

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE  
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

**INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY  
KATEDRA ŽURNALISTIKY**

## **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Vydavatelé a nakladatelé  
(Shoda a rozdíl ve vydávání periodik a neperiodik)**

Autor: Jana Kábrtová, obor žurnalistika, 3. ročník  
Konzultant: Doc. PhDr. Jan Halada, CSc.  
Datum odevzdání: 9. ledna 2006

Prohlašuji, že bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně a s využitím zdrojů řádně uvedených v poznámkovém aparátu.

Jana Kábrtová,  
Praha, 9. ledna 2006

Počet znaků s mezerami: 101 527

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala docentu Janu Haladovi za pohotovité připomínky, které snad přispěly k celkové kvalitě mé bakalářské práce. Speciální dík patří i Janě Vysoké, Karlu Zelníčkoví, Aleši Ledererovi a Vítu Houskovi za pomoc a ochotné poskytování informací.

# SCHVALENO

Univerzita Karlova v Praze  
Fakulta sociálních věd

Došlo dne: 13-09-2004

Čj. 82/1 Priloh / Skartační heslo

Přiděleno KL

Příhláška bakalářské diplomové práce

Jméno studenta: Jana Kábrtová

Semestr: IV.

Mediální zaměření: tisk

Název práce: Vydavatelé a nakladatelé (shoda a rozdíl ve vydání periodik a neperiodik)

Dominantní část práce: Stat'

**Základní vymezení tématu (stanovená hypotéza):** Práce se bude zabývat podrobnou strukturou vztahů mezi vydavateli a nakladateli, analýzou těchto vztahů a jejich postavením na mediálním trhu v České republice. Cílem práce je mapování produkce vydavatelů a nakladatelů, její vývoj a proměny po revoluci v roce 1989. V práci budu sledovat dvě hlavní roviny: obsahu a formátu. Součástí práce bude zároveň také srovnání vybraných nakladatelství a vydavatelství.

**Základní charakteristika projektu (zvl. se zaměřením na masové médium, pro něž je určen):** Interview s vybranými nakladateli a vydavateli se zaměřením na vydávání periodik a neperiodik. Pomocí rozhovorů budu zjišťovat rozdíly mezi produkty vydávanými dnes a po roce 1989, a to z hlediska proměn funkcí v postavení vydavatele a nakladatele na českém mediálním trhu.

**Seznam základní literatury (abecedně):**

- Bohatcová, Mirjam: Česká kniha v proměnách staletí, Panorama, Praha, 1990
- Burton, G., Jiráček, J.: Úvod do studia masové komunikace, Barrister a Principal, Brno, 2001
- DeFleur, M. L.: Teorie masové komunikace, Karolinum, Praha, 1996
- Halada, Jan: Člověk a kniha, Carolinum, Praha 1993
- Kunczik, Michael: Základy masové komunikace, Karolinum, Praha, 1995
- McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace, Portál, Praha, 1999
- Pavlát, Leo: Tajemství knihy, Albatros, Praha, 1988
- Pistorius, Vladimír: Jak se dělá kniha, Paseka, Praha, 2003
- Šmejkalová, Jiřina: Kniha k teorii a praxi knižní kultury, Host, Brno 2000
- Tobolka, Zdeněk: Kniha, její vznik, vývoj a rozbor, Orbis, Praha, 1949

periodika: Knihy,

Knihkupec a nakladatel

vybrané časopisy

deníky: MF Dnes, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny

ISBN, archiv Národní knihovny v Praze, archiv Unie vydavatelů tisku, archiv SČKN apod.

Jméno konzultanta: Doc. PhDr. Jan Halada, CSc.

(svým podpisem potvrdí, že souhlasí se spoluprací na tématu, schvaluje základní teze a ve stanoveném termínu odevzdá posudek na práci)

Datum 13. 9. 2004

Podpis studenta:

Podpis konzultanta:



**OBSAH:**

1) Úvod.....	6
2) Nakladatel a vydavatel: definice pojmů.....	8
3) Vývoj nakladatelství a vydavatelství u nás.....	11
3. 1. První čeští nakladatelé.....	11
3. 2. První moderní čeští nakladatelé.....	12
3. 3. Nakladatelství a vydavatelství po první světové válce.....	14
3. 4. Nakladatelství a vydavatelství po druhé světové válce.....	14
3. 5. Polistopadová nakladatelství a vydavatelství.....	17
4) Změny v nakladatelské a vydavatelské činnosti po revoluci roku 1989.....	19
4. 1. Privatizace.....	19
4. 2. Změna tržního prostředí a ekonomické změny.....	23
4. 2. 1. Inflace.....	23
4. 2. 2. Růst reálných cen produktů, růst počtu vydávaných titulů, snižování nákladu vydávaných knih, růst nákladů na provoz.....	24
4. 2. 3. Distribuce a reklama.....	26
4. 2. 4. Monopolizace.....	28
4. 3. Institucionální změny.....	28
4. 4. Vliv kulturního prostředí a poptávky čtenářů.....	29
4. 5. Stručné shrnutí změn v nakladatelské a vydavatelské činnosti a jejich zhodnocení.....	30
5) Srovnání vybraných nakladatelství a vydavatelství.....	32
5. 1. Olympia, a. s.....	32
5. 2. Mladá fronta a. s.....	36
5. 3. Prostor.....	39
5. 4. Volvox Globator.....	43
5. 5. Porovnání změn ve vybraných nakladatelstvích a vydavatelstvích.....	47
6) Závěr.....	50
7) English summary.....	51
8) Použitá literatura.....	52
9) Přílohy.....	55

