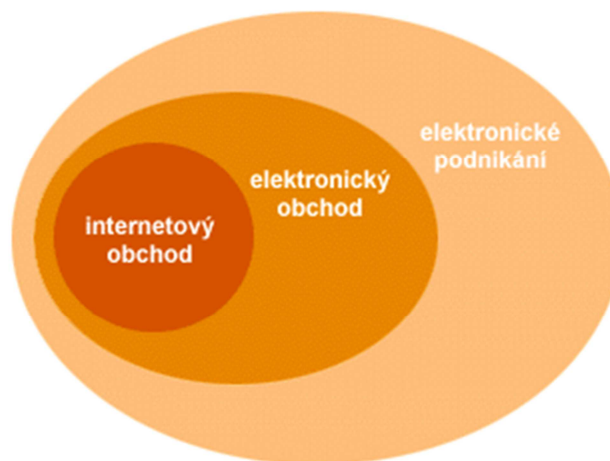
Elektronický obchod je **uskutečňován** převážně **prostřednictvím internetu**, avšak využívá vedle internetu **rovněž** sítí s přidanou hodnotou **VAN** (Value Added Network), **telefonních sítí** (pevné telefonní sítě a mobilní telefonní sítě), vysílání **digitální televize**, popřípadě dalších sítí (Froulík 2002). Elektronický obchod uskutečňovaný

---

<sup>43</sup> Pojem „*elektronická komerce*“ je zde chápán jako synonymum k pojmu „*elektronický obchod*“.

prostřednictvím internetu se nazývá internetový obchod. **Internetový obchod** je tak vlastně podmnožinou obchodu elektronického.

Závěrem lze shrnout, že většina autorů ztotožňuje pojmy „elektronický obchod“ s „elektronickou komercí“ (elektronický obchod = *e-commerce*, *electronic commerce*). Elektronický obchod je součástí širší oblasti „elektronického podnikání“ (*e-business*, *electronic business*). A konečně lze odvodit, že internetový obchod je podřazen elektronickému obchodu. Názorněji to ukazuje následující obrázek.



**Obrázek 14** Schéma vztahu mezi pojmy elektronické podnikání, elektronický obchod a internetový obchod (s využitím Rulíková 2005, s. 40)

## 4.2 Modely elektronického obchodování

Elektronické obchodování je velmi často prováděno prostřednictvím sítě internet. **Elektronický obchod** lze rozdělit podle několika hledisek. Tím základním a výrazně převažujícím je rozdělení **podle charakteru vzájemně komunikujících subjektů** (Rulíková 2005, s. 53). Z tohoto hlediska definujeme elektronický obchod v oblasti vztahů mezi podnikatelskými subjekty (Business to Business - **B2B**), mezi podnikatelským subjektem a konečným spotřebitelem (Business to Consumer - **B2C**), nikoliv tedy mezi podnikatelským subjektem a zákazníkem (Business to Customer), jak se často chybně uvádí. Dále mezi podnikatelským subjektem a státní organizací (Business to Government - **B2G**<sup>44</sup>) a nad rámec elektronického podnikání mezi konečnými spotřebiteli (Consumer to Consumer – **C2C**). Elektronické podnikání, jak již bylo uvedeno na začátku úvodní kapitoly, představuje využití elektronických komunikačních prostředků ve všech aspektech podnikatelské činnosti, tzn. rovněž ve vztahu ke státní správě (Business to Administration - **B2A**), či zaměstnancům (Business to Employee - **B2E**).

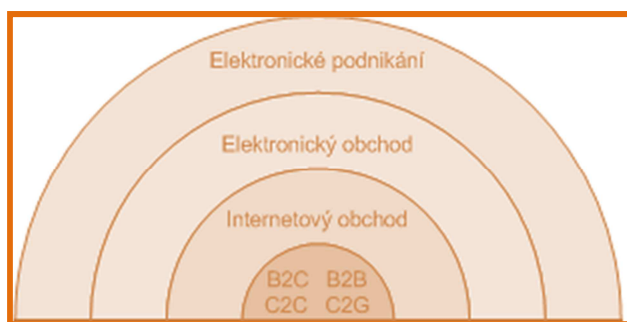
**V rámci knižního trhu** v modelových vztazích distributora, knihkupce a digitální platformy jsou uplatňovány **modely B2B**, tj. vztah nakladatel – distributor, nakladatel – knihovna, distributor – knihkupec, nakladatel – digitální platforma, digitální platforma – knihovna aj. Druhou nejčastější variantou je vztah prodejce (nakladatele, distributora, knihkupce, digitální platformy) a koncového spotřebitele, tedy **B2C**.

Vzhledem k zaměření práce na problematiku subjektů knižního trhu bude dále podrobněji pojednáno zejména obchodování typu B2C a B2B.

Elektronické obchodování je podmnožinou elektronického podnikání a zároveň v sobě zahrnuje možnost obchodování přes internet a tvoří tedy nadřazenou skupinu transakcí internetového obchodu. Obchodní transakce realizované prostřednictvím internetu dále rozdělené dle typu vzájemně komunikujících subjektů zobrazuje Obrázek 15.

---

<sup>44</sup> Oblast B2G je v převážné většině aspektů analogická, s ohledem na specifika obchodování se státními organizacemi, s oblastí B2B.



*Obrázek 15 Schéma internetového obchodu dle vzájemně komunikujících subjektů (s využitím Chromý 2009)*

#### **4.2.1 Business to Business (B2B)**

Model **Business to Business** (obchodník obchodníkovi) jako **nejstarší složka elektronického podnikání** začal vznikat již od 70. let 20. století. Online obchodování B2B probíhá mezi firmami, kdy je internet využíván pro zjednodušení komunikace v obchodním řetězci. V obchodování typu B2B se jedná o typ transakcí, které probíhají **mezi dvěma a více obchodními partnery**. Jelikož se jedná o obchodní vztah mezi obchodními společnostmi je významným rysem modelu B2B větší důraz na logistiku a zajištění samotného obchodu, oproti důrazu na získání zákazníka, jak je tomu v případě obchodů B2C. Rýdel (2013, s. 47) upřesňuje, že tyto transakce a veškerá návazná komunikace jsou prováděny prostřednictvím extranetových informačních systémů.

Elektronický obchod v oblasti B2B představuje **podle objemu transakcí rozhodující část elektronického obchodu**<sup>45</sup>. **Zatímco** elektronický obchod v oblasti **B2C tvoří pouhý zlomek celkového objemu** obchodu (Rulíková 2005, s. 55).

Na B2B v prostředí internetu se dá pohlížet z několika směrů. Podle Richarda Papíka (2001, s. 9) se na B2B dá z pohledu praxe informační profese pohlížet především z hlediska zkoumání informací:

---

<sup>45</sup> Jde o obchod s materiálem, polotovary a investičními statky. Tento trh pojímá všechny, kteří nakupují zboží a služby za účelem výroby dalšího zboží a služeb, které pak prodávají, pronajímají, nebo dále dodávají. Pohyb a ceny zboží se v prostředí elektronických tržišť řídí principy známými z klasického velkoobchodu. Vztah mezi firmami obchodujícími v rámci tržiště je založen na dodržování stanovených pravidel, spolupráci a vzájemné důvěře.

- které v procesech obchodního modelu B2B komunikují a mohou být předmětem speciálních a typových analýz,
- které se dají zjišťovat o B2B procesech, o subjektech tohoto modelu obchodování a rovněž o prostředí tržišť, včetně elektronických, za účelem získání informací o konkurenci (metody tzv. *competitive intelligence*),
- které jsou v procesech B2B předmětem obchodu (např. služby informačních agentur, databázových center, digitálních knihoven, poradenských firem nebo elektronických tržišť, která nabízejí svým účastníkům – členům, přístupy k informacím od producentů jako jsou Reuters, Dow Jones apod.; všechny potřebné informace v jednom elektronickém a obchodním prostoru jsou jedním z cílů elektronických tržišť).

Pokud se firma rozhodne rozvíjet B2B vztahy, musí si nejdříve vyjasnit rozsah možností uplatnění internetu v rámci firmy, a to (Macků 2001, s. 6):

- zhodnotit stav uplatnění internetu ve firmě (současný stav, vztah managementu a zaměstnanců k jeho rozvoji),
- zhodnotit úroveň vlastního firemního webu,
- zhodnotit úroveň webů hlavní konkurence,
- zhodnotit situaci na trhu z hlediska pohledu na firmu – s internetem i bez internetu (zjištění názorů zákazníků a potencialních zákazníků).

Wijas (2000) zdůrazňuje, že významným rysem obchodování **B2B** je větší **důraz na logistiku** a zajištění samotného obchodu, **oproti důrazu na získání zákazníka** jako je tomu v případě obchodů určených koncovým zákazníkům, tedy B2C. Vztahy B2B fungují zpravidla na principu **výměny dat**, kterými mohou být základní informace jako objednávky nebo faktury, jejichž elektronická podoba umožňuje snížit náklady a zvýšit rychlost díky skutečnosti, že celý proces je automatizován. Vyším stupněm B2B obchodování jsou různá **B2B internetová tržišť**, jejichž hlavním úkolem je zprostředkování obchodů. Nejsložitější stupeň potom představují **komunikační a distribuční sítě** sloužící k regulaci již navázaných obchodních vztahů. Efektivitu celého obchodního procesu zvyšuje napojení těchto B2B systémů na další programy v rámci softwarové struktury firmy.

Pro obchodníka není využití systémů B2B nijak složité. Bez nutnosti znalosti použitých technologií dále pracuje v prostředí svého ekonomického informačního systému s tím,

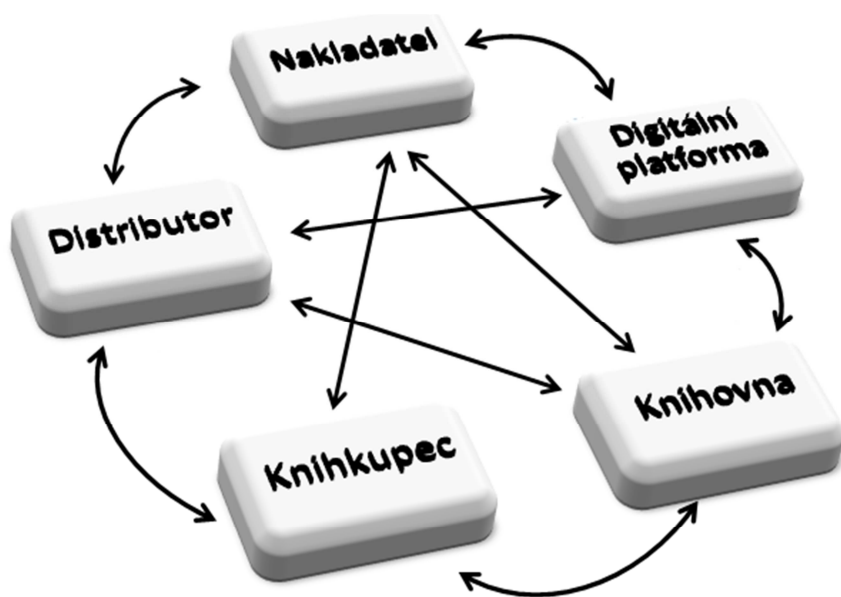
že například vystavenou objednávku netiskne a neodesílá poštou, ale místo toho pouze zvolí funkci „Odeslat objednávku“. V některých případech, například v prostředí malých firem, jejichž systém není na tuto formu komunikace připraven, používá obchodník webového rozhraní svých obchodních partnerů nebo specializovaného operátora. V pokročilých případech, například při využití systému řízení zásob dodavatelem (*Vendor Managed Inventory - VMI*), jsou obchodníkem pro dané zboží pouze nastavena základní pravidla (například minimální skladová zásoba). O vše ostatní se již postará dodavatel společně se systémem řízení zásob (Froulík 2002).

Do oblasti obchodování B2B patří také obchodování **mezi subjekty knižního trhu** tj. nakladatelem, knihkupcem, digitální platformou. Patří sem i obchodování mezi těmito subjekty knižního trhu a **knihovnou**. B2B však již nezahrnuje vztah s koncovým spotřebitelem, resp. čtenářem knihy. Alastair G. Smith (c2013) ze *School of Information Management na Victoria University* ve svém příspěvku *What can e-libraries learn from e-business*<sup>46</sup> potvrzuje zapojení knihoven do transakcí B2B např. prostřednictvím databází dodavatelů knih. **Důležitost B2B procesů v knihovnách vzrostla** v současné době **díky nutnosti kupovat licence na elektronické zdroje** ve srovnání s tradiční metodou nákupu tištěných dokumentů. Knihovny využívají e-business strategie také, když hledají **financování nebo sponzorování** ze stran různých korporací. Níže uvedený obrázek ukazuje model B2B subjektů knižního trhu a knihovny.

---

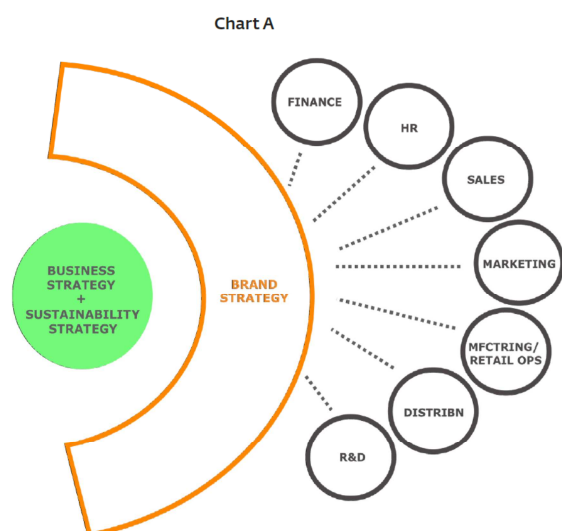
<sup>46</sup> Volný překlad: Co se mohou digitální knihovny naučit z elektronického podnikání?





*Obrázek 16 Obchodování B2B subjektů knižního trhu se zapojením knihovny*

Společnosti zabývající se rozvojem modelů B2B a B2C hledají stále nová řešení. Jedním z nich je tzv. **model udržitelnosti**, který zefektivňuje procesy obchodování a spojuje výhody modelů **B2B a B2C**. Jak uvádí Joshi (c2014, s. 4) stále více je kladen **důraz** nejen na efektivitu vynaložených nákladů, ale **na celospolečenskou zodpovědnost či ekologickou udržitelnost firmy**. Firmy by tak měly budovat image své značky založené na udržitelnosti k životnímu prostředí, neboť udržitelnost je neoddělitelně spojena se značkou. V rámci časopisu BtoB byl v roce 2008 proveden průzkum, kdy 62 % oslovených firem potvrdilo, že jejich primárním cílem je získávání nových zákazníků. Pouze 19 % si uvědomuje důležitost značky jako významného marketingového nástroje. Nové modely obchodních strategií se snaží spojit klasické funkce B2B řešení a budovat pocit odpovědnosti vůči značce firmy interně mezi zaměstnanci i externě do povědomí obchodních partnerů a koncových spotřebitelů. Model obchodní strategie B2B založený na udržitelnosti značky firmy znázorňuje Obrázek 17. Jedná se vlastně o **rozšířený model zahrnující vybrané aspekty B2B a B2C systému**, kdy veškerými obchodními procesy prostupuje **důraz na obchodní značku**.



**Popis obrázku**  
 Business strategy + Sustainability strategy =  
 obchodní strategie + strategie udržitelnosti  
 Brand strategy = strategie značky  
 Finance = finance  
 HR (human resources) = lidské zdroje  
 Sales = odbyt  
 Marketing  
 Retail Ops (Retail Operation Management) =  
 maloobchodní řízení provozu  
 Distribution = distribuce  
 R&D (Research&Development) = výzkum a  
 vývoj

**Obrázek 17** Model obchodní strategie založený na udržitelnosti značky firmy  
 (s využitím Joshi c2014, s. 4)

#### 4.2.2 Business to Consumer (B2C)

Model *Business to Consumer* (obchodník koncovému spotřebiteli) začal vznikat až v průběhu 2. poloviny 90. let 20. století. Obchodní transakce B2C jsou **druhou nejčastější formou elektronického podnikání**. Jde o realizaci **maloobchodního prodeje** zboží či služeb drobným (běžným) spotřebitelům. Ačkoliv se jedná o model, který **generuje menší příjmy** ve srovnání s modelem B2B, je jeho **softwarové vybavení složitější**. Možná právě z toho důvodu, že zatímco v komunikaci B2B se komunikující subjekty znají (velkoobchodní dodavatel zná svého velkoobchodního odběratele), v prostředí prodeje zboží konečným spotřebitelům je **znalost cílové skupiny** pouze **obecná**. Spotřební trh se skládá ze všech jednotlivců a domácností, které nakupují nebo vyžadují zboží či služby. Tento model mohou například využívat běžní čtenáři, kteří prostřednictvím webové stránky vybraného knihkupectví nakupují stále více (elektronických) knih, časopisů (ale i audio nahrávek, CD-ROMů).

Gála (2006) upřesňuje, že obchodní vztahy mezi obchodníkem a konečným spotřebitelem lze realizovat pomocí **webových rozhraní internetových obchodů**. Možnost využít softwarových systémů B2B strategie ulehčuje konečnému spotřebiteli hledání zboží za přijatelnou cenu, např. prostřednictvím internetového srovnávače typu heureka.cz aj. Spotřebitel v rámci komunikace s obchodníkem může

prostřednictvím aplikace ocenit kvalitu poskytovaných služeb, podat recenzi na zakoupený výrobek či poskytnutou službu.

Oblast B2C lze dle Slípky, Froulíka (2000) popsat na 4-úrovňovém modelu zralosti elektronického obchodování B2C:

1. základní úroveň **broadcast** představuje zpřístupnění základních informací prostřednictvím některého z elektronických komunikačních kanálů (typicky internetových stránek) pro konečné spotřebitele,
2. druhá úroveň **interact** rozšiřuje základní úroveň o možnost interaktivní komunikace se zákazníky,
3. třetí úroveň **transact** doplňuje o možnost realizace obchodních transakcí (objednat si zboží nebo službu prostřednictvím internetu),
4. poslední úroveň **integrate** spočívá v integraci celého řešení s ostatními informačními systémy obchodníka a jeho zapojení se do virtuální obchodní sítě.

Rulíková (2005, s. 54) doplňuje konkrétní typy obchodních B2C modelů:

**Elektronický obchod** (*e-shop*) je nejběžnější formou realizace elektronického obchodování a jedná se o přímou analogii k obchodu „kamennému“.

**Elektronický obchodní dům** (*e-mall*) sdružuje různou formou soustavu řady obchodů např. pod společnou zavedenou značkou, společnou reklamou. Míra integrace jednotlivých obchodů do společného obchodního domu může být velmi různá.

Pro jednotlivou firmu účast v elektronickém obchodním domě předpokládá především úsporu nákladů, času a práce spojené s budováním a provozem vlastního elektronického obchodu a přínos lepšího prodeje v rámci už zavedeného a navštěvovaného obchodu. Pro zákazníka znamená tento typ obchodního domu bohatší nabídku zboží na jednom místě a lepší doprovodné služby.

**Elektronická burza** (*e-procurement*) je nabídkou a zprostředkováním zboží a služeb. Může být doplněna o navazující služby, např. o interaktivní vyjednávání nebo zajištění všech operací spojených s uzavřením smlouvy.

**Elektronická aukce** je obdobou mechanismu tradiční dražby. Forma prezentace draženého zboží může být různá.

*Informační broker* je zvláštním druhem zprostředkovatele, specializovaného na vyhledávání a sestavování specifických souborů informací. Může sledovat specifické trhy, vyhledávat unikátní výrobky.

**Elektronický obchod** případně elektronický obchodní dům je formou prodeje zboží či poskytování služeb na dálku, prostřednictvím počítače a pro zákazníka **představuje dnes již poměrně běžnou, moderní alternativu nákupu**. Naskýtá se mu možnost volby, zda realizovat své nákupy v „kamenném“ obchodě, nebo zvolit nákup on-line s využitím internetu. Tento maloobchodní prodej zahrnuje veškeré aktivity spojené s prodejem zboží nebo služeb přímo konečným spotřebitelům pro jejich osobní, neobchodní použití. **Maloobchod** lze charakterizovat jako oblast neustálých změn. Stále se přizpůsobuje měnícím se potřebám a přáním zákazníků. Zároveň se jedná o **silně konkurenční prostředí**. Změny, ke kterým na trhu dochází (a na internetovém trhu jsou vzhledem k jeho povaze tyto změny rychlejší a výraznější), umožňují snadný vstup nové konkurence do maloobchodního prodeje.

Maloobchod prodělal ve **druhé polovině 20. století** bouřlivý rozvoj. Malé obchody zaměřené na individuální potřeby zákazníků postupně vystřídaly supermarket a hypermarkety. Sériovost a rozvoj infrastruktury si vynutily, že zákazník jezdí za nákupy do velkých **nákupních center** na okrajích měst. Extenzivní rozvoj nabídky však pomalu končí<sup>47</sup>.

Elektronický obchod dokáže obchodníkům nabídnout **minimalizaci nákladů přísným řízením toků zboží** a současně konečným spotřebitelům tolik potřebné uspokojení individuálních požadavků. Obchodník, který bude znát potřeby, záliby i spotřební zvyklosti svých zákazníků, pomůže zákazníkovi prostřednictvím virtuálního asistenta (softwarového agenta) snadno a rychle vybrat 150 z deseti tisíců nabízených položek. On-line obchodování tak umožní zákazníkům ušetřit stále se opakující dojíždění a čas strávený nakupováním (Rulíková 2005, s. 55).

Elektronický model ke konečnému spotřebiteli je **využitelný i na knižním trhu ve fázi prodeje (elektronické) knihy čtenáři**. Subjekty knižního trhu (nakladatel – distributor

---

<sup>47</sup> Udává se, že ve Spojených státech je na trhu více než milion druhů zboží, v hypermarketech najdeme zpravidla okolo 40.000 položek, přičemž běžný zákazník nakupuje stále dokola přibližně 150 položek. Roste počet druhů zboží, dodavatelů, smluv, velikost prodejen i konkurentů.

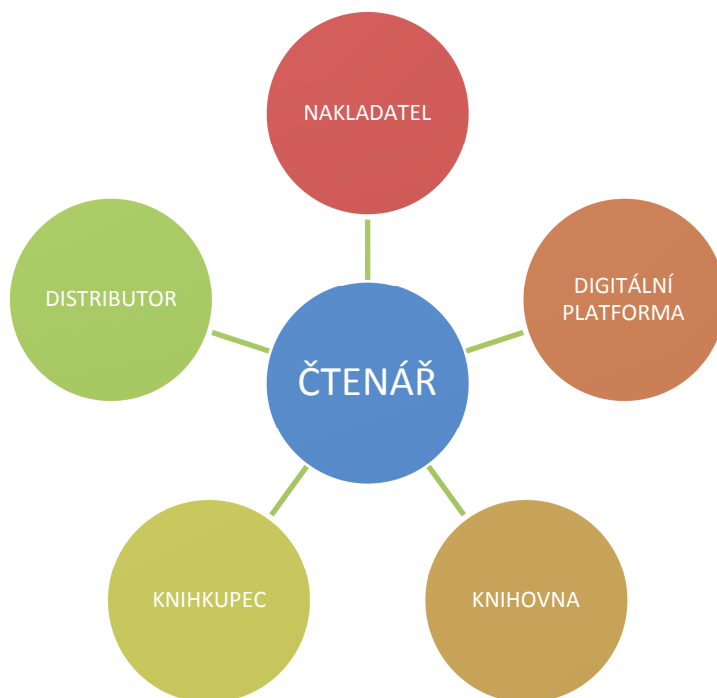
– knihkupec – digitální platforma) mají svou obchodní činnost směřovanou ve vztahu ke kupujícímu čtenáři knihy. Ovšem také **knihovna** může využít systému, který nabízí B2C modely.

Alastair G. Smith (c2013) upozorňuje, že mnoho transakcí platných v elektronickém obchodování (*e-commerce*) platí i pro knihovny.

**Knihovny jsou zapojeny do transakcí B2C** tím, že:

- svůj knihovní katalog zpřístupní online,
- dovolí online prodloužení výpůjček,
- umožní svým klientům přístup do databází na dálku atd.

Využití B2C transakcí může být prováděno externě v případě, že veřejné knihovny nabízejí svoje služby komunitě uživatelů elektronickými prostředky, nebo interně v případě, kdy korporátní knihovny nabízejí své služby svým organizacím. Digitální referenční služby jsou hlavním příkladem uplatnění B2C v knihovnách.



**Obrázek 18** B2C model subjektů knižního trhu se zapojením knihovny. Čtenář v roli konečného spotřebitele

### 4.3 *Obchodní modely pro online transakce podle Harrisové*

Ellen Lesley Harris (1998) ve své knize *Digital property: currency of the 21st century*<sup>48</sup> upozorňuje na existenci **nadbytku informací v digitální formě**, jehož hodnotu lze jen velmi obtížně vyčíslit. Je však naprosto evidentní, že digitální vlastnictví získává na hodnotě a má vysoký potenciál být zajímavým zbožím na internetu. Víc a víc produktů je v dnešní době nabízeno a prodáváno prostřednictvím internetu. Tato část práce je věnována existujícím a funkčním **obchodním modelům a strategiím na prodej intelektuálního vlastnictví** prostřednictvím internetu. Některé níže uvedené modely lze také aplikovat na prodej knih nakladatelem (ale i jinými prodejci) prostřednictvím internetu.

Podle Harrisové (1998, s. 37-46) existuje sedm **obchodních modelů pro online transakce** – předplatné (*subscription*), zásilkový prodej (*consignment*), komisioní prodej (*commission*), sdílení příjmu z prodeje (*revenue-sharing*), paušální poplatek (*flat fee*), propagace (*advertising*), poplatek za uskutečněnou transakci (*transaction fee*) a platba za užití (*pay-per-use*).

#### **Subscription model** (model předplatného)

Klasický model platby za časové předplatné produktu či služby. Zpravidla se jedná o roční platbu poplatku opravňující předplatitele k přístupu např. číslům časopisu či přístupu do databází. Nakladatel/platforma/distributor kromě prostředků z předplatného získává peníze také díky poskytnutí reklamního prostoru v časopisu. Tento model je často využíván knihovnami či vědeckými institucemi nebo vysokými školami k přístupu do rozsáhlých databází plných textů.

Model předplatného využívá i systém e-výpůjček digitální platformy eReading, který umožňuje určitý počet výpůjček (12 u malého a 20 u velkého balíčku) na dobu 365 dní.

#### **Consignment model** (model zásilkového prodeje)

Model, který nepřináší riziko finanční ztráty pro prodejce knihy. Autor se domluví většinou s lokálně působícím prodejcem, který na základě této dohody vystaví autorovu knihu. Prodejce v tu chvíli autorovi za knihu neplatí. Po prodeji prodejce obdrží částku

---

<sup>48</sup> Volný překlad: Digitální vlastnictví: měna pro 21. století.

za prodanou knihu a autor obdrží dohodnutá procenta z prodeje. Obdobný model platí i u prodeje přes internet, kdy autor pošle svůj text knihy na webovou stránku prodejce (platformu) a pokud dojde k prodeji knihy, autor obdrží dohodnutá procenta z prodeje. Tento model je velmi vhodný pro autory, kteří nejsou zastoupeni nakladatelstvím, ale realizují publikování svých knih metodou *self-organizingu*.

Jedním z příkladů uplatnění tohoto modelu je platforma **Thestorystore.com** ([www.thestorystore.com](http://www.thestorystore.com)). V rámci této platformy autoři zveřejňují svá díla na the Story Store Web k dalšímu nákupu editorů. Když je článek prodán, **autor dostane 60 % z prodejní ceny**. Editori mohou článek použít pouze jednou. Mohou ho však za další poplatek pozměnit.

#### **Commission model** (model komisního prodeje)

Tento model opravňuje jednotlivce nebo společnost, která prodává produkt nebo službu jménem jiného jednotlivce/společnosti na komisi (procento z příjmu z prodeje). V případě knižního trhu tedy knihkupec knihy vystaví pomocí webového rozhraní a po objednavce zákazníka teprve uhradí cenu společnosti/jednotlivci, od kterého knihu do komise přijala. Prodej do komise je samozřejmě zcela obvyklý v případě kamenných knihkupectví.

Jedním z příkladů uplatnění tohoto modelu je platforma [www.picturevision.com](http://www.picturevision.com). Tato webová aplikace uchovává online kopie fotografií, které jsou za různou výši poplatku využívány (otisknuty na pohlednice, trika). Server obdrží dohodnutá procenta z peněz vydělaných z poplatků uživatelů fotografií. Obdobný model funguje u velké skupiny internetových knihkupectví. Knihkupec má uskladněnou část výtisků určité knihy a po jejím prodeji a odečtení své marže, posílá částku zpět na účet nakladatele.

#### **Revenue-sharing with online services model** (model sdílení příjmů s online službou)

Model představuje dohodu mezi vlastníkem produktu intelektuálního vlastnictví a online servisem (jako AOL, CompuServe), přičemž vlastník produktu intelektuálního vlastnictví sdílí příjmy za prodej intelektuálního vlastnictví s online servisem. Jestliže např. odběratel (zákazník) online služby zaplatí 1 Kč za hodinu za čas strávený v databázi online služby, obdrží online služba 75 % a zbylých 25 % jde na účet autora informace.

### **Flat fee model** (model plateb za paušální poplatek)

Model zahrnuje webové stránky, které poskytují kromě jiného i informace zdarma. Poplatek je vybírán za přístup jen k určitým specializovaným informacím, které webová stránka také obsahuje. Časté jsou modely poplatku za měsíc i roční poplatek (webové stránky fejetonů, grafiky, sportovních událostí). I tento model lze užít na knižním trhu.

### **Advertising model** (reklamní model)

Tento populární model účtuje poplatky za reklamu na webových stránkách. Typickým příkladem je banner na top místě webové stránky, který nás kliknutím přeměruje na stránku inzerenta.

### **Transaction fee model** (model platby za transakci)

Model zahrnuje nákup produktů nebo služeb prostřednictvím webové stránky. Například kniha, hudební nahrávka, část databáze nebo plány na stavbu budovy mohou být nakoupeny prostřednictvím webové stránky a okamžitě doručeny zákazníkovi v digitální formě prostřednictvím internetu. Tento model je využíván digitálními platformami.

Webové stránky jsou v tomto případě online obchody, kde jsou příslušné produkty či služby nabízeny a kupovány. Tyto online obchody mohou nabízet přidané služby, např. Amazon.com, online prodejce knih, který dále nabízí také měsíční zasílání e-mailů o knižních novinkách a dalších, zákazníkům zvolených tématech. Na základě tohoto modelu jsou také prodávány hudební nahrávky, např. prostřednictvím metody „*platby za poslech*“ (*pay-per-listen*) nebo stažením souboru.

### **Pay-per-use-model** (model platby za užití)

Známý jako „*software metering*“ umožňuje zákazníkovi platit za využití digitálního vlastnictví. Např. dovoluje zákazníkovi získat **digitální přístup do databází**, k obsahům elektronických knih a platit až za počet stažení nebo dobu, co byl uživatel online. Tento model je **výhodný pro uživatele, který vyžaduje pouze část digitálního obsahu**. Uživatel může mít **např. přístup do seznamu knihoven ve Velké Británii prostřednictvím rozsáhlejší databáze knihoven z celého světa** nebo má přístup k seznamu vydavatelů knih v státě Kalifornie v USA prostřednictvím seznamu vydavatelů ze všech států USA. Výhodou je, že **uživatel zaplatí za vstup pouze**



**do části databáze, kterou použil** oproti platbě za vstup do celé databáze (výhoda u drahých informačně bohatých databází). Tento model lze využít také pro **přístup k vybraným kapitolám z knihy**, tj. uživatel či zákazník neplatí za přístup k celé knize (či neplatí za nákup resp. stažení celé knihy), ale pouze za jím vybrané kapitoly.

Angela Hoy (2011) výše uvedené modely dále doplňuje. Mezi nejběžnější typy transakcí knihkupců patří:

1. Nejběžnější variantou obchodního modelu je, když **prodejci knih nakupují knihy od distributora nebo přímo od nakladatele** a poté je prodávají koncovým zákazníkům v rámci maloobchodního prodeje. Prodejci chtějí mít **možnost vrátit neprodané knihy** zpět a stále větší počet nakladatelů se této praxi začíná **vyhýbat**. Pro knihkupce tak narůstá riziko, že mu neprodané knihy zůstanou. V tomto případě se jedná o prodej do **komise**.
2. Prodejci knih přijímají **speciální objednávky** na knihy učiněné zákazníky a provedené telefonicky či osobně. Teprve na základě těchto objednávek, objednávají knihy u distributorů nebo nakladatelů.
3. Rostoucí popularitu v současnosti získává **zásilkový model**. Tento model znamená, že knihkupec za knihu zaplatí až v momentě, kdy ji prodá. Autoři využívají tento model spolupráce s knihkupci, je však třeba vědět, co mohou nabídnout a požadovat. Tímto způsobem prodeje teoreticky knihkupec nic neztratí (nemusí autorovi za jeho knihy platit předem) a autoři využívají **lokální působnosti** vybraného knihkupectví. Na PR schopnostech autora dobře prezentovat sám sebe a svoji literaturu, víceméně záleží, zda bude jeho kniha vystavena na předních policích obchodu a zvýší se tak jeho prodejní šance. Autor např. jednou měsíčně kontroluje, kolik knih se prodalo a případně knihkupcovi vystaví fakturu.

#### 4.4 Vymezení pojmů distributor, knihkupec, digitální platforma

Vymezení pojmů distributor a knihkupec vychází z obecně uznávaných a přijímaných definic těchto subjektů. Je však potřeba uvědomit si některá specifika, která tato práce reflektuje. **Distributor** je chápán jako velkoobchodní dodavatel knih od nakladatele ke knihkupci případně k digitální platformě. Samozřejmě, že v dnešní době distributor neprovádí pouze „*distribuci*“, tedy zprostředkování pohybu knih, ale je často zároveň i sám prodejcem knih nakladatele (nakladatelů), kterého zastupuje. Tedy distributor a de facto knihkupec může být a často také je tentýž subjekt.

Pojem **digitální platforma** je pojmem novým a autorka této práce si jeho definici rozšířila a upravila pro oblast knižního trhu. Pojem digitální platforma by mohl být částečně slučitelný s pojmem e-distributor, neboť často i subjekty typu *eReading* či *Wooky* domlouvají výhradní zastoupení s nakladateli v prodeji jejich elektronických knih. Objevují se **názory, že velkodistribuce e-knih je zbytečná**, neboť nakladatel je připraven o část zisku a pokud by své e-knihy dodával přímo prodejci na e-knihy specializovaného, mohl by získat větší část ze zisku. Tomuto názoru nahrává i česká legislativa, podle které musí být distributor (prodejce) knih vlastníkem práv na e-knihu oproti situaci u tištěných knih, kde stačí prodej do komise. Z výše uvedeného vyplývá, že subjekty řazené pod definici digitální platformy fungují částečně i jako distributoři a zároveň prodejci.

**Knižní distributor** (někdy také knižní velkoobchod) **zprostředkovává pohyb knih od nakladatele ke knihkupci**, případně knihovně. V zahraničí distributoři často zastupují pouze vybraná nakladatelství, nabízejí dokumenty zaměřené na určité téma nebo pokrývají určité teritorium. Distributoři pak knihy nejen prodávají, ale nabízejí i **návazný servis**, např. poskytují periodické informace o nových přírůstcích. Vztah distributora a nakladatele, distributora a knihkupece, distributora a knihovny je založen na **B2B** modelu, jak o tom bylo pojednáno v předchozí kapitole. Systémy tak umožňují např. vyhledávání, tvorbu objednávky, odeslání e-mailem.

Z definic citujeme z Knižnické terminologické databáze, která definuje „*dodavatele dokumentů*“ jako subjekt zabývající se zajišťováním a dodáváním knih a jiných druhů dokumentů určených zákazníkům (např. knihovně). Takovým dodavatelem může být např. i knižní distributor (Celbová, Iva 2003a).

Jiří Srstka (Sudová 2011) upozorňuje na **odlišné povinnosti distributora e-knih a distributora knih tištěných**. Zatímco v případě prodeje tištěných knih je vlastníkem knihy stále nakladatel a knihkupec bývá ve většině případů pouhým distributorem, v případě elektronických knih by měl distributor být **vlastníkem práv**.

**Knihkupec** (angl. *bookseller*, něm. *Buchhändler*) je dle Encyklopedie knihy Petra Voita (2008, s. 451) definován jako **fyzická nebo právnická osoba zabývající se prodejem knižního zboží**. Profese byla zprvu označována starými výrazy *librarius* či *stationarius* (lat. opisovač a prodejce v jedné osobě) anebo *bibliopola* (lat. obchodník s knihami). Od 80. let 15. století se v Německu a následně i v Českých zemích vžil termín *Buchführer* (*Puchführer*) a zhruba od poloviny 17. století pak již zmíněný *Buchhändler*. Domácím ekvivalentem byl termín knihař, který však nepostihoval jen stránku obchodní, ale i řemeslnou. Postupně se termín ustálil na českém ekvivalentu knihkupec.

Oxfordský slovník (Bookseller c2014b) definuje termín „*bookseller*“ jako osobu, která prodává knihy. Tímto pojmem je často označován přímo **vlastník či manažer obchodu s knihami**. Obdobně pojem definuje i *The Free Dictionary* (Bookseller c2014a), kdy za něj označuje prodávajícího knihy, speciálně vlastníka knihkupectví.

Knihovnická terminologická databáze (Celbová, Iva 2003d) definuje pojmy „*knihkupectví*“, „*knihkupec*“ (*bookshop, bookseller*) jako: „*Subjekt knižního trhu zabývající se maloobchodním prodejem a někdy též distribucí knih a jiných druhů dokumentů. Podle formy se rozlišují klasické knihkupecké prodejny a elektronická (virtuální) knihkupectví v prostředí internetu.*“

**Elektronický knihkupec** nebo **internetový knihkupec** nebo také **online knihkupec** existuje v souvislosti s rozvojem internetu. Elektronická knihkupectví představují stále běžnější alternativu ke knihkupectvím kamenným nebo existují samostatně, jsou provozovány pouze v prostředí elektronické komunikace a nemají svou „*kamennou alternativu*“.

Knihovnická terminologická databáze (Celbová, Iva 2003b) definuje pojem „*elektronické knihkupectví*“ (internetové knihkupectví, elektronický knižní obchod) jako: „*Elektronický obchod působící v prostředí internetu, jehož hlavní aktivitou je nabídka a prodej knih a jiných typů dokumentů (zejména zvukových nosičů a multimediálních dokumentů). Provozovateli elektronických knihkupectví bývají*

*subjekty knižního trhu (v tomto případě se jedná zpravidla o doplněk k hlavní aktivitě nakladatele, knihkupce či knižního distributora) nebo specializované firmy.“*

Zajímavé je **české a anglické pojetí slov** - „*knihkupec*“ označuje někoho, kdo „*kupuje*“, což je relevantní ve vztahu k nakladateli či distributorovi a těžko uplatnitelné ve vztahu ke koncovému spotřebiteli tedy čtenářovi, kde „*knihkupec*“ je prodejcem. Anglický výraz „*bookseller*“ (*sell* = prodávat, *bookseller* = prodejce knih) má přesně **opačnou logiku**. Jeho sémantické pojetí zdůrazňuje roli prodejce knih ve vztahu ke čtenáři. Původní latinské „*bibliopola*“ (obchodník s knihami) vlastně vyjadřuje vyvážené vztahy na straně nákupu knihy od dodavatele i prodeje koncovému spotřebiteli.