## 1) ÚVOD

Ve své bakalářské práci se chci podrobně zabývat změnami v nakladatelské a vydavatelské oblasti po roce 1989. Zaměřím se více na nakladatele, a to z jednoho prostého důvodu: nakladatelská sféra typická pro český trh se příliš nemění, především z hlediska majitelů jednotlivých nakladatelství, proto se na ní budou dát snáze a více dopodrobna vysledovat změny, které jsou předmětem mé práce. Naopak majitelé vydavatelství působících na českém trhu se neustále mění, řada vydavatelství je dnes v zahraničních rukou. Abych se však neodchýlila od názvu své práce, zaměřím se především na ty nakladatele, kteří mají zkušenosti i s vydavatelskou činností.

Jsem si vědoma, že okruh těchto změn je značně široký, přesto se pokusím ve své práci zmínit všechny podstatné změny, alespoň z obecného hlediska. Oblast, kterou se budu zabývat, není příliš teoreticky zpracovaná a empiricky podchycena, v České republice se této problematice nevěnuje téměř žádná literatura.

Na začátku práce se snažím vymezit pojem nakladatele a vydavatele, jehož znění není vždy zcela totožné a v mnoha rozdílných zdrojích se liší.

Následně jsem se snažila projít co největší množství literatury, která se zabývá historií nakladatelské a vydavatelské praxe u nás, abych s ní mohla porovnat současný vývoj. Stručným vývojem českých nakladatelství a vydavatelství od jejich vzniku krátce po vynálezu knihtisku až po dnešek se zabývám ve třetí kapitole.

Čtvrtá kapitola shrnuje změny ve všech oblastech nakladatelské a vydavatelské práce, k nimž došlo po revoluci roku 1989. O některých změnách jsem se dočetla v dostupné literatuře, které však, jak už jsem se zmínila, není na našem trhu mnoho. Proto je základ této kapitoly založen na průzkumu a anketách, které jsem prováděla v českých nakladatelstvích a vydavatelstvích, a na vlastních zkušenostech s českým mediálním trhem. Součástí práce na čtvrté kapitole bylo i hluboké zamyšlení nad všemi aspekty nakladatelského a vydavatelského povolání. Většina změn, ke kterým ve funkci nakladatele a vydavatele došlo, má totiž kulturní a společenský základ, jehož podstatou je příchod kapitalismu a postupné zvykání si na něj, kterým museli projít všichni občané České republiky. Český mediální trh se nijak neodlišuje od volného tržního prostředí v České republice, a proto řada změn, se kterými se museli nakladatelé a vydavatelé po revoluci vyrovnat, se nijak neliší od změn, kterými prošly jiné kapitalistické podniky mající za cíl maximalizaci zisku.

V páté kapitole se snažím dokázat tvrzení nastíněná v kapitole předešlé na příkladech čtyř konkrétních nakladatelství a vydavatelství. Výběr těchto stěžejních podniků se zúžil na

reprezentativní firmy, které mají v polistopadové historii zkušenosti s vydáváním knih i časopisů. V práci jsem nakonec použila studie Mladé fronty a Olympie – tedy subjektů, které působily již před revolucí, a Prostoru a Volvoxu Globator – firem, které vznikly až po roce 1989. Jednotlivé nakladatele a vydavatele se snažím porovnávat a posuzovat rozdíly v jejich vývoji. Součástí práce na páté kapitole je i přehled produkce vybraných subjektů a jeho kvalitativní i kvantitativní rozbor.

Součástí bakalářské práce je i příloha s ukázkami grafického zpracování obalů knih vybraných čtyř nakladatelství a vydavatelství.

## 2) NAKLADATEL A VYDAVATEL: DEFINICE POJMŮ

Hlavní rozdíl mezi nakladatelem a vydavatelem je asi ten, že, laicky řečeno, nakladatel vydává neperiodika, zatímco vydavatel periodika. Oba pojmy bývají však často zjednodušeny, takže výsledek je nakonec takový, že nakladatel vydává knihy a vydavatel „to ostatní“. Zmíněné tvrzení však není daleko od pravdy, neboť produkce vydavatele se nemusí omezit jen na noviny a časopisy, nýbrž i na různé ročenky, letáky, mapy, katalogy nebo hudební nosiče, které mohou vycházet jednorázově i s určitou periodicitou. Oba pojmy jsou samozřejmě slučitelné, což má za následek, že mnoho producentů vykonává obě činnosti (jak nakladatelskou, tak vydavatelskou) a vydává např. knihy i časopisy.

Slovníky praví o nakladatelství shodně, že je to „kulturní a hospodářská organizace, která vydává především neperiodické publikace.“ Vydavatele charakterizují jako: „1. osobu oprávněnou k vydávání publikací a odpovídající za jejich úroveň; 2. nepřímého autora, který připravuje k vydání např. korespondenci určité osoby.“ (*Malá československá encyklopedie*, 1987, *Ilustrovaný encyklopedický slovník*, 1981.)