**Digitální platforma** (*digital platform*) je definována jako **multimediální platforma**, která **umožňuje různé obchodní funkce**. V oblasti internetu se jedná o webové stránky, aplikace sociálních sítí a video stránek (youtube.com) apod. V oblasti nejen knižního obchodu se vymezuje **souvislost s digitální distribucí** (*digital distribution, online distribution*), která umožňuje doručení digitálního obsahu jako audio, video, software a video hry pomocí telekomunikačních sítí, například internetu (Digital distribution 2014). Platformy typu *eReading*, *Flexibooks* nebo *Wooky* představují určitý **typ e-knižního prodejce působícího s využitím aplikací digitální platformy** v prostředí **internetu**. V rámci této práce chápeme digitální platformu v oblasti knižního obchodu jako **prodejce** pouze a jedině elektronických **knih bez nabídky tištěných titulů**. Jedná se vlastně o portál elektronických knih, který však nabízí či jeho snahy směřují k širší nabídce služeb, kam patří například elektronické výpůjčky knih, tzv. **e-výpůjčky**.

#### 4.5 Distributoři (velkoobchod)

Distribuce v České republice je rozdělena mezi několik větších subjektů a relativně dost subjektů menších. V roce 2003 byl dle slov Jaroslava Císaře (Faltýnek 2003) největší slabinou českého knižního trhu právě velký počet knižních distributorů na relativně malém českém trhu: *"Český trh myslím momentálně nejvíc trápí knižní distribuce. Momentálně na našem malém teritoriu existuje 60 knižních distributorů. Srovnajme to s Německem: stamilionový trh, nepoměrně větší nabídka a tři čtyři hlavní distributoři a vedle toho další specializované distribuční firmy. A potom je u nás ještě jeden nešvar, že se rozšiřuje komisioní prodej knih. Knihy se nekupují cash, byť s rabatem, ale je to stále majetek nakladatelství, knihkupec když to neprodá, tak to vrátí, ten žádné riziko nenese. Naopak v podstatě dotuje celý český knižní trh."*

*Negativním specifíkem českého knižního trhu je právě to, že kromě několika málo celoplošných subjektů (viz Tabulka 10), je zde spousta takových, kteří s pár tituly obhospodařují jen jeden či dva bývalé okresy. Zajímavostí českého trhu s knihami je rovněž fakt, že distribuční firmy si zakládají dokonce i sami nakladatelé."* dodává Císař. (Šrámková 2007)

E-mailovou komunikací autorky této práce s redaktorem časopisu o knižní kultuře BIBLIO Literární noviny, bývalým šéfredaktorem již nevydávaného časopisu Grand Biblio a bývalým tajemníkem Svazu českých knihkupců a nakladatelů **Jaroslavem Císařem** byla doplněna **aktuální fakta a jeho pohled na velkodistribuci na českém knižním trhu**, která navazují na rozhovor J. Císaře poskytnutý v roce 2003 Vilémovi Faltýnkovi (viz Faltýnek 2003). Císař (2014) nově upozorňuje na nestálost situace v této oblasti i nedostatek hodnověrných ekonomických ukazatelů: *„Situace se v této oblasti mění opravdu každým dnem (zůstává pouze **deficit hodnověrných ekonomických ukazatelů o objemu, obratu, ziscích a z toho možného odvození podílu jednotlivých subjektů na českém knižním trhu**). Řekl bych, že zhruba od 2. poloviny minulého roku (myšleno rok 2013, pozn. autorky) dochází v této oblasti k intenzívnější koncentraci, ze které vznikne několik silných subjektů s jednotlivými články řetězce knižního obchodu (v Praze např. Neoluxor, Beta-Dobrovský, Albatros, Kosmas – každý se utvořil ale z jiných podmínek; dále třeba Pemic z Ostravy). Tedy určité kopírování vývoje mnou v rozhovoru zmiňovaného Německa. Některé z nich se zabývají i prodejem e-knih, resp. si tento segment koupily - např. Albatros eReading. Počet knižních distribucí se*

*poněkud snížil. S přihlédnutím k poslednímu tištěnému soupisu v Almanachu Labyrint odhaduji, že se počet distribučních firem snížil cca o třetinu... Centrální knižní distribuce, ať tištěných či e-knih (ve stylu stále vzývaného bývalého Knižního velkoobchodu), stále neexistuje, možná se situace změní vstupem firmy Amazon na náš trh.“*

Reálnými zjištěními tedy docházíme k závěru, že aktuální situace v oblasti velkodistribuce knih vykazuje stále poměrně nepřehlednou síť zahrnující **cca 40 distributorských firem**, ale že sílí tlak na sjednocení knižního trhu a silnější postavení klíčových hráčů. Také generální ředitel společnosti Albatros Media, Václav Kadlec, vidí **velký potenciál konsolidace** knižního trhu v nejbližším období: „Český knižní trh je velmi roztržštěný. Jsou zde tisíce subjektů, které vydávají knihy. I náš podíl, jako lídra trhu, je někde pod deseti procenty. Tudíž potenciál konsolidace je obrovský.“ (Vyleťal 2013b) Kadlec uvádí existenci desítek vydavatelů většího množství knih a předpokládá existenční problémy vydavatelů, jejichž vydání se pohybují v řádu jednotek.

**Hlavní postavení v oblasti knižní distribuce** zauímají firmy **Euromedia Group, Kosmas a Pemic Books**, dodává Pistorius et al. (2013, s. 16). Vedle klasických velkoobchodů provozuje velkoobchodní činnost skupina **Albatros Media**, která dodává produkci svých jednotlivých nakladatelství do maloobchodní sítě přímo. Vlastní přímé zásobování si zajišťují i některá další z velkých nakladatelství, např. Grada Publishing, Portál nebo Alpress, uvádí Zpráva o českém knižním trhu za rok 2013 (Pistorius et al. 2013, s. 16).

*Tabulka 10 Všeobecná knižní distribuce na českém trhu  
(s využitím Pistorius et al. 2003, s. 16)*

Název distributora	Nejvýznamnější nakladatelství ve výhradní distribuci
Euromedia Group, k. s.	Vlastní produkce Euromedia Group (tj. Ikar, Knižní klub, Odeon a Universum), Domino
Kosmas, spol. s r. o.	Argo, Paseka, Prostor, Torst, Garamond

Pemic Books, a. s.	Ottovo vydavatelství
Pavel Dobrovský BETA, spol. s. r. o.	Vlastní produkce nakl. Beta, dále Talpress, Druhé město – pouze knihy Michala Viewegha
Nakladatelský servis, spol. s. r. o.	Fontána

Počátkem roku 2014 ohlásila společnost J&T akvizici firmy **Euromedia**, největšího českého distributora knih a majitele zavedených značek Odeon, Knižní klub, Ikar a Universum. Herman (2014) uvádí, že **obrat firmy Euromedia je dnes cca jedna miliarda Kč ročně**. Obchodní transakce v Česku zahrnuje mimo zmíněné značky i slovenské firmy Media Club a Ikar, velkoobchodní prodej knih, včetně internetového prodeje knih [www.ebux.cz](http://www.ebux.cz). Navíc v roce 2012 vstoupila společnost J&T do firmy Pantha Rhei, což je velká distribuční slovenská síť knihkupectví. To znamená, že došlo k faktickému **spojení firmy Euromedia a Neoluxoru**, vzhledem k majetnickým poměrům v obou firmách. Jedná se o postupné prorůstání obou společností, což potvrzuje i rok stará přeměna regionálních knihkupectví Knižní klub na Neoluxor Books.

Společnost **Euromedia** je také **hlavním distributorem e-knih pro platformu Wooky**. Oproti tomu **Martin Lipert** ze společnosti **eReading odmítá velkodistribuci elektronických knih**. Podle něj se rabaty distributorů za posledních 15 let dostaly ze třiceti procent na pětadesát a role distributora jako zprostředkovatele mezi nakladatelem a knihkupcem/platformou postrádá smysl. Lipert (Vyleťal 2012b) v rozhovoru pro server Lupa.cz upřesňuje: *„Distribuce, která dá knihkupci vyšší marži, dostane vykázány prodeje od knihkupce dříve. Takový distributor má vyšší obraty a může tlačit na nakladatele, aby se mu vrátila vyšší marže, kterou dal knihkupci. Z toho důvodu nedává vznik distribuce pro nakladatele žádný smysl. Připravují se tak jen o část licenční odměny.“* eReading však již tento problém řešit nemusí, neboť jeho **majoritní podíl** byl v roce 2013 **koupen vydavatelstvím Albatros** a podstatná část jeho e-knih je tak vydavatelem dodávána přímo, bez přítomnosti jiného distributorského subjektu.

Šrámková (2007) připomíná existenci **megamarketů**, které mohou nabízet knihy za ceny, jimž specializovaná knihkupectví nemohou konkurovat. Mimo vlastních internetových stránek **prodávají někteří distributoři i přes další prodejce** – satelitní obchody (například **Alza spolupracuje s Palmknihami, Datart s Kosmasem**). Vzhledem k vysokým odběrům marketů si mohou diktovat rabaty – **šedesátiprocentní rabat** už přestává být výjimkou, dodává Šrámková, a **pro menší nakladatele jsou podmínky velkých marketů téměř likvidační**.

Pokud k tomu připočteme, že u elektronické knihy musí být prodejce (tedy i distributor) i vlastníkem práv na knihu, je skutečně jednodušší, když obchod probíhá mezi nakladatelem a prodejcem e-knihy přímo. Tištěná kniha totiž umožňuje prodej do komise, kdy prodejce neprodané knihy vrací nakladateli.

Jaroslav Císař (Šrámková 2007) však kontruje tvrzením opírajícím se o nepřehlednost na českém knižním trhu: *„Jedinou cestou k úspěchu může podle nich být specializace, nakladatel má vydávat, distributor distribuovat a knihkupec prodávat. Jakékoli mísení těchto kategorií vede zákonitě k problémům.“* Jeho slova potvrzuje i **Hana Žáková** (Vyleťal 2012a) z **firmy Kosmas** v rozhovoru pro server Lupa.cz, kdy na otázku, zda u elektronických knih má velkodistribuce ještě smysl, odpovídá: *„V současné době máme 350 tisíc unikátních návštěvníků na našem webu měsíčně. Disponujeme obrovskou databází zákazníků, které jsme schopni oslovit. Nakladatelé nejsou navíc schopni nabídnout služby, na které jsou zákazníci u nás zvyklí. Na jaře nabídneme například mobilní platby. Nakladatelé postupně zjišťují, že čím více kanálů pro prodej e-knih používají, tím vyšší prodeje mají.“*



## 4.6 *Knihkupci (maloobchod)*

Do kategorie knihkupce řadíme v rámci této práce **knižní obchody kamenné i internetové**. Internetová knihkupectví mohou prostřednictvím svých webových aplikací prodávat tištěné i elektronické knihy a často jsou doplňkem kamenného obchodu. Výčet však bude krácen o tzv. digitální platformy, což jsou portály nabízející k prodeji pouze elektronické knihy, případně další návazné služby typu komerční e-výpůjčky. Digitální platformy si svým rostoucím vlivem na knižním trhu zaslouží speciální kapitolu.

K bližší specifikaci si posloužíme rozdělením do tří základních pohledů (Celbová, Iva 2001):

### 1. způsob provozování

V tomto ohledu jde o to, zda je internetové knihkupectví provozováno **v čistě elektronické formě** (Amazon) nebo jako **doplňěk ke kamennému knihkupectví, nakladatelství, distribuci** (Knihservis, Portál).

### 2. provozovatel

Provozovatelem internetového knihkupectví může být:

- nakladatelství,
- knihkupectví,
- distributorská firma (knižní velkoobchod),
- specializovaná firma.

První tři subjekty provozují internetové knihkupectví obvykle jako „doplňěk“ ke kamennému obchodu. Specializovaná firma většinou zajišťuje provoz výhradně elektronického (internetového) knihkupectví, které je všeobecně zaměřeno a není vázáno na konkrétní nakladatelství nebo oborově.

### 3. zaměření

Internetová knihkupectví se mohou odlišovat také oborově (z jakých oborů literaturu nabízejí) nebo mohou nabízet knižní produkci jen určitého množství a typu nakladatelství. První typ internetového knihkupectví potom často odráží např. zaměření nakladatele provozujícího toto knihkupectví. Druhý je typickým příkladem elektronického knihkupectví provozovaného distribuční či specializovanou firmou.

Velká internetová knihkupectví jsou většinou zaměřena všeobecně. Zákazník tak může uspokojit na jednom místě poptávku po knihách z různých oborů či nakladatelství.

#### 4.6.1 Internetová knihkupectví (české knihy)

Největšími prodejci elektronických knih jsou **Kosmas a Palmknihy**, další prodejci (eReading a Wooky) je následují. Ambiciózní plány má česká pobočka Martinusu, ale zřejmě dosud na hlavní hráče nestačí. Mimo tyto hlavní prodejce existuje mnoho menších, kteří ale nemají významný tržní podíl. Jediným významným zahraničním prodejcem českých knih je Apple (iBook Store). Prodej elektronických knih na českém trhu spustil v červenci také Google (prostřednictvím Google Play), ale prozatím bez českého obsahu. Prodejce typu eReading a Wooky z porovnání vyřadíme, neboť jsou specializováni pouze na prodej e-knih, a tím v rámci této práce řazeni pod kapitulu prodejců nazvaných „*digitální platformy*“.

Zpráva o českém knižním trhu za roky 2012/2013 (Pistorius et al. 2013, s. 17) vypočítává přes **600 kamenných knihkupectví** se všeobecnou nabídkou (z toho 187 v rámci řetězců) a zhruba **50 knihkupectví specializovaných** (např. na právnickou, cizojazyčnou, křesťanskou literaturu, umělecké publikace). Knihy jsou součástí nabídky většiny hypermarketů, například Tesco, Billa, Albert, Kaufland a Globus. Co se týká internetových prodejců, vypočítává Zpráva nejnavštěvovanější online knihkupectví.

**Tabulka 11** Nejnavštěvovanější internetová knihkupectví v ČR v roce 2013

(s využitím Pistorius et al. 2013, s. 18)

Internetové knihkupectví
Kosmas.cz (Kosmas, s. r. o.)
Bux.cz (Euromedia Group, k. s.)
Neoluxor.cz (Neoluxor, s. r. o.)
Knihcentrum.cz (Pemic Books)
Arara.cz (E-obchod, s. r. o.)
Martinus.cz (Martinus.sk, s. r. o.)
dum-knihy.cz (Kanzelsberger, a. s.)

K významným on-line prodejčům knih patří také firma ABZ knihy, a. s. (dříve X-WEB publishing s. r. o.).

V únoru 2012 na český internet vstoupily dva nové subjekty. Na doméně Martinus.cz spustil českou pobočku největší on-line prodejce knih na Slovensku Martinus.sk. Ve stejný měsíc na Dum-knihy.cz spustil své internetové knihkupectví maloobchodní řetězec Kanzelsberger.

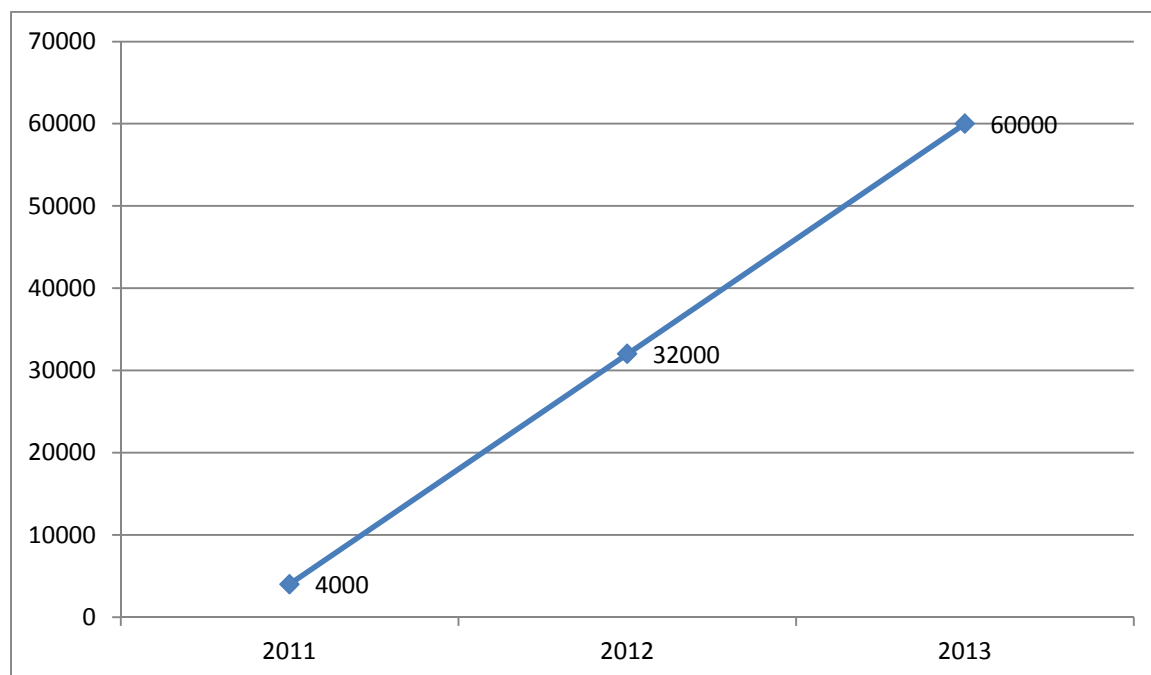
Podíl internetových obchodů na celkovém maloobchodním obratu knižního trhu (nezahrnuje např. nákupy škol či knihoven přímo od nakladatelů nebo distribucí) činí 12–15 %.

#### 4.6.2 Kosmas

Vybraným zástupcem ze skupiny internetových knihkupců byla zvolena firma Kosmas, která patří **mezi největší internetové prodejce** a na českém knižním trhu má dlouhou historii. Je ukázkou transformace knižního trhu, která se projevuje nutností prodejců na tyto změny reagovat. Kosmas za dobu své téměř 20ti-leté existence prošel od zakládání kamenných poboček (od roku 1995), k rozšíření o prodej knih prostřednictvím internetového portálu (internetový prodej zahájen v květnu **1999**), až po včlenění elektronických knih do sortimentu klasické tištěné produkce (prodej e-knih zahájen v listopadu 2011).

Firma Kosmas byla **založena v roce 1995**. V současné době spolupracuje s více než 400 nakladateli a produkci více než 30 nakladatelství má Kosmas ve své výhradní distribuci (např. nakladatelství Argo, Torst, Paseka, Maťa, Gallery). Knihkupectví Kosmas je majetkově **propojené s vydavatelství Argo**. Kosmas je jednak velkodistributorem, vlastní i maloobchodní síť zahrnující 12 kamenných knihkupectví a **internetové knihkupectví Kosmas.cz**. Internetové knihkupectví Kosmas spustilo v listopadu roku 2011 také prodej elektronických knih.

**Graf 5** Prodeje elektronických knih firmy Kosmas v letech 2011-2013



Společně s digitálními platformami knižního trhu (tedy prodejci zaměřenými výhradně na prodej elektronických knih) Palmknihy, eReading a Wooky patřilo podle Zprávy Sdružení českých knihkupců a nakladatelů k největším prodejcům elektronických knih (Pistorius et al. 2013, s. 20). Kosmas se snaží udržet cenovou hladinu v obdobném duchu jako ostatní prodejci e-knih. Hana Žáková ze společnosti Kosmas v rozhovoru s Martinem Vyleťalem (2012a) potvrzuje svými zkušenostmi zažitou praxi ohledně většiny cen e-knih: „Za e-knihy, které se objeví na trhu do třech měsíců po vydání tištěné verze, jsou zákazníci ochotni zaplatit 50 procent ceny tištěné knihy...“

Internetové knihkupectví Kosmas je **internetový obchod**, který do doby zavedení prodeje e-knih prodával po internetu pouze tištěné publikace. Jelikož knižní trh se v posledních letech mění právě v tendenci **každoročně narůstajícího prodeje e-knih**, je logicky v zájmu předních prodejců knih, kam Kosmas bezpochyby patří, tento trend zachytit a včlenit do prodejního systému.

Prodejní platforma Kosmas používá **převážně ochranu pomocí sociálního DRM**. Kosmas zaznamenal (obdobně jako digitální platformy) výrazný přesun názorů nakladatelů od prvotní obavy ze zveřejnění děl v elektronické formě a sázku na ochranu pomocí tvrdého DRM k postupnému uvolňování obav a přechod k ochraně pomocí sociálního DRM. Se stoupajícím počtem nakladatelů, kteří vydávají e-knihy, také rostou

počty titulů e-knih a rozšiřuje se nabídka pro čtenáře. Kosmas jako zaběhlý prodejce se dokáže v této oblasti rychle zorientovat.

Knihkupectví se drží strategie domluvené s několika svými nakladateli, kteří jsou ochotni uvolnit knihu v elektronické podobě do prodeje tři měsíce po vydání tištěné knihy. Statistiky prodeje firmy Kosmas napovídají, že se tyto e-knihy dobře prodávají a přitom nedochází ke kanibalizaci tištěných verzí, což je právě často oprávněnou obavou mnohých nakladatelů.

Internetové stránky [www.kosmas.cz](http://www.kosmas.cz) nabízejí tedy prodej tištěných i elektronických knih. Elektronické knihy jsou řazeny pod speciálním, k tomu určeným odkazem, podobně jako tomu je u internetových nabídek některých nakladatelů. Dostupné formáty pro stažení e-knih jsou ePUB bez DRM, PDF bez DRM, MOBI pro čtečky Kindle bez DRM, PDF s DRM, ePUB s DRM. E-knihy bez zabezpečení DRM lze stáhnout ve všech dostupných formátech. E-knihy se zabezpečením DRM se vždy kupují pouze v jednom formátu. Kosmas nabízí, podobně jako ostatní prodejci, sadu e-knih zdarma – k únoru 2014 bylo k dispozici 86 e-knih zdarma.

Kosmas zatím neplánuje výrobu vlastní čtečky.

#### 4.7 Digitální platformy s českým obsahem

Většina prodejců e-knih poskytuje u svých e-knih otevřené formáty typu PDF, ePUB a MOBI, které je možné číst prakticky na libovolném čtecím zařízení. Knihy jsou chráněny nejčastěji pomocí tzv. sociálního DRM, tedy vodoznakem vloženým do knihy a odkazujícím na konkrétního kupujícího. Výjimkou je platforma Wooky, která používá vlastní šifrovaný formát dat pro vlastní čtečky.

Bližší popis nejvýznamnějších současných digitálních platform jako prodejců českých elektronických knih je předmětem následujících podkapitol. Průzkum těchto platform byl proveden vlastním šetřením během měsíce února roku 2014. Tyto **digitální platformy plní kromě role prodejce elektronických knih částečně i roli nakladatele**. Jejím úkolem totiž často právě bývá, aby nakladatelstvím dodaná kniha byla upravena do formy čitelné v co největším počtu koncových čtecích zařízeních. Digitální platformy jsou tak často de facto **v roli DTP studií**, tedy grafických studií zabývajících se tvorbou dokumentu na počítači, kam patří sazba, zlom, úprava vzhledu stránek pomocí textů a grafických prvků (tzv. layout), retuše, montáže a barevné korekce obrazových částí knihy. Těmto činnostem DTP studia, což je zkratka pro *Desktop Publishing*, chybí v rámci potřeb digitálních platform konečná činnost DTP studií a tou je závěrečný tisk publikace. Bližšímu zkoumání a následujícímu popisu byly podrobeni **čtyři nejvýznamnější prodejci elektronických knih na českém trhu – Kosmas, Palmknihy, eReading a Wooky**. Dle zprávy SČKN za léta 2012/2013 (Pistorius et al. 2013) je jediným významným zahraničním prodejcem českých knih firma Apple a její **iBook Store**.

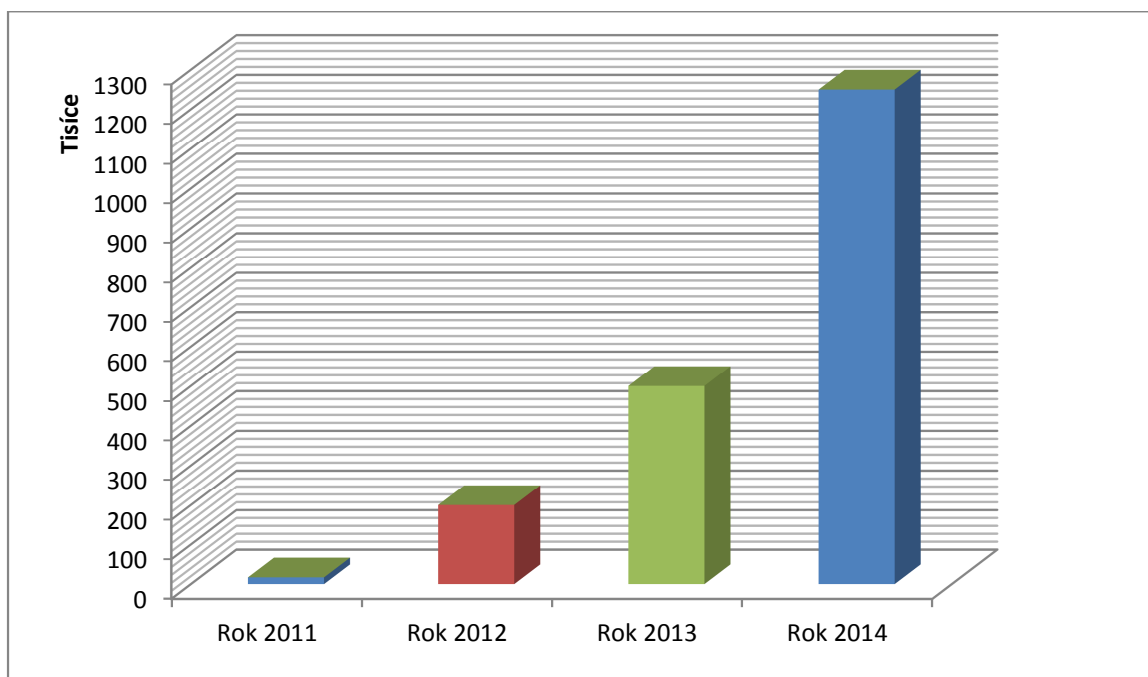
Tabulka vycházející z údajů zprávy SČKN (Pistorius et al. 2013, s. 20) vypočítává odhadované počty prodaných e-knih za léta 2011 až 2013. **Statistika prodeje knih je komplikovaná**, protože prodejci samozřejmě nemají mnohdy zájem tyto údaje zveřejňovat. Přesto se týmu Vladimíra Pistoria podařilo získat alespoň níže uvedené prodejní statistiky, které autorka tohoto textu následně **převodla do podoby grafu**. Přidán byl i **rok 2014**, kde výše prodeje byla **odvozena od předchozích let geometrickou řadou**.

**Tabulka 12** Odhad počtu prodaných e-knih v letech 2011-2014

(s částečným využitím Pistorius et al. 2013, s. 20)

Rok	Odhad počtu prodaných e-knih
2011	17 tis.
2012	200 tis.
2013	500 tis.
2014	1 250 tis.

**Graf 6** Odhad počtu prodaných e-knih v letech 2011 -2014



#### 4.7.1 Palmknihy.cz

Server Palmknihy založili v roce 1999 Jiří Vlček a Martin Bodlák a v současné době patří mezi největší prodejce e-knih na českém a slovenském trhu, na který společnost vstoupila v průběhu roku 2012. Server nejdříve nabízel e-knihy zdarma, následně se pokoušel o prodej nových titulů, s čímž souviselo i uzavírání smluv s nakladateli. Jediným vlastníkem společnosti Palmknihy s. r. o. je akciová společnost Palmknihy Holding. V roce 2010 došlo k zahájení spolupráce mezi společnostmi Tiscali Media, a. s., provozovatelem portálu Tiscali.cz a Palmknihy s. r. o., provozovatelem Palmknihy.cz. a byl spuštěn nový informační servis [www.BookZ.cz](http://www.BookZ.cz). Sídlo má společnost v Luxemburgu, což jí umožňuje využít nižší DPH na e-knihy než je tomu v České

republice. Z tohoto důvodu začne provozovatel digitální platformy Palmknihy.cz prodávat e-knihy přes v Lucemburku registrovanou společnost Palmbooks S.à r.l.

Vyleťal (2013a) upřesňuje důvody tohoto kroku: „Zatímco v Česku se platí z e-knih daň z přidané hodnoty ve výši 21 %, v Lucembursku, kde má mimo jiné sídlo i evropská pobočka společnosti Amazon, je **DPH na knihy jen 3 %**. Pro nakladatele zůstane podle našich informací i nadále obchodním partnerem firma Palmknihy s.r.o. Ta bude licence předprodávat lucemburské Palmbooks S.à r.l., která bude figurovat jako dodavatel pro koncové zákazníky.“

Tímto krokem si majitelé společnosti Palmknihy slibují vyrovnání podmínek se zahraničními subjekty konkurujícími na českém trhu, např. Apple nebo Google. Palmbooks S.à r.l. bude dodavatelem e-knih pro e-obchod, který má v nejbližších dnech spustit mediální skupina MAFRA. Pod značkou **iDNES.cz** bude nabízet sortiment sestávající z více než osmi tisíc titulů v elektronické podobě. Naopak dalšímu z důležitých obchodních partnerů, elektronickému obchodu Alza.cz, se kterým Palmknihy spolupracují na velkoobchodní bázi, bude e-knihy i nadále dodávat firma Palmknihy s.r.o., říká Vyleťal (2013a).

Platby nákupů e-knih jsou možné off-line převodem na účet nebo online kreditní kartou, online platbou payU, PayPal. Používané formáty jsou PDF, PDF pro čtečky, ePUB, MOBI pro Kindle.

Společnost Palmknihy nabízí k prodeji **vlastní čtečky PocketBook**.

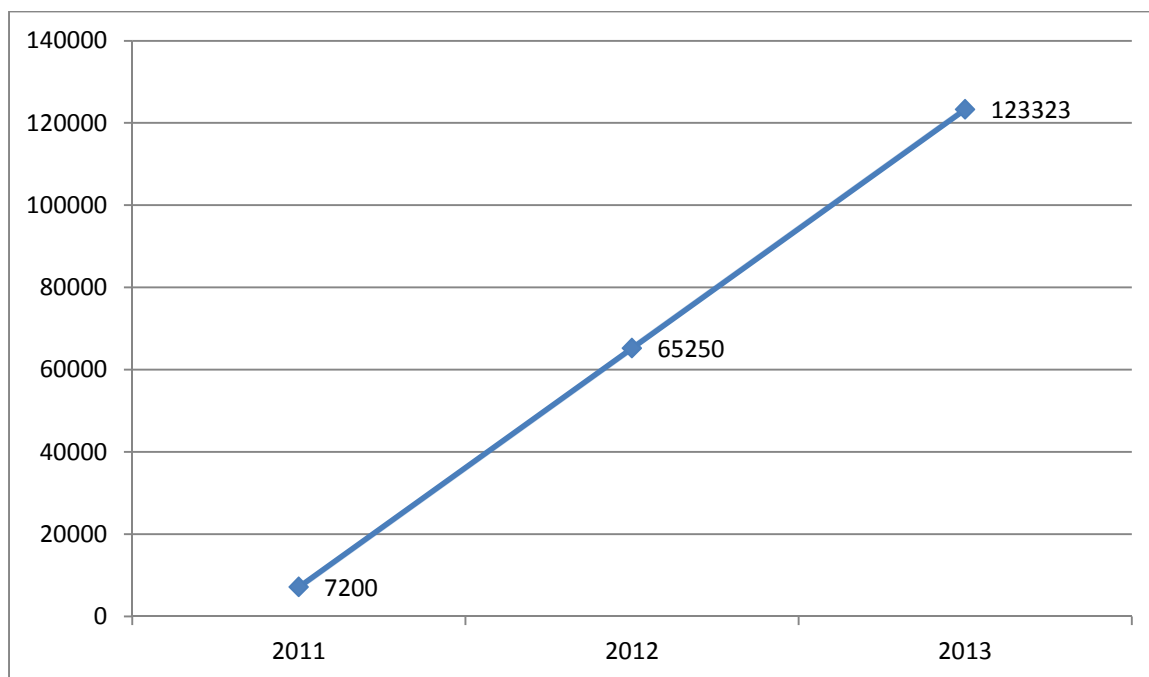
Součástí nákupu je nutná registrace uživatele na portálu Palmknihy.cz. **Plná identifikace uživatele** (ID znaky) včetně čísla **platební transakce** je vtisknuta do každé zakoupené elektronické knihy, kterou si uživatel na portálu zakoupí (**sociální DRM**).

Smluvní podmínky (Palmbooks 2013) obsahují také specifikaci omezení nakládání s dílem: „Uživatel je oprávněn kromě stažení díla také ke zhotovení další kopie díla pro svou osobní potřebu. Uživatel bere na vědomí, že právní podmínky služby pro určité dílo a rozsah užití díla jsou technicky omezeny prostřednictvím DRM (Digital Rights Management - Správa digitálních práv, jako technická metoda, jejímž účelem je kontrolovat nebo omezovat používání digitálního obsahu; cílem je zajistit užívání obsahu i v souladu s autorskými právy a licenčními podmínkami vztahujícími se k obsahu). Právní podmínky služby pro určité dílo a rozsah užití se u jednotlivých děl



může lišit, a to v závislosti na rozsahu oprávnění poskytnutých Poskytovateli ze strany nositelů práv k dílu. Kromě oprávnění k osobnímu využití díla není Uživatel oprávněn dílo užit jiným způsobem. Uživatel tak bere na vědomí, že zejména není oprávněn dílo měnit, rozšiřovat, sdělovat veřejnosti, půjčovat či pronajímat. Uživatel není oprávněn měnit datový formát, ve kterém je mu elektronická kniha poskytnuta.“

Graf 7 Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy Palmknihy



#### 4.7.2 eReading.cz

Digitální platforma eReading se na českém trhu objevila v průběhu roku **2010**. Obdobně jako výše zmíněný server Palmknihy je jeho přední postavení na trhu s českými e-knihami dáno spoluprací s knižními vydavateli. Přelomový okamžik pro tuto platformu představuje vstup **nového majoritního vlastníka** serveru eReading, společnosti **Albatros Media v roce 2013**. Albatros Media nyní **poskytuje exkluzivně svůj obsah e-knih** právě prostřednictvím serveru eReading. Generální ředitel společnosti Albatros Media Václav Kadlec (Vyleťal 2013b) k tomu dodává: „*Chceme, aby na českém trhu působily v oblasti distribuce e-knih dva nebo tři subjekty a současně, aby ten hlavní byl eReading.cz. Chceme tomu pomoci tím, že eReadingu dáváme exkluzivně náš obsah.*“ Záměrem Albatrosu je vybudovat z eReadingu jedničku na českém trhu v prodeji e-knih. eReading v tuto chvíli **nabízí knihy ze všech nakladatelství skupiny Albatros**.

Platby za nákup e-knih jsou možné off-line převodem na účet nebo online kreditní kartou, online platbou PayPal, online přes eKonto. Používané formáty jsou PDF, PDF pro čtečky, ePUB, MOBI pro Kindle.

Společnost eReading nabízí k prodeji **vlastní čtečky eReading**.

Součástí nákupu je nutná registrace uživatele na portálu eReading.cz. Pokud je totiž zakoupená kniha chráněna pomocí sociálního DRM, jsou vybrané údaje zvýrazněny v rámci e-knihy. Ač prodejce **většinu knih** prodává za použití **sociálního DRM**, vyskytují se zde i knihy se zabezpečením tzv. tvrdého DRM.

Společnost eReading nabízí možnost **elektronických výpůjček** pro individuální uživatele i pro knihovny a jejich čtenáře. Podmínky zpřístupnění e-knih u eReadingu pro knihovny, jakož i zkušenosti knihoven se systémem výpůjček, jsou popsány v kapitole 5.4. Platforma eReading byla **v rámci dotazníkového šetření provedeného v 1. čtvrtletí roku 2014 mezi českými knihovnami zvolena za nejpoužívanější platformu při zavádění e-knih do knihoven**. Také proto je podrobný rozbor jednotlivých nabízených modelů platformy eReading ke spolupráci s knihovnami součástí kapitoly 6.6.

Nabídka na výpůjčky je zejména z oblasti beletrie. Systém individuálních výpůjček pro uživatele je nastaven formou dvou balíčků:

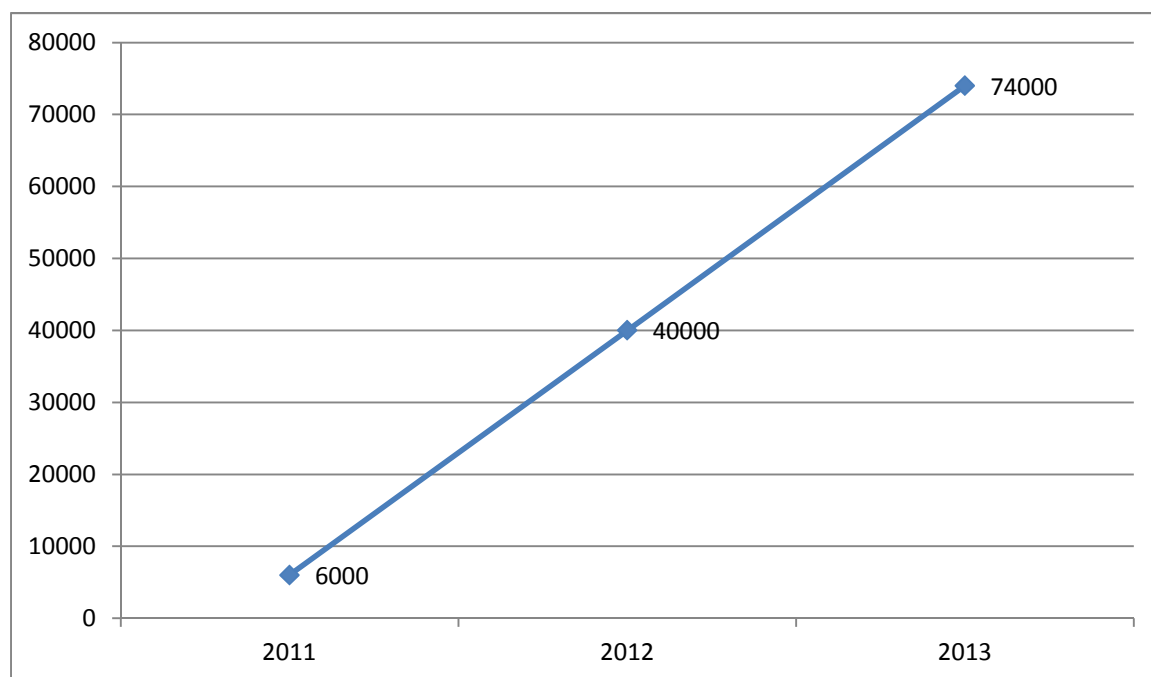
*Tabulka 13 Systém individuálních e-výpůjček na platformě eReading  
(s využitím [www.eReading.cz](http://www.eReading.cz))*

<b>SYSTÉM INDIVIDUÁLNÍCH E-VÝPŮJČEK NA eREADINGU</b>		
<b>Balíčky eReadingu</b>	<b>Velký balíček</b>	<b>Malý balíček</b>
<b>Cena balíčku</b>	980 Kč	699 Kč
<b>Počet výpůjček</b>	20 výpůjček - 49 Kč/e-kniha	12 výpůjček - 59 Kč/e-kniha
<b>Délka výpůjček</b>	21 dní	21 dní
<b>Platnost balíčku</b>	365 dní	365 dní

Prodeje e-knih v rámci digitální platformy eReading ukazuje graf. Prodeje z let 2011 a

2012 zachycují reálně zveřejněná čísla. Prodeje za rok 2013 nebyly dosud zveřejněny a jsou odhadovány podle meziročního nárůstu mezi roky 2011 a 2012.

**Graf 8** Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy eReading



### 4.7.3 Wooky

Platforma Wooky je **proprietní softwarová i hardwarová čtečka**, která je **dostupná v síti partnerských obchodů** prodávajících e-knihy. Partnerské platformy Wooky pro prodej e-knih v České republice i na Slovensku zahrnují Rajkniha.cz, Rajkniha.sk, ebux.cz, ibux.sk, Arata.cz, Gorila.sk, O knihu.sk, Neoluxor, ExtraReader, Bauer Media Praha.