*Praktická encyklopedie žurnalistiky* vymezuje pojem nakladatelství jako: „instituci, která působí ve smyslu kulturním, společenském a ekonomickém, přičemž se jednotlivé články této činnosti doplňují a sjednocují. Nakladatelství mohou mít vydávání knižních neperiodických publikací jako svou hlavní i jako vedlejší náplň, vyjádřením je zpravidla už sám název, např. velkých nakladatelských domů; většina středně velkých a malých nakladatelství se soustřeďuje v nakladatelské činnosti na neperiodickou literaturu.“ Jan Halada k tomu dodává: „Kulturní poslání jako cíl nakladatelské činnosti vyznává a obhajuje většina nakladatelů, ne každý se jím však ve své produkci řídí. Spojení kulturních a ekonomických hledisek u knižní produkce často vedlo nakladatele ke snaze uplatnit kritéria profesní a stavovské cti. Například Klub moderních nakladatelů Kmen byl v roce 1926 založen jako zájmové sdružení, které si vytklo za cíl podporovat vydávání umělecky hodnotné literatury, a to v podobě „přísného závazku pro dnešek a čestné povinnosti pro zítřek“<sup>1</sup>. Nakladatelské cíle se ovšem nutně odehrávají v proměně času a prostoru, a tak všechny aspekty, které rozhodují o bytí a nebytí nakladatelově, jsou vždycky konfrontovány s realitou knižního trhu.“ (Osvaldová, Halada a kol., 2002: 111-113.)

<sup>1</sup> Úvodní slova stanov Klubu nakladatelů Kmen zněla: „nakladatelské povolání je především otázkou svědomí a kulturní služby veřejnosti a nikoliv věcí slepé výtěžné činnosti a nekritického stavovství. Základem nakladatelského povolání jsou osobité nakladatelské programy.“ (*Čeští knihkupci, nakladatelé a hudebníkáři* 1945: 12)

Naopak pojem vydavatele určuje již zmíněná *Praktická encyklopedie žurnalistiky* následovně: „V historickém významu osoba, či instituce, jejímž jménem byl vydán dokument nejrůznějšího charakteru a významu, dnes osoba či instituce oprávněná k vydávání publikací periodického a neperiodického zaměření. V tomto smyslu je jako vydavatel u nás chápán ten, kdo vydává tiskoviny obojího druhu, kdežto za nakladatele je převážně považován producent neperiodických publikací, tj. knih. Za vydavatele je považován i editor, jenž připravuje k určitému vydání dílo určitého autora, či jeho korespondenci atd.“ Jan Halada říká: „Jako vydavatelé jsou dnes nejvíce vnímány velké, multimediální koncerny, které přesahují nejen regionální rámeček či státní hranice, ale působí již převážně v globálním měřítku. V mediálním smyslu a významu jsou zpravidla vlastníky nejen denního tisku, ale i časopisů a magazínů, rozhlasových a televizních studií či dalších audiovizuálních nosičů a mnohdy jejich aktivity přesahují i samotný multimediální prostor. Ve světě k takovým gigantům patří Bertelsmann, Hachette, Murdoch, Hearst, Reader's Digest, v regionálním měřítku např. u nás Ringier, Burda a další.“ (Osvaldová, Halada a kol., 2002: 205.)

Internetová encyklopedie *Wikipedia* definuje nakladatelství následujícím způsobem: „Nakladatelství je osoba, která má oprávnění vydávat knihy a jiné publikace, a to buď jako činnost hlavní (pak se nazývá vydavatelstvím) nebo jako vedlejší doplňkovou činnost. Ivo Telec však píše: „Někdy se též pod historickým, původně německým, jazykově právním vlivem odlišuje nakladatel (Verlager) a vydavatel (Herausgeber) podle toho, má-li jít o vydávání děl v knižní podobě (nakladatel), anebo jinak (např. časopisecky, sborníkově aj., kde má svůj význam i uspořádání), což se někdy diferencuje i podle druhů děl (slovesných, hudebních apod.). Podle autorského zákona nemá takovéto rozlišování význam, leč historická tradice stále působí. (Soudoběji se také v praxi někdy odlišuje vydavatel tam, kde má jít o šíření snímků zvukového záznamu díla.)“

Československá norma ČSN 01 0166 z ledna 1993, která se zabývá nakladatelskou a vydavatelskou úpravou knih a některých dalších druhů neperiodických publikací vysvětluje pojem nakladatelství (v této normě) jako: „právní subjekt, tj. soukromá, družstevní, státní, akciová aj. firma (instituce), jehož jediným nebo hlavním posláním je vydávání publikací,“ zatímco pojem vydavatelská instituce (v této normě) popisuje jako: „každou firmu (instituci), s výjimkou nakladatelství, která vydává publikace prostřednictvím určitého nakladatelství, a to na základě vydavatelského oprávnění. Tato soustavná nebo příležitostná vydavatelská činnost zpravidla přímo nebo nepřímo souvisí s hlavní sférou působnosti firmy (instituce).“ Naopak norma ČSN 5127/3a uvádí pojem nakladatele a vydavatele shodně jako: „osobu nebo organizaci odpovědnou za výrobu a rozšiřování dokumentu.“

Jan Halada uvádí ve svém díle *Člověk a kniha*, a to s určitou dávkou licence, rozdělení nakladatelů do čtyř skupin:

- 1) „ideální nakladatel, jenž ale také může být nazván idealistou, protože je mu vždy nakladatelování posláním a nehledí tudíž na zisk, většinou zkrachuje nebo musí být ve své činnosti podporován, či svou nakladatelskou činnost sanuje z jiných zdrojů,
- 2) skromný nakladatel, vstupuje do sféry nakladatelského podnikání s rozvahou i s iluzemi, často ji opouští na nosítkách, bez zisku, bez slávy, avšak tvoří zdravý a potřebný základ, je oživením a vydrží-li, zanechává po sobě trvalou stopu,
- 3) nakladatel podnikavec se skládá z několika čeledí, je různě edičně i tržně orientován, je znalý profese či rychle si tyto znalosti osvojuje, dokáže uplatnit invenci i být štikou v rybníce, tržní způsob myšlení je jeho doménou, ale je i bezohledný ke konkurenci,
- 4) nakladatel gigant je buď jedinec, častěji se jedná o skupinu, zde již často je nakladatelské podnikání jen částí jeho úspěšné činnosti, určuje knižní trh, přesahuje regiony, národní a státní celky, polyká slabší konkurenty a vydává všechno.“ (Halada, 1993: 54 – 55.)