Reálně to znamená, že **e-knihy v těchto partnerských obchodech jsou dostupné v aplikaci Wooky** pro zařízení na platformě Android, na platformě iOS, Windows Mobile, Windows Desktop. Od roku 2012 je možno přečíst knihu ve formátu MOBI pro čtečky Amazon Kindle. Pokud si tedy uživatel zakoupí e-knihu v některém z e-shopů využívajících platformu Wooky, může si je stáhnout i do čteček Kindle. Wooky hned zpočátku uvolnila pro čtečky Kindle 3500 e-knih. Mezi další dostupné formáty u některých knih patří ePUB a PDF se zabezpečením sociálního DRM. Ředitel společnosti Lukáš Novák (Vyleťal 2012d) uvedl: „Do čteček Kindle je možné zasílat e-knihy přímo z uživatelského účtu na platformě Wooky bez toho, aby čtenář musel Kindle připojit kabelem k jinému zařízení. E-knihu si čtenář jednoduše pošle ze své Wooky knihovny do Kindle čtečky pomocí služby PersonalDocuments.“ Pro ochranu e-knih

v Amazon Kindle bude Wooky využívat systém Wooky vodoznak. Podle představitelů firmy se jedná o technologicky pokročilou formu nyní již velmi rozšířeného a používaného „sociálního DRM“.

Wooky je především vypracovaná softwarová čtečka, ovšem prodává i **svou vlastní hardwarovou čtečku**, která je první českou dotykovou čtečkou s e-ink displejem. Pro zařízení typu iPhone/iPad, tablety, ostatní chytré telefony podporující Android, počítače nebo notebooky umožňuje instalace softwarové čtečky Wooky jednoduchou správu knihovny elektronických knih. Obchodní strategie platformy Wooky se orientuje na většinového zákazníka. Podle jejího ředitele Lukáše Nováka chce Wooky **oslovit co nejširší skupinu zákazníků, kteří vlastní a ke čtení e-knih následně využívají více tablety než specializované čtečky**, proto je nabídka softwarového řešení Wooky vhodná **pro všechny druhy koncových čtecích zařízení** (tablety, chytré telefony, počítače) zajímavá (Vyleťal 2012d). Jeho slova nepřímo potvrzuje i Hana Žáková z firmy Kosmas, kdy odhaduje **zvyšující se penetraci tabletů**, kterých je už nyní mezi lidmi mnohem více než čteček, a to i přesto, že řada prodejců knih má své vlastní dedikované čtečky (Vyleťal 2012a).

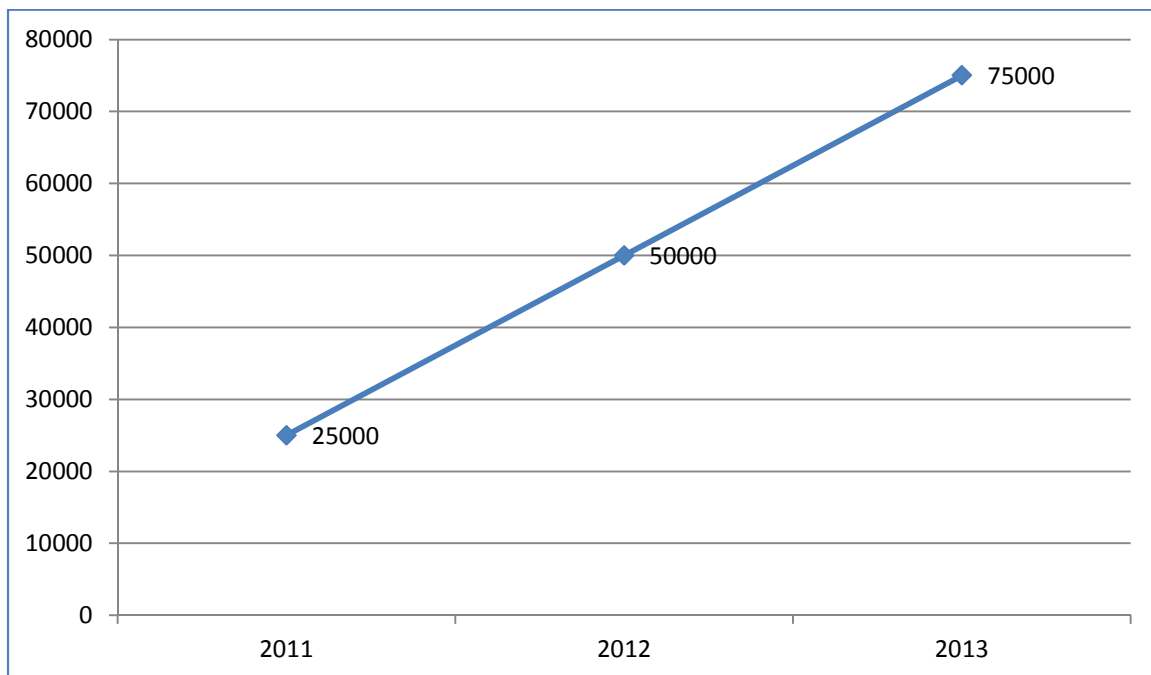
Také obchodní podmínky na Rajknih.cz upozorňují, že uživatel platformy Wooky je schopen e-knihy číst jen na některých technických zařízeních, a sice takových, která mají nezbytné softwarové vybavení, zejména aplikaci Wooky.

Literatura dostupná v partnerské síti obchodů platformy Wooky exkluzivně prodává elektronické knihy nakladatelství **Euromedia Group**. Platforma Wooky spolupracuje asi se 160 nakladateli.

Platební systém je umožněn online prostřednictvím speciální Wplatby, platbou přes mobil, online kreditní kartou, online peněženkou vč. penženky Wooky, online platbou PayU, Fio banky, Komerční banky, Raiffeisen banky, mBanky, Sberbanky a offline bankovním převodem.

Prodeje e-knih v rámci digitální platformy Wooky ukazuje graf. Prodeje z let 2011 a 2012 zachycují reálně zveřejněná čísla. Prodeje za rok 2013 nebyly dosud zveřejněny a jsou odhadovány podle meziročního nárůstu mezi roky 2011 a 2012.

**Graf 9** Prodeje e-knih v letech 2011 až 2013 v rámci platformy Wooky



Tabulka 14 Srovnání digitálních platforem Palmknihy, Wooky, eReading – stav k roku 2013

	Palmknihy	Wooky	eReading
<b>Rok založení</b>	1999	2008	2010
<b>Majitel</b>	Palmknihy Holding	Wooky, a. s. (Lukáš Novák)	od r. 2013 Albatros Media (majoritní 51% podíl)
<b>Spolupráce s partnery</b>	2010 - Tiscali Media 2013 - Mafra a. s.	Euromedia Group	
<b>Výroba a prodej vlastní čtečky</b>	Pocket Book	Wooky	eReading
<b>E-výpůjčky</b>	NE	NE	ANO
<b>Dostupné formáty při prodeji e-knih</b>	PDF, PDF pro čtečky, ePUB, MOBI pro Kindle	ePUB s DRM, ePUB, PDF, MOBI pro Kindle	PDF, PDF pro čtečky, ePUB, MOBI pro Kindle
<b>DRM</b>	sociální (většina knih)	sociální i tvrdé	sociální (většina knih)
<b>Prodej kusů knih/rok (údaje za rok 2012)</b>	65 tisíc	49 tisíc	40 tisíc

#### 4.7.4 Statistika prodejů českých prodejců e-knih

Statistiky prodejů e-knih na českém knižním trhu de facto neexistují a zakládají se pouze **na odhadu**. Tento poznatek shrnuje Pistorius et al. (2013, s. 20) a prezentuje odhady prodaných e-knih za jednotlivé roky 2012 až 2013 viz Tabulka 5. V rámci dostupných informací dohledala autorka této práce **publikované články se zástupci jednotlivých prodejců, kde byla zveřejněna čísla prodejů**<sup>49</sup> e-knih jednotlivých prodejců za roky 2011 a 2012.

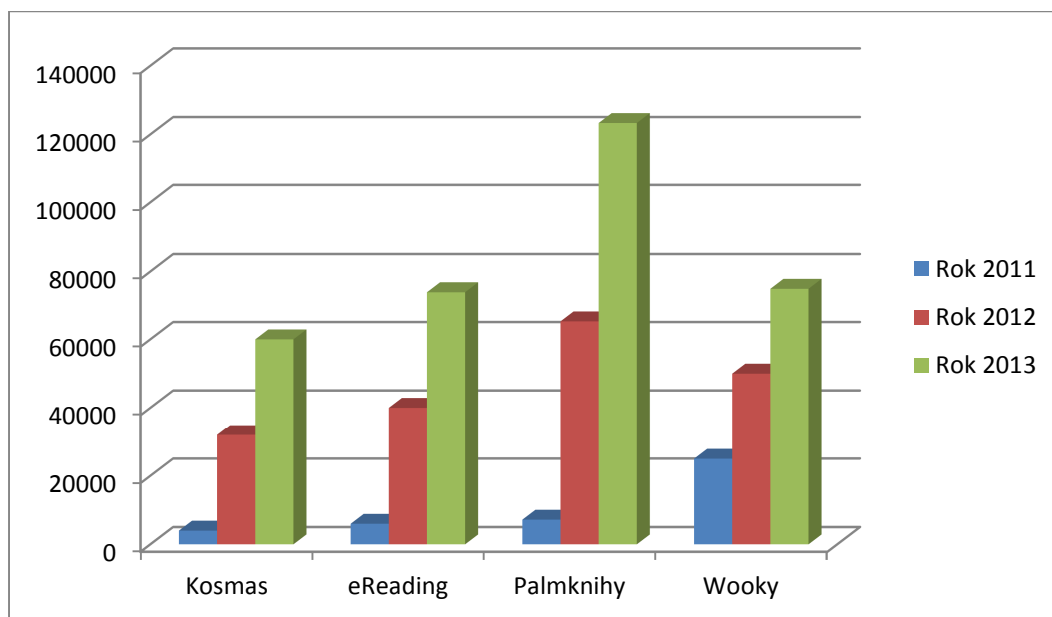
Dále byl zjištěn roční nárůst prodejů jednotlivých prodejců e-knih a na základě těchto informací predikován následující vývoj prodejů e-knih v České republice. Největší

<sup>49</sup> Odkazy na publikované články byly již citovány přímo v textu této práce. Konkrétně jsou tyto informace obsaženy v člancích - VYLEŤAL 2012b; VYLEŤAL 2012d; VYLEŤAL 2013a; VYLEŤAL 2013b.

meziroční růst mezi lety 2011 a 2012 vykazovala platforma Palmknihy s 89% nárůstem, následoval Kosmas s 87,5%, eReading s 85% a konečně meziroční nárůst prodeje mezi lety 2011 až 2012 se pro platformu Wooky pohyboval na 50 % procentech.

Prodeje elektronických knih, meziroční nárůsty a predikce vývoje prodeje e-knih v České republice na budoucích 5 let obsahují následující grafy.

**Graf 10** Celkové prodeje e-knih nejvýznamnějších českých prodejců za léta 2011 až 2013



#### 4.7.5 iBookstore (Apple) a kauza agenturního modelu

Zahraničním zástupcem v prodeji českých e-knih byl zvolen iBookstore firmy Apple a to zejména **díky svému postavení** na českém knižním trhu **oproti ostatním zahraničním platformám**, které české e-knihy nenabízejí vůbec nebo pouze okrajově. S prodejem prostřednictvím iBookstore se také váže zajímavá kauza, která možná do budoucna změní podmínky prodeje elektronických knih. Také z těchto důvodů byl vybrán iBookstore jako zajímavý zahraniční zástupce prodávající české e-knihy.

Pro majitele zařízení firmy Apple jako jsou iPhony, iPady atd. představuje iBookstore další možnost využít nabídku z produkce několika českých nakladatelů. Brněnské nakladatelství Jota, dosud nabízející své e-knihy prostřednictvím platformy Palmknihy, Wooky, eReading a internetového knihkupce Kosmas, prodává nově svou e-knižní produkci i prostřednictvím iTunes přes iBookstore. Přes iBookstore zprostředkovává umístění svých knih např. i platforma Palmknihy. Mezi další české nakladatele spolupracující s iBookstore patří Argo, Jan Melvil Publishing, Grada, O-press, Freetime(e)publishing, nakladatelství Petr Vyhlička, Host, Carpe Diem, Domino, Kniha Zlín atd. V současné době iBookstore nabízí několik stovek titulů českých knih, mezi nejnovější patří např. i úplné znění nového Občanského zákoníku dostupného ve formátu ePUB (údaje se zakládají na průzkumu autorky této práce provedeného během února 2014).

Hovoříme-li o Apple a jeho iBookstore, nelze vynechat v tuto chvíli stále ještě neuzavřenou **kauzu, která významným způsobem zasáhla nejen americký trh s e-knihami**, a v současné době, kdy padl odsuzující rozsudek, budí značné emoce na straně nakladatelů a prodejců knih. Za zmíněnou kauzou stojí dohoda významných amerických vydavatelů knih se společností Apple s cílem nastavit pevné maloobchodní ceny za e-knihy a stanovit prostřednictvím tzv. Most Favored Nation (tj. speciální doložky) pevnou provizi pro Apple. Ta se pohybovala na **30 % z ceny knihy** (Peckham 2012). Apple a spolupracující nakladatelé byli kritizováni za to, že touto dohodou **drželi ceny elektronických knih uměle vysoko**, a tím chtěli rozdrobit výsadní postavení společnosti Amazon na trhu s e-knihami. Podle amerického Ministerstva spravedlnosti mají činy Applu, který je považován za hlavního viníka v této kauze, dopad na celé prostředí internetového prodeje a poskytování mediálních služeb (Gustin 2012).



Podle důkazních materiálů uskutečnil Eddy Cua, senior viceprezident Applu pro internetový software a služby, během prosince 2009 až ledna 2010 více než 100 hovorů s předními nakladateli (Penquin, HarperCollins, Hachette, Simon & Schuster a Macmilan) a jednal s nimi o cenách e-knih. Apple údajně **využil frustrace nakladatelů**, kteří chtěli změnit způsob fungování obchodu s e-knihami a **mít větší kontrolu nad cenami, za které zákazníci jejich knihy nakupují**. Tak vznikl tzv. **agenturní model**, který umožnil **stanovení pevné maloobchodní ceny ze strany nakladatelů**. Z této pevné ceny si Apple strhával již zmíněnou provizi ve výši 30 %. Nakladatelé tak mohli nutit Amazon do podobného modelu (70/30) a pokud ho nechtěl přijmout, přestali mu nabízet svoje knihy (Greenfield 2012).

V době, kdy tyto dohody probíhaly, **ovládal 90 % trhu Amazon** a stanovoval si **vlastní ceny** e-knih bez ohledu na nakladatele. Právě pro nakladatele tak bylo zajímavou příležitostí mít kontrolu nad cenami svých e-knih a dohoda s Applem pro ně byla vítaná. Žaloba tvrdila, že knižní vydavatelé spolupracující s firmou Apple byli ochotni spolupracovat za účelem vytváření tlaku na Amazon, který držel ceny nízko. Zmíněn byl **pokus o monopolizaci** trhu nastavením pevných cen. Apple se hájil tím, že navrácením možnosti určit cenu produktu zpět do rukou autorů, začal trh vzkvétat, neboť do té doby určoval ceny e-knih dominantní hráč na trhu s e-knihami Amazon a vznik agenturního modelu umožnil, aby si autoři a nakladatelé prodejní ceny určovali sami (Gustin 2012).

Po podání žaloby na Apple, **pět hlavních** výše zmíněných **nakladatelů mimosoudně vyplatilo 122 mil. dolarů za způsobené škody zákazníkům v 33 státech**. Nakladatelé spolupracující s Applem museli v rámci mimosoudní dohody ukončit agenturní model na dva roky a také ukončit dohody, které zajišťovaly Applu a dalším subjektům nižší ceny. Těchto pět citovaných hlavních nakladatelů, kteří byli do kauzy zapleteni a nakonec zvolili cestu mimosoudního vyrovnání, podalo **společný protest** proti rozhodnutí Ministerstva spravedlnosti, poukazující na to, že plánovaný trest pro Apple nejvíce trestá právě je a **eliminuje jejich právo na určení si ceny za své produkty**. Nakladatelům se totiž možnost nastavovat ceny e-knih místo distributorů pomocí agenturního modelu líbila a hrozbu trestu pro Apple považují za trest pro sebe, ač sami přistoupili k mimosoudnímu vyrovnání (Chaffin 2013).

Apple následně ve sporu pokračoval a v **červenci 2013 padl odsuzující verdikt** a dále bude stanovena výše odškodného. Jednotlivé americké státy se navíc mohou soudit o odškodné zvlášť (Bobelian 2013). Podle soudkyně Denisa Coteové (Žďánský 2013) byly argumenty Ministerstva spravedlnosti, tedy žalující strany, přesvědčivé: *„Žalobce prokázal, že obžalovaní vydavatelé se společně spikli, aby zlikvidovali maloobchodní cenovou konkurenci a navýšili tak ceny elektronických knih. Apple sehrál klíčovou roli v napomáhání a uskutečnění tohoto spiknutí. Bez zinscenování této konspirace společností Apple by neuspěla tak, jak na jaře roku 2010. Důkazy jasně prokázaly úmyslné přičinění v aktivitě překračující zákon.“*

Mluvčí Apple (Žďánský 2013) uvedl: *„Apple se nedopustil spiknutí, aby navýšil ceny ebooků a bude nadále bojovat proti těmto falešným obviněním. Když jsme v roce 2010 představili iBookstore, dali jsme zákazníkům více možností a přinesli potřebné inovace a konkurenci na trh, čímž **jsme rozbili monopol Amazonu** ve vydavatelském odvětví. Neudělali jsme nic špatného a proti rozhodnutí soudkyně se odvoláme.“*

Kauza však v tuto chvíli zdaleka není zcela uzavřena. **Apple se totiž 25. února 2014 odvolal proti rozsudku** a požádal o přezkoumání verdiktu.

#### **4.8 Dílčí závěry k 4. kapitole**

1. Očekává se konsolidace českého knižního trhu, který je nyní poměrně roztržštěný.
2. Subjekty knižního trhu využívají modely B2B spolupráce mezi sebou navzájem a modely B2C ve vztahu ke koncovému spotřebiteli, kterým je čtenář knihy. Do modelů vzájemných vztahů B2B subjektů může být zapojena i knihovna.
3. Odlišení pojmu „*distributor*“ a „*prodejce*“ je složité, neboť obzvláště na českém trhu je mnohdy „*distributor*“ zároveň „*prodejcem*“ knihy konečnému spotřebiteli (tedy vykonává velkoobchodní i maloobchodní prodej).
4. Většině prodejců e-knih se podařilo přesvědčit české nakladatele (a ti následně své autory), aby při zabezpečování ustoupili od vyžadování tvrdého DRM a přešli na uživatelsky přívětivější sociální DRM.
5. Překladová literatura je nejčastěji zabezpečena pomocí tvrdého DRM, a to zejména díky požadavkům zahraničních nakladatelů.
6. Elektronické knihy jsou do prodeje uvolňovány zpravidla tři měsíce od vydání tištěné verze knihy. Tento trend přetrvává u většiny českých nakladatelů, neboť převládají obavy z „*kanibalismu*“ elektronických knih.
7. Digitální platformy nabízejí kromě placených e-knih vždy i nějaké e-knihy zdarma.
8. Ceny e-knih jsou určovány prodejci e-knih. Agenturní model, kdy o výši cen za e-knihu rozhodoval autor a nakladatel, je v současné době v ohrožení díky kauze iBookstore.
9. Čeští prodejci e-knih aktuálně řeší otázku DPH, která je na e-knihy uvalena ve zvýšené sazbě (viz prodej Palmknih z Lucemburska). Na významu nabývají také koordinované snahy přesvědčit zákonodárce o sjednocení DPH pro tištěné i elektronické knihy.
10. Prodej e-knih rapidně roste a podíl na celkových prodejích se rychle zvětšuje.
11. Nové modely obchodních strategií se snaží spojit klasické funkce B2B řešení a budovat pocit odpovědnosti vůči značce firmy interně mezi zaměstnanci i externě do povědomí obchodních partnerů a koncových spotřebitelů.

## 5 ROLE KNIHOVEN NA KNIŽNÍM TRHU

*"Amid the hectic pace of our lives, a library is like a comfy chair in front of a cozy fireplace on a wintry day, where people of every age and status can sit down and feel like they've come home... to a world without boundaries, to the world of books."<sup>50</sup>*

*C. J. Carr (Library quotes c1997-2012)*

Knihovny vykonávají celou řadu funkcí. Kromě základních funkcí, kam patří získávání dokumentů (akviziční politika), zpřístupňování dokumentů a uchování dokumentů, lze zmínit roli vzdělanostní, společensko-odpovědní nebo roli komunitní. Knihovna je stále ještě místem zklidnění, jak zmiňuje C. J. Carrová, místem k četbě zajímavých knih, místem setkávání, a tím plní i svou komunitní funkci v místě svého působení. Knihovny organizují řadu vzdělávacích akcí - přednášky na téma informační gramotnost pro veřejnost i školy, autorská čtení a řadu dalších. Díky čím dál rozšířenějšímu přístupu k elektronickým informačním zdrojům (EIZ) se však objevují i tzv. virtuální knihovny, jež poskytují časově neomezený přístup do svého digitálního fondu a jsou zajímavou alternativou pro uživatele, kteří preferují efektivní práci z domova. Tyto knihovny neplní všechny funkce (zejména komunitní), na které jsou uživatelé tradičních knihoven zvyklí. Lze však říci, že kromě virtuálních knihoven, jež už primárně vznikly jako digitální sbírky bez fyzického zázemí pro své uživatele, se tradiční knihovny snaží plnit obě tyto funkce, tj. umožňovat vzdálené přístupy do zahraničních i domácích digitálních zdrojů, a zároveň být příjemným místem pro realizaci výpůjček či četby tištěných knih s širokou nabídkou řady kulturních a společensko-vzdělávacích aktivit.

Kapitola Role knihoven na knižním trhu se zaměřuje na akviziční politiku knihoven v případě elektronických zdrojů a závěrem jsou popsány také možnosti archivace elektronických zdrojů. Zaměření kapitoly na problematiku získávání a uchování

---

<sup>50</sup> Překlad: *V hektickém tempu našich životů je knihovna jako pohodlné křeslo před útulným krbem v chladném dni, na které se bez ohledu na věk a postavení mohou lidé posadit a mít pocit, že přišli domů... do světa bez hranic, do světa knih.*

elektronických zdrojů vychází z podstaty celé práce, jež zkoumá proměnu rolí aktérů knižního trhu a knihoven právě ve vztahu k e-knihám. Popis akviziční politiky a uchování zdrojů tištěných je od problematiky akvizice a uchování elektronických zdrojů natolik odlišný, že není relevantní ho porovnávat, a proto zde není zmíněn.

Problematika akvizice elektronických zdrojů je pojednána na příkladu akvizice českých elektronických knih, na což navazuje i následující výzkum. Pro dokreslení přehledu je zmíněna i vybraná zahraniční knihovna (a sice The British Library), jež má podmínky pro zpřístupnění a uchování digitálních dokumentů – na rozdíl od českých knihoven – zakotvenou v legislativě.

Spolupráce knihoven se subjekty knižního trhu byla již zmíněna v kapitole 4. Knihovna v rámci své akviziční politiky vstupuje do B2B vztahů zejména s nakladateli a distributory a nově vstupuje do obchodních vztahů i s tzv. digitálními platformami. Spolupráce knihoven s nakladateli a digitálními platformami nad realizací e-výpůjček je novým fenoménem, který zvláště v případě akvizic českých e-knih, dosud nemá praxí ověřený fungující model. Tato kapitola je zaměřena poměrně konkrétně na současnou situaci na poli e-výpůjček ve vybraných knihovnách, které již mají se systémem e-výpůjček českých knih významnější zkušenosti. Systémy e-výpůjček ve vybraných knihovnách jsou popsány a byly detailně konzultovány (osobně, formou mailů) se zástupci knihoven. Úplný rozbor problematiky e-výpůjček ve spolupráci s digitálními platformami je však součástí kapitoly věnující se výzkumu.

**Výzkum** provedený mezi knihovnami v prvním čtvrtletí tohoto roku (osloveno bylo 90 knihoven, návratnost dotazníku téměř 40 %) celou situaci dokresluje a závěrečná část této práce navrhuje **nový model spolupráce mezi knihovnami a platformou** na získávání e-knih. Knihovny se v tomto čase s ohledem na požadavky zpřístupnění e-knih stávají zajímavým partnerem pro subjekty knižního trhu. Nakladatelé, platformy i knihovny mezi sebou navzájem **hledají způsoby efektivní spolupráce**.

## 5.1 Spolupráce knihoven s nakladateli a prodejci

Spolupráce knihoven a nakladatelů v oblasti tištěných knih je ustálená a stabilizovaná dlouholetou praxí. **Aktuální obavy nakladatelů**, ale i prodejců knih, jsou spojené s **fenomémem e-knih**, které se do řady knihoven v posledních letech začínají infiltrovat. Knihovna jako veřejná instituce placená z veřejných rozpočtů za poměrně symbolickou cenu zpřístupňuje knihy svým uživatelům. Ve vztahu k nakladatelům a prodejcům knih se tak nabízí **trojí pohled**: 1. knihovny jsou pro (komerční) nakladatele **konkurencí**, která jim odebírá část potenciálních zákazníků, a zároveň konkurencí, se kterou musí dlouhodobě počítat; 2. knihovny spolu s nakladateli a knižními prodejci spoluvytvářejí **knižní kulturu** a zvyšují čtenářskou gramotnost, což vede ke vzrůstající potřebě knihy číst a může vést ke vzrůstající potřebě knihy vlastnit, tedy kupovat; 3. knihovny je třeba vnímat jako **relevantního partnera** ke spolupráci a snažit se **hledat modely vzájemných obchodních vztahů**. V tomto případě knihovna **není** pro nakladatele (platformu) **konkurencí, ale obchodním partnerem**. Pro nastavení vhodného modelu spolupráce musí dojít ke vzájemné akceptaci cen ze strany nakladatele i knihovny. Toto je v případě akvizice českých e-knih do knihoven, kdy se domlouvá cena za každý jednotlivý titul e-knihy, velmi náročný, časově zdlouhavý a tedy neefektivní proces.

James Daunt z nakladatelství Waterstones v článku Lisy Campbell (2012) **varuje před konkurenční výhodou knihoven** půjčujících e-knihy před prodejci (nakladateli, knihkupci) e-knih. Zdůrazňuje, že možnost půjčit si (stáhnout) e-knih v knihovně ohrozí zisky prodejců knih (*booksellers of ebooks*). Jedná se samozřejmě o elektronické knihy nově vydané, případně nová vydání starších titulů, které knihovna začne nabízet ve stejném čase s prodejci, neboť u děl, kterým vypršela autorská práva, toto konkurenční riziko není relevantní. Účastníci diskuse z řad zástupců nakladatelů vyslovují relevantní předpoklad o vlivu digitální revoluce na změnu obchodních modelů. „*Čelíme tiché, bezprecedentní a vážné změně.*“ říká Daunt. Dodává, že **nová doba přináší také nové příležitosti** a možnosti finančních zisků. Na jedné straně můžeme sledovat úpadek a zavírání obchodů s knihami (i klasickými), na druhou stranu jsou zde nové příležitosti v obchodních modelech, kterých je možno se chopit.

Autorka tohoto textu se domnívá, že aktuální obava z konkurence knihovního půjčování e-knih je sice relevantní, ale nikoli zcela, neboť v tomto smyslu jsou knihovny konkurencí od svého vzniku. Totiž, ptá-li se Daunt (Campbell 2012): „*If you can*

*download a book for free and read it, why would you want to own it?*”<sup>51</sup>, tedy, dá se parafrázovat „*Jestliže máte možnost si knihu půjčit a přečíst zdarma, proč byste ji měli chtít vlastnit?*“ Tedy tato konkurence zde byla již v případě tištěných knih, neboť i tyto si měl čtenář možnost přečíst za velmi nízký paušální poplatek opravňující k využívání knihovních služeb. Novinka e-knih v tomto případě představuje pro mnohé nakladatele, ale i prodejce, šanci zlepšit své služby a nenabízet pouze seznam titulů knih nabídnutých po zadání určitého klíčového slova do vyhledavače e-shopu, ale např. fulltextové vyhledávání, kvalitní recenze.

Do popředí zájmu zejména komerčních nakladatelů se budou muset dostat také jiné metody financování již ve fázi samotného vzniku knihy, např. masivnější nástup **knížního product placementu**, tedy metody umístění reklamy v knize. Zahraniční nakladatelé také svou pozornost zaměřují na tvorbu e-knih, jejichž **předlohou nejsou tištěné knihy**, ale například **cyklus dokumentárních pořadů** (viz kniha nakladatelství HarperCollins Publishers Ltd. z února 2014 *Wonders of Life*<sup>52</sup>). Právě vytváření nových zajímavých produktů typu *enhanced book* (rozšířená kniha) je pro nakladatele cestou, jak se vyrovnat nejen s konkurencí knihoven, ale zůstat obecně konkurenceschopným ve světě sdílení informací. Je však třeba uvědomit si, že **náklady** na vznik těchto rozšířených knih jsou zpravidla **značně vyšší** než náklady na tvorbu převážně textových e-knih.

Při adekvátním porovnání situace je nutné ještě zmínit rozdíl mezi komerčními a vysokoškolskými nakladateli. Z rozdílných výchozích faktorů, které byly rozebrány v kapitole 3.4.2, vyplývá, že **komerční nakladatelé jsou na trhu s e-knihami ohroženi více než vysokoškolští** (nebo jinak z veřejných rozpočtů dotovaní) nakladatelé. Obdobně jako komerční nakladatelé i prodejci knih budou vnímat knihovnu jako konkurenci v pozitivním i negativním slova smyslu, jak bylo výše popsáno.

Podle Vojtíška (2013) z Městské knihovny v Praze došlo s nástupem elektronických knih k zásadnímu posunu paradigmatu. Například Městská knihovna v Praze získává nové e-knihy: 1. akvizicí titulů volně dostupných na internetu; 2. e-publikováním,

---

<sup>51</sup> Volný překlad: Jestliže máte možnost si knihu stáhnout a přečíst zdarma, proč byste jí měli chtít vlastnit?

<sup>52</sup> [www.wondersoflife.co.uk/](http://www.wondersoflife.co.uk/)

tj. následným vydáním resp. digitalizováním děl těch autorů, které mají uzavřenou licenci Creative Commons; 3. spoluprací s nakladateli, kteří se nebrání novým modelům spolupráce, tzn. že knihu dostupnou v tištěné podobě ve fondu knihovny je po dohodě možné zdigitalizovat a zpřístupnit. Mnozí nakladatelé tak hledají nové cesty spolupráce s knihovnou. Zpřístupnění takto získaných titulů je v Městské knihovně v Praze možné buď prostým stažením, je-li dílo k dispozici zdarma, nebo ho lze prohlížet elektronicky na místě (jedná se především o dokumenty digitalizované v rámci systému Kramerius).

V rámci vyvažování vzájemných vztahů mezi knihovnou a nakladatelem přicházejí podněty, kam lze zařadit i **snahy nakladatelů zavést poplatky za výpůjčky realizované knihovnami** či kopírování knih nejen pro autory (jak velí současná legislativa), ale i pro nakladatele. Ministerstvo kultury ČR ve spolupráci s partnery pracovalo v uplynulém roce na novele autorského zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). Příмым podnětem pro vyhotovení uvedené novely jsou zejména dvě směrnice EU přijaté v nedávné době, totiž směrnice 2011/77/EU, kterou se mění směrnice 2006/116/ES o době ochrany autorského práva a určitých práv s ním souvisejících, a směrnice 2012/28/EU o některých povolených způsobech užití osiřelých děl. Ministerstvo kultury však v návrhu novely přichází i s řadou dalších dílčích změn nevycházejících z uvedených směrnic. Jednou ze snah je např. **návrh nakladatelství Grada Publishing, a. s.** podporující návrh novely autorského zákona ve věci účtování odměn za výpůjčky realizované knihovnami či za kopírování knih. V prohlášení Grada Publishing (2014) směřované na MK ČR se uvádí: *„Z pohledu nakladatele odborné literatury je budoucnost kvalitní odborné knihy v ČR a vůbec její existence na mimořádně malém a velmi omezeném jazykovém trhu závislá mj. na tom, aby měl nakladatel příjem ze všech zdrojů šíření knihy (tištěné i elektronické) včetně výpůjček realizovaných knihovnami či za veškeré způsoby kopírování a z veškerých poplatků získaných z kopírování knih. Jen tak mu bude ekonomická kalkulace při současném dvoutisícovém nákladu vycházet.“* Odůvodnění pak obsahuje návrh dělení odměn mezi autory a nakladatele dle průměrné proporce stanovené v obvyklé licenční smlouvě autorské (např. 10-25:90-75 % ve prospěch nakladatele).

Tyto nakladateli požadované změny by se odrazily na poli tzv. *PLR Public Lending Right* (veřejné výpůjční právo). Toto právo je zakotveno v právních řádech většiny zemí EU, ale také v právních řádech zemí mimoevropských jako jsou Austrálie, Kanada,



Izrael nebo Nový Zéland. Ve většině případů je odměna placena přímo ze státního rozpočtu, neboť je to právě stát, který má zájem na bezplatném přístupu obyvatelstva k fondu knihoven.

**Současná verze autorského zákona** i se zohledněním poslední novely schválené 11. prosince 2013 však výše **uvedené požadavky nakladatelů na platbu za knihovní výpůjčky nezohledňuje**. Platba za knihovní výpůjčky náleží **pouze autorům**, a to podle přílohy autorského zákona ve výši **0,50 Kč za jednu výpůjčku**.

Odměna pro autory, ale i nakladatele, je však řešena v souvislosti se zhotovováním rozmnoženin (Česko 2000):

*Podle § 87 má nakladatel právo na odměnu v souvislosti se zhotovením rozmnoženiny pro osobní potřebu jím vydaného díla. Toto právo trvá 50 let od vydání díla. Ustanovení § 27 odst. 7 platí obdobně.*

*Dále o nakladateli hovoří § 104, podle kterého (1) Z odměn vybraných podle § 25 odst. 3 písm. a) a c) přísluší, (§ 25 odst. 3 písm. a) a c) se týká přístrojů ke zhotovování rozmnoženin záznamů a nenahraných nosičů záznamů):*

*a) jde-li o přístroj k zhotovení zvukových záznamů a z nenahraných nosičů zvukových záznamů, autorům 50 % a výkonným umělcům a výrobcům zvukových záznamů 50 %, o něž se dělí stejným dílem,*

*b) jde-li o přístroj k zhotovení zvukově obrazových záznamů a z nenahraných nosičů takových záznamů přísluší 60 % autorům, zejména režisérům audiovizuálních děl, autorům děl literárních, dramatických a hudebně dramatických, autorům děl hudebních s textem nebo bez textu, kameramanům, architektům, scénografům, kostýmním výtvarníkům, výtvarníkům a autorům děl choreografických a pantomimických, a 40 % výkonným umělcům a výrobcům zvukově obrazových záznamů (z toho 25 % výrobcům zvukově obrazových záznamů a 15 % výkonným umělcům).*

*(2) Z odměn vybraných podle § 25 odst. 3 písm. a) a c), nejedná-li se o odměny podle odstavce 1, a z odměn vybraných podle § 25 odst. 3 písm. b) (přístroje k zhotovování tiskových rozmnoženin) a odst. 4 přísluší 60 % autorům (z toho 45 % autorům děl literárních včetně děl vědeckých a děl kartografických a 15 % autorům děl výtvarných umění) a 40 % nakladatelům vydaných děl.*

*(3) Z odměn vybraných podle § 37 odst. 2 přísluší 75 % autorům děl literárních, včetně děl vědeckých a děl kartografických, a 25 % autorům děl výtvarných.*

Celé znění § 37 autorského zákona je přílohou číslo 2 této práce.

Právní vztahy mezi autorsko-nakladatelskými subjekty a knihovnou jsou nicméně jednou z podstatných faktorů, které vzájemné interakce určují. **Hledání nových cest** k vzájemnému respektu a spolupráci je složitou cestou, jejímž cílem je spokojenost obou stran. Knihovna je institucí, která má lidem umožnit číst, a to i těm, kteří nemají dost finančních prostředků, aby si knihy pořídili. Zároveň však lidi „učí číst“, pěstuje v nich nepřímo touhu a zájem o psané slovo, a tak i způsobuje, že knihu, kterou si čtenář oblíbí, bude chtít i vlastnit. Ať už **elektronická kniha nebo kniha tištěná** je totiž v knihovně dostupná (půjčená, stáhnutá) jen na **určitý omezený čas** (tzv. výpůjčka)<sup>53</sup>. Pokud chceme knihu, ať už elektronickou nebo tištěnou, dále užívat nebo si do ní dělat poznámky, musíme ji **vlastnit**. A to je zase příležitost pro nakladatele a prodejce, kteří by měli podporovat zájem o své knihy **novými přístupy k zákazníkům** a vytvářením nových zajímavých **produktů**, které tradiční knihu obohatí. Paralelně s tím však musí hledat i další způsoby financování vzniku knih (viz zmínka o knižním *product placementu*).

---

<sup>53</sup> Tomuto se vymyká **model A** společnosti eReading prezentovaný v rámci výzkumu. V rámci tohoto modelu se uživatel knihovny stává doživotním vlastníkem e-knihy.

## 5.2 Modely půjčování e-knih

Možnost výpůjček elektronických knih v knihovnách přináší knihovnám nové možnosti a nutí je hledat nové obchodní modely. Tradiční výpůjčky jsou doplňovány elektronickými výpůjčkami. Kromě kamenných knihoven, které oba tyto systémy výpůjček umožňují, vznikají čistě **digitální knihovny** (*digital libraries*), které soustřeďují elektronické zdroje a umožňují svým uživatelům různé druhy přístupů.

Knihovny se také musí vyrovnat s **konkurencí komerčních výpůjček elektronických knih** (viz eReading a Flexibooks v případě českých knih), ačkoliv někteří komerční prodejci e-knih jsou k půjčování e-knih na komerčním základě skeptičtí např. Jiří Vlček z platformy Palmknihy (Vlček 2013).

Tradiční kamenné knihovny také reflektují přítomnost tzv. **privátních internetových knihoven**. V České republice jsou dostupné např. Scribd, 24Symbols, Safari Books Online nebo Skoobe.

Důležitou roli hraje také **legislativa**, která v některých státech už řeší problematiku uchování a zpřístupnění elektronických publikací (Velká Británie) a v některých státech se na legislativu v tomto smyslu ještě čeká (Česká republika).

Půjčování knih je doménou knihoven, ať už **veřejných či privátních**. V případě tištěných publikací je situace poměrně jasná, neboť nákup knih či jejich získání prostřednictvím povinného výtisku a následné výpůjčky tištěných publikací jsou službou, jejíž provoz musí pokrývat příjmy z jiných zdrojů (např. veřejný rozpočet). V případě **elektronických výpůjček situace tak jasná není**, což dokazují snahy mnohých **komerčních subjektů**, které rozjely systém placených e-výpůjček (v ČR platformy eReading a Flexibooks).

V půjčování elektronických knih lze definovat určité rozdíly od tradičních výpůjček tištěných knih.

### **Elektronické výpůjčky:**

- jsou nezávislé na čase (knihu si lze stáhnout 24 hodin denně, 7 dní v týdnu),
- po zapůjčení nejsou fyzicky k dispozici, proto po vrácení fyzicky nechybí - pouze skončí platnost downloadu,

- přinesou v budoucnu obrovské finanční úspory v provozu knihoven, ale i tlak na úbytek personálu v knihovnách,
- musí řešit nejednotnost formátů e-knih, což vyžaduje existenci různých druhů čteček,
- vyžadují centrální investice do nových technologií pro sjednocení či převod e-knih do kompatibilního formátu.

Pokud se půjčování e-knih stane v knihovnách hlavním trendem, dá se předpokládat, že dojde ke kompletní změně **knihovních služeb**. Knihovny se transformují do „download“ center či se stanou tzv. virtuálními knihovnami a budou **více centralizované**, neboť na jedno místo budou moci přistupovat všichni uživatelé knihovny daného státu. Situace přinese značné finanční úspory a několikanásobně menší nároky na lidské zdroje.

Půjčování fyzických svazků je však stále podstatnou náplní většiny tradičních kamenných knihoven stejně jako uchování písemného kulturního dědictví národa. Knihovny také plní komunitní funkci, jak bylo již zmíněno. Záleží i na legislativní vyspělosti konkrétního státu, zda je do legislativy pro knihovny zařazena povinnost archivace digitálního dědictví a právo povinného výtisku elektronických dokumentů.

### 5.3 Nabídka českých e-knih do knihoven

Nabídka **českých** elektronických knih pro knihovny dosud **není** příliš **široká**. Je to dáno **velikostí trhu** s českými knihami a neexistencí obecně přijatelného **modelu spolupráce** mezi knihovnami a nakladateli či digitálními platformami coby prodejci elektronických knih. V oblasti **zahraničních** zdrojů je nabídka významně **širší** a knihovny ji využívají prostřednictvím zapojení do vybraných databází (např. EBSCO, ebrary, Overdrive). Nastavené modely spolupráce se zahraničními platformami jsou zavedené a určující je zde velký odbyt zahraničních zdrojů. Literatura v některém ze světových jazyků (zejména angličtině) **absorbuje nesrovnatelně větší trh, než** je tomu **u česky psané literatury**. Právě zmíněná nesouměřitelnost českého trhu s některým z velkých jazyků vedla k rozhodnutí autorky práce hlouběji analyzovat situaci e-výpůjček českých knih. Srovnání s nabídkou e-knih zahraniční provenience není z výše uvedených důvodů relevantní.

Knihovna pro získání česky psaných knih (vč. překladové literatury) má na výběr využit **systemy prezenčního nebo absenčního zpřístupnění**. Nabízí se spolupráce s platformami **eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna**, které umožňují nákupy absenčních výpůjček s licencí pro půjčování v knihovnách.

Další možností je využití projektu Městské knihovny v Praze **E-knihy do každé knihovny**, jenž umožňuje pouze prezenční zpřístupnění na terminálech v knihovně. Nová služba spočívá ve zpřístupňování elektronických verzí novějších českých knižních titulů. Prozatím se služba omezuje na možnost prohlížet a studovat publikace na půdě knihoven **na monitorech knihovnických terminálů**. Projekt je založen na ochotě ke spolupráci mezi knihovnami a nakladateli v České republice.

Připravované, avšak v tuto chvíli **ještě nespuštěné, platformy** pro nákupy výpůjček českých e-knih jsou LitRes, Knihojed, Bookjet, Publero.

V neposlední řadě má knihovna možnost zpřístupnit e-knihy v režimu **Open Acces a Public Domain**. Zmínit lze také možnost zapojení knihovny do Jednotné informační brány (**JIB**). Ta obsahuje seznam e-knih, které jsou v plném textu dostupné na internetu a přístupné bez omezení v režimu Open Access. U některých vydavatelů mohou být knihy volně dostupné pouze v určitých kapitolách nebo částech.

Matějková, Pavlík (2012) upřesňují, že permanentní linky na Open Access, Public Domain i placené e-knihy pro katalog a reading listy zajistí OpenURL link server. K Open Access a Public Domain e-knihám mohou české knihovny s výhodou a zdarma využít linkserver SFX Jednotné informační brány. Pro linkování na placené e-knihy s možným doplněním o linkování na záznamy tištěných knih v katalogu a na služby dodání dokumentu je vhodné pořídit do knihovny vlastní link server, dodává Matějková (Matějková, Pavlík 2012, s. 2).

Knihovna při nákupu e-knihy do knihovny musí na knihu získat licenci pro vypůjčování v knihovnách. Klasická internetová knihkupectví prodávají e-knihy s licenci pro osobní použití. Licenci pro vypůjčování českých e-knih v knihovnách nabízí eReading (většinovým vlastníkem je nakladatelství Albatros) a Flexibooks (sekce e-knih nakladatelství Fraus). Většina takto zakoupených e-knih je dostupných ve formátech ePUB, PDF a MOBI pro Kindle a zabezpečených pomocí sociálního DRM. Přístup ke knihám je zajištěn prostřednictvím Shibbolethu.

Licenční podmínky nákupu e-knih pro knihovny přibližuje Jana Matějková z Knihovny Celetná na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (Matějková, Pavlík 2012).

*Tabulka 15 Typy licencí při nákupu e-knih do knihoven  
(s využitím Matějková, Pavlík 2012, s. 2)*

<b>Typy licencí při nákupu e-knih knihovnami</b>	
<b>dělení dle času</b>	<b>dělení dle počtu přístupů k e-knize</b>
časově omezený přístup (např. roční předplatné e-knihy)	jedno současné čtení
časově neomezený přístup (např. ke kolekci e-knih a všem případným dalším vydáním e-knihy)	několik současných čtení
trvalý nákup	neomezený počet současných čtení

Konkrétní nabídky českých e-knih do knihoven ilustruje následující tabulka.

**Tabulka 16** Nabídka absenčních e-výpůjček českých knih komerčními poskytovateli  
(s využitím Pavlík 2013)

	eReading	Flexibooks	Ebrary DASH!
Délka výpůjčky ve dnech	21	31	14
Stupeň ochrany dokumentů	vlastní DRM, sociální DRM	vlastní DRM	Adobe DRM
Výpůjčky jsou dostupné pro čtečky	iOS, Android, eReading Start 2 a Start 3	iPad, Windows	iOS, Android, čtečky s podporou Adobe DRM
Cena výpůjčky	49/e-kniha (velký balíček) 59/e-kniha (malý balíček)	cca 40 % ceny e-knihy	
Spolupracující nakladatelé	Albatros, Práh, Motto, Prostor, Triton, Management Press atd.	Fraus, Portál, Grada atd.	Sedmá generace, Zlatý řetěz, nakladatelství VŠCHT

## 5.4 Zpřístupňování elektronických dokumentů ve vybraných knihovnách (Česká republika, zahraničí)

Tato kapitola zahrnuje vybrané knihovny, které řeší zpřístupnění českých elektronických knih. Do výběru byly zapojeny knihovny, které prezentovaly svoje aktuální zkušenosti s digitálními platformami (**eReading a Flexibooks**) na **seminářích** pořádaných Národní technickou knihovnou **E-knihy 2** konaném dne 26. listopadu 2013 a **E-knihy 3** konaném dne 3. prosince 2013. Knihovny sdílely svoje zkušenosti z připravované nebo již probíhající spolupráce s e-výpůjčkami za podpory komerčních platforem. Zastupující pracovníci knihoven také informovali o způsobech získávání e-knih do fondů a metodách následného zpřístupnění. Prezentované výsledky se dotkly také rozvíjející se spolupráce s nakladateli nad hledáním vhodného modelu spolupráce na knihovních e-výpůjčkách.

**Z výsledků** prezentovaných na seminářích, z průzkumu internetu, z rozhovorů s pracovníky knihoven a navazující e-mailové komunikace, které autorka postupně prováděla, **lze dospět k závěru, že vhodný model spolupráce nebyl dosud nastaven.** Příčinami je nedůvěra mezi aktéry, obavy ze ztráty zisku u nakladatelů, často také nevýhodné podmínky pro knihovny, pro které je nastavený cenový model (ze strany platforem či nakladatelů) mnohdy neakceptovatelný. Přesto lze sledovat první výsledky úspěšné spolupráce, ač se zdaleka nejedná o většinovou situaci. **Knihoven, jež české e-výpůjčky realizují, je stále velmi málo** a jsou v této oblasti průkopníky. Výše popsanou situaci dokresluje realizovaný výzkum „Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, E-knihy do každé knihovny, Woogy, Publero a dalších do českých knihoven“, jenž je závěrečnou částí této práce.

### 5.4.1 Britská knihovna

Povinný výtisk opravňuje Britskou knihovnu a pět dalších knihoven na území Velké Británie obdržet každý výtisk tištěné publikace. Toto právo anglicky zvané „*legal deposit*“ je zakotveno v anglickém právu již od roku 1662.

Od 6. dubna 2013 má Britská knihovna zákonem dané právo obdržet a zároveň povinnost uchovávat a zpřístupňovat britské veřejnosti e-knihy, e-časopisy a jiné materiály na bázi CD-ROMů, mikrofilmů či materiálů dostupných na webu (včetně webových stránek). Nicméně tento zákon a předpisy se nevztahují na materiály



z prostředí intranetu, e-maily, osobní údaje a data, kinofilmy a hudební nahrávky. Zákon se však vztahuje na uchování hudby, zvuků a videí obsažených mimo hudební publikace (např. knižní).

Britská knihovna kromě sbírky tištěných publikací obsahuje i tzv. virtuální knihovnu s 65 tisíci volně přístupnými elektronickými knihami v režimu Open Access. Jedná se o digitalizované e-knihy z 19. století. Knihovna umožňuje registrovaným čtenářům přístup k tisícům elektronických časopisů (cca 45 tisíc časopisů) a ke stovkám databází (cca 800 databází). Informace byly získány z webových stránek The British Library ([www.bl.uk/](http://www.bl.uk/)).

#### **5.4.2 Městská knihovna v Praze**

Informace o stavu půjčování a dostupnosti elektronických knih v Městské knihovně v Praze (dále také MKP) byly získány z volně dostupných zdrojů na webových stránkách knihovny, z konzultace s Vojtěchem Vojtíškem, projektovým manažerem e-knihovny, a dále na základě jeho příspěvku „*E-knihy do každé knihovny, Městská knihovna v Praze jako vydavatel*“, uvedeného v rámci semináře Národní technické knihovny E-knihy 2 (Vojtíšek 2013).

**Elektronické knihy se dostávají do fondu MKP několika způsoby:**

- a) digitalizací,
- b) vlastní publikací,
- c) akvizicí,
- d) indexací.

**Ad a) Digitalizace** v Městské knihovně v Praze probíhá nezávisle na autorskoprávním statusu titulů na základě knihovní licence - § 37 Autorského zákona (Česko 2000) a tato činnost je koordinována v prostředí [www.registrdigitalizace.cz](http://www.registrdigitalizace.cz) s cílem **zabránit duplicitní digitalizaci**.

Další možnosti digitalizace do fondu knihovny se týkají zpřístupnění, kde již autorská práva hrají hlavní roli. Jedná se projekt **E-knihy do každé knihovny**. Tento způsob získávání e-knih do fondu knihovny MKP zahrnuje **digitální kopie ze současné produkce nakladatelství** Academia, Jan Melvil Publishing a nakladatelství Aleš Prager (stav k prosinci 2013). Aktuální, resp. novější české knižní tituly výše zmíněných

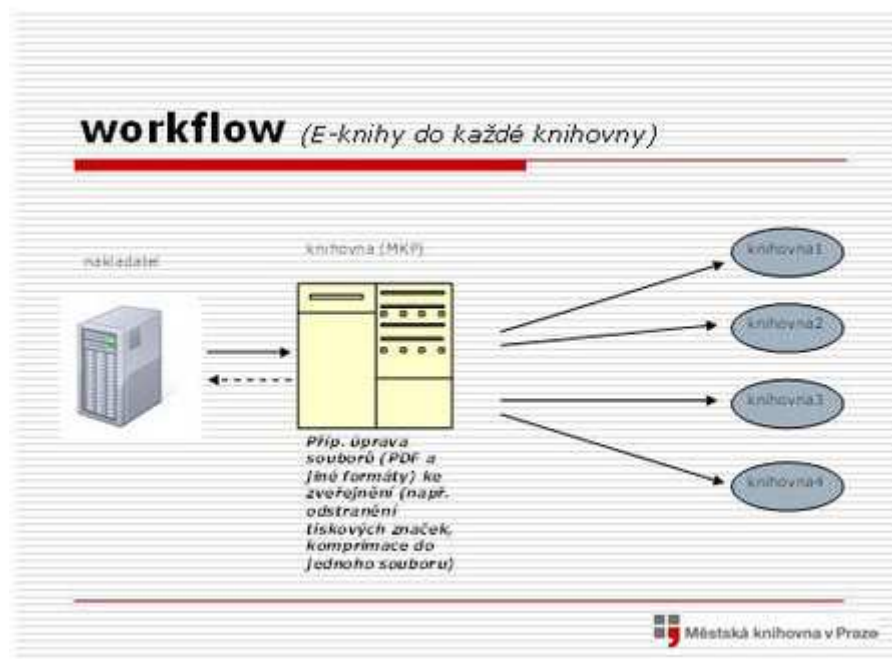
partnerských nakladatelství jsou zpřístupněny zatím pouze prezenčně na monitorech knihovních terminálů v rámci MKP.

Projekt E-knihy do každé knihovny (partnerská nakladatelství + knihovny) nesouvisí s digitalizací jako procesem v knihovně. Z nakladatelství jsou totiž předávány již **hotové digitální kopie**, knihovna je tedy nevyrábí. Digitální kopie má styčnou plochu s digitalizací **v momentě zpřístupnění**, neboť výsledné zpřístupnění je shodné u titulu zpřístupněného prezenčně v rámci E-knihy do každé knihovny i titulu digitalizovaného (tj. digitální obraz tištěného titulu). To je dáno opět knihovní licencí (odkazováno výše), kdy digitalizované tituly vázané autorským právem mohou být zpřístupňovány prezenčně v prostorách (tj. na počítačích) dané instituce.

Projekt E-knihy do každé knihovny je **založen na dobrovolné spolupráci mezi knihovnami a nakladateli** v České republice spočívající ve **zpřístupňování „elektronických rozmnoženin“ nových českých knižních titulů v prostorách knihoven**. Vojtíšek (2013) upřesňuje rozdíl mezi e-knihou a rozmnoženinou: *„...elektronická rozmnoženina je obrazem tištěného dokumentu, e-kniha je plnohodnotnou publikací, která se může i nemusí od tištěné lišit: stránkováním, obsahově, typem písma apod. (zároveň samozřejmě v tištěné podobě nemusí nikdy existovat).“*

**Cílem** společného projektu E-knihy do každé knihovny je **příspěk ke vzájemné důvěře mezi nakladateli a knihovnami** v procesu přechodu od klasického publikování tištěných knih k produkci e-knih. V současné době pilotního provozu projektu, který byl uveden do provozu v prosinci roku 2011, na projektu spolupracují **3 výše uvedená nakladatelství a 12 knihoven**. Pestré portfolio spolupracujících knihoven zahrnuje knihovnu krajskou, městskou, obecní, vědeckou, vysokoškolskou i Národní knihovnu ČR či Národní technickou knihovnu. Nakladatelé knihovnám poskytují elektronické předlohy své tištěné produkce, ve výhledu je i možnost dodávat knihovnám nově vydávané tituly e-knih. Knihovny poskytují nakladatelům smluvní záruku, že projektem nebudou dotčena práva nakladatelů ani autorů, nakladatelům také nabízejí strukturované statistiky využití. Tok dat je uskutečňován přes jednu zprostředkující knihovnu, kterou je Městská knihovna v Praze, jež elektronické rozmnoženiny po případné formální úpravě distribuuje ostatním zúčastněným knihovnám. Každá z knihoven je povinna

„svou“ kopii opatřit značkou dané instituce. Případné další nutné úpravy se dějí v Městské knihovně v Praze.



*Obrázek 19 Spolupráce nakladatelů a knihoven v rámci projektu E-knihy do každé knihovny (s využitím [www.mlp.cz](http://www.mlp.cz))*

Digitalizace jako způsob získávání e-knih do elektronického fondu MKP zahrnuje také knihy, kterým vypršelo autorské právo (projekt **E-knihy klasiků** na stránkách [www.mlp.cz](http://www.mlp.cz)). Knihovna klasiků v současné době obsahuje **393** (stav k 4. březnu 2014) **titulů** dostupných ve formátech HTML (pro převod), PDF (pro PC), PRC (pro Kindle), ePUB. K dispozici je tak téměř kompletní dílo Karla Čapka, Boženy Němcové, Vladislava Vančury či Karla Hynka Máchy. V rámci e-knihovny klasiků čtenáři najdou také příběhy Sherlocka Holmese od Arthura Conana Doylea.

Digitalizované tituly po vypršení autorských práv jsou z fondu Pragensijí, divadelního úseku, depozitních fondů a zahrnují i vybraná periodika. Celkem se jedná o necelých 5 000 titulů.

**Ad b) Vlastní publikace** – na knihy, které MLP získá tím, že je sama opublikuje, tedy je v roli nakladatele, musí mít povolení /licenci/ od autora knihy k elektronickému šíření díla. Dílo je převedeno a zpřístupněno ve 3 formátech – ePUB, PDF, PRC (pro čtečky Kindle) a HTML (pro další práci čtenáře, např. k převodu do jiného formátu). Tento způsob získávání e-knih do knihovního fondu představuje časově nejnáročnější variantu z uvedených způsobů získávání e-knih do fondu MLP. Knihovna s autorem díla

podepisuje licenční smlouvu, knihu upravuje (konverze/sazba, grafika) i pro použití v automatizovaném knihovním systému a online katalogu.

V roce **2012** knihovna tímto způsobem **vydala 37 titulů**. V roce **2013** je to již **54 titulů**.

*Ad c) Akvizice* elektronických knih je založena na stejném principu, který byl uveden u získávání titulů „vlastní publikací“ s tím rozdílem, že se jedná o e-knihy, které již byly někde publikované/zveřejněné. Jsou tedy v rámci MLP dále zpřístupňovány bez úprav a v nezměněné podobě na základě licenčních smluv.

Tímto způsobem knihovna zpřístupňuje cca 30 titulů.

*Ad d) Indexace* představuje situaci, kdy online katalog knihovny odkazuje na zdrojový dokument (plný text e-knihy, mluvené slovo, odkaz do EIZ atd.) společnosti, která je autorem či vlastníkem práv zdrojového dokumentu.

V současné době knihovna tímto způsobem zpřístupňuje asi na **150 titulů**.

#### **5.4.3 Akademická knihovna Jihočeské univerzity**

Na akvizici českých e-knih zpřístupněných studentům a pracovníkům Jihočeské univerzity (JČU) spolupracuje Akademická knihovna Jihočeské univerzity (AK JU) s platformou eReading. AK JU je v současné chvíli hlavním koordinátorem **konsorciálního způsobu nákupu e-výpůjček** u platformy eReading (viz Model A popsany v kapitole 6.6.1).

Dle slov Martina Hanáka (Hanák 2013b) nabízí eReading knihovnám **dvě formy spolupráce**:

1. Model A - **Pořízení titulu** (konsorciální způsob nákupu)
2. Model B - **Nákup jednotlivých výpůjček** (typ PDA - Patron Driven Acquisition)

AK JU realizuje přes eReading konsorciální způsob nákupu titulu (**model A**), který je dále popisován. Hlavní výhodou nastaveného systému spolupráce mezi knihovnou a platformou z hlediska koncových uživatelů knihovny je **absence tvrdého DRM, neomezený počet souběžných uživatelů** na titul a jednoduché použití e-knihy. K dalším pozitivům patří možnost **stahovat e-knihu i poté**, co uživatel **ukončí svoje členství v knihovně**. Pro aktivaci stahování e-knih totiž nestačí registrace čtenáře

v knihovním systému, naopak je **nutná** rovněž **registrace uživatele knihovny v rámci platformy eReading**. Právě tato registrace čtenáři následně umožňuje přístup k již staženým e-knihám.

Podmínky zpřístupnění e-knih u eReading vyjednané AK JU:

- výpůjčky e-knih na neomezeném počtu zařízení,
- čtenář může knihu používat celý život,
- přihlášení pomocí Shibboleth – eduID; do systému se přihlásilo již 1,9 % čtenářů JČU (stav k 26. listopadu 2013).

Dle licence pro Jihočeskou univerzitu jsou e-knihy přístupné pro „*všechny uživatele dané instituce*“, kterou je Jihočeská univerzita (nikoliv sama knihovna). E-knihy jsou tak dostupné všem studentům a zaměstnancům školy. **Veřejnost je z užití e-knih vyloučena.**

Informace o dostupnosti e-knih je studentům předávána zpravidla prostřednictvím učitelů, kteří jsou informováni pracovníky knihovny. Licenční podmínky vyjednané knihovnou v rámci systému e-výpůjček na platformě eReading neumožňují k zakoupeným e-knihám přístup veřejnosti. Dle licenčních podmínek eReadingu jsou e-knihy dostupné pouze studentům školy.

Jihočeská univerzita dosud tímto způsobem (model A) nakoupila u eReadingu **18 e-knih** (stav ke 12. březnu 2014).

Další možností získání e-knihy do knihovního fondu k dalšímu využití je dohoda s nakladatelem.

Hanák (2013b) upřesňuje způsob nákupu e-knihy do knihovny:

- Vybraný titul je nutné nejdříve **odlicencovat**, což znamená získat práva na použití v knihovnách. Aby toto proběhlo, je třeba se dohodnout mezi nakladatelem, platformou a knihovnou **o ceně**, za kterou je **nakladatel ochoten knihu uvolnit** a za kterou je knihovna ochotna knihu koupit. Stanovenou minimální cenou se nakladatel snaží eliminovat případné riziko, respektive pokrýt případnou ztrátu ze zneužití knihy, která ho připraví o další prodeje.

- Knihovny se spojí a **náklady na nákup si rozdělí**. Každá knihovna si zvolí vyšší podíl. Současná praxe ukazuje na **rozdílnou vyšší podílů** za platbu e-knihy pro různé knihovny.
- Společný způsob nákupu s partnerskými knihovnami se realizuje 1x ročně.
- Na základě dostupných (nikoliv však úplných) informací lze odhadnout roční investice do českých e-knih ze strany knihoven na **maximálně stovky tisíc korun**. Ve většině případů se jedná o investice knihoven vysokoškolských, středoškolských a škol základních.

Uvolnění trhu, tj. větší nabídku titulů a ochota nakladatelů zpřístupnit svoje nové e-knihy prostřednictvím knihoven, by přinesla počáteční investice ve výši **min. 40 mil. Kč**, soudí Hanák (2013b). Poskytovatel by byl schopen nabídnout **300 až 400 titulů** za akceptovatelnou cenu. Lze předpokládat, že taková nabídka by povzbudila **nákupní jednání knihoven** a na trhu s e-knihami by se začal realizovat větší obrat. Dále lze usuzovat, že důsledkem tohoto vývoje by mohl být větší zájem držitelů práv uvolnit tituly do knihoven a získat finanční profit. Nakladatelé a autoři by sami začali nabízet své tituly v elektronické verzi.

Uvedený cenový model nebyl dosud v České republice realizován, neboť dosud nebyla v České republice uskutečněna investice, která by rozpochovala trh s e-knihami. Stále **přetrvávají obavy nakladatelů z finanční ztráty** při prodeji (zpřístupnění) e-knihy knihovně, což **drží cenu** každé jednotlivé e-knihy **nepřiměřeně vysoko**. Knihovny musí zvažovat jednotlivé nákupy e-knih. Je to dáno již zmíněnou vysokou cenou za jednotlivé tituly, ale také **nedostatečnou nabídkou titulů**, která by umožnila další rozvoj tohoto segmentu. Získávání českých e-knih do knihoven prostřednictvím komerčních prodejců (platform) a nakladatelů je také časově náročný proces, neboť stále chybí prvky standardizace celého procesu spolupráce. V případě akvizice e-výpůjček je časová i administrativní náročnost akceptovatelná, doplňuje Hanák (2013b).

Lze shrnout, že cenový model není akceptován ze strany knihoven, které považují ceny jednotlivých e-knih za nepřiměřeně vysoké. Zároveň není cenový model vhodně nastaven ze strany nakladatelů či poskytovatelů, kteří z obavy o zneužití e-knih (pirátství) nejsou schopni poskytnout zajímavý a pro knihovny přijatelný finanční model.

Dalším aspektem, na který je třeba upozornit, je malá nabídka českých e-knih obecně.

Budoucnost leží ve vzájemné dohodě platforem/nakladatelů a knihoven.

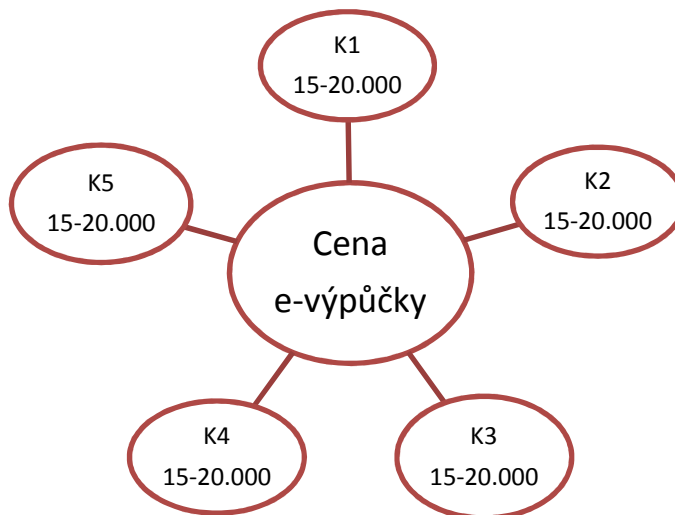
#### **5.4.4 Centrum informačních a knihovnických služeb Vysoké školy ekonomické v Praze**

Akvizice e-knih v rámci Centra informačních a knihovnických služeb (CIKS) Vysoké školy ekonomické (VŠE) probíhají obdobně jako u AK JU v rámci již popisovaného modelu A platformy eReading. Dle Jana Macha akvizice e-knih konkrétně probíhají tímto způsobem (Mach 2013):

- oddělení akvizice provede výběr vhodných publikací (vybere tituly vhodné k odlicencování),
- technické zajištění (integrace do knihovního katalogu, propagace e-knihy, prezentace na webu školy),
- Google SpreadSheet (původní komunikační nástroj při výběru publikací a sjednávání cen mezi knihovnami za e-knihy; komunikační aktivita v rámci tohoto kanálu nyní ustala).

Na platformě **Google SpreadSheet** se zapojí knihovny, které spojuje zájem o vybraný titul, jež následně společně zakoupí u komerční platformy eReading. Knihovny se podělí o náklady na odlicencování titulu. Cenu za odlicencování titulu dojednává eReading přímo s nakladatelem. Akceptovatelná roční splátka je rozdělena mezi knihovny, přičemž neplatí pravidlo, že každá knihovna se na nákladech podílí stejně. **Dosavadní praxe** probíhá tak, že každá knihovna si určila částku, kterou byla ochotna za daný titul zaplatit, přičemž neplatí, že větší knihovna platí více. Mach (2013) upozorňuje na **potenciální problém**, kdy jedna knihovna zaplatí neúměrně méně a je schopna nakoupit více titulů. Z praxe vyplývá, že toto je jeden z problematických bodů spolupráce knihoven v rámci konsorciálního pořizování e-knih.

Z dosavadních zkušeností plyne, že roční splátka za e-knihy se pohybuje kolem **15 až 20 tisíc korun**, přičemž dělena mezi pět knihoven (jak vypovídá dosavadní praxe) vychází na 3 až 4 tisíce Kč/rok. Knihovna má titul k dispozici na následujících pět let (případně až 10 let dle smluvních podmínek), tj. při výše uvedeném propočtu vychází celková cena jedné e-knihy v rozmezí **75 až 100 tisíci Kč za titul**.



**Obrázek 20** Modelový příklad ceny nakoupené e-knihy s neomezeným přístupem pro uživatele knihovny<sup>54</sup> (cena rozdělená mezi 5 knihoven a splatná po dobu 5 let)

Akademická knihovna VŠE nakoupila touto cestou ve spolupráci s platformou eReading dosud **9 titulů** odborných publikací (stav k březnu 2014), přičemž nákupy byly uskutečněny v roce 2012. **Licence** na e-výpůjčky nakoupených titulů knihovna vlastní do roku 2017, tedy **po dobu 5 let**. Uživatelé knihovny si zakoupené tituly v této době mohou stáhnout a mají je k dispozici i poté, co opustí školu, tj. ze strany koncového čtenáře se jedná o doživotní vlastnění knihy. Knihovně končí licence po 5 letech.

CIKS provádí osvětu o nově dostupných titulech českých e-knih formou osobní prezentace studentům a učitelům, formou náhledů titulních listů e-knih na nástěnkách a konečně formou prezentace informací na webu školy a v katalogu knihovny.

Hodnocení uživatelské přívětivosti nevyznívá pro systém nastavení e-výpůjček prostřednictvím eReadingu nejlépe. Jan Mach (2013) upřesňuje, že dostupnost e-knih je vázána na registraci přes vzdálený přístup Shibboleth, kde je nutná **registrace uživatele knihovny** a následný postup směřující ke stáhnutí e-knihy je poměrně zdlouhavý. Uživatel po přihlášení do systému volí školu, sekci Moje studovna a zde má možnost vybrat si e-knihu v některém z dostupných formátů - ePUB, PRC pro Kindle, PDF.

<sup>54</sup> Poznámka: K1 až K5 – Knihovna 1 až Knihovna 5.



Nedostatečnými se jeví **statistiky** poskytované eReadingem. Mach (2013) upozorňuje na v tuto chvíli jedinou dostupnou statistiku umožňující zjistit počet registrovaných uživatelů knihovny do systému eReading. CIKS by však **ocenila statistiky typu:**

- počet „*prvních*“ stažení e-knih v uživatelsky definovaném období,
- počet všech stažení e-knihy v uživatelsky definovaném období,
- počet nových registrací v uživatelsky definovaném období, podle multilicence,
- počty stažení rozdělené dle jednotlivých formátů.

Vzájemnou spolupráci knihovny VŠE a platformy eReading limituje také **omezená nabídka titulů e-knih.**

CIKS naopak **oceňuje** výborně zvolený akviziční model, který umožňuje **přístup ke knihám bez tvrdého DRM.**

## 5.5 Uchování digitálního dědictví

Archivační funkce je jednou ze základních rolí, které knihovna kromě získávání a následného zpřístupňování dokumentů, vykonává. Knihovna má být schopna zpřístupnit uživatelem požadované dílo i poté, co dojde k jeho vyprodání či stažení z trhu. Obecně se toto poslání knihoven vztahuje na elektronická i tištěná díla, avšak záleží na legislativě každého konkrétního státu, zda je v ní povinnost knihoven uchovávat kromě tištěných publikací i ty elektronické zakotvena či nikoliv. Vzhledem k zaměření této disertační práce na problematiku e-knih se tato kapitola zabývá uchováváním digitálního dědictví.

**Česká legislativa dosud neřeší právo povinného elektronického výtisku** a povinnost uchování digitálního dědictví národa. Již jsou však patrné snahy o řešení této oblasti. Jednou z nich je **projekt Národní knihovny v Praze e-deposit** (E-deposit c2014). Systém e-deposit je vytvářen v rámci projektu NAKI (Program aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity, poskytovatelem je Ministerstvo kultury ČR) Správa elektronických publikací v síti knihoven České republiky.

### **Cílem projektu je:**

1. Řešení sběru a zpracování knih a periodik v elektronické podobě, a to včetně elektronických předloh tištěných publikací, monografií i periodik.
2. Vytvoření nástrojů pro sdílení a zpřístupnění tohoto typu obsahu v knihovní síti České republiky.
3. Dlouhodobá archivace a ochrana tohoto typu dokumentů v systému budovaném v projektu Národní digitální knihovna.
4. Návrh metodiky bibliografického popisu tohoto typu dokumentů.
5. Analýza legislativy v oblasti elektronického povinného výtisku v zahraničí, návrh právní úpravy včetně změn zákona ČR v této oblasti.

Řešení projektu je rozděleno do **3 etap**. V první etapě realizované od 1. 3. 2012 do 31. 12. 2012 proběhla **analýza současného stavu**. V druhé etapě od 1. 1. 2013 do 31. 12. 2014 bude zahájen **vývoj systému** pro sběr, zpracování a sdílení elektronických knih (NK ČR pracuje s termínem „*e-publikace*“), bude pokračovat výzkum v oblasti bibliografického popisu elektronických knih a budou **navrženy**

**procesy pro přípravu** elektronických knih k archivaci. Ve třetí etapě od 1. 1. 2015 do 31. 12. 2015 bude **spuštěn poloprovoz infrastruktury** pro sběr, zpracování a sdílení elektronických knih a bude navržen koncept centrálního bibliografického zpracování (E-desposit c2014).

Ukládání elektronických knih v systému e-deposit bude probíhat pomocí webové aplikace. **Nakladatel či jiný producent** se pomocí on-line formuláře zaregistruje do systému a následně bude mít **možnost řízené distribuce** svých e-knih až do fáze uzavření písemné smlouvy s NK ČR. Producent si **sám určí míru zpřístupnění e-knihy**.

Uživatelský přístup k e-knihám odevzdaným v rámci projektu e-deposit bude zajištěn pomocí repozitářového systému **Kramerius**. Projekt nepočítá s absenčním přístupem k elektronickým publikacím. Předpokladem je prohlížení e-knihy na **monitorech v knihovně**. Nositel práva (zejména nakladatel) může povolit užití e-knihy nad rámec uvedeného základního přístupu.

Projekt e-deposit mapuje situaci pro připravovaný návrh zákona o povinném ukládání e-knih, který by měl obsahovat i uvedený základní model zpřístupňování.

Z výše uvedených informací lze vyvodit, že projekt e-deposit podpoří **zavedení jednotné metodiky pro archivaci** elektronických zdrojů v knihovnách, stejně jako pomůže legislativně nastavit právo povinného elektronického výtisku. Projekt neřeší otázku absenčního zpřístupnění e-knih pro uživatele. Prezenční systém přístupu k e-knihám, jak ho projekt popisuje, je uživateli ze zřejmých důvodů využíván zcela marginálně. Určující je míra dobrovolnosti, která bude na producenty e-knih stanovena. Nelze však očekávat, že připravovaný návrh na legalizaci povinného elektronického výtisku v České republice bude po nakladatelích vyžadovat uvolnění e-knih k volnému stahování. Tuto problematiku je třeba řešit v rámci obchodních vztahů mezi poskytovatelem a knihovnou/knihovnami.

Způsoby ochrany a uchování digitálního dědictví jsou intenzivně řešeny také **v zahraničí**. Romano (2002) připomíná **dva důvody** pro nutnost zachování elektronického obsahu, a sice **praktické účely** pro stahování elektronických knih uživateli a **historické účely** pro archivaci digitálního dědictví.

## 5.6 Dílčí závěry k 5. kapitole

1. Knihovny spolu s nakladateli spoluvytvářejí knižní kulturu a zvyšují čtenářskou gramotnost, což vede ke vzrůstající potřebě knihy číst a může vést ke vzrůstající potřebě knihy vlastnit, tedy kupovat.
2. Knihovny je třeba vnímat jako relevantního partnera k obchodní spolupráci s nakladateli a digitálními platformami.
3. Pro nastavení vhodného modelu spolupráce musí dojít ke vzájemné akceptaci prodejních a nákupních cen ze strany nakladatele i knihovny.
4. Nabídka českých elektronických knih pro knihovny je dána velikostí trhu s českými knihami oproti knižnímu trhu tzv. „velkých jazyků“.
5. Akvizice a nákup českých e-knih do knihoven, kdy se domlouvá cena za každý jednotlivý titul e-knihy, je velmi náročný, časově zdlouhavý a tedy neefektivní proces. Absence všeobecně uznávaného cenového modelu, který by vymezoval spolupráci nakladatelů a knihoven, komplikuje situaci.
6. Roční investice do českých e-knih ze strany knihoven lze odhadnout na maximálně stovky tisíc Kč. Uvolnění trhu, tj. větší nabídka titulů a ochota autorů a nakladatelů zpřístupnit nové e-knihy prostřednictvím knihoven, je závislé na výši realizovaných investic – ty jsou však zatím příliš nízké.
7. Možnost výpůjček elektronických knih v knihovnách přináší knihovnám nové možnosti a nutí je hledat nové obchodní modely.
8. Knihovny se musí vyrovnávat s konkurencí komerčních výpůjček elektronických knih (viz eReading a Flexibooks).
9. Elektronické výpůjčky přinesou v budoucnu obrovské finanční úspory v provozu knihoven, ale i tlak na úbytek personálu v knihovnách. Zároveň vyžadují centrální investice do nových technologií.
10. Pokud se půjčování e-knih stane v knihovnách hlavním trendem, dá se předpokládat, že dojde ke kompletní změně knihovních služeb.
11. Komerční nakladatelé jsou na trhu s e-knihami ohroženi více než vysokoškolští (nebo jinak z veřejných rozpočtů dotovaní) nakladatelé.
12. Archivační funkce je jednou ze základních rolí, které knihovna, kromě získávání a následného zpřístupňování dokumentů, vykonává.

## 6 ZAVÁDĚNÍ VÝPŮJČEK ČESKÝCH E-KNIH DO KNIHOVEN – REALIZOVANÝ VÝZKUM A NÁVRH NOVÉHO MODELU

Oblast zavádění výpůjček českých elektronických knih do knihoven nebyla podrobena hlubšímu zkoumání. Pravděpodobně je to dáno několika faktory. Za prvé je zavádění e-výpůjček českých knih v knihovnách dosud realizováno pouze okrajově, resp. ze stran knihoven až inovátorsky, což je dáno mimo jiné nedostatečnou nabídkou titulů poskytovatelů a absencí všeobecně uznávaného a přijímaného modelu spolupráce jednotlivých subjektů kooperujících na zavádění e-výpůjček (knihoven, platform, nakladatelů). Přesné důvody jsou rozebrány v rámci této kapitoly, stejně jako pokus o úpravu stávajících modelů, resp. návrh nového obchodního modelu zainteresovaných subjektů. Za druhé je řada informací souvisejících se zaváděním e-výpůjček českých knih neveřejná a jednotlivé transakce jsou předmětem interních smluvních ujednání.

Autorka této práce situaci zmapovala rozesláním dotazníku mezi 90 knihoven (jejich seznam je součástí přílohy 3), přičemž obdržela 35 odpovědí, což představuje **téměř 40% návratnost** dotazníků. Následně realizovala cílené rozeslání doplňujících otázek mezi knihovny, které již mají zkušenosti nebo připravují spolupráci s platformami na implementaci českých e-knih. Sektor knihoven, které se v oblasti aktivněji angažují, je stále malý. Řada knihoven, které se zapojily do výzkumu, projevila zejména z důvodů nedostatečných informací v této oblasti zájem o zpřístupnění zpracovaných výsledků. Tato kapitola je nositelkou zpracovaných výsledků z realizovaného průzkumu, detailního rozboru platformy, jež vyšla z výsledků jako nejužívanější a v neposlední řadě nositelkou návrhu nového modelu, který stávající modely modifikuje.

## 6.1 Použité výzkumné metody

Výzkum současného stavu a plánů českých knihoven na zavádění českých e-knih do systému výpůjček spoluprací s komerčními platformami probíhal za pomoci empirických metod, kdy byly použity vybrané metody typické pro empirickou fázi výzkumu, a sice rozhovory (individuální strukturované i narativní), dotazníková šetření a následná analýza dat. Sebraná data mají charakter primárních (rozhovory, dotazníky) i sekundárních (data z prezentací, seminářů apod.) zdrojů. Závěry empirického výzkumu jsou tak založené na skutečnosti s určitým stupněm objektivity.

Z hlediska okolností, za jakých došlo k realizaci výzkumu, mluvíme v tomto případě o tzv. **individuálním výzkumu**, kdy výzkumník pracuje sám. Dle použité metodologie byly použity prvky tzv. kvalitativního výzkumu. Metodou kvalitativního výzkumu je např. rozhovor či pozorování. V rámci sběru a zpracování dat byl volen menší výzkumný vzorek za účelem snahy o získání vyčerpávajících informací o daném případě.

Rozdílné metody kvantitativního a kvalitativního výzkumu uvádí následující tabulka.