Musíme si uvědomit, že nakladatelská i vydavatelská činnost podléhá v dnešní době především potřebám trhu. Aby mohlo nakladatelství nebo vydavatelství fungovat či dokonce přežívat, musí jeho příjem pokrýt výdaje. Množství i druh periodik a neperiodik je dnes produkován hlavně podle toho, jaká je poptávka čtenářů. Ani sebelepší nakladatelství nebo vydavatelství nepřežije, pokud se jeho produkty nebudou prodávat.

### 3) VÝVOJ NAKLADATELSTVÍ A VYDAVATELSTVÍ U NÁS

Česká nakladatelství a vydavatelství mají za sebou už bezmála 450 let existence. Od té doby uplynulo již mnoho let, které přinesly bohatý vývoj i změny v nakladatelské a vydavatelské profesi. Jak se měnila doba a docházelo stále k převratnějším technickým pokrokům, měnila se funkce i struktura nakladatelství a vydavatelství. Nakladatelská a vydavatelská podstata však zůstala téměř stejná a rozpoznatelná i po pětistiletém vývoji.

V následujícím textu, popisujícím vývoj nakladatelství a vydavatelství u nás, budu pro zjednodušení pro popisované objekty používat většinou jen název nakladatel, přestože řada z nich byla zároveň i vydavateli.

#### 3. 1. První čeští nakladatelé

Jako jeden z prvních významných nakladatelů v Čechách je uváděn Jiří Černý z Rožďalova, známý pod jménem Jiří Melantrich z Aventina<sup>2</sup>. Melantrich vykonával nakladatelskou činnost asi 30 let a vydal přes 200 publikací, z nichž neslavnější byl Mattioliho *Herbář*<sup>3</sup>. V Melantrichově nakladatelské činnosti pokračoval jeho zeť Daniel Adam z Veleslavína a po jeho smrti Adamova manželka Anna.

V osmnáctém století byla nakladatelská a vydavatelská činnost poznamenána tvrdou cenzurou, která vycházela z Koniášova díla *Klíč, kacířské bludy k rozeznání otvírající, k vykořevení zamykající*<sup>4</sup>, i novými vynálezy, ke kterým patřily ruční lis, rychlolis a rotačka.

Za první generace národního obrození působili nakladatelé Jan Ferdinand Schonfeld, Jan Falce a Gottlieb Haase. „Možnosti první generace našich obrozenců byly velmi skrovné. Knihy se vydávaly buď vlastním nákladem nebo pomocí mecenáše z řad šlechty nebo církve. Některé významné spisy vyšly s pomocí zemského sněmu. Nakladatele v moderním smyslu, který by nesl finanční riziko, eventuálně dosáhl zisku, nutno hledat až později.“ (Bohatcová, 1990: 350)

Mezi obrozeneckými nakladateli vynikal Václav Matěj Kramerius, který pomocí své České expedice vytvořil na čas základnu pro vydávání i distribuci obrozenecké literatury. V roce Krameriovy smrti začal působit královéhradecký nakladatel Jan Hostivít Pospíšil, o něco později započal nakladatelskou činnost Alois Josef Landfras.

<sup>2</sup> Melantrich znamená v překladu z řečtiny černovlásek.

<sup>3</sup> V Evropě vyšel v nákladu 32000 výtisků. (Bohatcová, 1990: 220.)

<sup>4</sup> Dílo vyšlo roku 1729.

Tehdejší nakladatelé vydávali především krásnou literaturu a poezii, lidovou četbu, kalendáře, kancionály, modlitby, písně nebo kuchařky. „O odbornou a vědeckou literaturu nebyl dostatečný zájem, a proto se nenašel ani nakladatel dost odvážný, aby ji vydával. Pokud se mělo dál úspěšně rozvíjet započaté dílo národního obrození, bylo nutno vytvořit vydavatelskou základnu, která by umožnila také vydávání vědecké literatury.“ (Bohatcová, 1990: 359.) Z tohoto popudu pak vyšla *Matice Česká*.

### 3. 2. První moderní čeští nakladatelé

V devatenáctém století spatřily světlo světa další vynálezy, a to ručního liciho stroje (z roku 1840) a sázecího stroje. Koncem století došlo k výraznému zrychlení techniky sazby, neboť se podařilo sloučit procesy lití písma a sazby. Po vynálezu světlotisku bylo možné tiskem reprodukovat fotografie a tónové kresby. Nakonec byl vynalezen i hlubotisk, autotypie, ofset a fotosazba.

Roku 1860 došlo k politickému uvolnění, jež přispělo ke vzniku moderních českých nakladatelství. O moderních nakladatelích začínáme hovořit s rozvojem technické a reprodukční struktury a se změnou sociálních i komunikačních podmínek. Prvním takovým nakladatelem byl Ignác Leopold Kober, z jehož nejznámějších publikací uvádím např. *Mikovcovy Starožitnosti*, *Bibliotéku historickou* nebo *Slovník naučný*. Pro tehdejší nakladatele bylo běžné, že sdružovaly knihkupectví, nakladatelství i tiskárnu, díky čemuž pak byly nazývány pojmenováním „nakladatelské domy“.