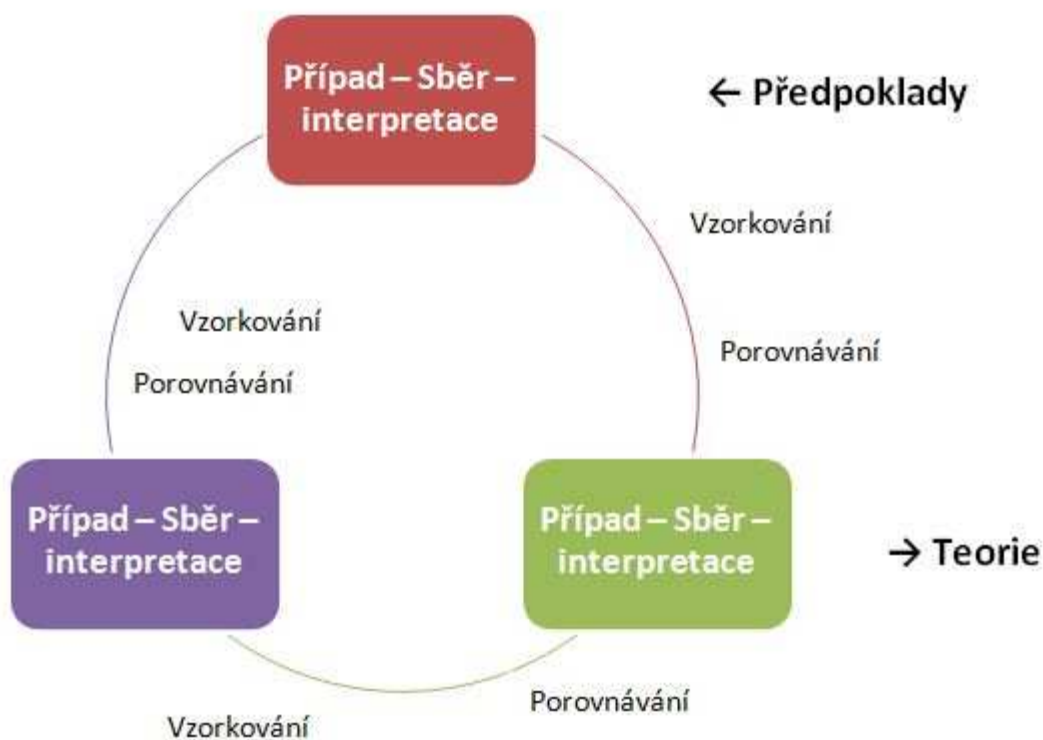
*Tabulka 17 Metody kvantitativního a kvalitativního výzkumu*

*(s využitím KISK c2012)*

Kvantitativní výzkum	Kvalitativní výzkum
Ptáme se: Co? Jak? Kolik?	Ptáme se: Proč?
Příklady využití: analýzy návštěvnosti, frekvence půjčování, určování míry spokojenosti uživatelů.	Příklady využití: Proč lidé (ne)chodí do knihovny? Jak se v ní chovají a jaký význam pro ně knihovna má?
Deduktivní (postupuje od obecných soudů k jednotlivostem)	Induktivní (postupujeme od jednotlivostí k obecným soudům)
Testování teorií, hypotéz	Vytváření teorií
Strukturované, standardizované metody (dotazník)	Rozhovor, pozorování
Velký výzkumný vzorek	Menší výzkumný vzorek

Redukce informací	Vyčerpávající informace o případu
Zprostředkovaný kontakt s respondenty	Těsný a dlouhodobý kontakt
Matematické, statistické zpracování	Kódování
Generalizace je možná	Generalizace je nemožná
Vysoká reliabilita	Reliabilita je nízká
Nízká validita	Vysoká validita

Kvalitativní výzkum, který byl použit i v rámci této disertační práce, je spíše cyklus, ve kterém analýza, vzorkování a interpretace probíhá v cyklickém procesu. Typickým znakem **kvalitativního výzkumu** je výzkum s menším počtem případů, což je v případě selektivního, avšak vzhledem k typu reprezentantů pečlivě **vybraného vzorku** výzkumu, aplikováno na výzkum využití komerčních platforem výpůjček e-knih do českých knihoven. Výzkum probíhal **interaktivním způsobem**, což je významné pro další popis postupu výzkumu i interpretaci dat.



*Obrázek 21 Fáze kvalitativního výzkumu  
(s využitím KISK c2012)*

Při výzkumu současného stavu a plánů českých knihoven na zavádění českých e-knih do knihoven za pomoci spolupráce s komerčními platformami byly na základě **primárního výzkumu** použity tyto základní výzkumné metody:

### **I. analýza dokumentů**

Analýza dokumentů představuje využití výpovědi z minulosti. Jedná se o již vytvořené dokumenty, které primárně nebyly určeny pro účely našeho výzkumu. Jde o náročnou výzkumnou metodu, která však při použití adekvátních zdrojů přináší potenciálně nejzajímavější výsledky. V současnosti nabírá na významu využití a propojování veřejně dostupných databází a rejstříků. Za jinou formu analýzy dokumentů lze považovat analýzu sociálních sítí, komentářů nebo výstupů z prezentací. V rámci výzkumu této disertační práce byly analyzovány veřejně dostupné informace z webových stránek knihoven, knihovnických katalogů a přístupů.

Byly poskytnuty a dále analyzovány zcela aktuální **prezentace a přednášky** pracovníků knihoven na téma zavedení elektronických knih do dané knihovny. Konkrétně se jednalo o dokumenty a ústní záznamy ze semináře Vzdělávacího centra Národní



technické knihovny v Praze, Seminář E-knihy 1 z 19. listopadu 2013, E-knihy 2 z 26. listopadu. 2013 a E-knihy 3 z 3. prosince. 2013.

## II. dotazování

Druhou metodou použitou ve výzkumu výpůjček českých e-knih v knihovnách je metoda dotazování. Dotazování je nejčastější variantou sběru dat v kvantitativním sociálně-vědním výzkumu. Dotazování však může být využito i v kvalitativním výzkumu. V případě kvalitativního výzkumu je pak často místo dotazníku volen strukturovaný, polostrukturovaný nebo nestrukturovaný rozhovor. V rámci tohoto výzkumu došlo k realizaci individuálních rozhovorů s pracovníky knihoven, experty na požadovanou oblast.

V rámci této fáze výzkumu **proběhly rozhovory s pracovníkem** Městské knihovny v Praze Vojtěchem Vojtíškem, s vedoucí vydavatelství Vysoké školy chemicko-technologické Ing. Evou Dibuszovou, Ph.D., s pracovníkem IT služeb Akademické knihovny Jihočeské univerzity Martinem Hanákem, s vedoucím Odboru informační podpory studia a výzkum Centra informačních a knihovnických služeb Vysoké školy ekonomické v Praze Ing. Janem Machem.

Dotazovány byly také tyto osoby: zaměstnanec pracující na technickém vývoji zavedení e-knih do fakultní knihovny Jiří Pavlík z Ústavu výpočetní techniky Univerzity Karlovy a spoluzakladatel serveru eReading.cz Martin Lipert coby zástupce pohledu komerční platformy na spolupráci s knihovnami v rámci veřejné výpůjčky elektronických knih.

Písemná forma **dotazníků** za pomoci **webového rozhraní** byla rozeslána na všechny **univerzitní knihovny** České republiky vč. Knihovny Akademie věd ČR. Dotazník byl rozeslán i na vybrané knihovny **soukromých vysokých škol**. Dále byly osloveny všechny knihovny **krajské, vědecké** a vybrané knihovny **městské**. Dotazovány byly rovněž **Národní knihovna ČR, Národní pedagogická knihovna Komenského a Národní technická knihovna**.

Výčet knihoven, které byly přizvány k dotazníkovému šetření, je obsahem Přílohy č. 3.

V závěrečné fázi byly získány doplňující odpovědi potřebné ke zmapování praxe využití platformy k získávání českých e-knih do knihoven. Otázky cílené mezi šest konkrétních knihoven se zkušenostmi spolupráce s platformami jsou obsahem Přílohy č. 5.

## ***6.2 Stanovení hypotéz dotazníkového šetření***

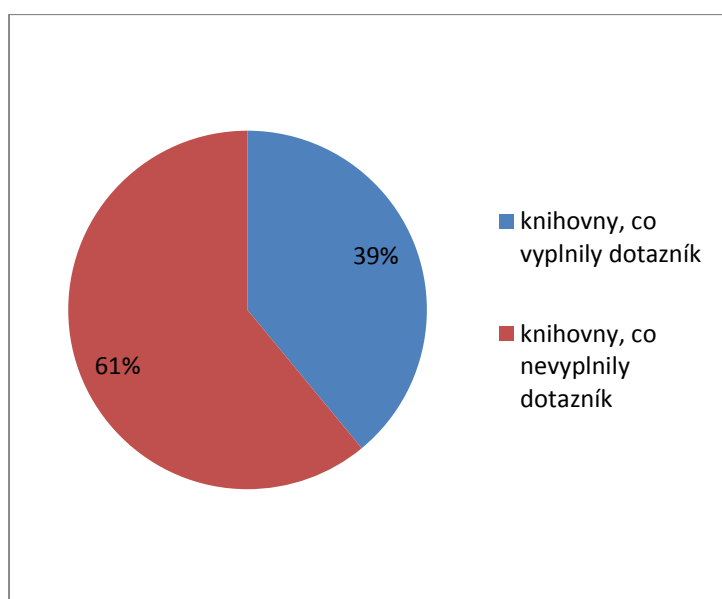
V rámci **dotazníkového šetření** byly stanoveny pozitivně definované hypotézy, které následující výzkum potvrdí nebo vyvrátí. Cílem dotazníkového šetření bylo získat odpovědi na takto definované **hypotézy**:

1. Knihovny zavádějí službu absenční výpůjčky českých e-knih zatím pouze okrajově.
2. Současná výše investic knihoven na akvizici českých e-knih je nízká.
3. Budoucí vývoj investic prostřednictvím navyšování rozpočtu na akvizice českých e-knih má vzestupný trend.
4. Náklady na pořízení české elektronické knihy k dalšímu zpřístupnění uživatelům knihovny jsou vysoké.
5. Knihovny vnímají perspektivu na poli akvizice českých elektronických knih optimisticky.

### 6.3 Zpracování výsledků dotazníkového šetření „Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna, Wooky, Publero a dalších do knihoven“

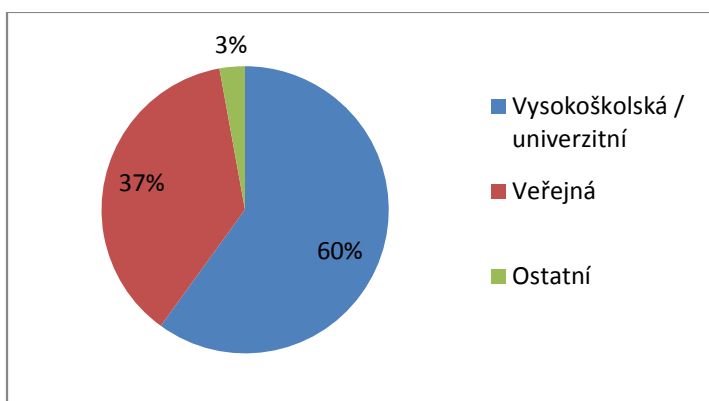
Dotazník „Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna, Wooky, Publero a dalších do knihoven“ posílaný mezi knihovny je obsahem přílohy č. 4. Do dotazníkového šetření se aktivně zapojilo celkem **35 knihoven**, což představuje **39%ní návratnost**. Vyplnění dotazníku bylo zcela anonymní. Průzkum probíhal v 1. čtvrtletí roku 2014.

*Graf 11 Návratnost dotazníků v průzkumu mezi knihovnami*



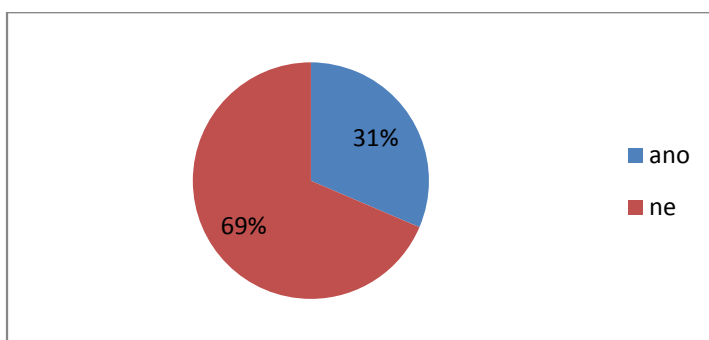
Následující grafy prezentují procentuální zastoupení odpovědí knihoven na jednotlivé otázky s upřesňujícím komentářem pod každým grafem. Komentáře pod grafem zveřejňující konkrétní čísla počtu zastoupených knihoven za každou odpověď jsou za účelem větší přehlednosti psány číslicemi.

**Otázka: Jste knihovna...?**



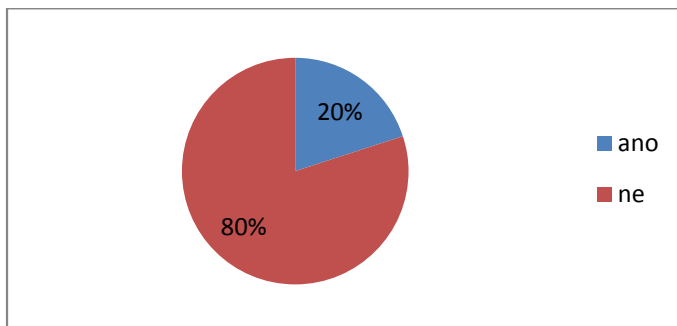
Do průzkumu se zapojilo 21 vysokoškolských/univerzitních knihoven, 13 knihoven veřejných a 1 knihovna se registrovala do kategorie ostatní.

**Otázka: Funguje ve vaší knihovně systém prezenčního půjčování elektronických knih české produkce?**



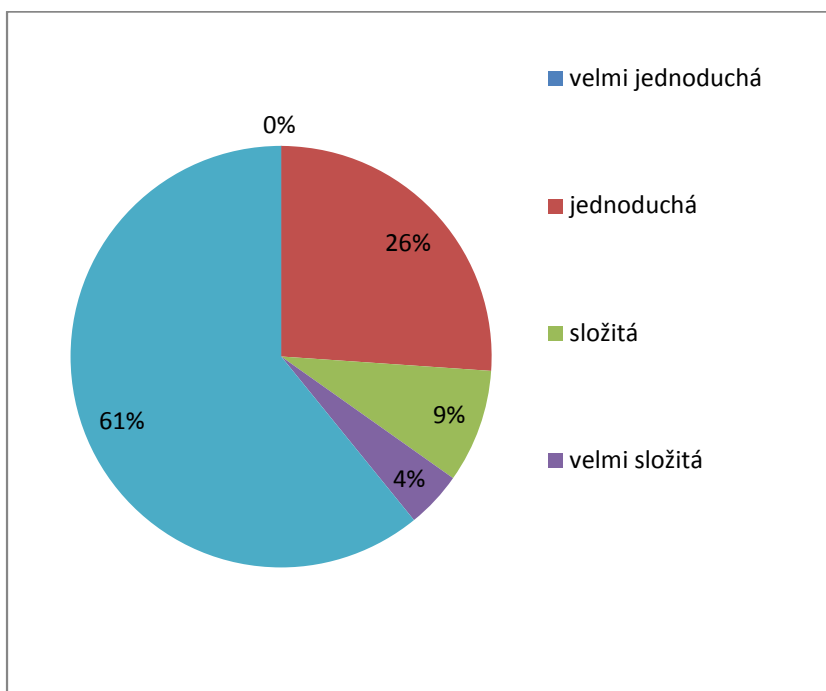
Většina do průzkumu zapojených knihoven, konkrétně 24, zpřístupňuje české e-knihy prezenční formou. Naopak zbylých 11 knihoven nerealizuje žádné prezenční výpůjčky českých e-knih.

**Otázka: Funguje ve vaší knihovně systém absenčního půjčování elektronických knih české produkce?**



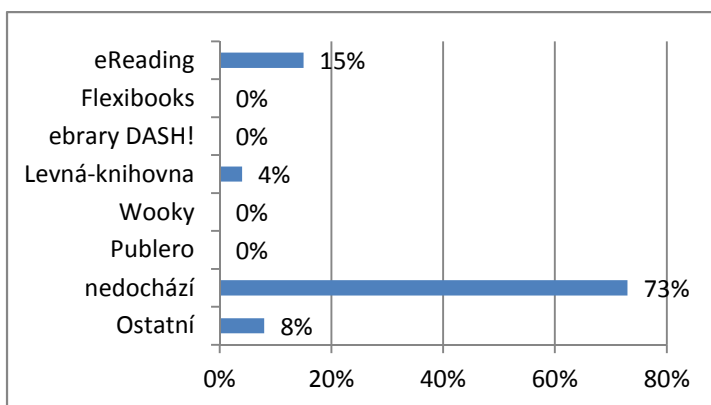
Menšina knihoven, konkrétně 7 z celkového počtu 35 knihoven, umožňuje absenční výpůjčky českých e-knih. Naopak 28 knihoven neposkytuje službu absenčního půjčování. Získaná data velmi dobře vystihují celkovou situaci na poli zavádění výpůjček českých e-knih, neboť i z jinde dostupných údajů lze shrnout, že e-výpůjčky českých knih jsou v knihovnách zatím velmi ojedinělou službou.

**Otázka: Jak hodnotíte uživatelskou přívětivost absenční výpůjčky českých e-knih s ohledem na informační gramotnost vašich čtenářů?**



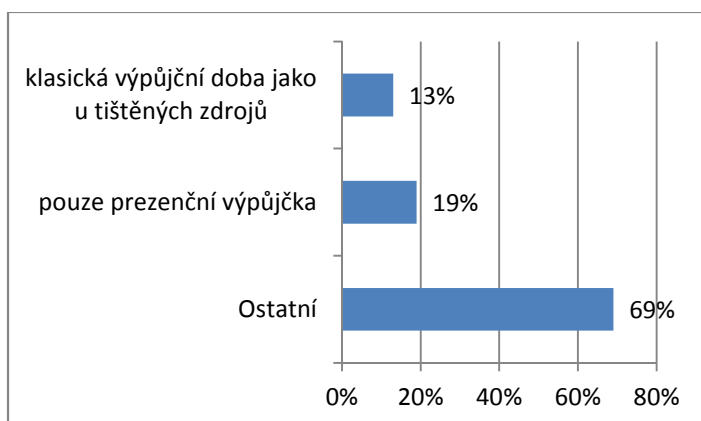
Tato otázka mířila na hodnocení knihovníků k uživatelské přívětivosti nabízené služby elektronických výpůjček, která je často realizována se zapojením webového rozhraní příslušné platformy. Jak odpovídá předchozím odpovědím, největší část knihoven, konkrétně 14, uživatelskou přívětivost nemohla posoudit. Následuje tvrzení 6 knihoven, jež uživatelskou přívětivost při realizaci absenčních výpůjček hodnotí jako „jednoduchou“. Knihovny v počtu 2 jako „složitou“ a 1 knihovna ji hodnotí jako „velmi složitou“.

**Otázka: Dochází k půjčování českých elektronických knih ve spolupráci s některou níže uvedenou platformou?**



Z celkového počtu 35 knihoven jich 19 nerealizuje žádnou formu výpůjček přes výše uvedené platformy. Naopak 4 knihovny, což představuje 15 % z celkového počtu, shodně používají k realizaci e-výpůjček platformu eReading. Tato platforma získala největší počet hlasů oproti 1 hlasu pro platformu Levná knihovna a 2 hlasů pro platformy pod položkou „ostatní“.

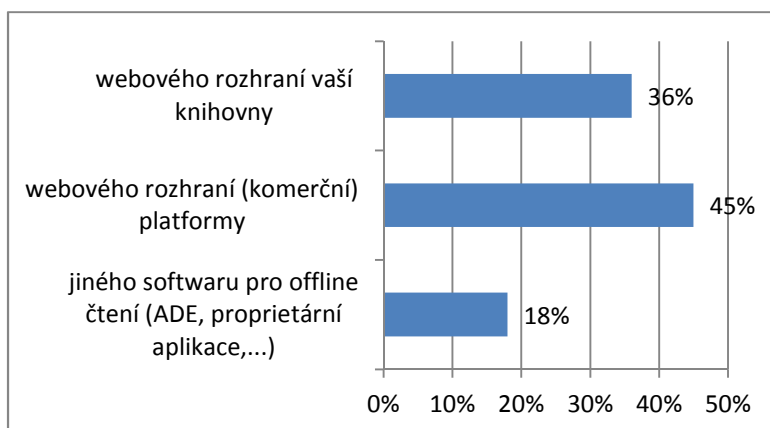
### Otázka: Jaká je výpůjční doba českých e-knih ve vaší knihovně?



Výpůjční doba českých e-knih je největším počtem knihoven, přesně 11, definována jako odlišná od klasické výpůjční doby pro tištěné zdroje. Těchto 11 knihoven má pro e-výpůjčky stanovenou vlastní výpůjční dobu. Po vzoru výpůjční doby odvozené od tištěných zdrojů půjčují e-knihy 2 knihovny. Pouze prezenční zpřístupnění českých e-knih zvolily v rámci tohoto dotazníkového šetření 3 knihovny.

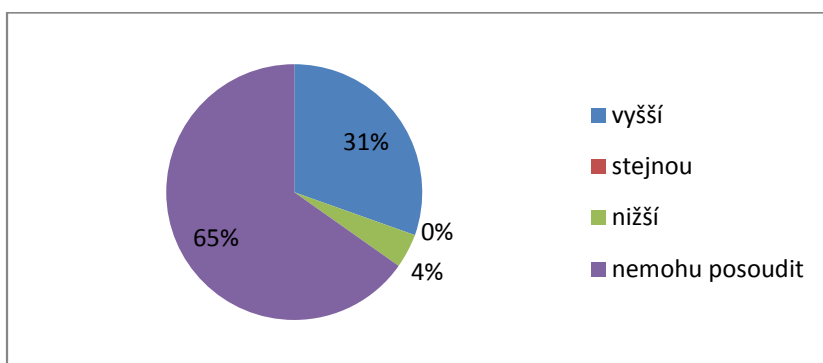
Jak vyplývá z dalších níže uvedených údajů, které autorka této práce zjistila, je rozdílná výpůjční doba elektronických knih dána dostupnými modely na trhu. Např. právě nejvíce zastoupená platforma eReading umožňuje pro uživatele knihovny: 1. doživotní vlastnění stažené e-knihy (dále prezentováno jako **model A**) a za 2. výpůjční dobu v rozsahu 21 dnů (dále prezentováno jako **model B**).

### Otázka: Jsou české e-knihy zapůjčené čtenáři vaší knihovny zobrazovány pomocí



Převážná část knihoven, konkrétně v počtu 5, zvolila možnost dostupnosti e-knihy přes webové rozhraní (komerční) platformy. V tomto případě je nutné, aby se uživatel knihovny přes původní přihlášení do svého uživatelského účtu v knihovně registroval i na účet platformy. Například u eReadingu je tato forma následného přihlašování běžná. 4 knihovny zvolily možnost zobrazení e-knihy pomocí webového rozhraní knihovny. V tomto případě je také možné, že knihovny hlasovaly současně pro obě zobrazovací možnosti, neboť registrace přes uživatelský účet knihovny nemusí vylučovat ještě následné nutné přihlášení do účtu platformy. Zobrazení e-knihy pomocí „jiného softwaru pro offline čtení“ zvolily 2 knihovny.

**Otázka: Hodnotíte pořizovací cenu a náklady následného provozu e-výpůjčky českých e-knih ve srovnání s klasickou výpůjčkou tištěné verze knihy jako...**



15 knihoven nemůže posoudit výši pořizovacích nákladů a následný provoz e-výpůjčky, a to velmi pravděpodobně z důvodu, že nákupy e-výpůjček tyto knihovny dosud nerealizují. Knihovny, které tuto otázku zodpověděly, konkrétně se jedná o 7 knihoven, pořizovací cenu a náklady následného provozu zhodnotily jednoznačně jako vyšší.

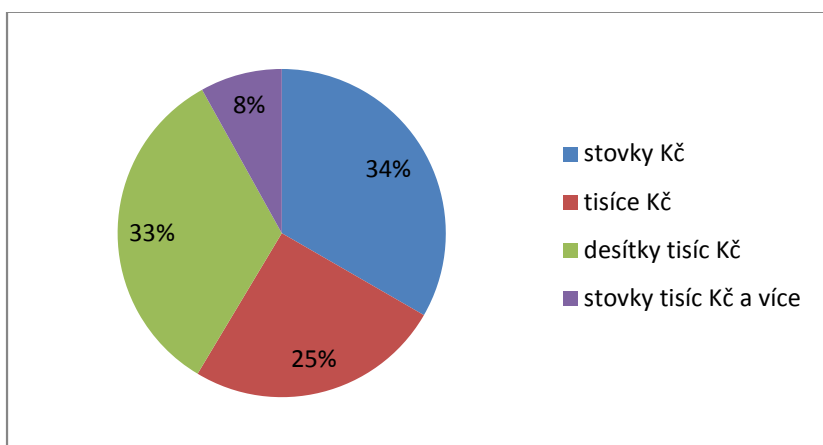
Pokud zkoumáme níže uvedené současné modely, nelze se tomuto vývodu bránit. eReading nabízí za cenu 49 Kč za e-výpůjčku na 21 dní (dále popisovaný model B). V tomto kontextu je cena tištěné výpůjčky, která je řadou knihoven propočítávána na 10 až 13 Kč, nesrovnatelně výhodnější<sup>55</sup>.

<sup>55</sup> Cena tištěné výpůjčky v rozmezí 10 až 13 Kč byla zjišťována následnými rozhovory s knihovníky. Tato cena zahrnuje náklady na knihařské zpracování knihy (přebal, signatura atd.), katalogizaci, uložení.



1 knihovna však v rámci dotazníku zvolila pořizovací cenu a náklady následného provozu e-výpůjčky jako nižší.

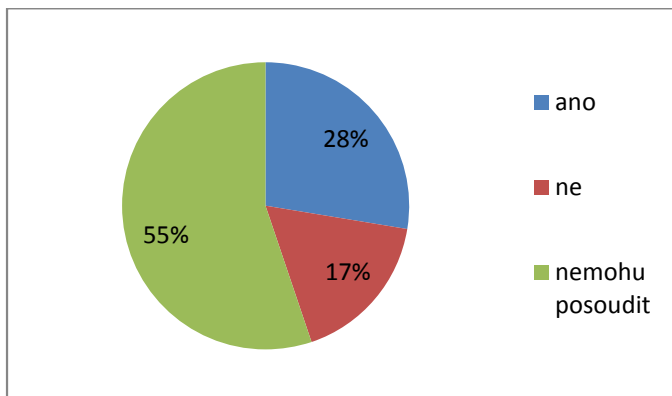
**Otázka: Vyjádřete v řádech výši rozpočtu vaší knihovny na akvizici českých e-knih v roce 2013**



Výše rozpočtu knihoven na nákupy českých e-knih je stěžejní pro posílení trhu s českými e-knihami. Dle dostupných (ale neúplných) informací lze odhadovat roční investice do českých e-knih ze strany knihoven na **maximálně stovky tisíc Kč**. Ve většině se jedná o VŠ, SŠ a ZŠ knihovny.

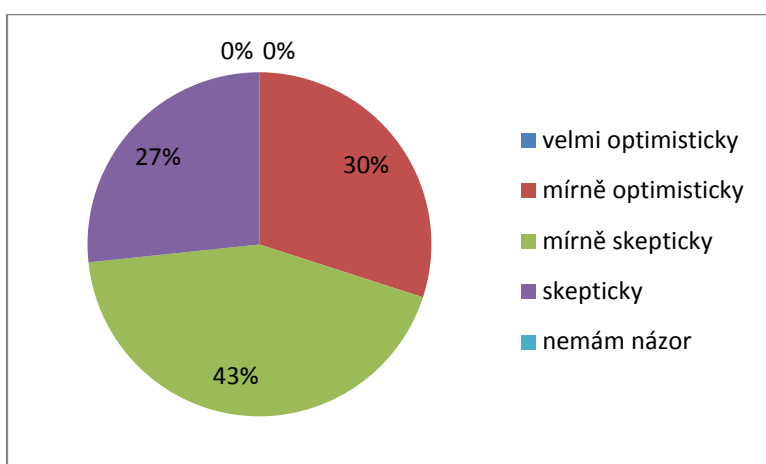
Trh s nákupem českých e-knih do knihoven odpovídá i zobrazeným výsledkům grafu. Celková investice dle dotazníkového šetření skutečně nepřevyšuje investice do akvizice českých e-knih stovky tisíc Kč. Konkrétně tedy 1 knihovna účastníci se průzkumu vydala na akvizici českých elektronických knih v roce 2013 stovky tisíc. Desítky tisíc Kč zvolily jako odpověď 4 knihovny. Řádově tisíce Kč na akvizici českých e-knih vydaly 3 knihovny a konečně 4 knihovny za rok 2013 vynaložily řádově stovky Kč do nákupu českých elektronických knih.

**Otázka: Předpokládáte v budoucím období navyšování rozpočtu vaší knihovny na akvizici českých elektronických knih?**



Tato otázka je již více prediktivního charakteru a zajímala se o názory akvizičních pracovníků na budoucí navyšování rozpočtu jejich knihoven při nákupech českých e-knih. Více než polovina knihoven, konkrétně 16, situaci nemohla posoudit. Další největší část knihoven, 8, se přiklání k předpokladu postupného navyšování rozpočtů knihoven do akviziční politiky na poli českých e-knih. 5 knihoven se domnívá, že budoucí období nepřinese finanční navýšení ve skladbě rozpočtu knihoven v případě investice do nákupu českých e-knih.

**Otázka: Jak vnímáte perspektivu na poli akvizice českých e-knih v knihovnách**



Tato otázka logicky doplňuje předchozí. Mírnou skepsi budoucího vývoje akvizic českých e-knih do knihoven zvolilo jako svou odpověď 13 účastníků výzkumu. Následuje mírný optimismus s 9 respondenty a konečně 8 knihoven, jež se staví

k budoucímu vývoji skepticky.

Tato otázka, resp. odpovědi, může být vnímána de facto jako ukázka vnímání knihovníků současné situace a budoucího vývoje. Vzhledem k tomu, že **většina knihoven** (nejen v rámci tohoto dotazníkového šetření, ale i ostatních dostupných informací z knihovnických seminářů atd.) **zavádění výpůjček českých e-knih ještě nerealizovala**, je **třeba hledat** zejména **důvody** tohoto malého zájmu. Jak je dále popsáno, klíčovými problémy jsou zejména **malá nabídka titulů českých e-knih pro knihovní licence a absence obecně přijímaného obchodního modelu** mezi knihovnami, platformou a nakladatelem. Podrobněji se této problematice věnují další stránky.

## 6.4 Zhodnocení hypotéz dotazníkového šetření

### Hypotéza 1

**Knihovny zavádějí službu absenční výpůjčky českých e-knih zatím pouze okrajově.**

Ano, tato hypotéza se potvrdila.

Pouze menšina dotazovaných knihoven rozjela systém absenčních výpůjček elektronických knih české produkce (konkrétně pouze 7 %). Ani častěji realizované prezenční výpůjčky českých e-knih neprobíhají ve velkém měřítku (tuto službu poskytuje 11 % knihoven).

### Hypotéza 2

**Současná výše investic knihoven na akvizici českých e-knih je nízká.**

Ano, tato hypotéza se potvrdila.

Většina knihoven investuje do nákupu českých e-knih pouze stovky Kč (34 %) nebo desítky tisíc Kč (33 %)

Jestliže vycházíme z dostupných údajů, kdy např. středně velká Knihovna Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou při svých 5 415 registrovaných uživatelích utratila v roce 2005 celkem 611 tisíc Kč na nákup knih (Foberová 2005), jsou investice do nákupů českých e-knih většinou v řádu stovek až desítek tisíc Kč velmi poddimenzované.

### Hypotéza 3

**Budoucí vývoj investic prostřednictvím navyšování rozpočtu na akvizice českých e-knih má vzestupný trend.**

Tato hypotéza se potvrdila částečně.

Většina knihoven se k dané problematice nevyjádřila (55 %). Druhou největší skupinou jsou knihovny, jež vyjádřily predikci navyšování rozpočtu knihovny do akvizice českých e-knih (28 %).

#### Hypotéza 4

**Náklady na pořízení české elektronické knihy k dalšímu zpřístupnění uživatelům knihovny jsou vysoké.**

Tato hypotéza se potvrdila částečně.

Většina knihoven se k dané problematice nevyjádřila (65 %). Druhá největší skupina (30 %) hodnotí „*pořizovací cenu a náklady následného provozu e-výpůjčky českých e-knih*“ jako vyšší.

#### Hypotéza 5

**Knihovny vnímají perspektivu na poli akvizice českých elektronických knih optimisticky.**

Ne, tato hypotéza se nepotvrdila.

Mírně skepticky se na zavádění e-výpůjček českých knih dívá 43 % respondentů, dalších 27 % situaci vnímá skepticky. Dohromady tedy 70 % dotazovaných vyjadřuje svou nespokojenost. Mírný optimismus je patrný u 30 % respondentů.

Z uvedeného šetření vyplývá, že zavádění výpůjček českých e-knih do knihoven je poměrně **okrajovou záležitostí**. Je třeba problematiku **dále studovat** a zjistit **konkrétní příčiny** malé implementace výpůjček českých e-knih do knihoven. V souvislosti s výše uvedeným bude proveden **rozběr současných modelů platformy eReading**, která je – jak plyne z dotazníkového šetření – nejvíce používanou platformou pro realizaci výpůjček českých knih. Budou **analyzovány výhody a nevýhody modelů** této platformy a bude **navržen nový model** s pokusem eliminovat nedostatky současných modelů.

Současně bude provedeno **dodatečné dotazování** vybraného vzorku knihoven, které blíže osvětlí hlavní problematické okruhy implementace českých e-knih. Sumarizace doplňkových otázek a odpovědí k realizovanému výzkumu je Přílohou č. 5 této práce.

## 6.5 *Určení další fáze výzkumu – rozbor platformy eReading*

Z výše uvedených výsledků dotazníkového šetření vyplývá další fáze výzkumu. Mezi českými veřejnými a vysokoškolskými knihovnami, které byly hlavními nositelkami prezentovaných výsledků dotazníku, se v případě absenčního zpřístupnění českých e-knih na půdě knihovny uplatnila nejvíce platforma eReading. V následující části se budeme věnovat detailnímu **rozboru nabídky této platformy pro knihovny**. Dojdeme k zobrazení **současných modelů** nabídky a spolupráce **platformy eReading**, knihoven a nakladatelů. Závěrem bude představen návrh modelu multilicencí a e-výpůjček.

Oblast zavádění elektronických výpůjček českých knih do knihoven je stále velmi neukotvená. Nízký stupeň realizace zavádění elektronických výpůjček je dán faktory, které budou níže rozebrány. Mezi knihovnami se jeví jako nejperspektivnější, jak napovídají výsledky výzkumu, platforma eReading. Její obchodní modely budou podrobeny bližšímu zkoumání. Do budoucna se však situace může změnit a preference může získat **jakákoliv jiná platforma**, která bude schopna reagovat na licenční a cenové požadavky knihoven a nakladatelů. Výstupem je návrh modelu, jehož uplatnění může být použito ve spolupráci s jakoukoli (komerční i nekomerční) platformou<sup>56</sup>.

Před rozbohem konkrétních modelů je třeba **specifikovat, o jakých elektronických knihách uvolňovaných do knihovních e-výpůjček mluvíme**, protože teprve na základě specifikace uvolňovaných e-knih je možné zasadit modely do reálných (i cenových) kontextů.

### **Pro potřeby tohoto textu jsou e-knihy rozděleny do 3 kategorií:**

1. **Elektronická, převážně textová kniha** (*text-only book*), která vzniká jako alternativní verze k již publikované tištěné knize.

---

<sup>56</sup> Pojem platforma, který autorka této práce pro své potřeby specifikovala, byl vysvětlen již v kapitole 4. Jedná se o subjekty založené za účelem distribuce (pouze) elektronických knih. Tyto subjekty musí disponovat sublicencemi od nakladatelů na prodej e-knih. Zajišťují běžně prodej pomocí licencí k přímému prodeji (tj. přímým spotřebitelům – model B2C). Jsou schopné vyjednávat a zajistit také knihovní licenci na knihovní výpůjčky e-knih (model B2B). V České republice do této skupiny patří platformy eReading, Flexibooks, eBrary DASH!, Levná knihovna. Ve fázi příprav jsou další.

Do ceny za vznik e-knihy je nutné připočítat pouze náklady na případný odkup autorských práv pro realizaci elektronické verze a dále náklady na převod původního textu do příslušných formátů; dále náklady na distribuci e-knihy.

2. **Elektronická, převážně textová, kniha** (*text-only book*) bez své předchozí tištěné verze, jež primárně vzniká jako e-kniha.

Do ceny za vznik e-knihy je nutné započítat veškeré náklady související se vznikem knihy, tj. autorská práva, redakční práce a korektury textu, grafické práce a sazba, převody do příslušných formátů; dále náklady na distribuci e-knihy.

3. **Rozšířená elektronická kniha** (*enhanced book/multimedia book*) často nazývána také aplikace.

Do ceny je třeba kromě nákladů na autorská práva, redakční práce a korektury textu, nákladů na distribuci, započítat zejména náklady na software a související technické řešení potřebné pro vznik aplikace. Cenové hladiny vzniku těchto typu e-knih (některými odborníky nazývány aplikace) jsou zpravidla o mnoho vyšší než u klasických textových e-knih.

Modely, které se dosud v České republice používají, jsou založené na e-knihách popsaných v kategorii číslo jedna. **Následující text tedy počítá s implementací českých elektronických, převážně textových knih vzniklých jako alternativa k již realizované tištěné knize.**

## 6.6 Modely platformy eReading

Platforma eReading nabízí **dva modely** zpřístupnění elektronických knih do knihoven<sup>57</sup>. Jde o model **multilicenční**, tedy nákup přesně určených titulů dostupných pro všechny uživatele knihovny bez funkčního i jiného omezení. Knihovna v tomto případě disponuje **na základě licence právem** umožnit svým čtenářům přístup k určitému titulu na serveru poskytovatele.

Druhou variantu představují **e-výpůjčky**. Knihovna předem nezná rozpočet na tento model akvizice e-knih. Samotní čtenáři určují, jaké tituly si půjčí (offline stažení) a kolikrát se půjčí. Jde tedy o **model PDA** (Patron Driven Acquisition – čtenářem řízený nákup).

### 6.6.1 Model A - model multilicencí

Model A představuje **konsorciální způsob nákupu**<sup>58</sup>. Model je realizován např. v Akademické knihovně Jihočeské univerzity (dosud touto formou zakoupeno 18 titulů) i Akademické knihovně Vysoké školy ekonomické v Praze (dosud touto formou zakoupeno 9 titulů).

**Základem modelu** je vzájemná **dohoda** mezi knihovnami **na nákupu** určitého **titulu** (nebo určitých titulů). Tento požadavek je předán platformě eReading, která vstoupí do jednání s příslušným nakladatelem či nakladateli na odlicencování titulu. Nakladatel, pokud již má zajištěná resp. zakoupená autorská práva i k vydání elektronické knihy, určí „*minimální cenu*“, za kterou je ochoten e-knihu pro knihovny uvolnit. Pokud tato

---

<sup>57</sup> Informace byly získány z osobních a e-mailových konzultací s pracovníky knihoven - zejména od Martina Hanáka (2014), který se tomuto tématu dlouhodobě věnuje.

<sup>58</sup> Konsorciální/skupinová licence je v současné době zřejmě nejefektivnější způsob zpřístupnění elektronických informačních zdrojů (EIZ). Je založen na velmi jednoduchém principu: **více zájemců o produkt = větší sleva**. K získání skupinové licence není nutné zakládat žádný právní subjekt (konsorcium), seskupení může být zcela neformální nebo podepřené např. společnou smlouvou o spolupráci (Konsorcia 2014).

Výhodou tohoto způsobu nákupu EIZ v rámci platformy eReading jsou především:

- nižší cena na každou jednotlivou knihovnu,
- teoreticky větší šance získat finanční podporu v grantových programech (tyto obecně dávají přednost projektům založeným na spolupráci více institucí s předpokládanou větší využitelností daného informačního zdroje).



práva k elektronickému šíření nevlastní, musí je nejdříve od autora a dalších držitelů (překladačel, editor atd.) získat.

**Specifikem obchodní spolupráce** mezi platformou/nakladatelem na realizaci nákupu e-knih do knihoven je zaměření na tituly, které:

1. již vyšly v tištěné formě a nakladatel tak **již realizoval zisk** v prodejích tištěných kusů knihy,
2. se ze zkušeností knihovny **dobře půjčovaly v tištěné verzi** a je zde tedy oprávněný předpoklad, že zakoupení elektronické výpůjčky se vyplatí.

#### **Parametry poskytované služby - model A (s využitím Hanák 2013b):**

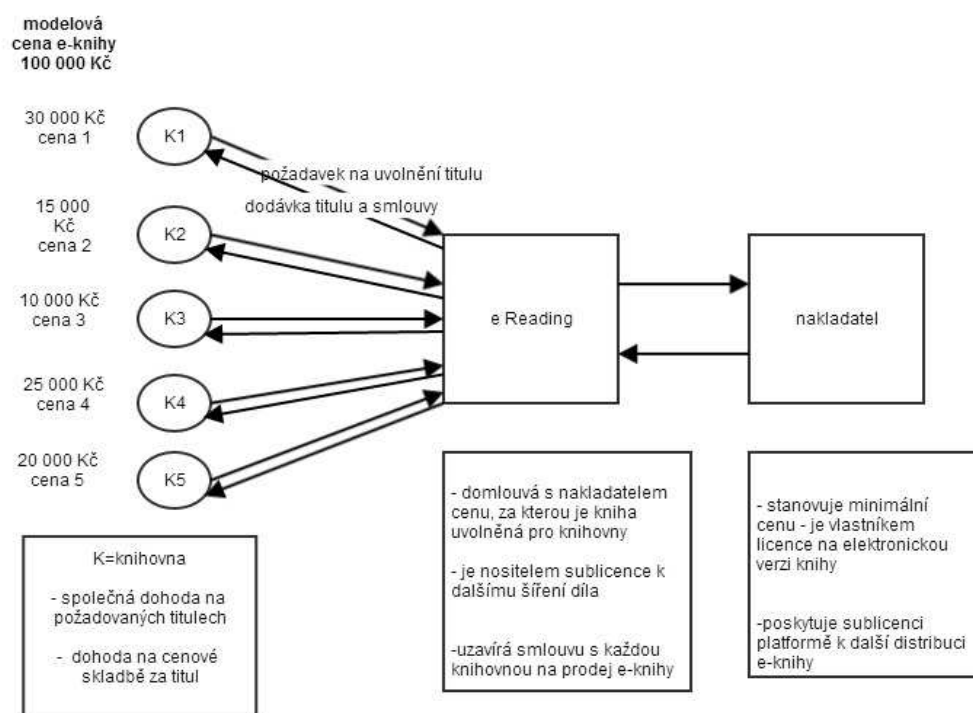
- Knihovny se společně dohodnou na zakoupení titulu e-knihy/nutná spolupráce více knihoven s ohledem na vysokou cenu každého jednotlivého uvolněného titulu pro knihovní výpůjčky.
- Každá knihovna (instituce) následovně uzavírá **smlouvu se společností eReading**. S jednotlivými nakladateli uzavírá smlouvu eReading, ne knihovna. eReading je **vlastníkem sublicence**, která ho opravňuje k dalšímu šíření e-knihy.
- Zakoupenou e-knihu budou moci využívat **všichni uživatelé instituce**, které vysokoškolská/akademická knihovna poskytuje své služby (studenti a zaměstnanci fakulty, ústavu, vysoké školy).
- Model je využitelný také pro **veřejné knihovny**, resp. pro její uživatele z řad studentů středních, vyšších či vysokých škol. Nakladatelé neuvolnili práva pro veřejnost.
- V jednom okamžiku mohou mít e-knihu stáhnutou **všichni** uživatelé knihovny.
- E-knihy jsou chráněny pomocí **sociálního DRM** (v e-knihách je uvedeno jméno uživatele). Uživatel není obtěžován registrací a autorizací zařízení.
- E-knihy si uživatel může stáhnout do neomezeného počtu vlastních zařízení, jedná se o **offline výpůjčku**.
- Počet stáhnutí na jednu e-knihu **není omezen**.
- Uživatel může e-knihu využívat legálně po **celý svůj život**. Neexistuje něco jako výpůjční lhůta klasická pro model B. E-knihy slouží pro osobní potřebu uživatele. Uživatel je **nesmí** jiné osobě půjčit, prodat ani jinak sdílet.

- Uživatel knihovny si stahuje e-knihu přímo ze stránek eReadingu – knihovna nenese **právní následky** případného zneužití e-knihy.
- E-knihy lze bez problémů číst na Windows, Apple, Android, Kindle, Nook a dalších zařízeních.
- E-kniha je vždy k dispozici ve formátu PDF. Některé e-knihy jsou k dispozici rovněž ve formátu ePUB nebo MOBI pro Kindle.
- Nakladatelé poskytují knihovně práva (nabízet e-knihu svým čtenářům) většinou na **10 let**. Pokud si uživatel v této době knihu stáhne, může jí legálně používat po celý život dle podmínek uvedených výše.
- Dosavadní praxí tohoto modelu byla a stále je rozdílná výše skladby plateb jednotlivých knihoven na zakoupení knihovnamí dohodnutého modelu.

**Tabulka 18** Výhody a nevýhody Modelu A platformy eReading

Výhody	Nevýhody
Ideální služba pro uživatele knihovny: trvalé stažení e-knihy	Vyšší cena e-knihy
Možnost neomezeného stahování e-knihy uživateli knihovny na neomezeném počtu zařízení	Nutnost kooperace více knihoven při nákupu e-knihy
Offline čtení e-knihy (kniha je stažena do koncového čtecího zařízení uživatele)	Stále ještě malá nabídka titulů
E-kniha je chráněna pouze sociálním DRM – není nutná autorizace čtecího zařízení	Časová náročnost (plynoucí z koordinace knihoven při shánění každého jednotlivého titulu)

Bezproblémové použití na všech operačních systémech a zařízeních	Nepružnost platformy resp. dlouhé časové prodlevy společnosti eReading při uspokojování požadavků knihoven na nákupy nových titulů
Knihovna nenese právní zodpovědnost při případném zneužití knihy jejím uživatelem	Omezení platnosti modelu jen na „školské“ knihovny resp. „školní“ čtenáře v případě veřejných knihoven
	Těžkopádnost systému – skupinové domlouvání na nákupu jednotlivých titulů



Obrázek 22 Funkční náčrt modelu A platformy eReading

### Vysvětlivky k obrázku:

Schéma obrázku je vlastní tvorbou autorky a vzniklo na základě všech zkoumaných informací s cílem přehledně znázornit vztahy všech spolupracujících aktérů v rámci

modelu A. Jednotlivé činnosti a sousled kroků je dále popsán v „*krocích 1 až 4*“. Modelová cena e-knihy ve výši 100 000 Kč zahrnuje již i odměnu pro platformu.

### ***Krok 1 Dohoda knihoven na nákup titulu a stanovení ceny***

Školy prostřednictvím svých knihoven dohodnou svůj zájem o konkrétní tituly. Knihovny poptávají (např. prostřednictvím Google Spreadsheet) knihy od nakladatelů ochotných jednat o odlicencování. Konkrétní dohody s nakladateli však zjišťuje platforma eReading. Ta zjistí konkrétní cenu licence na 5 či 10 let pro všechny knihovny.

Podle požadované ceny za jednotlivé tituly domlouvají knihovny výši podílů za platbu titulu. Každá knihovna platí jinou částku, přičemž není určeno pravidlo, podle kterého se částky rozpočítávají.

Není zastřešující knihovna, která by celý proces koordinovala. Všechny jednají s eReading společně.

***Rizika modelu, krok 1*** - dohoda mezi knihovnami je časově náročnější, než by musela být při jednotné koordinaci požadavků na konkrétní tituly. Rozdílná výše skladby plateb jednotlivých knihoven nepodléhá žádnému klíči, což zabraňuje knihovnám predikovat své budoucí akvizice e-knih.

### ***Krok 2 eReading zajistí odlicencování titulu a převod tištěné knihy do e-knihy***

eReading – po akceptaci/neakceptaci ceny, za kterou jsou knihovny ochotné titul nakoupit, domluví s nakladatelem **knihy k odlicencování**. Nakladatel, pokud na knihu vlastní i práva k elektronické verzi, **sublicencuje titul** pro eReading k převodu tištěné knihy do e-knihy, případně již titul ve formě e-booku poskytne platformě přímo. Pokud nakladatel tato práva nevlastní, začne o nich vyjednávat s autorem, případně spolupráce dále nepostupuje.

eReading je vlastníkem sublicence k další distribuci e-knihy.

### ***Krok 3 eReading uzavírá smlouvu a poskytuje e-knihu každé jednotlivé knihovně***

Knihovny a eReading uzavírají smlouvy, případně objednávky na nákup konkrétních titulů včetně ročních splátek. Následně si e-knihy stahují přímo z webu eReading.cz. Knihy jsou opatřeny sociálním DRM.

#### ***Krok 4 Užití e-knihy knihovnou a jejími uživateli***

Na 5 let či 10 let neomezený přístup pro uživatele knihovny. Uživatel si e-knihu stáhne do svého zařízení a stává se jejím doživotním vlastníkem. Přístup k e-knize pro nové v době platnosti smlouvy nezaregistrované uživatele knihovny končí po 5 letech případně 10 letech.

#### **Shrnutí aktuálního stavu (Hanák 2013a)**

Dosud bylo do knihoven přes platformu eReading uvolněno **37 titulů** z nakladatelství KOPP, Management Press, Práh, SLON, Triton. Nyní probíhají jednání o uvolnění práv na dalších **33 titulů** od nakladatelů patřících do skupiny Albatros Media. Albatros Media je majoritním vlastníkem společnosti eReading. Jednání o odlicencování požadovaných 33 titulů však dosud nebyla dokončena (**stav k březnu 2014**).

#### **6.6.2 Model B – model e-výpůjček**

Model e-výpůjček je založen na systému **čtenářem řízeného nákupu (PDA - Patron Drive Acquisition)**, v tomto případě čtenářem řízeného nákupu e-výpůjček. Systém PDA realizuje řada českých knihoven (např. ČVUT, NTK) v případě nákupů zahraničních EIZ. Model e-výpůjček společnosti eReading byl uveden do provozu na **podzim minulého roku** a dosud není knihovnami aktivněji využíván<sup>59</sup>.

Platforma eReading touto cestou zpřístupňuje přes **900 titulů** převážně beletrie a populárně-naučné literatury.

E-výpůjčky jsou poskytovány **na dobu 21 dní**. Cena výpůjčky se pro přímé zákazníky pohybuje v rozmezí **16 až 46 % ceny tištěné knihy**. Konkrétní podmínky dojednané mezi knihovnou a platformou jsou předmětem neveřejných smluv. Lze však popsat obecné podmínky spolupráce a ceny, které eReading prezentuje na knihovnických seminářích a zároveň zveřejňuje na svých webových stránkách. Platí

---

<sup>59</sup> V době uzávěrky této práce byla ve startovacím provozu tohoto modelu **Středočeská vědecká knihovna v Kladně** a **Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích** (viz Doplnující otázky pro Evu Recmanovou z 19. března 2014 a Zuzanu Hájkovou ze 14. března 2014. Doplnující otázky jsou Přílohou číslo 5).

pravidlo, že knihovna, jež má o systém jednotlivých výpůjček zájem, složí dohodnutou **finanční částku na účet eReadingu**. Uživatelé knihovny pak **mohou** po přihlášení do knihovny **realizovat nákup** jednotlivých **výpůjček** v rámci nabízených titulů s offline stažením na 21 dnů.

Platforma eReading nabízí 2 balíčky individuálních výpůjček, které byly prezentovány v Tabulka 13 Systém individuálních e-výpůjček na platformě eReading v rámci kapitoly 4.7.2.

Knihovna je schopna dle předpokládaného objemu výpůjček dohodnout i **nižší ceny** než jsou oficiálně zveřejněné ceny individuálních výpůjček, tj. 49 Kč za jednu e-výpůjčku na 21 dní pro uživatele knihovny.

**Uvážíme-li, že cena tištěné výpůjčky se pohybuje mezi 10 až 13 Kč na jednu výpůjčku<sup>60</sup>, jeví se cena jedné e-výpůjčky jako nepřiměřeně vysoká, a to i v případě, pokud se knihovně podařilo dojednat nižší ceny za poskytované služby.**

Problémy jsou také v případě zpracování knih – neboť knihovna nemůže nabízených cca 900 titulů **zařadit do svého knihovního katalogu**. Je otázka, jak bude tento model skutečně využíván a případně modifikován. Závěrem popisu modelu je shrnutí výhod a nevýhod.

*Tabulka 19 Výhody a nevýhody Modelu B platformy eReading*

Výhody	Nevýhody
Časově efektivnější model (není třeba vzájemné dohody mezi knihovnami o realizaci výpůjčky)	Vysoká cena e-výpůjčky
Vyšší nabídka titulů než u modelu A	Uživatel knihovny může e-knihu používat jen po omezenou dobu 21 dní (oproti doživotnímu vlastnění e-knihy uživatelem u modelu A)

<sup>60</sup> Údaje o ceně za tištěnou výpůjčku byly získány rozhovory s knihovnicí veřejných a akademických knihoven.

<p>Knihovna nenes právní zodpovědnost při případném zneužití knihy jejím uživatelem</p>	<p>Účet knihovny může být vyčerpán velmi rychle i jedním uživatelem (knihovna však může nastavit omezující pravidla stahování e-knih uživatelem)</p>
---	--

## 6.7 *Problémové okruhy současných modelů*

Dle výše uvedených informací lze shrnout, že oba modely obsahují problematické, sporné i vyloženě pozitivní prvky vzájemné spolupráce. **Situace výpůjček elektronických knih**, ať už jsou e-knihy ze strany knihoven pořízeny formou trvalého nákupu nebo realizací jednotlivých výpůjček, **je velice mladá a zkušenosti tomu odpovídají**. Tento proces aktivit v oblasti akvizic e-knih do knihoven byl zahájen zhruba **v roce 2010** díky angažovanosti vybraných knihoven. **Knížní trh v ČR dosud neotevřel všechny možnosti a na vhodný model spolupráce se stále čeká**.

Problémové okruhy na poli zpřístupňování českých elektronických knih můžeme popsat především z pohledu vzájemné **nedůvěry jednotlivých aktérů**. Nakladatelé (potažmo autoři a další držitelé autorských práv) mají strach ze zneužití e-knihy, které jim sníží zisky z individuálních prodejů. Doba, kdy byly knihy k dalšímu prodeji nabízeny pouze v tištěné podobě, je už pryč, a do českých distribučních serverů se implementovala nabídka elektronických titulů k **individuálnímu prodeji**. Přestože tato nabídka není závratně široká, lze v posledních několika letech sledovat jasný trend vydávat knihy i v elektronické podobě. **Trh s knihovnami** je však **specifický** potřebou knihovní licence ke zpřístupnění e-knihy.

**Nakladatel** v případě uvolnění licence pro knihovní e-výpůjčky musí pracovat s takovou prodejní cenou za zpřístupnění titulu, která mu **pokryje náklady na realizaci e-knihy**, ale tak mu z jeho pohledu **vykompenzuje i případné ztráty** z dalších individuálních prodejů. V tuto chvíli lze shrnout, že **nakladatelé nejeví příliš velký zájem** o odlicencování byť i starších titulů k absenčním e-výpůjčkám.

Na straně **knihoven také neexistuje jednoznačná shoda** na společném postupu. Model A prezentovaný na předchozích stránkách přinášel nesrovnalosti ve skladbě plateb jednotlivých knihoven za požadovaný titul. Knihovny také musí uvažovat o smysluplnosti investic na akviziční politiku. Přestože lze ocenit inovátorské úsilí některých knihoven na prosazení výpůjček českých e-knih, musíme uvažovat o reálných cenách, za kterých se mohou české e-knihy do knihoven infiltrovat ve větším měřítku. Nabídka 49 Kč za jednu realizovanou e-výpůjčku, jak ji nabízí eReading v rámci popsaného **modelu B, nepředstavuje** ve srovnání s cenovou hladinou tištěné výpůjčky 10 až 13 Kč **adekvátní alternativu**. **Model A je koordinačně roztržštěný** a hlavně pomalý s ohledem na požadavky knihoven k odlicencování dalších titulů. Oba modely a



celý systém e-výpůjček českých knih brzdí obecně malá nabídka titulů. Při uvažování o jakémkoli modelu je nutné brát v úvahu **specifika malého českého trhu** oproti trhu velkých jazyků.

## 6.8 Specifikace vstupních údajů pro návrh nového modelu

Při koncipování návrhu nového modelu a zvážení kladů a záporů výše popsaných existujících modelů vychází autorka této práce z těchto definovaných požadavků:

- multilicenční nákup titulů, tj. pro uživatele knihovny nabídnout neomezenou dobu výpůjčky e-knihy (je umožněno stažení a offline čtení ve vlastním čtecím zařízení uživatele knihovny),
- jednotná koordinace požadavků knihoven na nákupy titulů, která ušetří čas dosud strávený meziknihovní komunikací na akvizici každého jednotlivého titulu, a především umožní hromadný nákup, resp. odeslání požadavku na platformu hned po shromáždění dostatečného počtu zájemců o titul,
- potřebný počet zájemců na nákup e-knihy se liší v závislosti na ceně stanovené nakladatelem, přičemž platí, že knihovnamí akceptovaná cena za nákup titulu nesmí přesahovat 20 % počtu uživatelů knihovny<sup>61</sup>,
- zapojené knihovny se podílejí na zaplacení e-knihy dle předem dohodnutých parametrů, tedy platí rozdílná cena pro nákup titulu daná počtem uživatelů knihovny<sup>62</sup>,
- multilicence platná po dobu 10 let (přičemž registrovaný uživatel knihovny se stává doživotním vlastníkem stažené e-knihy),
- platforma (komerční, nekomerční) je držitelem sublicence k další distribuci e-knihy do knihoven,
- platforma uzavírá smlouvu či objednávku na nákup e-knihy s každou knihovnou,
- koordinační instituce hromadně předává požadavky na nákupy e-knih.

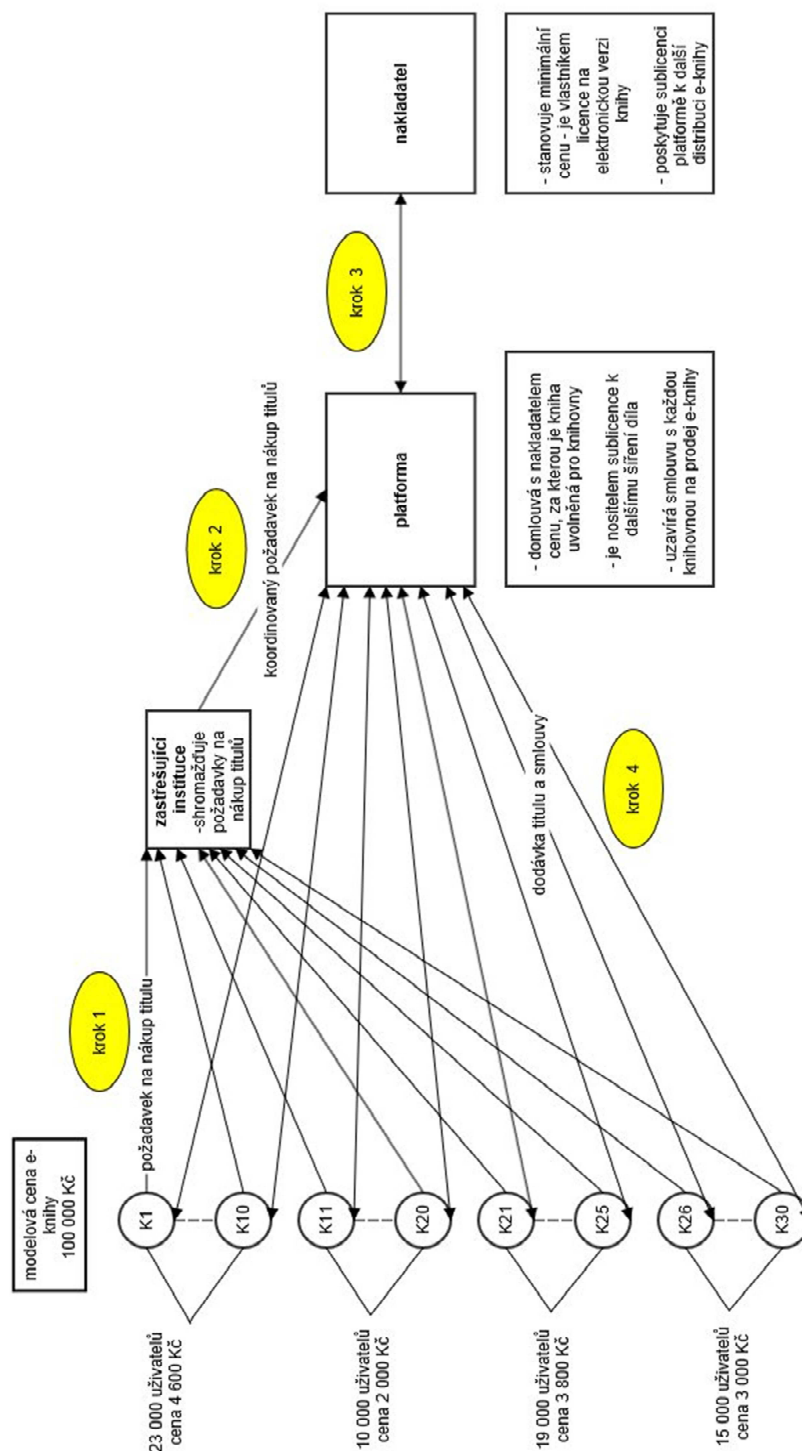
---

<sup>61</sup> Průzkum realizovaný Martinem Hanákem (2014) v rámci interní emailové komunikace při hledání shody na cenové skladbě v rámci modelu A ukazuje na ochotu knihoven zaplatit za multilicenční nákup e-knihy mezi 10 % až 25 % počtu uživatelů knihovny.

<sup>62</sup> V rámci existujícího modelu byly ceny mezi knihovny rozpočítávány dle ochoty knihovny zaplatit za titul určitou částku. Tedy nebyl uplatňován žádný jednotný model, podle kterého by si knihovna ověřila cenu, jež bude muset zaplatit.

## 6.9 Návrh nového modelu multilicencí

Návrh nového modelu multilicencí na základě analýzy vstupních údajů zobrazuje následující obrázkové schéma.



Obrázek 23 Návrh nového modelu multilicencí

**Tabulka 20** Vstupní údaje pro realizaci návrhu nového modelu<sup>63</sup>

	počet uživatelů	počet knihoven	platba za knihovnu	částky	procento
	23 000	10	4 600 Kč	46 000 Kč	20
	10 000	10	2 000 Kč	20 000 Kč	
	19 000	5	3 800 Kč	19 000 Kč	
	15 000	5	3 000 Kč	15 000 Kč	
<b>suma</b>	<b>67 000</b>	<b>30</b>		<b>100 000 Kč</b>	

### **Popis nového modelu multilicencí**

Modelová skladba knihoven je odvozena z počtu uživatelů akademických knihoven, které jsou shodné s počty studentů a zaměstnanců dané univerzity/vysoké školy. Běžně se pohybují v tisících: např. Jihočeská univerzita cca 11 tisíc studentů, Vysoká škola ekonomická v Praze cca 20 tisíc studentů, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy cca 10 tisíc studentů, Masarykova univerzita v Brně cca 40 tisíc studentů.

**Počty uživatelů knihoven jsou zmíněny pro představu potenciálně velké zákaznické základny při uvolnění trhu s e-knihami do knihoven.**

Jednotlivé činnosti a sousled kroků je dále popsán v „*krocích 1 až 4*“.

Modelová cena e-knihy ve výši 100 000 Kč zahrnuje již i odměnu pro platformu<sup>64</sup>.

Skladbu podílových cen jednotlivých knihoven dle modelového příkladu uvedeného v Tabulka 20 přibližuje následující graf.

---

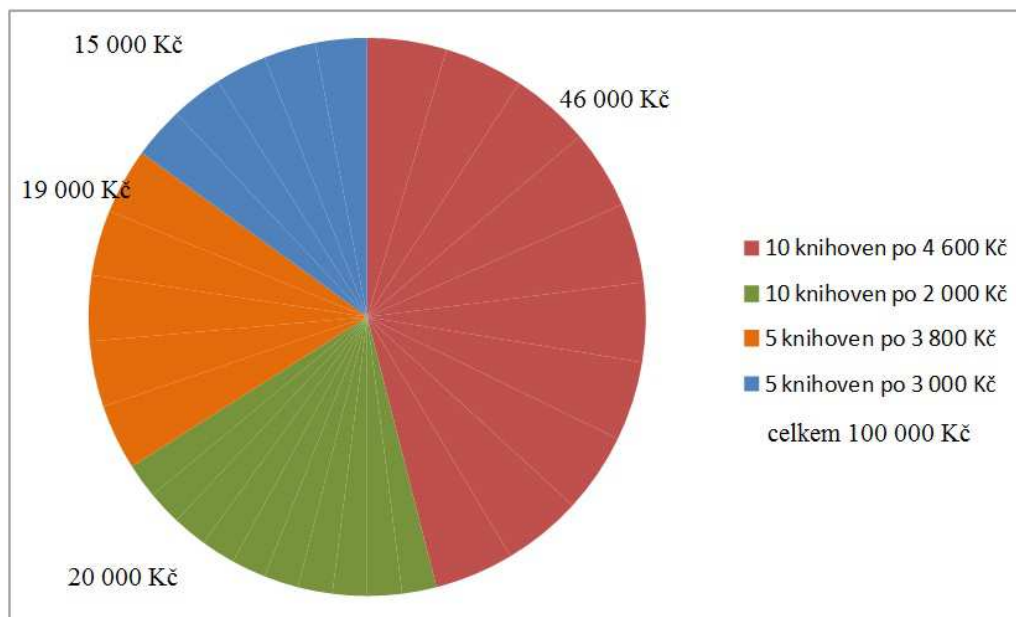
<sup>63</sup> Vysvětlivky k výpočtům:

Platba za jednu knihovnu = nesmí přesáhnout 20% počtu uživatelů knihovny.

Platba za knihovny dle počtu uživatelů = počet knihoven se stejným počtem uživatelů \* částka za jednu knihovnu.

<sup>64</sup> Model neřeší náklady na případné technické zajištění procesů na straně knihovny.

**Graf 12** Skladba podílových cen za platbu e-knih (navržený model)



***Krok 1 Pověření jedné zastřešující knihovny pro vyjednávání s platformou a nastavení dalších náležitostí***

**Úkoly zastřešující knihovny**

- shromažďovat akviziční požadavky knihoven na nákupy jednotlivých titulů k odlicencování,
- ověřit u platformy požadovanou cenu pro uvolnění jednotlivých titulů k odlicencování,
- koordinovat počty knihoven tak, aby byla dosažena požadovaná cena za titul a poté předávat informace platformě k předběžnému pokynu na nákup e-knihy,
- zprostředkovávat informační procesy o nákupech,
- zastřešující knihovna však nevstupuje do smluvních vztahů o uzavírání nákupu jednotlivých titulů – smlouvy o nákupu titulu jsou vždy realizovány mezi konkrétní knihovnou a platformou,
- hlídá cenovou skladbu podílů za titul, přičemž platí, že účastnická knihovna se podílí na ceně titulu max. 20 % z počtu svých uživatelů, např. knihovna s 23 000 uživateli, platí maximálně 4 600 Kč jako svůj podíl za nákup požadované e-knihy.

## ***Krok 2 Platforma zajistí odlicencování titulu a případně převod tištěné knihy do e-knihy***

### **Úkoly platformy**

- přijímá požadavky na nákupy titulů od zastřešující knihovny,
- domlouvá s nakladateli výši cen za odlicencování titulů,
- je vlastníkem sublicence k další distribuci e-knihy.

## ***Krok 3 Uzavření smlouvy a zpřístupnění e-knihy***

- uzavření smlouvy, případně objednávky na nákup konkrétních titulů mezi platformou a knihovnou,
- uživatelé knihovny si e-knihu stahují z webu platformy.

## ***Krok 4 Užití e-knihy knihovnou a jejími uživateli***

- dostupnost e-knihy na neomezeném počtu zařízení po dobu 10 let (poté knihovně licence končí a noví uživatelé se nemohou k nakoupeným knihám registrovat),
- neomezený přístup k e-knize pro registrované uživatele knihovny,
- uživatel si e-knihu stáhne do svého zařízení a stává se jejím doživotním vlastníkem.

## 6.10 Závěrečné zhodnocení návrhu modelu a jeho přínosy

Navržený model vychází zejména ze zkušenosti modelu A platformy eReading. Tento model přináší nesporné výhody pro uživatele, který při užívání e-knihy není omezen ani časovým limitem pro četbu knihy ani technickými omezeními, neboť dostupné e-knihy jsou zabezpečeny pouze sociálním DRM. Martin Hanák z AK JU, který má s využitím modelu A významnou zkušenost, dodává: „*Ideální e-kniha pro čtenáře: jednoduché a trvalé stažení nezabezpečeného souboru, možnost opakovaného stahování, bez nutnosti být při čtení připojen on-line, bez nutnosti registrace u DRM authority, bez nutnosti autorizace čtecího zařízení, bezproblémové použití na všech operačních systémech a zařízeních, používání na neomezeném počtu zařízeních, použití po celý život čtenáře, současné stahování pro neomezený počet čtenářů. Tyto vlastnosti zpřístupnění e-knih nenabízí v ČR žádný jiný (ani zahraniční) poskytovatel.*“ (viz Příloha 5, odpovědi Martina Hanáka z AK JU)

Po hlubší analýze problematiky **Model A platformy eReading** vykazuje tyto problematické okruhy:

- časovou náročnost při koordinaci volby titulů,
- absenci cenového modelu při skladbě knihoven na pořízení titulů,
- malá nabídka titulů (dosud eReading umožnil nabídku pouze 37 titulů a o dalších 33 titulech se jedná) ze strany eReadingu resp. nakladatelů, s čímž souvisí malá využitelnost modelu ze strany knihoven.

**Tabulka 21** Přínosy navrhovaného modelu multilicencí vzhledem k uvedeným problematickým okruhům modelu A

Původní model A (eReading)	Navrhovaný model (jakákoliv platforma)
Časová náročnost při koordinaci volby titulů	Implementace koordinující instituce (pravděpodobně knihovny)
Absence cenového modelu při skladbě knihoven na pořízení titulu	Dle navrženého cenového modelu je podílová cena e-knihy ve výši 20 % počtu uživatelů dané knihovny
Malá nabídka titulů, a tím i malá využitelnost modelu ze strany knihoven	Model nepřináší přímé řešení malé nabídky titulů ze strany nakladatelů – jde o otázku vzájemné důvěry

	<p>spolupracujících subjektů a postupně také vyšších investic do trhu s českými e-knhami; navržený model díky zavedení koordinující instituce, která bude požívat důvěry mezi všemi subjekty, může tento trend postupně usměrnit požadovaným směrem.</p> <p>Předem definované podmínky podílových cen umožní přesnější plánování akviziční politiky knihoven.</p> <p>Počty uživatelů knihoven zmíněné v modelové skladbě knihoven napovídají potenciálně velkou zákaznickou základnu.</p>
--	---

Nově navrženému modelu multilicencí se podařilo vyřešit hlavní problémové okruhy současného multilicenčního modelu platformy eReading.

Při analýze nového modelu multilicencí se autorka této disertační práce rozhodla k přezkumu použití navrženého modelu i pro propočet ceny jedné e-vypůjčky. Propočet ceny jedné e-vypůjčky v rámci navrženého modelu multilicencí je možný díky pevné podílové ceně za nákup jedné e-knihy, tak jak ji tento model stanovil.

**Lze tedy shrnout: stanovení pevné podílové ceny za nákup jedné e-knihy umožňuje využití modelu i pro propočet ceny jedné e-vypůjčky.**

**Cena tištěné vypůjčky** se dle dostupných informací pohybuje mezi **10 až 13 Kč**<sup>65</sup>. Hanák (2012) uvádí 12 Kč za tištěnou vypůjčku<sup>66</sup>. V případě e-knihy v našem

---

<sup>65</sup> Propočet z příspěvku ve sborníku Martina Hanáka uvádí 12 Kč (Hanák 2012, s. 25). Z dalších dostupných šetření a osobních konzultací byl zjištěn mírný odklon od této částky, proto je uveden tento cenový rozptyl.

<sup>66</sup> Cena za tištěnou vypůjčku zahrnuje cenu tištěné knihy dělenou součtem prvních vypůjček (životnost tištěné knihy odhadují někteří nakladatelé na celkem 50 vypůjčení), osobní náklady pracovníků vypůjček (více viz Hanák 2012, s. 24)



modelovém případě – ovšem převedeno z modelu multilicencí do modelu e-vypůjčky, zaplatí knihovna za titul 4600 Kč s dostupností na 10 let. Na jeden rok vychází náklady na pořízení e-knihy ve výši 460 Kč.

Za předpokladu, že knihovna pořídí v elektronické verzi titul, který je vysoce žádaný a který je v tištěné verzi vypůjčen 400 krát za rok<sup>67</sup> a bude rovněž tak 400 krát vypůjčen i ve verzi elektronické, vychází cena jedné e-vypůjčky na **1,15 Kč**.

**Cena elektronické vypůjčky** však s ohledem na novost problematiky **nebyla** dosud **adekvátně vyčíslena**. Z dostupných zdrojů<sup>68</sup> zaznívají predikce o využitelnosti e-vypůjček knih na úrovni **5 % celkového počtu uživatelů knihovny**. Tedy při této míře využitelnosti by cena jedné e-vypůjčky dosáhla výše **23 Kč**.

Pokud by se navrhovaný model ujal, lze při **5 % využitelnosti** zakoupené e-knihy mezi uživateli knihovny s celkovým počtem 23 000 uživatelů počítat s následující cenou jedné e-vypůjčky:

<b>Cena za e-knihu celkem (Kč)</b>	<b>Cena za e-knihu na 1 rok (Kč)</b>
4 600	460
<b>Roční počet tištěných vypůjček</b>	<b>Cena jedné e-vypůjčky při využití všemi čtenáři (Kč)</b>
400	1,15
<b>Cena jedné e-vypůjčky při využití 5 % čtenářů (Kč)</b>	
23	

<sup>67</sup> Středně a málo žádané tituly by knihovna v elektronické verzi nekoupila, protože by náklady byly příliš vysoké. Odhad 400 půjčení žádané knihy v tištěné verzi vychází ze zkušeností AK JU.

<sup>68</sup> Hanák (2014) například upřesňuje: „V roce 2013 použilo 5 % čtenářů Akademické knihovny tištěné návody na používání e-knih. V tomto počtu nejsou zahrnuté počty zhlédnutí těchto návodů na webu <http://www.lib.jcu.cz/docs/ak-eknihy-navod.pdf>. Z toho usuzujeme, že minimálně 5 % čtenářů má zájem o e-knihy.“

**Navržený model počítá s cenou jedné e-výpůjčky 23 Kč.**

**Cenový model jedné e-výpůjčky vychází z předpokladu, že e-knihy si za období 10 let stáhne 5 % uživatelů knihovny, kteří si doposud půjčovali tištěnou verzi.**

Lze však předpokládat, že podíl uživatelů přecházejících na elektronické čtení e-knih bude do budoucna stoupat. Uvedená cena jedné e-výpůjčky by tak mohla být ještě nižší.

## 7 ZÁVĚR

Disertační práce podala rozsáhlý popis problematiky knižního trhu, přiblížila činnosti subjektů knižního trhu v rámci publikačního procesu i procesu prodeje a zpřístupňování (elektronických) knih. Zmapovala měnící se služby knihoven, včetně nově se profilující služby knižních e-vypůjček. Prezentovala aktuální názory a konkrétní zkušenosti odborníků z řad knihoven s procesem zavádění vypůjček českých e-knih. V konečném důsledku detailně rozebrala současné obchodní modely digitální platformy eReading, která byla knihovnami v rámci realizovaného dotazníkového šetření v 1. čtvrtletí roku 2014 vyhodnocena jako nejpoužívanější. Po kritické analýze aktuálně používaných modelů platformy eReading byl zpracován návrh nového modelu multilicencí, který však díky pevně stanovené podílové platbě knihovny za nákup konkrétního titulu umožňuje i výpočet ceny jedné e-vypůjčky. Níže uvedené řádky prezentují stěžejní poznatky, které byly ve zkoumané oblasti získány, a definují hlavní přínosy této disertační práce.

Množství definic pojmu „*elektronická kniha*“ zachycuje podstatné rozdíly v jednotlivých typech elektronických knih. Jestliže lze elektronickou převážně tištěnou knihu s přiměřeným obrazovým aparátem pod definici e-knihy bez problémů zahrnout, je naopak multimediální kniha s videi, zvuky a interaktivními prvky některými teoretiky označována pojmem „*aplikace*“ nebo „*software*“. V souvislosti s tímto byly také zjištěny zcela jiné výše nákladů potřebné pro vznik a vývoj těchto produktů. Přestože lze usuzovat, že budoucnost v rozvoji tzv. rozšířených knih (*enhanced book*) nebo také multimediálních knih (*multimedia book*) bude v souladu s rozvojem technických zařízení pro spotřebu (čtení) těchto knih směřovat k jejich vyšší penetraci mezi většinou populací, věnovala se tato práce dosud nejrozšířenější formě e-knih, a sice fenoménu elektronických převážně textových knih. Náklady na výrobu elektronické převážně textové knihy s přiměřeným obrazovým aparátem jsou ve srovnání s náklady na výrobu tištěné verze stejné knihy významně nižší pouze v případě, kdy je elektronická verze díla publikována jako varianta k verzi tištěné, která již nese část fixních nákladů.

Existují podstatné rozdíly mezi vznikem, distribucí, prodejními mechanismy a formou zpřístupnění a četby tištěných a elektronických knih. Vznik tištěné a elektronické knihy je víceméně shodný ve fázi autorskoprávních vztahů, redakčních prací a nejvíce se liší právě v procesu samotné výroby, distribuce a uchování knihy. Tištěná kniha v procesu „výroby“ představuje zjednodušeně řečeno tisk knihy na papír. U knihy elektronické mluvíme spíše než o „výrobě“ o „produkci e-knihy“ (*e-book production*).

Produkci e-knih lze rozdělit do dvou kategorií: 1. knihy, které již vyšly v tištěné podobě a jsou převedeny (digitalizovány) do elektronické formy, a za 2. knihy, které již vznikají jako elektronické texty (*digital born*) a které plně využívají elektronického prostředí. Knihy vzniklé jako elektronické texty (*digital born*) jsou pro práci nakladatele běžnější variantou. V tomto případě jsou s elektronicky dodaným autorským rukopisem domýšleny další multimediální obsahy knihy nebo interakce. Publikování *digital born* knih také poskytuje široké možnosti samotných autorů na poli *self-publishingu* a *self-organizingu*.

E-knihy mění pohled na problematiku digitálního vlastnictví. Z pohledu konečných spotřebitelů je vlastnictví e-knihy mj. ovlivněno mírou kompatibility formátů. Existence velkého množství e-knižních formátů má vliv na vzájemnou nekompatibilitu četby knihy v koncových čtecích zařízeních. Z těchto důvodů jsou vedena jednání s cílem standardizovat pro publikování e-knih formát ePub. Uživatelskou přívětivost při četbě e-knih stěžuje také přítomnost tvrdého DRM, tedy způsobu ochrany knihy, která podle nakladatelem definovaných parametrů dopředu omezuje nakládání s e-knihou. Trendem poslední doby je však příklon nakladatelů k tzv. sociálnímu DRM. Sociální DRM může být použito v případě nákupu e-knih stejně jako v případě půjčování e-knih v knihovnách s cílem zamezit nelegálnímu šíření či kopírování elektronického dokumentu. Text sociálního DRM tak může obsahovat jméno majitele (čtenáře) knihy, jeho fyzickou adresu nebo třeba datum zakoupení knihy. Dílo jako takové je bez technických omezení (na rozdíl od děl svázaných „tvrdým“ DRM).