Prvním velkým moderním nakladatelem se stal Jan Otto, který se přičlenil do rodiny nakladatele Pospíšila. V jeho nakladatelství vycházelo velké množství beletristických edic – např. *Laciná knihovna národní*, *Salónní bibliotéka*, *Dějepis všeobecný*, *Světová knihovna*, *Anglická knihovna*, *Ruská knihovna*, *Sborník světové poesie* nebo patnáct svazků velké řady *Čechy*. Kromě nakladatelské činnosti se Otto zabýval i vydáváním novin a časopisů. K nejznámějším patřily *Paleček*, *Zlatá Praha*, *Světozor*, *Pražské hospodářské noviny*, *Samosprávný obzor* nebo *Živa*. Jeho nejvýznamnější publikací se stal zajisté *Ottův slovník naučný*, obsahující 28 svazků (27 + příloha). „V roce 1899 prodal Jan Otto tiskárnu nově utvořené České grafické společnosti Unie, stal se jejím členem a prvním předsedou a ponechal si jen nakladatelství. Po smrti Jana Otty nebyli jeho nástupci schopni dát tak rozsáhlému podniku novou náplň, oživit jeho činnost. Těžkou ránu mu zasadila první světová válka, později byly provedeny výprodeje přeplněných skladů, konečné zastavení činnosti však



bylo neodvratné. V třicátých letech našeho století bylo nakladatelství likvidováno.“ (Bohatcová, 1990: 387.)

Významnými nakladateli tohoto období byli i otec a syn Vilímkovi. Josef Richard starší se zasloužil o vznik významného satiricko-politického týdeníku *Humoristické listy* a vydával řadu časopisů, např. *Bič*, *Proluky* nebo *Obrazy života*<sup>5</sup>. Roku 1871 založil tiskárnu a nakladatelství, které roku 1886 předal synovi. Josef Richard Vilímek mladší vybudoval z nakladatelství velký podnik s širokým edičním profilem. Jako první český nakladatel plně využíval moderních tiskových technik. Roku 1932 otevřel v Praze v Opatovické ulici na svou dobu nejmodernější nakladatelsko-tiskárenský podnik s vlastní distribucí u nás. Jeho stěžejní edicí byla *Vilímkova humoristická knihovna*, do níž patřila díla např. Gabriely Preissové, Ivana Olbracht, Marie Majerové, i romány zahraničních autorů, např. Viktora Huga.

Topičovo nakladatelství vydávalo kromě literatury i hudebniny, zaměřovalo se na tvorbu soudobých autorů a pořádalo tzv. výtvarné Topičovy salóny.

Jan Laichter, který začínal u Jana Otty, vydával kulturně-politickou revue *Naše doba*, filosofický měsíčník *Česká mysl*, a připravil významné edice *Výbor nejlepších spisů poučných* a *Česká politika*. Zároveň byl dlouholetým předsedou Svazu českých knihkupců a nakladatelů.

Roku 1907 založil Otakar Štorch Marien nakladatelství Aventinum<sup>6</sup>. Z jeho významných edic je nutno zmínit především *Knihovnu naučných spisů Aventina* nebo *Lidovou knihovnu Aventina*. Kromě toho vydával časopisy *Rozpravy Aventina*, *Gentleman*, *Musaion* nebo první odborný časopis *Studio*. Roku 1927 pak vznikla Aventinská mansarda, v níž se konaly výstavy malířů (např. Zrzavého, Hoffmeistera, Toyen apod.)

Pro některé nakladatelské domy té doby bylo běžné, že kromě knihkupectví obsahovaly i výstavní síň. „Rozhodnutí nakladatelů investovat prostředky do rozsáhlé přestavby nebo novostavby podle svých představ ztotožnilo v několika šťastných případech nakladatelský dům jako kulturní a hospodářskou instituci s konkrétní budovou, soustředující zpravidla všechny složky provozu firmy i soukromý byt nakladatele v jeden propojený celek.“ (Zach, 1996: 6.)

<sup>5</sup> Spoluautorem byl Jan Neruda.

<sup>6</sup> Název Aventinum pochází z pojmenování jednoho z římských pahorků.

### 3. 3. Nakladatelství a vydavatelství po první světové válce

„Epocha velkých nakladatelství, jejichž knížky vycházely a domy rostly z vůle jediného majitele, skončila první světovou válkou, aby se již nikdy nevrátila. Mladí nakladatelé, vystoupivší v prvních letech Československé republiky bez finančního zázemí s ambiciózním programem vydávání moderní české a světové literatury v odpovídající grafické úpravě, sdružili své síly v polovině 20. let do Klubu moderních nakladatelů Kmen, jehož výstavní, přednáškové a propagační aktivity suplovaly do jisté míry funkci kolektivního nakladatelského domu.“ (Zach, 1996: 6.)

Třicátá léta dvacátého století byla poznamenána hospodářskou krizí, jejímž prvním signifikantem byl propad akcí na Newyorské burze roku 1929. Ve třicátých letech mnoho podniků krachovalo, nebo mělo přinejmenším rozsáhlé hospodářské problémy a tento fenomén se bohužel nevyhnul ani nakladatelstvím. Svou činnost výrazně omezilo Ottovo nakladatelství, finanční problémy měla rodina Topičů i Štorchovo Aventinum. Krize naopak napomohla silným vydavatelským koncernům, obvykle spojeným s politickými stranami.