Fenomén e-knih a jejich rozšíření mezi konečné spotřebitele, ale i mezi čtenáře knihoven, vyvolal řadu podnětů ke změnám české legislativy. Lze však shrnout, že česká legislativa není ve vztahu k elektronickým knihám dosud uspokojivě dořešena (např. zákonem dosud není stanoveno právo povinného elektronického výtisku). E-knihy jsou z hlediska práva považovány za software a je na ně v současné době

uplatněna základní sazba DPH ve výši 21%. Rozdíl DPH u tištěných knih, jež jsou ve snížené 15% sazbě, tak tvoří 6%, což se samozřejmě promítá i do konečné ceny e-knih. Například provozovatel digitální platformy *Palmknihy.cz* situaci řeší prodejem e-knih přes společnost *Palmbooks S.à r.l.* registrovanou v Lucembursku, kde je uplatňováno pouze 3% DPH na e-knihy. V Lucembursku má sídlo i evropská pobočka společnosti Amazon. Výše uvedené způsobuje zhoršenou konkurenceschopnost e-knižních prodejců registrovaných v ČR. Rozdíl už totiž dělá celých 18% DPH.

Přesto však podíl prodeje e-knih na českém knižním trhu roste. Jestliže v roce 2011 činily odhadované počty prodaných e-knih 17 tisíc, v roce 2012 to bylo už 200 tisíc. Odhady prodaných knih za rok 2013 ve výši 500 tisíc představují téměř 97% nárůst oproti roku 2011. Nelze předpokládat, že takto obrovský nárůst bude ve stejném tempu pokračovat i do budoucna, ale lze shrnout, že situace prodeje e-knih jednoznačně ukazuje na pozitivní trend.

Specifikace rolí prodejců knih přiblížila již známé subjekty vystupující na knižním trhu. Nově však existují subjekty, které prodávají pouze elektronické knihy a v některých případech komerčním způsobem realizují také elektronické výpůjčky knih (např. *eReading*, *Flexibooks*). Tyto subjekty však dosud nebyly uspokojivě definovány. Jedním z výstupů této práce je stanovení pojmu „*digitální platforma*“, který definuje právě tyto terminologicky dosud opomíjené subjekty.

Práce zmapovala známé modely obchodních vztahů knihoven, nakladatelů a digitálních platforem. Knihovna pro získání česky psaných knih (vč. překladové literatury) má na výběr využít systémy prezenčního nebo absenčního zpřístupnění. V případě spolupráce knihoven s nakladateli je zpřístupnění e-knih většinou dohodnuto na úrovni prezenční e-výpůjčky jako služby pro uživatele knihovny, viz projekt *E-knihy do každé knihovny*. Což znamená, že dostupnou elektronickou literaturu – většinou novějšího vydání – si uživatel má možnost prohlédnout pouze na počítačových terminálech umístěných v prostorách knihovny, zpravidla bez možnosti tisku a kopírování díla.

Poměrně rozšířené především mezi univerzitními a vysokoškolskými knihovnami jsou systémy nazvané „*e-prezenčka*“. Uživatelsky fungují na obdobném principu, tj. čtení textu je možné prezenčně na knihovních terminálech. Zatímco v prvním případě zmíněné spolupráce je cílem aktivit především posílení vzájemné důvěry mezi knihovnami a nakladateli (zpřístupňovány jsou celkem nové tituly), v druhém případě je

akcentována snaha knihoven zahájit postupnou digitalizaci knihovního fondu za účelem prodloužení životnosti děl a jejich digitálního uchování. V systému *e-prezenčka* bývají zpravidla skenovány nejčastěji půjčované knihy ve fondu. Tyto prezenční systémy se však neseťkaly s velkým zájmem uživatelů knihoven, neboť ti vyžadují dostupnost elektronické literatury nejlépe 24 hodin denně po 7 dní v týdnu. Zajímavější jsou tak systémy absenčních výpůjček českých e-knih, které se pomalu začínají infiltrovat mezi knihovní služby.

Knihovna při nákupu e-knihy musí na knihu získat licenci pro vypůjčování v knihovnách. Klasická internetová knihkupectví prodávají e-knihy s licenci pro osobní použití. V oblasti absenčních výpůjček u českých e-knih se nabízí spolupráce s platformami eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna, které umožňují nákupy absenčních výpůjček s licenci pro půjčování v knihovnách. V neposlední řadě má knihovna možnost zpřístupnit e-knihy v režimu Open Acces a Public Domain.

Výzkumná část práce přinesla výsledky dotazníkového šetření „*Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná knihovna, Wooky, Publero a dalších do knihoven*“ probíhající v 1. čtvrtletí roku 2014. Z výsledků dotazníkového šetření a z následně pokládaných doplňujících otázek vybraným knihovnám (viz příloha č. 5) vyplynulo, že (především absenční) zpřístupňování českých e-knih knihovnami je stále spíše inovátorskou záležitostí několika mála knihoven. Jedním z důvodů dosud malého využití služby e-výpůjček českých knih je absence všeobecně přijímaného obchodního modelu spolupráce mezi knihovnou a platformou, která je vlastníkem sublicence opravňující k dalšímu šíření díla.

Při koncipování návrhu nového modelu a zvážení kladů a záporů existujících modelů stanovila autorka této práce předem definované požadavky, jež mají záporů existujících modelů eliminovat (blíže se k definovaným požadavkům vyjádřila kapitola 6.8). Nový model tak implementuje koordinující instituci pro požadavky knihoven na nákupy titulů, čímž dojde k úspoře času dosud stráveného meziknihovní komunikací na akvizici každého jednotlivého titulu, a především k umožnění hromadného nákupu, resp. odeslání požadavku na platformu hned po shromáždění dostatečného počtu zájemců o titul. Navržený model také stanovuje pevnou podílovou cenu e-knihy ve výši 20% počtu uživatelů knihovny. Díky existenci pevné podílové ceny za nákup jedné e-knihy, model umožňuje i propočet ceny jedné e-výpůjčky. Cena jedné e-výpůjčky ve výši

23 Kč, jak vychází z propočtu modelu, je stanovena velmi realisticky při využití e-knihy pouze 5% uživateli knihovny. Vypočtená cena e-výpůjčky také upozorňuje na značný potenciál snižování ceny jedné e-výpůjčky nabízené platformou eReading v rámci prezentovaného modelu B, jež požaduje 49 Kč za jedno vypůjčení e-knihy.

#### **Přínosy práce lze shrnout:**

1. Komplexní a ucelené zpracování problematiky knižního trhu z pohledu rolí jednotlivých subjektů knižního trhu, tj. nakladatele a prodejce (distributora – knihkupce – digitální platformy) a knihovny ve vazbě na specifika vykonávaných rolí ve vztahu k e-knihám.
2. Definování nového pojmu „*digitální platforma*“ jako v posledních letech nově vyprofilovaného subjektu knižního trhu, který se řadí do kategorie „*knižního prodejce*“ s tím specifíkem, že umožňuje nákupy pouze a jedině elektronických knih, a často je jeho službou také provoz komerčních e-výpůjček. Dosud byl tento pojem terminologicky opomíjen.
3. Detailní rozbor současných obchodních modelů digitální platformy eReading, které patří k nejužívanějším na poli zavádění výpůjček českých e-knih do knihoven. Takto ucelený popis problematiky vč. prezentace reálných zkušeností již zasvěcených knihoven nebyl dosud realizován. Knihovnám však může pomoci při rozhodování, zda a jakým způsobem implementovat službu knihovnických e-výpůjček.
4. Návrh nového modelu multilicencí, který navazuje na stávající multilicenční model digitální platformy eReading (model A), modifikuje ho a vylepšuje. Tento model lze navíc díky pevně stanovené podílové ceně za nákup e-knihy využít i pro výpočet ceny jedné e-výpůjčky.

## POUŽITÉ INFORMAČNÍ ZDROJE

Alice for iPad. 2010. *YouTube* [online]. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=gew68Qj5kxw>

Amazon.com. 2010. *Kindle keyboard Wi-Fi, 6" E ink display* [online]. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: <http://www.amazon.com/Kindle-Wireless-Reader-Wifi-Graphite/dp/B002Y27P3M>

Apple asks for new judge in e-book appeal. 2014. *Circa* [online]. 26. 2. 2014. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://cir.ca/news/dojs-ebook-lawsuit-2>

AUST, Ondřej. 2011. Odstartovalo české vydavatelství elektronických knih Freetime Publishing. *Mediář.cz* [online]. 20. 10. 2011. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/odstartovalo-ceske-vydavatelstvi-elektronickych-knih-freetime-publishing/>

BÁLINT, Vladimír et al. [2013]. *Průvodce světem elektronických knih* [online]. VŠE. [vid. 2014-02-15]. Dostupné z: [http://sprojekty.vse.cz/wp-content/uploads/2013/10/E-knihy1\\_0.pdf](http://sprojekty.vse.cz/wp-content/uploads/2013/10/E-knihy1_0.pdf)

BALVÍNOVÁ, Alena. 2009. Hardcopy. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2013-12-20]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000184&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000184&local_base=KTD)

BÁRTOVÁ, Tereza. 2011. *Elektronické zdroje: „digital born“ akvizice, katalogizace, služby*. Praha, Univerzita Karlova v Praze. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filosofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

BAVERSTOCK, Alison. 2008. *How to market books: the essential guide to maximizing profit and exploiting all channels to market* [online]. 4th ed. London: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-5020-5. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.amazon.co.uk/How-Market-Books-Maximizing-Exploiting/dp/0749450207>

BERÁNKOVÁ, Monika. 2010. Nakladatel. In: *Wiki Kabinetu informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity* [online]. KISK. Stránka byla naposledy editována 13. 6. 2010 v 20:42. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://kisk.phil.muni.cz/wiki/Nakladatel#Literatura>

BLANKENHORN, Dana. 2009. Internet book faces an eBook Tower of Babel. *SmartPlanet* [online]. 27. 8. 2009. [vid. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.smartplanet.com/blog/thinking-tech/internet-book-faces-an-ebook-tower-of-babel/1217>

BOBELIAN, Michael. 2013. Apple punished for its role in an e-book conspiracy. *Forbes* [online]. 9. 6. 2013. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/michaelbobelian/2013/09/06/apple-punished-for-its-role-in-an-e-book-conspiracy/>



- The book and beyond: electronic publishing and the art of the book* [online]. 1995. London: Victoria and Albert Museum. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.vam.ac.uk/vastatic/wid/exhibits/bookandbeyond/>
- Bookseller. c2014a. In: *The Free Dictionary* [online]. Farlex. [vid. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com/bookseller>
- Bookseller. c2014b. In: *Oxford Dictionaries* [online]. Oxford: Oxford University Press. [vid. 2014-02-22]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/bookseller>
- BOUDA, Tomáš et al. 2012. *Elektronické knihy v českých knihovnách* [online]. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6000-5. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://eknihy.knihovna.cz/kniha/elektronicke-knihy-v-ceskych-knihovnach>
- BROWN, Bob. 2009. *The readies: literature by design: British and American books 1880-1930*. Houston: Rice University Press. ISBN 0892630221, 9780892630226.
- BROŽEK, Aleš. 2003. Současný stav v oblasti nabídkové povinnosti neperiodických publikací. *Ikaros* [online]. Roč. 7, č. 1. ISSN 1212-5075. [vid. 2014-03-09]. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/node/1265>
- BULLOCK, Roddy McKee. 2010. *Enhanced Ebook and Enhanced Ebook Reader* [online]. Inventor: Roddy McKee Bullock. 31. 12. 2010. Int. Cl. G09G5/00. US 20110261030 A1. USPTO. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://www.google.com/patents/US20110261030>
- CAMPBELL, Lisa. 2012. Daunt: library e-lending „disruptive“ to high street. *The Bookseller* [online]. 22. 5. 2012. [vid. 2012-07-10]. Dostupné z: <http://www.thebookseller.com/trackback/135191>
- CARMODY, Steven et al. 1969. A hypertext editing system for the 360 in faiman and nievergelt. In: *Pertinent Concepts in Computer Graphics: Proceedings of the Second 17 University of Illinois Conference on Computer Graphics*. Champaign: University of Illinois Press, pp. 291–330.
- CARREIRO, E. 2010. Electronic books: how digital devices and supplementary new technologies are changing the face of the publishing industry. *Publishing Research Quarterly* [online]. Vol. 26, no. 4, pp. 219-235. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/55052559/electronic-books-how-digital-devices-supplementary-new-technologies-are-changing-face-publishing-industry>
- CEJPEK, Jiří. 2005. *Informace, komunikace a myšlení: úvod do informační vědy*. 2. přeprac. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-1037-X.
- CELBOVÁ, Ludmila. 2000. Povinný výtisk elektronických publikací, zejména vzdálených elektronických zdrojů. *Ikaros* [online]. Roč. 4, č. 10. ISSN 1212-5075. [vid. 2014-02-07]. Dostupný z: <http://www.ikaros.cz/node/670>
- CELBOVÁ, Ludmila a Jaroslava HAVLOVÁ. 2003. Elektronická kniha. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2013-12-01]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000866&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000866&local_base=KTD)

- CELBOVÁ, Iva. 2001. Internetová knihkupectví. *Ikaros* [online]. Roč. 5, č. 12. ISSN 1212-5075. [vid. 2002-10-08]. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/node/878>
- CELBOVÁ, Iva. 2003a. Dodavatel dokumentů. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-02-21]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002601&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002601&local_base=KTD)
- CELBOVÁ, Iva. 2003b. Elektronické knihkupectví. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-02-22]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002611&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002611&local_base=KTD)
- CELBOVÁ, Iva. 2003c. Elektronické publikování. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2013-12-01]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002612&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002612&local_base=KTD)
- CELBOVÁ, Iva. 2003d. Knihkupectví. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-02-22]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002633&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002633&local_base=KTD)
- CELBOVÁ, Iva. 2003e. Vazárna. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-02-01]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002554&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002554&local_base=KTD)
- CELBOVÁ, Iva. 2003f. Vydavatelství. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-01-29]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002713&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002713&local_base=KTD)
- CÍSAŘ, Jaroslav. 2014. *Re: distribuce knih* [elektronická pošta]. 26. 2. 2014. Dostupné z: [jcisar@literarky.cz](mailto:jcisar@literarky.cz)
- COLE, Stephen. 2008. *Knol - a unit of knowledge: share what you know, publish your expertise* [online]. Google. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: <http://knol.google.com/k/ebooks#>
- COLMAN, Dan. 2010. British library to offer 65 000 free eBooks. *Open Culture* [online]. 7. 2. 2010. [vid 2014-02-28]. Dostupné z: [http://www.openculture.com/2010/02/british\\_library\\_to\\_offer\\_free\\_ebooks.html](http://www.openculture.com/2010/02/british_library_to_offer_free_ebooks.html)
- ČERNÝ, Michal et al. 2013. *Kurz práce s informacemi: studijní materiály ke kurzu KP111* [online]. Brno: KISK. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/CEINVE/kurz-prace-s-informacemi>
- ČESKO. 2000. *Zákon č. 121/2000 Sb. ze dne 7. dubna 2000 o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)* [online]. Portál veřejné správy. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=121~2F2000&rpp=15#seznam>

DARNTON, Robert. 2009. *The case for books: past, present, and the future*. New York: PublicAffairs. ISBN 978-1-586-48826-0.

DeMARCO, Amanda. 2011. Why multichannel bookselling is the future. *Publishing Perspectives* [online]. 9. 3. 2011. [vid. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://publishingperspectives.com/2011/03/why-multichannel-bookselling-is-the-future/>

DeROSE, Steven J. and Andries van DAM. 1999. Document structure and markup in the fress hypertext system. *Markup Languages*, vol. 1, no. 1, pp. 7–32.

Digital distribution. 2014. In: *Wikipedia* [online]. Wikimedia Foundation. This page was last modified on 28 February 2014 at 21:03. [vid. 2014-03-22]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_distribution\\_platform](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_distribution_platform)

DILWORTH, Dianna. 2010. Kindles and iPads are most popular eReaders: change wave research. *AppNewser* [online]. 1. 12. 2010. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: [http://www.mediabistro.com/ebooknewser/kindles-and-ipads-are-most-popular-e-readers-changewave-research\\_b3911](http://www.mediabistro.com/ebooknewser/kindles-and-ipads-are-most-popular-e-readers-changewave-research_b3911)

DOČEKAL, Daniel. 2010. Rajknih.cz není až tak ráj knih, ale snaha se cení. *Bookz.cz* [online]. 24. 11. 2010. [vid. 2010-12-21]. Dostupné z: <http://www.bookz.cz/wordpress/2010/11/24/rajknih-cz-neni-az-tak-raj-knih-ale-snaha-se-ceni/>

E-book. 2007. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. Wikipedia Foundation. Stránka byla naposledy editována 24. 1. 2014 v 19:22. [vid. 2014-02-26]. Česká verze. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Ebook>

E-book. 2008. In: *Wiki Kabinetu informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty Masarykovy univerzity* [online]. KISK. Stránka byla naposledy editována 16. 8. 2008 v 07:18. [vid. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://kisk.phil.muni.cz/wiki/E-book>

E-book. 2011a. In: *The concise Oxford English dictionary* [online]. Oxford: Oxford University Press. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/e-book?q=e-book>

E-book. 2011b. In: *Wikipedia: the Free Encyclopedia* [online]. Wikimedia Foundation. This page was last modified on 16 March 2014 at 18:32. [vid. 2014-03-05]. Anglická verze. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/E-book>

*eBooks roundtable* [online]. 2012. European Commision. 26. 6. 2012. [vid. 2010-06-03]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/ebooks-roundtable-0>

*E-deposit* [online]. c2014. Národní knihovna České republiky. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.nkp.cz:8080/edeposit/edeposit/cs>

E-knihovna (Vojtěch Vojtíšek). 2012. *Ikaros* [online]. Roč. 16, č. 5/2. ISSN 1212-5075. [vid. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://ikaros.cz/node/7485>

Electronic book. c2014. In: *Oxford Reference* [online]. Oxford University Press. [vid. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://www.oxfordreference.com/search?q=Essay%2019%20The%20Electronic%20Book>

Enhanced editions: the natural evolution of the book: new books from great writers, with all the extras only the iPhone can provide. 2009. *Enhanced Editions* [online]. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: <http://www.enhanced-editions.com/books/>

FALTÝNEK, Vilém. 2003. Knižní distribuce - slabina českého trhu. *Český rozhlas* [online]. 25. 11. 2003. [vid. 2014-02-23]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/knizni-distribuce-slabina-ceskeho-trhu>

FARKAS, Pavel a Nick MORAN. 2012. Jak zelené jsou čtečky? *Ikaros* [online]. Roč. 16, č. 7. ISSN 1212-5075. [vid. 2012-07-07]. Dostupné z: <http://ikaros.cz/node/7559>

FEATHER, John. 2006. *A history of British publishing*. London and New York: Routledge. ISBN 0-203-12680-7. Dostupné také z: [http://books.google.cz/books?id=lcltBBBEaOcC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.cz/books?id=lcltBBBEaOcC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

FINE, Marshall. 2011. Morgan Spurlock: Mr. Product placement. *The Huffington Post* [online]. 22. 4. 2011. [vid. 2014-03-02]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/marshall-fine/morgan-spurlock-mr-product\\_b\\_852392.html](http://www.huffingtonpost.com/marshall-fine/morgan-spurlock-mr-product_b_852392.html)

FOBEROVÁ, Libuše. 2005. Vliv akviziční politiky na kvalitu četby. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. Roč. 5, č. 1. ISSN 1213-82311. [vid. 2014-03-14]. Dostupné z: <http://kzv.kkvysociny.cz/archiv.aspx?id=694&idr=6&idci=14>

FOWLER, Geoffrey A. and Marie C. BACA. 2010. The ABCs of e-Reading. *The Wall Street Journal* [online]. 25. 7. 2010. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: [http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703846604575448093175758872.html?mod=WSJ\\_Tech\\_LEADTop](http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703846604575448093175758872.html?mod=WSJ_Tech_LEADTop)

FREJTICHOVÁ, Jarmila. 1999. Máte krásné elektronické písmo. *Computerworld*, roč. 10, č. 41, s. 11. ISSN 1210-9924.

FROULÍK, Radek. 2002. *Elektronický obchod – význam, základní pojmy a vybrané souvislosti* [online]. České Budějovice: Jihočeská univerzita. [vid. 2003-02-04]. Dostupné z: [http://www2.zf.jcu.cz/~froula/ruzne/prednaska\\_2002\\_12\\_04.pdf](http://www2.zf.jcu.cz/~froula/ruzne/prednaska_2002_12_04.pdf)

FRYŠ, Jakub. 2013a. Český trh elektronických knih: část I. *Inflow* [online]. 14. 1. 2013. ISSN 1802-9736. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/cesky-trh-elektronickych-knih-cast-i>

FRYŠ, Jakub. 2013b. Český trh elektronických knih: část III. *Inflow* [online]. 7. 3. 2013. ISSN 1802-9736. [vid. 2014-02-12]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/cesky-trh-elektronickych-knh-cast-iii>

GÁLA, Libor. 2006. *Podniková informatika: počítačové aplikace v podnikové a mezipodnikové praxi, technologie informačních systémů, řízení a rozvoj podnikové informatiky*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1278-4.

GARDINER, Eileen and Ronald G. MUSTO. 2010. The electronic book. In: SUAREZ, Michael Felix and H. R. WOULDHUYSEN. *The Oxford companion to the book*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 0198606532.

- GAUGHRAN, David. 2012. Writers, James Bond, and the perils of product placement. *The Huffington Post* [online]. 19. 4. 2012. [vid. 2014-03-02]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/2012/04/18/product-placement-books-james-bond\\_n\\_1435824.html](http://www.huffingtonpost.com/2012/04/18/product-placement-books-james-bond_n_1435824.html)
- GIERSBERGOVÁ, Dagmar. 2010. Modely otevřeného přístupu – nové cesty pro vědecká nakladatelství. In: *Goethe-Institut: Tschechische Republik* [online]. Goethe-Institut. [vid. 2014-02-09]. Dostupné z: <http://www.goethe.de/ins/cz/pr/kul/duc/bib/cs6012419.htm>
- The good man Jesus and the scoundrel Christ App. 2010. *Youtube* [online]. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: [http://www.youtube.com/watch?v=RjKDx9SGRRQ&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=RjKDx9SGRRQ&feature=player_embedded)
- Grada Publishing. [2014]. In: *Ministerstvo kultury* [online]. Ministerstvo kultury. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/43--GRADA-Publishing--a-s.pdf>
- GREENFIELD, Jeremy. 2012. E-book settlement approved. *DBW* [online]. 6. 9. 2012. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://www.digitalbookworld.com/2012/e-book-settlement-approvd/>
- GRUBER, Lukáš. 2009. Licence Creative Commons v českém prostředí. *Knihovna* [online]. Roč. 20, č. 1, s. 88-94. [vid. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://knihovna.nkp.cz/knihovna91/gruber.htm>
- GUSTIN, Sam. 2012. How Apple's Steve Jobs and book publishers cost consumers millions. *Time* [online]. 12. 4. 2012. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://business.time.com/2012/04/12/how-apples-steve-jobs-book-publishers-cost-consumers-millions/#ixzz2YeyCjC6g>
- HAJDOVÁ, Marie. 2012. *Informační chování redaktorů ve vydavatelském průmyslu*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.
- HALADA, Jan. 1993. *Člověk a kniha: úvod do nakladatelské specializace*. Praha: Univerzita Karlova. ISBN 80-7066-767-2.
- HANÁK, Martin. 2012. Obchodní modely zpřístupňování e-knih v knihovnách. In: Tomáš BOUDA et al. *Elektronické knihy v českých knihovnách* [online]. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6000-5. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://eknihy.knihovna.cz/kniha/elektronicke-knihy-v-ceskych-knihovnach>
- HANÁK, Martin. 2013a. Akvizice českých e-knih. In: *23. celostátní akviziční seminář, 17. října 2013, Krajská knihovna Vysočiny, Havlíčkův Brod* [online]. SDRUK. [vid. 2014-03-11]. Dostupné z: <http://www.sdruk.cz/data/xinha/Hanak.pdf>
- HANÁK, Martin. 2013b. *Zkušenosti akademické knihovny JČU s eReading* [přednáška]. Seminář E-knihy 2. Praha: NTK, 26. 11. 2013.
- HANÁK, Martin. 2014. Re: E-výpůjčky českých knih [elektronická pošta]. 18. 3. 2014. Dostupné z: [hanakm@lib.jcu.cz](mailto:hanakm@lib.jcu.cz)
- HARRIS, Lesley Ellen. 1998. *Digital properte: currency of the 21st century*. Ontario: McGraw-Hill. ISBN 0-07-552846-0.

- HAUZNEROVÁ, Zdena a Iva CELBOVÁ. 2003. Autorský výtisk. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2014-03-02]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002589&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002589&local_base=KTD)
- HERMAN. 2014. Slováci kupují Euromedii, Neoluxor a největší distributorskou síť, kvalitnější knihy ale nečekejme. *Citarny* [online]. 12. 2. 2014. [vid. 2014-02-23]. Dostupné z: <http://www.citarny.cz/index.php/aktuality-knihy/5015-euromedia-neoluxor-prodej-j-t>
- HILL, Nate. 2012. An eBook is not a book. *The PLA Blog* [online]. 8. 1. 2012. [vid. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://plablog.org/2012/01/an-ebook-is-not-a-book.html>
- HILLESUND, Terje. 2001. Will e-books change the world? *First Monday* [online]. Vol. 6, no. 10. [vid. 2013-12-09]. Dostupné z: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/891/800>
- HODGE, Bob. 2003. How the medium is the message in the unconscious of 'America online'. *Visual Communication* [online]. Vol. 2, no. 3, pp. 341-353. [vid. 2013-12-09]. Dostupné z: doi: 10.1177/14703572030023006
- HOY, Angela. 2011. How to sell to books on consignment to bookstores and other reetailers. *WritersWeekly* [online]. 12. 10. 2011. [vid. 2014-02-09]. Dostupné z: [http://www.writersweekly.com/print/the\\_latest\\_from\\_angelahoycom/006980\\_10122011.html](http://www.writersweekly.com/print/the_latest_from_angelahoycom/006980_10122011.html)
- CHAFFIN, Bryan. 2013. Publishers protest DOJ's proposal for Apple iBooks conviction. *The Mac Observer* [online]. 7. 8. 2013. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://www.macobserver.com/tmo/article/publishers-protest-doj-proposal-for-apple-ibooks-conviction>
- CHROMÝ, Jan. 2009. *Elektronická podnikání*. 2. přeprac. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová. ISBN 978-80-86578-96-5.
- IFLA e-lending background paper* [online]. 2012. IFLA, 11. 5. 2012. [vid. 2014-03-20]. Dostupné z: <http://www.ifla.org/files/assets/clm/publications/ifla-background-paper-e-lending-en.pdf>
- Informační věda a knihovnictví: výkladový slovník české terminologie z oblasti informační vědy a knihovnictví: výběr z hesel v databázi TDKIV*. 2006. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická. ISBN 80-7080-599-4.
- Jak pracovat s e-knhami. c2010. In: *Akademická knihovna JU* [online]. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. [vid. 2014-03-11]. Dostupné z: <http://www.lib.jcu.cz/docs/ak-eknihy-navod.pdf>
- JANEČEK, Vláďa. 2012. IBooks author: elektronické knihy pro každého. *SuperApple.cz* [online]. 19. 1. 2011. [vid. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://superapple.cz/2012/01/ibooks--author-elektronicke-knihy-pro-kazdeho/>
- JANSOVÁ, Linda a Miloslav NIČ. 2009. Citování a citační praxe v digitálním prostředí. *ITlib* [online]. Č. 4. ISSN 1336-0779. [vid. 2014-03-09]. Dostupné z: [http://itlib.cvtisr.sk/archiv/2009/4/citovani-a-citacni-praxe-v-digitalnim-prostredi.html?page\\_id=1061](http://itlib.cvtisr.sk/archiv/2009/4/citovani-a-citacni-praxe-v-digitalnim-prostredi.html?page_id=1061)

JEDLIČKOVÁ, Petra. 2007. *Česká republika v procesu transformace: globalizace, informační politiky v ČR, EU a USA a odraz transformace v oblasti knihovnictví a informační vědy*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Disertační práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

JEŘÁBEK, Antonín. 2006. *Příručka uživatele systému ISBN* [online]. 5. zcela přeprac. vyd. Praha: Národní knihovna. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/soubory/ostatni/prirucka-isbi-13.pdf>

JEŘÁBEK, Antonín. 2011. ISBN a online publikace. *Ikaros* [online]. Roč. 15, č. 1. ISSN 1212-5075. [vid. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://ikaros.cz/node/6589>

JOSHI, Ruchika. c2014. Sustainability and B2B brands: driving green for growth. In: *Interbrand* [online]. Interbrand. [vid. 2014-02-21]. Dostupné z: <http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2009/Sustainability-and-B2B-Brands.aspx>

KASÍK, Pavel. 2010. Test: nová čtečka knih je fantastická, levná a pohodlnější než iPad či mobil. *Technet.cz* [online]. 19. 10. 2010. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/test-nova-ctecka-knih-je-fantasticka-levna-a-pohodlnejsi-nez-ipad-ci-mobil-1q3-/hardware.asp?c=A101018\\_183659\\_hardware\\_pka](http://technet.idnes.cz/test-nova-ctecka-knih-je-fantasticka-levna-a-pohodlnejsi-nez-ipad-ci-mobil-1q3-/hardware.asp?c=A101018_183659_hardware_pka)

KISK., c2012. Proč je důležité dělat v knihovnách výzkumy? In: *Výzkumy.knihovna.cz* [online]. KISK. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://vyzkumy.knihovna.cz/ucebnice/proc-je-dulezite-delat-v-knihovnach-vyzkumy>

KNIJFF, Johan van der. 2012. EPUB for archival preservation [online]. Hague: KB/National Library of the Netherlands. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.openplanetsfoundation.org/system/files/epubForArchivalPreservation20072012ExternalDistribution.pdf>

KOČIČKA, Pavel. 2010. Rájknih.cz láká na elektronickou verzi Biomanželky od Michala Viewegha. *Ekonom* [online]. 24. 11. 2010. [vid. 2010-12-21]. Dostupné z: <http://ekonom.ihned.cz/c1-48298220-ekonom-cz-rajknih-cz-laka-na-elektronickou-verzi-biomanzelky-od-michala-viewegha>

KÖNIGOVÁ, Marie. 2001. Vybrané kapitoly z informační vědy. In: PAPIK, Richard, Martin SOUČEK a Anna STÖCKLOVÁ, ed. *Informační studia a knihovnictví v elektronických textech* [CD-ROM]. Praha: Univerzita Karlova. Dostupné také z: <http://texty.jinonice.cuni.cz/studijni-texty/archiv-starsich-textu/019.pdf>

Konsorcia: co je konsorciální/skupinová licence. [2014]. In: *AIP odborné informace* [online]. Albertina icome Praha. [vid. 2014-03-11]. Dostupné z: <http://www.aip.cz/podpora/konsorcia/>

Konvolut. 1963. In: *Příruční slovník naučný: II. díl G-L*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd.

KOSIUR, David. 1998. *Elektronická komerce: principy a praxe*. Praha: Computer Press. ISBN 80-7226-097-9.

KRAUS, Josef. 2012. 6 nejlepších programů pro čtení e-knih na počítači. *Živě.cz* [online]. 30. 12. 2012. [vid. 2013-12-11]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/clanky/6-nejlepsich-programu-pro-cteni-e-knih-na-pocitaci/sc-3-a-166960/default.aspx>

KRČMÁŘ, Petr. 2010. Kolik stojí výroba knihy? *Root.cz* [online]. 4. 3. 2010. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://petrkrmar.blog.root.cz/2010/03/04/kolik-stoji-vyroba-knihy/>

KRČMÁŘ, Petr. 2012. Český trh s e-knihami: stále jsme na začátku. *Root.cz* [online]. 23. 7. 2012. ISSN 1212-8309. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.root.cz/clanky/cesky-trh-s-e-knihami-stale-jsme-jeste-na-zacatku/>

KROBOT, Vít. 2010. *Elektronické knihy – současný stav, perspektivy a budoucnost čtení*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

KUBÍČKOVÁ, Klára. 2014. Tři problémy e-knih aneb proč na nich nakladatelé zatím moc nevydělají. *iDNES.cz/Kultura* [online]. 16. 1. 2014. [vid. 2014-02-12]. Dostupné z: [http://kultura.idnes.cz/e-knihy-rozpocet-0km-/literatura.aspx?c=A140116\\_090550\\_literatura\\_ts](http://kultura.idnes.cz/e-knihy-rozpocet-0km-/literatura.aspx?c=A140116_090550_literatura_ts)

Learn2succeed.com Incorporated. 2012. *eBook publishing for beginners: how to make money selling your digital books online* [online]. Toronto: Productive Publications. ISBN 978-1-55270-495-0. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://books.google.cz/books?id=sGvQ1vDI0VMC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Learn2succeed.com+Inc%22&hl=cs&sa=X&ei=zZwTU9nIJZOYhQfX2oC4BA&ved=0CEEQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false>

LEBERT, Marie. 2009. *A short history of e-books*. Toronto: University of Toronto. Dostupné také z: <http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebookEN.pdf>

LEDINSKÝ, Martin. 2014. *Re: Nové knihy* [elektronická pošta]. 7. 2. 2014. Dostupné z: [martin.ledinsky@ruk.cuni.cz](mailto:martin.ledinsky@ruk.cuni.cz)

*Library quotes* [online]. c1997-2012. ALA. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://libraryquotes.org/quotes>

Licenční smlouva. c2011. In: *AUTORSKÉ-PRÁVO.INFO* [online]. Daněk & partners. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.autorske-pravo.info/pravni-uprava>

LICHTENBERGOVÁ, Marie. 2012. *Porada knihoven s povinným výtiskem a nabídkovou povinností* [online]. Praha: Národní knihovna ČR, 20. 11. 2012. [vid. 2014-02-20]. Dostupné z: [http://www.sdruk.cz/data/xinha/sdruk/Akvizice/2012/Prezentace/Akvizporada\\_Lichtenbergova.pdf](http://www.sdruk.cz/data/xinha/sdruk/Akvizice/2012/Prezentace/Akvizporada_Lichtenbergova.pdf)

LIPERT, Martin. 2013. *eReading* [přednáška]. Praha: NTK, 26. 11. 2013.

LUTONSKÝ, Marek. 2012. Ebooky v Česku: proč se nakladatelé bojí. *Žive.cz* [online]. 16. 10. 2012. ISSN 1212-8554. [vid. 2014-02-12]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/clanky/ebooky-v-cesku-proc-se-nakladatele-boji/sc-3-a-154866>

MACKŮ, Tomáš. 2001. Rozvoj e-B2B vztahů. *Marketing & komunikace*. Roč. 12, č. 3, s. 6. ISSN 1211-5622.

Mach, Jan. 2013. *Zkušenosti akademické knihovny VŠE s eReading* [přednáška]. Seminář E-knihy 2. Praha, NTK, 26. 11. 2013.



MACHLUP, Fritz. 1962. *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press.

*Malý encyklopedický slovník A-Ž*. 1972. Praha: Academia.

MANDAL, Sovan. 2010. And now, a slate PC from Google. *Good E-Reader* [online]. 29. 3. 2010. [vid. 2010-12-21]. Dostupné z: <http://goodereader.com/blog/electronic-readers/and-now-a-slate-pc-from-google/>

MARSHALL, Catherine C. 2010. *Reading and writing the electronic book*. [San Rafael]: Morgan & Claypool. ISBN 1598299050.

Marshall McLuhan. 2013. In: *Wikipedia: the free Encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. This page was last modified on 9 January 2014 at 14:39. [vid. 2014-02-20]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall\\_McLuhan](http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan)

MATĚJKOVÁ, Jana a Jíří PAVLÍK. 2012. České e-knihy a tipy k akvizici e-knih. In: *INFORUM 2012: 18. ročník konference o profesionálních informačních zdrojích, 22.-24. května 2012, Praha* [online]. Praha: AiP. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.inforum.cz/pdf/2012/matejkova-jana.pdf>

MATUŠÍK, Zdeněk. 2009. Kniha. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [vid. 2013-12-20]. Dostupné z: [http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000993&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000993&local_base=KTD)

McLUHAN, Marshall. 1962. *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.

McLUHAN, Marshall. 1991. Automatizace: Učíme se žít. In: Marshall McLUHAN. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Odeon, s. 319-330. ISBN 80-207-0296-2.

*MTM: Movable type management* [online]. [2014]. Movable Type. [vid. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://mtmgmt.net/Ashlock.html>

MUSIL, Josef. 2011. Informační společnost a její ekonomické a sociální aspekty. *Orbis communicationis* [online]. Praha: Univerzita J. A. Komenského. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://orbis.ujak.cz/informacni-spolecnost.php>

Národní knihovna ČR. 2012. *Přidělování čísel ISBN, jejich evidence a kontrola* [online]. 18. 12. 2012. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/sluzby/sluzby-pro/isbn-ismn-issn/isbn/isbn-7?searchterm=pro+vydavatele>

Národní knihovna ČR. 2013. *Doporučené podmínky pro skladování, přepravu a manipulaci u některých druhů fondů* [online]. 16. 7. 2013. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/o-knihovne/odborne-cinnosti/sprava-a-ochrana-fondu/pece-o-knihovni-sbirky/ulozeni-tab>

Národní knihovna ČR. 2014. *Příjemci povinného výtisku neperiodických publikací* [online]. 31. 1. 2014. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://www.nkp.cz/o-knihovne/odborne-cinnosti/doplnovani-fondu/adresy-odberatelu-pv>

- Národní technická knihovna. 2012. *České e-knihy v českých knihovnách: ekonomická studie* [online]. Praha: Národní technická knihovna. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: [http://repozitar.techlib.cz/record/553/files/idr-553\\_1.pdf](http://repozitar.techlib.cz/record/553/files/idr-553_1.pdf)
- OČKO, Petr. 2010. *Ekonomika podniku v éře informační společnosti* [online]. Praha: Univerzita Karlova, Ústav informačních studií a knihovnictví. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: [www.informacniveda.cz/dwn/1003/1164\\_ekonomika\\_podniku.pdf](http://www.informacniveda.cz/dwn/1003/1164_ekonomika_podniku.pdf)
- OUPIC, Miroslav. 2007. Knižní marketing. *Marketingové noviny* [online]. 26. 3. 2007. [vid. 2014-02-07]. Dostupné z: [http://www.marketingovenoviny.cz/marketing\\_5052/](http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_5052/)
- PALÁN, Petr. 2001. Vaše firma v nové ekonomice – část 1: pojmy se mění v dojmy (aneb e-business vs. e-commerce). *E-komerce.cz* [online]. 17. 1. 2001. [vid. 2003-02-04]. Dostupné z: <http://www.e-komerce.cz/ec/ec.nsf/0/26EF1F70044846BEC12569D5004F9CE7>
- PalmBooks. 2013. Licenční a obchodní podmínky. In: *Palmknihy* [online]. Palmbooks, 5. 12. 2013. [vid. 2014-02-27]. Dostupné z: <http://palmknihy.cz/web/p/obchodni-podminky>
- Palmknihy.cz: obrat trhu s e-knihami letos vzroste na 90 mil. Kč. 2013. *Finance.cz* [online]. 13. 5. 2013. [vid. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/388290-palmknihy-cz-obrat-trhu-s-e-knihami-letos-vzroste-na-90-mil-kc/>
- PAPÍK, Richard. 2001. e-B2B z pohledu informační a znalostní profese. *Marketing & komunikace*. Roč. 12, č. 3, s. 9-11. ISSN 1211-5622.
- PAPÍK, Richard. 2011. *Strategie vyhledávání informací a elektronické informační zdroje*. Brno: Tribun EU. ISBN 978-80-7399-338-2.
- PAVLÍK, Jiří. 2013. E-čtečky – novinky, trendy a české e-knižky, příležitosti pro knihovny. In: *Bibliotheca Academica*, 30. a 31. 10. 2013, *Veterinární a farmaceutická univerzita Brno* [online]. AKVŠ. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.akvs.cz/aktivity/ba-2013/ba2013-pavlik.pdf>
- PECKHAM, Matt. 2012 Sued: DOJ brings e-book antitrust lawsuit against Apple, publishers. *Time* [online]. 11. 4. 2012. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://techland.time.com/2012/04/11/sued-doj-brings-e-book-antitrust-lawsuit-against-apple-publishers/#ixzz1rljtBB8t>
- PENENBERG, Adam L. 2009. Forget e-books: the future of the book is far more interesting. *Fast Company* [online]. 23. 12. 2009. [vid. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.fastcompany.com/1493951/forget-e-books-future-book-far-more-interesting>
- PETRŮ, Eduard. 1998. Co je rukopisná kniha. In: *7. odborná konference Problematika historických a vzácných knižních fondů Čech, Moravy a Slezska, 14.-15. 10. 1998, Vědecká knihovna v Olomouci* [online]. Olomouc: Vědecká knihovna v Olomouci. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.vkol.cz/cs/aktivity/konference-a-odborna-setkani/7--rocnik-odborne-konference/clanek/co-je-rukopisna-kniha-/#fnB1>
- PISTORIUS, Vladimír. 2003. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Praha: Paseka. ISBN 80-7185-516-2.

- PISTORIUS, Vladimír et al. 2013. *Zpráva o českém knižním trhu 2012/2013* [online]. Praha: Svaz českých knihkupců a nakladatelů. ISBN 978-80-902495-8-5. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-936.pdf>
- PLAUT, Martin. 2004. Ford advertises the literary way. *BBC News* [online]. 1. 3. 2004. [vid. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/3522635.stm>
- POKORNÝ, Antonín. 2012. Tvorba elektronických knih v knihovnách. In: Tomáš BOUDA et al. *Elektronické knihy v českých knihovnách* [online]. Brno: Masarykova univerzita, s. 53-70. ISBN: 978-80-210-6000-5. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://eknihy.knihovna.cz/kniha/elektronicke-knihy-v-ceskych-knihovnach>
- POKORNÝ, Lukáš. 2012. Formáty elektronických knih: specifika a popularita. *Inflow* [online]. 7. 9. 2012. [vid. 2013-11-09]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/formaty-elektronickykh-knih-jejich-specifika-popularita>
- PRIEGO, Ernesto. 2011. Father Roberto Busa: one academic's impact on he and my career. *The Guardian* [online]. 12. 8. 2011. [vid. 2012-09-30]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2011/aug/12/father-roberto-busa-academic-impact>
- Prodej elektronických knih v Česku vzrostl čtyřnásobně: hodně se ale stahuje na černo. 2013. *iHNED* [online]. 13. 5. 2013. ISSN 1213-7693. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-59868290-prodej-elektronickykh-knih-v-cesku-vzrostl-ctyrnasobne-hodne-se-ale-stahuje-nacerno>
- Project Gutenberg* [online]. 2010. Project Gutenberg. [vid. 2013-12-07]. Dostupné z: [http://www.gutenberg.org/wiki/Main\\_Page](http://www.gutenberg.org/wiki/Main_Page)
- PROKOP, Marek., 2011. Pár poznámek k diskusi o elektronických knihách. *Bookz.cz* [online]. 11. 03. 2011. [vid. 2014-02-06]. Dostupné z: <http://www.bookz.cz/wordpress/2011/03/11/marek-prokop-par-poznamek-k-diskusi-o-elektronickykh--knihach/>
- Publisher. [1997]. In: *Directory of Mark Twain's maxims, quotations, and various opinions* [online]. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.twainquotes.com/Publisher.html>
- RABASOVÁ, Eva. 2013. *Knižní marketing* [online]. Praha: VŠE. Diplomová práce. VŠE, Fakulta podnikohospodářská, Katedra Arts managementu. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: [http://www.vse.cz/vskp/37125\\_knizni\\_marketing](http://www.vse.cz/vskp/37125_knizni_marketing)
- Random House. 2008. Größter buchverlag der welt bekommt neuen chef. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. [online]. 20. 5. 2008. [vid. 2013-12-08]. Dostupné z: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/random-house-groesster-buchverlag-der-welt-bekommt-neuen-chef-1546483.html>
- RICE, David E. and Andries van DAM. 1970. Computers and publishing: writing, editing and printing. *Advances in Computers*, vol. 10, pp. 145–174.
- ROMANO, Frank. 2002. E-books and the challenge of preservation. In: *Building a national strategy for preservation: issues in digital media archiving* [online]. Washington: Council on Library and Information Resources, Library of Congress, pp.

23-37. ISBN 1-887334-91-2. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z:  
<http://www.clir.org/pubs/reports/pub106/ebooks.html>

RULÍKOVÁ, Miloslava. 2005. *Elektronické obchodování s tradičními tištěnými, zvukovými a zvukově-obrazovými dokumenty*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Rigorózní práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

RULÍKOVÁ, Miloslava. 2002. *Elektronické obchodování s tradičními tištěnými, zvukovými a zvukově-obrazovými dokumenty*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

RÝDEL, Tomáš. 2013. *Specifika internetového podnikání*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

SGML. 2013. In: *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. Wikimedia Foundation. Stránka byla naposledy editována 9. 3. 2013 v 23:02. Česká verze. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/SGML>

SCHEMBER, John. 2011. DRM – its all about lock-in. *TeleRead* [online]. Gadgetell LLC & North American Publishing Company, 27. 6. 2011. [vid. 2012-05-25]. Dostupné z: <http://www.teleread.com/copy-right/drm-its-all-about-lock-in-by-john-schember/>

SCHUESSLER, Jennifer. 2010. The Godfather of the e-Reader. *The New York Times. Sunday Book Review* [online]. 11. 4. 2010, s. 27. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2010/04/11/books/review/Schuessler-t.html?pagewanted=all>

SKŘIVÁNKOVÁ, Alena. 2010. *Historie tisku map* [online]. Praha: České vysoké učení technické v Praze. Bakalářská práce. ČVUT, Fakulta stavební, Katedra mapování a kartografie. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z:  
<http://geo3.fsv.cvut.cz/~soukup/bkl/skrivankova/index.htm>

SLÍPKA, B. a R. FROULÍK. 2000. Zásobování řízené dodavatelem – prvek elektronického obchodování v Jednotě SD České Budějovice. *Agroregion*, sv. 3, s. 41-42.

Slunecnice.cz, c2014. *Calibre 1.24* [online]. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z:  
<http://www.slunecnice.cz/sw/calibre/>

SMITH, Alastair G. c2013. *What can e-libraries learn from e-business* [online]. Wellington: Victoria University, School of Information Management. [vid. 2014-02-22]. Dostupné z:  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?rep=rep1&type=pdf&doi=10.1.1.84.2906>

SUDOVÁ, Miroslava. 2011. Zpráva ze Semináře o autorském právu. *Ikaros* [online]. Roč. 15, č. 6. ISSN 1212-5075. [vid. 2012-05-25]. Dostupné z:  
<http://www.ikaros.cz/node/6945>

ŠALDA, Jaroslav. 1968. *Od rukopisu ke knize a časopisu*. 3. zcela přeprac. vyd. Praha: Nakladatelství technické literatury.

- ŠOTOLOVÁ, Jovanka. 2010. Knihy Google 2010 - aktualita. *iLiteratura.cz* [online]. 18. 5. 2010. [vid. 2010-12-21]. Dostupné z: <http://www.iliteratura.cz/Clanek/26381/knihy-google-2010-aktualita>
- ŠRÁMKOVÁ, Martina. 2007. Tuzemský knižní trh = kultura za čtyři a půl miliardy. *E15: Strategie.cz* [online]. 9. 11. 2007. [vid. 2014-02-23]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/prilohy/s-print/tuzemsky-knizni-trh-kultura-za-ctyri-a-pul-miliardy-470630>
- TESAŘÍKOVÁ, Veronika. 2008. *U pěti domečků: autorská kniha* [online]. Brno: Masarykova univerzita v Brně. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/104494/pedf\\_m/Diplomova\\_prace\\_W\\_-\\_Veronika\\_Tesarikova\\_\\_Pribehy\\_z\\_peti\\_domecku\\_.txt](http://is.muni.cz/th/104494/pedf_m/Diplomova_prace_W_-_Veronika_Tesarikova__Pribehy_z_peti_domecku_.txt)
- TĚTEK, M. 1999. EDM versus E-commerce. *Systém*, č. 5, s. 5.
- VALIŠOVÁ, Edita. 2010. Proč se nám nelíbí připravovaná novela autorského zákona. *Inflow* [online]. 6. 9. 2010. ISSN 1802-9736. [vid. 2010-12-22]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/proc-se-nam-nelibi-pripravovana-novela-autorskeho-zakon>
- VÁVROVÁ, Lucie. 2010. Čtení elektronických knih: nová zařízení mění zvyky: lidé čtou více, dokonce už i v kajaku. *Palmknihy.cz - blog* [online]. 27. 8. 2010. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: [http://blog.palmknihy.cz/2010\\_08\\_01\\_archive.html](http://blog.palmknihy.cz/2010_08_01_archive.html)
- VEEN, Miriam van. 2009. Digital vs. traditional print publishing. *Examiner.com* [online]. 26. 6. 2009. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.examiner.com/article/digital-vs-traditional-print-publishing>
- VLČEK, Jiří. 2013. Proč není dobré půjčování e-knih. *Palmknihy.cz - blog* [online]. 25. 10. 2013. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://blog.palmknihy.cz/2013/10/proc-neni-dobre-pujcovani-e-knih.html>
- VOIT, Petr. 2006. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století*. Praha: Libri. ISBN 80-7277-312-7.
- VOIT, Petr. 2008. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století: papír, písmo a písmolijectví, knihtisk a jiné grafické techniky, tiskaři, nakladatelé, knihkupci, ilustrátoři a kartografové, literární typologie, textové a výtvarné prvky knihy, knižní vazba, knižní obchod*. 2. vyd. Praha: Libri. 2 sv. ISBN 978-80-7277-390-9.
- VOJTÍŠEK, Vojtěch. 2013. E-knihy do každé knihovny: Městská knihovna v Praze jako vydavatel. In: *Seminář E-knihy 2. Moderní informační a komunikační technologie v knihovnictví 2013, 26. 11. 2013* [online]. Praha: Národní technická knihovna. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://www.techlib.cz/cs/2677-26-11-2013-e-knihy-2/>
- VYLEŤAL, Martin. 2012a. Hana Žáková (Kosmas): DRM není do budoucna tou správnou cestou Kindle. *Lupa.cz* [online]. 21. 2. 2012. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/hana-zakova-kosmas-drm-neni-do-budoucna-tou-spravnou-cestou/>
- VYLEŤAL, Martin. 2012b. Martin Lipert (eReading): velkodistribuce e-knih nedává smysl, vydavatelé trátí peníze. *Lupa.cz* [online]. 7. 12. 2012. [vid. 2014-02-22].

Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/martin-lipert-ereading-velkodistribuce-e-knih-nedava-smysl-vydavatele-trati-penize/>

VYLEŤAL, Martin. 2012c. Tři čtvrtiny tuzemských majitelů e-čteček vlastní Kindle. *Lupa.cz* [online]. 31. 7. 2012. [vid. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/tri-ctvrtiny-tuzemskych-majitelu-e-ctecek-vlastni-kindle/>

VYLEŤAL, Martin. 2012d. Wooky začne nabízet e-knihy i pro čtečky Kindle. *Lupa.cz* [online]. 31. 10. 2012. [vid. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/wooky-zacne-nabizet-e-knihy-i-pro-ctecky-kindle/>

VYLEŤAL, Martin. 2013a. E-knihkupec Palmknihy.cz začne kvůli DPH prodávat knížky z Lucemburska. *Lupa.cz* [online]. 5. 12. 2013. [vid. 2014-02-27]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/e-knihkupec-palmknihy-cz-zacne-kvuli-dph-prodavati-knizky-z-lucemburska/>

VYLEŤAL, Martin. 2013b. Václav Kadlec (Albatros Media): polovinu knih budeme vydávat i jako e-booky. *Lupa.cz* [online]. 12. 4. 2013. [vid. 2014-02-27]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/vaclav-kadlec-albatros-media-polovinu-knih-budeme-vydavat-i-jako-e-booky/>

VYTLAČIL, Petr. 2011. Zasílání dokumentů do čtečky Kindle prostřednictvím e-mailu aneb @free.kindle.com VS @kindle.com. *eBooky.cz* [online]. 15. 1. 2011. [vid. 2014-02-07]. Dostupné z: <http://www.amazon-kindle.cz/zasilani-dokumentu-do-ctecky-kindle-prostrednictvim-e-mailu-aneb-free-kindle-com-vs-kindle-com/>

Why e-books cost so much. 2012. *Scientific American* [online]. 11. 4. 2012. ISSN 0036-8733. [vid. 2014-02-10]. Dostupné z: <http://www.scientificamerican.com/article/why-e-books-cost-so-much-2012-04/>

WIJAS, D. 2000. Co je to e-marketplace. *E-biz.* Roč. 1, č. 1, s. 3-4. ISSN 1213-063X.

YANKELOVICH, Nicole, Norman MEYROWITZ and Andries van DAM. 1985. Reading and writing the electronic book. *IEEE Computer* [online]. Vol.18, issue 10, pp. 15-30. [vid. 2014-02-08]. Dostupné z: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=4407>

ZANDL, Patrik. 2010. Eknihy v Česku: první dohody s velkými vydavateli. *Lupa.cz* [online]. 6. 8. 2010. [vid. 2010-12-20]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/eknihy-v-cesku-prvni-dohody-s-velkymi-vydavateli/>

ZEKTER, Carly. 2009. Amazon Kindle for PC Review. *Gear Diary* [online]. 10. 11. 2009. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://geardiary.com/2009/11/10/amazon-kindle-for-pc-review/>

ZLATUŠKA, Jiří. 1998. Informační společnost. *Zpravodaj ÚVT MU*. Roč. 8, č. 4, s. 1-6. ISSN 1212-0901.

ŽÁK, Čestmír. 2010. Google spustil očekávaný projekt eBooks. *PCWorld* [online]. 6. 12. 2010. [vid. 2010-12-21]. Dostupné z: <http://pcworld.cz/novinky/google-spustil-ocekavany-projekt-ebooks-16439>

ŽDÁNSKÝ, Michal. 2013. Verdikt: Apple vinen v případě knižního kartelu. *Jablíčkář.cz* [online]. 11. 7. 2013. [vid. 2014-03-01]. Dostupné z: <http://jablickar.cz/verdikt-apple-vinen-v-pripade-knizniho-krtelu/>

## **SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha číslo 1** Příjemci povinného výtisku neperiodických publikací, příjemci nabídkové povinnosti

**Příloha číslo 2** Knihovní licence

**Příloha číslo 3** Seznam knihoven oslovených v rámci dotazníkového šetření

**Příloha číslo 4** Otázky položené v rámci dotazníkového šetření realizovaného v 1. čtvrtletí 2014

**Příloha číslo 5** Doplnující otázky položené vybraným knihovnám po realizaci dotazníkového šetření

**Příloha číslo 1 Příjemci povinného výtisku neperiodických publikací, příjemci nabídkové povinnosti**

(s využitím Národní knihovna ČR 2014)

<b>Úplný povinný výtisk</b> podle zákona č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích ve znění zákona 320/2002 Sb. o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů		
<b>NÁZEV KNIHOVNY</b>	<b>ADRESA KNIHOVNY E-MAIL</b>	<b>TELEFON FAX</b>
Národní knihovna ČR 2 povinné výtisky	povinné výtisky, Klementinum 190, 110 00 Praha 1 sekret.ur@nkp.cz Petra.Chalupnickova@nkp.cz	221663111
Moravská zemská knihovna	Kounicova 65a 601 87 Brno mzk@mzk.cz	541646111
Vědecká knihovna v Olomouci, oddělení doplňování fondů	Bezručova 2, pošt. schr. 9 779 11 Olomouc stanislava.ivanovova@vkol.cz	585223441 585220615
<b>Regionální povinný výtisk</b>		
Městská knihovna v Praze	Mariánské náměstí 1 115 76 Praha 1 prahlovz@mlp.cz	222113220
Středočeská vědecká knihovna v Kladně	Gen. Klapálka 1641 272 01 Kladno akvizice@svkkl.cz	312247432-3 312813111 fax 312813130
Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích	Na sadech 27-28 370 59 České Budějovice akvizice@cbvk.cz	386351787
Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje	Klatovská tř. 200/B, PO Box 20 320 70 Plzeň 20 nabidky@svkpl.cz	377 454 830 377 454 836
Severočeská vědecká knihovna	W. Churchilla 3 400 01 Ústí nad Labem	475200045 475209126



	akvizice@svkul.cz	
Krajská vědecká knihovna Liberec	Rumjancevova 1 460 53 Liberec library@kvkli.cz	482412111
Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové	Hradecká 1250/2, 500 03 Hradec Králové 3 akvizice@svkhk.cz	494 946 263-4
Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě	Prokešovo nám. 9 728 00 Ostrava msvk@svkos.cz	596118881
Krajská knihovna Karlovy Vary	Závodní 378/84 360 06 Karlovy Vary knihovna@knihovnakv.cz	353502822
Krajská knihovna v Pardubicích	Perštýnské nám. 77 530 94 Pardubice akvizice@knihovna-pardubice.cz	466531240 466531255
Krajská knihovna Vysočiny	Havlíčkovo nám. 87 580 01 Havlíčkův Brod knihovna@kkvysociny.cz	569400499
Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně, příspěvková organizace	Vavrečkova 7040 760 01 Zlín akvizice@kfbz.cz	573 032 517 731571104
Moravská zemská knihovna	Kounicova 65a 601 87 Brno mzk@mzk.cz	541646111
Vědecká knihovna v Olomouci oddělení doplňování fondů	Bezručova 2, pošt. schr.9 779 11 Olomouc stanislava.ivanovova@vkol.cz	585223441 585220615

**Nabídková povinnost**  
podle vyhlášky č. 156/2003 Sb., kterou se mění vyhláška č. 252/1995 Sb., kterou s  
provádí některá ustanovení zákona č. 37/1995 Sb., o neperiodických publikacích

<b>NÁZEV KNIHOVNY</b>	<b>ADRESA KNIHOVNY E-MAIL</b>	<b>TELEFON FAX</b>
Knihovna Akademie věd ČR	Národní třída 3, 115 22 Praha 1 hartmanova@knav.cz akviz@knav.cz	221403322 221403302 fax 224240611
Poslanecká sněmovna, Parlamentní knihovna	Sněmovní 4, 110 00 Praha 1 sosna@psp.cz francova@psp.cz	257174501 257174504
Národní technická knihovna	Technická 6, 160 80, Praha 6 techlib@techlib.cz	232 002 409
Knihovna Národního muzea	Václavské nám. 68, 115 79 Praha 1 eva_lachmanova@nm.cz	224497165
Knihovna Památníku národního písemnictví v Praze	Strahovské nádvoří 132, 118 38 Praha 1 - Hradčany alena.petruzelkova@post.cz	220516653
Středočeská vědecká knihovna v Kladně	Gen. Klapálka 1641 272 01 Kladno akvizice@svkkl.cz	312247432-3 312813111 fax 312813130
Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích	Na sadech 27-28 370 59 České Budějovice akvizice@cbvk.cz	386351787
Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje	Klatovská tř. 200/B, PO Box 20 320 70 Plzeň 20 nabidky@svkpl.cz	377 454 830 377 454 836
Severočeská vědecká knihovna	W. Churchilla 3 400 01 Ústí nad Labem akvizice@svkul.cz	475200045 475209126
Krajská vědecká knihovna Liberec	Rumjancevova 1 460 53 Liberec library@kvkli.cz	482412111
Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové	Hradecká 1250/2, 500 03 Hradec Králové 3 akvizice@svkhk.cz	494 946 263
Moravskoslezská vědecká knihovna v	Prokešovo nám. 9 728 00 Ostrava	596118881

Ostravě	msvk@svkos.cz	
Krajská knihovna Karlovy Vary	Závodní 378/84 360 06 Karlovy Vary knihovna@knihovnakv.cz	353 502 822
Krajská knihovna v Pardubicích	Perštýnské nám. 77 530 94 Pardubice akvizice@knihovna- pardubice.cz	466531240 466531255
Krajská knihovna Vysočiny	Havlíčkovo nám. 87 580 01 Havlíčkův Brod knihovna@kkvysociny.cz	569400499
Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně, příspěvková organizace	Vavrečkova 7040 760 01 Zlín akvizice@kfbz.cz	573 032 517 731571104
Městská knihovna v Praze	Mariánské náměstí 1 115 76 Praha 1 prahlovz@mlp.cz	222113220

## **Příloha číslo 2 Knihovní licence**

### **KNIHOVNÍ LICENCE**

**Knihovny za půjčování knih autorům nic neplatí. Za knihovny platí odměnu kolektivnímu správci stát, v některých případech nárok na odměnu autor nemá. Viz § 37 Autorského zákona (Česko 2000):**

#### § 37

##### *Knihovní licence*

*(1) Do práva autorského nezasahuje knihovna, archiv, muzeum, galerie, škola, vysoká škola a jiné nevýdělečné školské a vzdělávací zařízení,*

...

*c) zpřístupňuje-li dílo, včetně zhotovení jeho rozmnoženiny nezbytné pro takové zpřístupnění, které je součástí jeho sbírek a jehož užití není předmětem prodejních nebo licenčních podmínek, s výjimkou sdělování díla způsobem uvedeným v § 18 odst. 2, jednotlivcům ze strany veřejnosti prostřednictvím k tomu určených technických zařízení umístěných v jeho objektech, a to výhradně pro účely výzkumu nebo soukromého studia takových osob, a zamezí-li takovým osobám zhotovit rozmnoženinu díla; ustanovení § 30a odst. 1 písm. c) a d) tím nejsou dotčena,*

*d) půjčuje-li originály nebo rozmnoženiny obhájených diplomových, rigorózních, disertačních a habilitačních prací na místě samém, a to výhradně pro účely výzkumu nebo soukromého studia, pokud takové užití autor nevyloučil.*

*(2) Do práva autorského nezasahuje osoba uvedená v odstavci 1, půjčuje-li originály nebo rozmnoženiny vydaných děl, je-li zaplacená odměna, která přísluší autorům od osoby a ve výši stanovené v příloze k tomuto zákonu. Právo na odměnu autor nemá v případě půjčování zveřejněných děl podle tohoto odstavce na místě samém, nebo půjčují-li originály nebo rozmnoženiny vydaných děl školní knihovny a knihovny vysokých škol, Národní knihovna České republiky, Moravská zemská knihovna v Brně, Státní technická knihovna, Národní lékařská knihovna, Národní pedagogická knihovna Komenského, Knihovna Ústavu zemědělských a potravinářských informací, Knihovna Národního filmového archivu a Parlamentní knihovna České republiky.*

...

*(5) Osoba uvedená v odstavci 1 je povinna, lze-li to na ní spravedlivě požadovat, předkládat příslušnému kolektivnímu správci na jeho žádost vždy souhrnně za kalendářní rok nejpozději do konce následujícího kalendářního měsíce informace o počtu uskutečněných výpůjček a informace nezbytné pro rozúčtování odměn kolektivním správcem.*

**Příloha číslo 3 Seznam knihoven oslovených v rámci dotazníkového šetření**

*Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven*

<b>KNIHOVNY UNIVERZITY KARLOVY V PRAZE</b>
Knihovna Katolické teologické fakulty UK
Knihovna Husitské teologické fakulty UK
Knihovna Evangelické teologické fakulty UK
Knihovna Právnické fakulty UK
Ústav vědeckých informací UK 1. Lékařské fakulty a Fakultní nemocnice královské Vinohrady
Ústav vědeckých informací UK 2. Lékařské fakulty a Fakultní nemocnice Motol
Ústav vědeckých informací UK 3. Lékařské fakulty UK
Lékařská knihovna Lékařské fakulty UK v Hradci Králové
Středisko vědeckých informací LF UK Plzeň
Středisko vědeckých a knihovnických informací Farmaceutické fakulty UK v Hradci Králové
Knihovna Filozofické fakulty UK
Knihovna společenských věd T. G. Masaryka v Jinonicích
Oddělení podpory vědy – elektronické informační zdroje, Přírodovědecká fakulta UK
Biologická knihovna UK
Knihovna filosofie a dějin přírodních věd
Knihovna Ústavu pro životní prostředí
Knihovna Matematicko-fyzikální fakulty UK

Ústřední knihovna Pedagogické fakulty UK
Centrální a novinářská knihovna FSV UK
Ústřední tělovýchovná knihovna
Knihovna Ústavu dějin UK a Archivu UK
Knihovna Centra pro teoretická studia
Knihovna CERGE-EI
Ústřední knihovna UK – Evropské dokumentační a informační středisko

#### **KNIHOVNY VYSOKÉHO UČENÍ TECHNICKÉHO V BRNĚ**

Ústřední knihovna Vysokého učení technického v Brně
Knihovna Fakulty architektury VUT v Brně
Knihovnické informační centrum FAST
Knihovna Fakulty výtvarných umění
Areálová knihovna FEKT
Knihovna Fakulty informačních technologií
Útvar vědeckých informací (knihovna) FP VUT
Areálová knihovna Fakulty strojního inženýrství

#### **KNIHOVNY MASARYKOVY UNIVERZITY V BRNĚ**

Ústřední knihovna Právnické fakulty MU
Ústřední knihovna Přírodovědecké fakulty MU
Ústřední knihovna Filozofické fakulty MU

Ústřední knihovna Pedagogické fakulty MU
Středisko vědeckých informací – knihovna Ekonomicko-správní fakulty MU
Knihovna Fakulty informatiky MU
Ústřední knihovna Fakulty sociálních studií MU
Knihovna univerzitního kampusu MU

<b>OSTATNÍ OSLOVENÉ UNIVERZITNÍ KNIHOVNY</b>
Univerzitní knihovna Technické univerzity v Liberci
Akademická knihovna Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích
Univerzitní knihovna Univerzity Hradec Králové
Univerzitní knihovna Technické univerzity v Liberci
Univerzitní knihovna Slezské univerzity v Opavě
Univerzitní knihovna Ostravské univerzity
Ústřední knihovna Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava
Univerzitní knihovna Univerzity Pardubice
Univerzitní knihovna Západočeské univerzity
Česká zemědělská univerzita v Praze
Knihovna Akademie múzických umění v Praze
Knihovna Policejní akademie České republiky
Ústřední knihovna ČVUT v Praze
Knihovna Vysoké školy ekonomické v Praze
Vědecká knihovna Univerzity J. E. Purkyně



Ústřední knihovna VŠCHT
Ústřední knihovna Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
Knihovna Akademie věd ČR
Knihovna Janáčkovy akademie múzických umění v Brně
Informační centrum a ústřední knihovna Mendelovi univerzity v Brně
Odborná knihovna Jiřího Hájka Metropolitní univerzity v Praze (soukromá VŠ)
Knihovna Univerzity Jana Amose Komenského Praha (soukromá VŠ)

<b>NÁRODNÍ KNIHOVNA, KRAJSKÉ A VĚDECKÉ KNIHOVNY</b>
Národní knihovna České republiky
Národní pedagogická knihovna Komenského
Národní technická knihovna
Krajská knihovna v Pardubicích
Krajská knihovna Karlovy Vary
Krajská vědecká knihovna Liberec
Krajská knihovna Vysočiny
Krajská knihovna Františka Bartoše Zlín
Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích
Moravská zemská knihovna v Brně
Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové
Středočeská vědecká knihovna v Kladně
Vědecká knihovna v Olomouci

Moravskoslezská vědecká knihovna Ostrava
Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje
Severočeská vědecká knihovna Ústí nad Labem

<b>OSTATNÍ OSLOVENÉ KNIHOVNY</b>
Městská knihovna v Praze
Knihovna města Olomouce
Knihovna Petra Bezruče v Opavě
Městská knihovna Most
Knihovna města Mladá Boleslav
Městská knihovna Jihlava
Knihovna města Plzeň
Městská knihovna Kolín
Městská knihovna Havířov
Městská knihovna Třinec
Městská knihovna Chrudim
Knihovna Krajské nemocnice Liberec

Osloveno bylo 90 knihoven.

**Příloha číslo 4 Otázky položené v rámci dotazníkového šetření realizovaného v 1. čtvrtletí 2014**

*Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven*

**Jste knihovna**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- Vysokoškolská / univerzitní
- Veřejná
- Jiné

**Funguje ve vaší knihovně systém prezenčního půjčování elektronických knih české produkce?**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- ano
- ne

**Funguje ve vaší knihovně systém absenčního půjčování elektronických knih české produkce?**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- ano
- ne

**Jak hodnotíte uživatelskou přívětivost absenční výpůjčky českých e-knih s ohledem na informační gramotnost vašich čtenářů?**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- velmi jednoduchá
- jednoduchá
- složitá
- velmi složitá
- nemohu posoudit (knihovna absenčně české e-knihy nepůjčuje)

**Dochází k půjčování českých elektronických knih ve spolupráci s některou níže uvedenou platformou?**

Zvolit lze i více možností.

- eReading
- Flexibooks
- ebrary DASH!
- Levná-knihovna
- Wooky
- Publero
- Nechoází

**Jaká je výpůjční doba českých e-knih ve vaší knihovně?**

Pokud se liší pro jednotlivé platformy, prosím uveďte. Zaškrtnout lze obě možnosti.

- klasická výpůjční doba jako u tištěných zdrojů
- pouze prezenční výpůjčka
- jiné

**Jsou české e-knihy zapůjčené čtenáři vaší knihovny zobrazovány pomocí**

Zvolit lze i více možností.

- webového rozhraní vaší knihovny
- webového rozhraní (komerční) platformy
- jiného softwaru pro offline čtení (ADE, proprietární aplikace,...)

**Hodnotíte pořizovací cenu a náklady následného provozu e-výpůjčky českých e-knih ve srovnání s klasickou výpůjčkou tištěné verze knihy jako**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- vyšší
- stejnou
- nižší
- nemohu posoudit

**Vyjádřete v řádech výši rozpočtu vaší knihovny na akvizici českých e-knih v roce 2013**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- stovky Kč
- tisíce Kč
- desítky tisíc Kč
- stovky tisíc Kč a více

**Předpokládáte v budoucím období navyšování rozpočtu vaší knihovny na akvizici českých elektronických knih?**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- ano
- ne
- nemohu posoudit

**Jak vnímáte perspektivu na poli akvizice českých e-knih v knihovnách?**

Zvolte prosím pouze jednu možnost.

- velmi optimisticky
- mírně optimisticky
- mírně skepticky
- skepticky
- nemám názor

**Příloha číslo 5 Doplnující otázky položené vybraným knihovnám po realizaci dotazníkového šetření**

Doplňující otázky k výzkumu

**Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary  
DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven**

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Jihočeská vědecká knihovna v Českých Budějovicích

Kontaktní osoba: Zuzana Hájková (metodický pracovník)

Datum vyplnění dotazníku: 14. 3. 2014

**Otázky a odpovědi**

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*eReading*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?

- *Omezený výběr knih k vypůjčení.*
- *Čtenář si může vypůjčit i jinou knihu, než vyhledá v našem katalogu.*

3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?

- *Konečně distributor, který je ochoten navázat spolupráci s veřejnými knihovnami v oblasti e-vypůjček beletrie.*
- *Vstřícný přístup při implementaci do aut. knihovnického systému JVK.*
- *Jednoduchý systém e-vypůjček.*

**(knihovna realizuje Model B platformy eReading – pozn. autorky)**

Doplňující otázky k výzkumu

**Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary  
DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven**

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Středočeská vědecká knihovna v Kladně

Kontaktní osoba: Ing. Eva Recmanová (vedoucí oddělení automatizace a IT, systémová knihovnice)

Datum vyplnění dotazníku: 19. 3. 2014

-

**Otázky a odpovědi**

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*eReading*

*Zvolili jsme tuto platformu jako počáteční projekt, protože celý proces půjčování e-knih nám připadá takto nejschůdnější a organizačně nejjednodušší. V budoucnu, pokud výpůjčky e-knih budou využívány, chceme nabídku rozšířit o další platformy.*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?  
*Jako první je potřeba doladit licenční smlouvu, kterou eReading asi nemá ve standardizované podobě k dispozici.*

*Dalším problémem může být velká forma závislosti na platformě, bude nutné ve spolupráci s eReadingem nastavit určité limity jako počet výpůjček na čtenáře v určitém časovém období, případně i další nutnost regulace. Výhodou by pro nás bylo, kdybychom tato nastavení mohli administrovat sami. Největší nevýhoda je zatím ještě vysoká cena 49 Kč za výpůjčku. Uvítali bychom tak 20 Kč.*

3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?

*Je to pro nás možnost vůbec začít s půjčováním e-knih.*

*Nemusíme řešit licenční podmínky půjčování.*

*Nemusíme zajišťovat režim půjčování (vypršení výpůjčky po určité době, evidence výpůjček).*

*eReading poskytuje širokou nabídku e-knih.*

**(knihovna realizuje Model B platformy eReading – pozn. autorky)**



## Doplňující otázky k výzkumu

### Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Akademická knihovna Jihočeské univerzity

Kontaktní osoba: Martin Hanák (oddělení IT služeb)

Datum vyplnění dotazníku: 11. 3. 2014

#### Otázky a odpovědi

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*Od listopadu 2012 zpřístupňujeme české e-knihy pomocí platformy eReading. Nejedná se o výpůjčky (na omezenou dobu), ale o trvalé stáhnutí souboru čtenářem.*

*Níže uvádím informace, které jsem postupně poskytoval knihovnám zajímajících se o tuto platformu. Po Mgr. Matějkové jsem převzal koordinování jednání mezi knihovnami a eReadingem. Připojuji také informace o platformě Flexibooks, se kterou také jednám. Flexibooks nyní vyvíjí větší aktivitu než eReading a snaží se upravovat svůj systém podle našich námětů a požadavků.*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?

*a) Vyšší cenu e-knih, která ale odpovídá ideálním vlastnostem zpřístupňování e-knih.*

*b) Nutnost kooperace více knihoven při nákupu e-knihy. Aby se dosáhla potřebná minimální částka, za kterou je vlastník práv (nakladatel) ochoten uvolnit titul do knihoven.*

*c) Malá nabídka titulů. Což ovšem vyplývá ze specifického způsobu akvizice.*

*d) Omezení jen pro „školské“ knihovny - VŠ, VOŠ a SŠ. Veřejné knihovny mohou e-knihy nabízet jen svým „školním“ čtenářům.*

e) Po zakoupení eReadingu společností Albatros jsem očekával, že budou knihovnám nabídnuty e-tituly, které 9 nakladatelství ze skupiny Albatros v minulosti vydala v tištěné podobě. Dodnes se tak nestalo, ani po mých opakovaných výzvách. (Vím, že práva k e-verzi se musí znovu zajistit, ale zdá se mi, že to není jejich prioritou.)

3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?

*Ideální e-kniha pro čtenáře: Jednoduché a trvalé stažení nezabezpečeného souboru, možnost opakovaného stahování, bez nutnosti být při čtení připojen on-line, bez nutnosti registrace u DRM authority, bez nutnosti autorizace čtecího zařízení, bezproblémové použití na všech operačních systémech a zařízeních, používání na neomezeném počtu zařízení, použití po celý život čtenáře, současné stahování pro neomezený počet čtenářů.*

*Tyto vlastnosti zpřístupnění e-knih nenabízí v ČR žádný jiný (ani zahraniční) poskytovatel.*

**(knihovna realizuje Model A platformy eReading – pozn. autorky)**

Doplňující otázky k výzkumu

**Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven**

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Centrum informačních a knihovnických služeb Vysoké školy ekonomické v Praze

Kontaktní osoba: Ing. Jan Mach (vedoucí Odboru informační podpory studia a výzkumu)

Datum vyplnění dotazníku: 10. 3. 2014

**Otázky a odpovědi**

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*eReading*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?
  - a. *komplikovaný přístup do rozhraní eReading*
  - b. *chybějící statistiky*
  - c. *omezená nabídka titulů vzhledem k našemu zaměření (ale jinde to asi nebude lepší)*
3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?
  - a. *příznivější cenová politika*
  - b. *velmi dobrý způsob licencování – aktivní uživatelé získávají licenci na doživotí, bez DRM, offline čtení*

**(knihovna realizuje Model A platformy eReading – pozn. autorky)**

## Doplňující otázky k výzkumu

### **Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven**

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Městská knihovna v Praze

Kontaktní osoba: Vojtěch Vojtíšek (projektový manažer e-knihovny)

Datum vyplnění dotazníku: 14. 3. 2014

#### **Otázky a odpovědi**

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*a. Žádnou z uvedených platform v současné době nevyužíváme. Výpůjčky e-knih mohou uživatelé MKP realizovat prostřednictvím projektu Open Library, se kterou spolupracujeme jako knihovna zapojená do programu In-library lending. E-knihy dále zpřístupňujeme ve webovém katalogu MKP, kde jsou ke stažení a prohlížení zdarma. Dále v rámci projektu E-knihy do každé knihovny na pobočkách MKP a v partnerských knihovnách jsou k prohlížení na místě samém e-knihy partnerských nakladatelství.*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?

*„Platformou“ je v tomto smyslu (vzhledem k výše uvedenému) právě MKP – nevýhodou je tak nutnost personální investice nutné pro získávání nového obsahu. Technické řešení je přívětivé pro uživatele, nelze však vlastními silami splnit požadavky všech nakladatelů/majitelů autorských práv.*

3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?

*Vlastní vývoj, kontrola, akvizice obsahu, zálohování dat – nejsme závislí na datové infrastruktuře, kterou spravuje třetí strana (s výjimkou SW pro podporu čtení e-knih, čemuž se však nelze v této oblasti vyhnout nikdy).*

## Doplňující otázky k výzkumu

### **Zavádění výpůjček českých e-knih na platformách eReading, Flexibooks, ebrary DASH!, Levná-knihovna, Wooky, Publero a dalších do českých knihoven**

realizovaného v únoru a březnu 2014

---

Příjemce otázek: Knihovna Přírodovědecké fakulty FF UK

Kontaktní osoba: Radka Lukášová (Oddělení podpory vědy)

Datum vyplnění dotazníku: 12. 3. 2014

#### **Otázky a odpovědi**

1. Přes jakou výše uvedenou platformu realizujete nebo hodláte realizovat e-výpůjčky českých knih?

*Vzhledem k typu vysokoškolské knihovny se nám nezdá efektivní forma výpůjčky za použití voucherů, proto se zajímáme o platformy s licenčním nákupem-tedy eReading a jejich systém zprostředkování po Shibboleth autentizaci a případně Ebrary.*

*Voucherový systém by musel mít pro nás předmětově silnou nabídku, což žádná česká knihovna nemá, aby se zvážila kooperace takovýchto výpůjček.*

*Bohužel eknihy v rámci eReadingu naši uživatelé využívají částečně, nejsou příliš oborově relevantní, proto se PrF UK nakonec finančně k tomuto systému nepřipojila.*

*Do Ebrary DASH! byl záměr vložit autory z fakulty, vzhledem k tomu, že pod fakultním ISBN vychází pouze konferenční sborníky a výroční zprávy dostupné online na webu PrF, či autorů, se tedy i toto ukázalo jako zbytné, aspoň v současné době.*

2. Co považujete za hlavní nevýhody spolupráce s uvedenou platformou?

*Pro naše oborové potřeby malý výběr vhodných titulů a zdlouhavý proces kooperace nákupu (konkrétně eReading, oborová nedostatečnost se týká všech knihoven.)*

3. V čem naopak spatřujete hlavní výhody spolupráce s uvedenou platformou?

*eReading: jde o v podstatě knihovní licence, tedy cena za eknihu je výrazně vyšší, než cena pro koncového zákazníka, ale uživatelé naší knihovny nemusí docházet pro vouchery, něco si sami hradit apod., oproti jiným systémům.*