Z nakladatelů tohoto období je třeba zmínit především Rudolfa Škeříka, jenž založil nakladatelství Symposion<sup>7</sup>, Karla Janského (Hyperion), Artura Nováka, Ludvíka Bradáče, Kamila Neumannovou<sup>8</sup>, Josefa Floriana, Václava Neuberta, Jana Štence, Václava Petra, Bohumila Jandu (nakladatelství Sfinx) a Juliuse Alberta.

### 3. 4. Nakladatelství a vydavatelství po druhé světové válce

Po druhé světové válce většina nakladatelství obnovila svoji činnost, ale bohužel jen na krátkou dobu. Vznikly i nové nakladatelské domy, které se staly soukromým nakladatelům konkurenty. V březnu roku 1949 vyšel zákon, jenž vložil odpovědnost za vydávání a rozšiřování neperiodických publikací do rukou tehdejšího ministerstva informací a osvěty. „Prakticky to znamenalo, že vydavatelské oprávnění mohlo ministerstvo po vyjádření Ústřední ediční rady a v dohodě s dalšími zúčastněnými ministerstvy napříště udělit: státním orgánům, ústavům, fondům, podnikům a zařízením, politickým stranám zastoupeným v národním shromáždění, jednotné odborové organizaci, vrcholným organizacím kulturním, hospodářským, zájmovým, sociálním a tělovýchovným, národním a komunálním podnikům, jakož i podnikům oprávněným k provozování zahraničního obchodu a mezinárodního

<sup>7</sup> Symposion znamená latinsky hostina.

<sup>8</sup> Kamila Neumannová byla manželkou S. K. Neumanna.

zasílatelství, družstvům a spolkům, které mohly tato díla šířit podle stanov.“ (Bohatcová, 1990: 553.)

Zjednodušeně se dá říct, že soukromá nakladatelství byla zlikvidována a zůstala jen ta nakladatelství a vydavatelství, která měla předepsaný okruh literatury. Takovými nakladatelstvími byly např. Mladá fronta a Práce, které vznikly již roku 1945, Nakladatelství České akademie věd<sup>9</sup>, nebo Artia<sup>10</sup>. Po roce 1949 spatřily světlo světa postupně Avicenum<sup>11</sup>, Blesk, Brázda<sup>12</sup>, brněnské nakladatelství Blok, Československý spisovatel<sup>13</sup>, Dilia, Horizont<sup>14</sup>, Kruh, Lidová demokracie<sup>15</sup>, Lyra Pragensia, Merkur<sup>16</sup>, Mona<sup>17</sup>, NADAS<sup>18</sup>, Naše vojsko, Novinář, Odeon<sup>19</sup>, Orbis<sup>20</sup>, Panton<sup>21</sup>, Press Foto, Profil, SNDK<sup>22</sup>, SNPL<sup>23</sup>, SNTL<sup>24</sup>, SPN<sup>25</sup>, STN<sup>26</sup>, Středočeské nakladatelství a knihkupectví, Supraphon, Svět Sovětů<sup>27</sup>, Ústřední církevní nakladatelství a Západočeské nakladatelství. Naopak zanikl Melantrich, který se nejprve přejmenoval na Svobodné slovo a později vydával knihy opět pod značkou Melantrich. Od roku 1948 do roku 1989 v Čechách, na Moravě a ve Slezsku působilo přibližně 45 nakladatelství a vydavatelství.

Pro vyvolání zdravé soutěživosti nakladatelství a vydavatelství, pořádalo ministerstvo kultury každoročně soutěž o nejkrásnější knihy roku ve spolupráci s Památkem národního písemnictví a se slovenskými partnery.

<sup>9</sup> Dnes nakladatelství Academia.

<sup>10</sup> Pracovala pouze pro vývoz (Pavlát, 1982: 90).

<sup>11</sup> Státní nakladatelství zdravotnické literatury (SNZL).

<sup>12</sup> Později Státní zemědělské nakladatelství (SZN).

<sup>13</sup> Spojením nakladatelství František Borový, Evropského literárního klubu a Družstva Máj.

<sup>14</sup> Nakladatelství Socialistické akademie.

<sup>15</sup> Později Vyšehrad.

<sup>16</sup> Nakladatelství obchodu.

<sup>17</sup> Nakladatelství Československého svazu žen.

<sup>18</sup> Nakladatelství dopravy a spojů.

<sup>19</sup> SNKLHU – Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění.

<sup>20</sup> Orbis navázal na tiskovou agenturu Orbis. Roku 1977 však nakladatelství zaniklo a Orbis se vrátil k agenturní činnosti. Jeho nakladatelskou činnost převzala Panorama.

<sup>21</sup> Nakladatelství českého hudebního fondu.

<sup>22</sup> Státní nakladatelství dětské knihy, později Albatros.

<sup>23</sup> Státní nakladatelství politické literatury, nakladatelství ÚVKŠČ, později Svoboda.

<sup>24</sup> Nakladatelství technické literatury, původně se jmenovalo Technické vydavatelství.

<sup>25</sup> SPN působilo na základě patentu Marie Terezie z roku 1775. Po roce 1918 vystupovalo pod názvem Státní školní knihosklad, od roku 1919 do 1950 pod matoucím názvem Státní (za německé okupace přesněji Školní) nakladatelství. V lednu 1950 byla od nakladatelství odtržena tiskárna a listopadu téhož roku bylo přejmenováno na Státní nakladatelství učebnic. K lednu 1952 pak bylo sloučeno s vydavatelstvím pod názvem Státní pedagogické nakladatelství (Zach, 1990: 27.) Nakladatelství zaniklo v devadesátých letech dvacátého století. Nakladatelství SPN a. s. převzalo název a stejně jako SPN vydává učebnice, ale není pokračovatelem SPN.

<sup>26</sup> Sportovní a turistické nakladatelství, později Olympia.

<sup>27</sup> Nakladatelství svazu československo-sovětského přátelství, později Lidové nakladatelství.

Knihy vycházely v přesně stanovených týdenních termínech a informace o nich se objevovaly v informačním týdeníku *Nové knihy*. Zároveň byla stanovena i výše nákladu jednotlivých publikací.

Počet nakladatelství se příliš neměnil. Ministerstvo vymezovalo nakladatelstvím tzv. gesce – oprávnění vydávat jistý typ literatury<sup>28</sup>. „Gesce limitovaly v možnosti skladby vydávané produkce, mnozí autoři nesměli publikovat.“ (Halada, 1993: 6.) V čele nakladatelství stál tehdy ředitel, ve vedení byl ještě ekonomický, obchodní a výrobní náměstek. O produkci se staral také šéfredaktor, vedoucí redaktori a v poslední řadě i jazykovi lektori. „Knižní trh byl z hlediska odbytu vyrovnaný, netrpěl výkyvy, naopak postrádal celou řadu nedostatkových titulů i žánrů.“ (Halada, 1993: 6.)

Nakladatelství nebyla řízena efektivním způsobem. „Trpěla přebujelým administrativním aparátem, jenž nic neprodukoval, pouze parazitoval, jakkoliv zaměnitelný, bez přímého stimulu, osobního vztahu k samotnému procesu vzniku knihy. Obecně i konkrétně chyběla technika, byla potlačována obchodní stránka, a to včetně propagace a odbytu. Nakladatelství samo nerozhodovalo o své finanční politice, protože o té rozhodoval stát, o ediční politice, protože o té rozhodoval vydavatel. Nakladatelství strádala velkým počtem redaktorů v redakcích a vedoucích, velkým počtem redakcí.“ (Halada, 1993: 52.)

Svoboda tisku neexistovala, veškerá produkce opět podléhala silné cenzuře. Roku 1953 vznikla HSTD (Hlavní správa tiskového dozoru), která v pravomoci ministerstva vnitra zasahovalo mj. i do tisku. V důsledku cenzury se např. počet vydávaných deníků snížil ze 37 (roku 1947) na 11 (roku 1954). Tak malý počet deníků se samozřejmě mnohem lépe cenzuroval, „špatné“ deníky byly trestány sníženým počtem dodávaných papírů. HSTD zanikla v roce 1966. Zákonem č. 81/1966 však byla zřízena UPS (Ústřední publikační správa) a tím byla cenzura poprvé zákonně legalizována. UPS byla zrušena roku 1968 zákonem č. 84/1968, který mj. říkal, že cenzura je nepřijatelná. Místo UPS ale vznikl UTI (Ústav pro tisk a informace, později FUTI<sup>29</sup> a ČUTI<sup>30</sup>), který zavedl tzv. represivní (následnou) cenzuru a vydával pokyny a upozornění redaktorům. V listopadu 1989 cenzura „přes noc“ zmizela. Byl vydán zákon č. 86/1990, který definitivně označil cenzuru za nepřijatelnou.

V období normalizace působila také řada tzv. exilových nakladatelství. Nejvýznamnějšími z nich byly 68 Publishers Josefa Škvoreckého a Zdeny Salivarové

<sup>28</sup> Např. Mladá fronta měla gesce na vydávání literatury pro mládež. Gesce nebyly dodržovány.

<sup>29</sup> Federální ústav pro tisk a informace

<sup>30</sup> Český ústav pro tisk a informace

v Torontu, Arkýř Karla Jadrného v Mnichově, Dialog Václava Hory ve Frankfurtu, Index – Společnost pro československou literaturu v zahraničí v Kolíně nad Rýnem, Komenius Jiřího Moravy v Innsbrucku, Konfrontace otce a syna Paškových v Curychu, Kramerius Jiřího Hory v Curychu, Křesťanská akademie v Bavorsku, Opus Bonum ve Frankfurtu a Rozmluvy Alexandra Tomského v Londýně (viz. Zach, 1995).

### 3. 5. Polistopadová nakladatelství a vydavatelství

Po revoluci došlo k uvolnění trhu a k hektickým změnám na nakladatelské scéně. Nastala doba, „kdy je vše dovoleno“. Na trh začali vstupovat noví soukromí nakladatelé, které Jan Halada dělí na dvě skupiny: na tzv. kořistníky a průkopníky. Počet nakladatelů a vydavatelů se měnil ze dne na den. Zatímco v červnu 1990 působilo v Česku asi 400 nakladatelů, v prosinci téhož roku už jich bylo o tisíce více, v červnu následujícího roku stoupl počet nakladatelství na 2500 a v létě roku 1992 vykonávalo nakladatelskou činnost okolo 4000 nakladatelů.

Po listopadu se vydávalo téměř vše, poptávka čtenářů byla obrovská. Největší zájem byl samozřejmě o tituly, který nemohly před rokem 1989 vyjít. Skvěle na odbyt šla disidentská literatura a díla zahraničních zakázaných autorů. Zaznamenán byl i nástup „znovuobjevených žánrů“, jako kovbojek, červené knihovny, kuchařek, průvodců, lidových románů a porna. Nakladatelé rychle získávali kapitál, preferovali kvantitu před kvalitou.

Koncem roku 1992 proto logicky přišla krize. Koupěschopnost a poptávka obyvatelstva už nedosahovala takové výše, jako záhy po revoluci. Velký počet nakladatelství si navíc začal na trhu překážet, na povrch se dostaly také problémy s autory. Krize způsobila pokles nákladů, hromadění titulů ve skladech. Nakladatelé byli donuceni zúžit okruh vydávaných produktů, vložit značné množství peněz do reklamy a distribuce. Peníze, které si řada nakladatelů tak rychle vydělala po revoluci byly zkrátka příliš rychle vydělanými penězi, a proto o ně řada z nich také velice rychle přišla. Macešsky se k problému postavila stát, který nepodporoval knižní kulturu a nastaly i problémy se sháněním sponzorů, kteří se nechtěli ve vydávání angažovat.

Hlavním cílem nakladatelů a vydavatelů v té době bylo „přežít“. V důsledku krize mnoho z nich zaniklo. Ti, kteří přežili, započali postupné budování vztahů mezi sebou a přizpůsobování se novému kapitalistickému prostředí.

Samostatnou kapitolou v porevolučním vývoji jsou bývalá předlistopadová nakladatelství, která podlehla transformaci, obvykle na akciové společnosti. V důsledku

nejasných zákonů privatizace a tehdejšího tržního prostředí utrpěla řada nakladatelství velké finanční ztráty, většina změnila vedení (výjimkou snad zůstává jen Vyšehrad či Olympia). Velká část starých, „kamenných“, nakladatelství po revoluci zanikla, neboť oproti novým nakladatelstvím disponovala přebytečnými zásobami starých knih, zbytečně velkým aparátem pracovníků a navíc vlastnila nevyhovující a zchátralé budovy a sklady, kterých se jen obtížně zbavovala. Naopak oproti nově vzniklým nakladatelům už měla jasně vyprofilované edice a zavedené jméno, což si museli noví účastníci trhu teprve vybudovat.

Za zmínku stojí i změny v technologiích, které způsobily, že se řada nakladatelských i tiskařských činností přesunula na počítače. Zároveň spatřil světlo světa nový fenomén: kniha v elektronické podobě. Řada deníků i časopisů začala provozovat internetové odnože.

#### 4) ZMĚNY V NAKLADATELSKÉ A VYDAVATELSKÉ ČINNOSTI PO REVOLUCI ROKU 1989

Porevoluční změny v nakladatelské a vydavatelské činnosti jsem rozdělila do několika oblastí:

- 1) Privatizace podniků (a s ní spojená změna struktury podniku, změna vlastníka a změna corporate governance<sup>31</sup> společnosti),
- 2) změna tržního prostředí a ekonomické změny (např. inflace, zvýšení cen),
- 3) institucionální změny (především změny norem a zákonů),
- 4) vliv kulturního prostředí, technologického pokroku a poptávky čtenářů (nové trendy ve vydávání periodik a neperiodik).

##### 4. 1. Privatizace

V socialismu v podstatě neexistoval trh. Tržní struktury byly nahrazeny plánem a celá ekonomika směřovala k vertikální integraci<sup>32</sup>. „Místo tržních cen existovaly jen „úřední ceny“, arbitrárně stanoveny státní byrokracií - ceny, které neodrážely nic, co by mohlo být jakýmkoliv vodítkem pro efektivní hospodaření na podnikové úrovni, a dokonce ani pro efektivní plánování na centrální úrovni.“ (Holman, 1998: 9.) Existovaly prakticky jen dva typy vlastnických práv: státní (všelidové) a skupinové (družstevní). Soukromé a osobní vlastnictví existovalo jen ve velice omezené míře. „Organizační struktura podniků se vyznačovala dvěma základními rysy:

a) hierarchickou (víceúrovňovou) řídicí vertikálou<sup>33</sup>

b) organizační monopolizací a kartelizací ekonomiky v horizontálním směru“ (Mlčoch, 2005: 158).

Stanovena byla odvětvová ministerstva podléhající vládě a Státní plánovací komisi. Nakladatelství obvykle patřila státu. Státní vlastnictví však bylo neefektivní, neboť v sobě skrývalo mj. vysoké transakční náklady<sup>34</sup> na ovládnutí podniku.

<sup>31</sup> Corporate governance znamená ve volném překladu „řízení společnosti“. Jedná se především o systém vzájemných vztahů mezi akcionáři (vlastníky) a manažery.

<sup>32</sup> V případě médií: kontrola klíčových prvků výroby, vysílání, distribuce a souvisejících aktivit jedinou společností nebo skupinou.

<sup>33</sup> Stát si vytvořil k řízení a regulaci „skupinových vlastníků“ hierarchicky uspořádané vertikální řídicí struktury.

<sup>34</sup> Náklady realizace rozhodnutí.

Po revoluci nutně přišla transformace<sup>35</sup> celé československé ekonomiky. Došlo ke změně ekonomického institucionálního rámce, která obsahovala restrukturalizaci vlastnických vztahů (privatizaci) i legální stránku smluvních vztahů.

Můžeme definovat dvě základní privatizační strategie:

- a) privatizaci shora, do níž patří transformace státních a družstevních podniků na podniky kompatibilní s vlastnickými právy. Způsob převodu vlastnických práv ze státu na soukromé osoby se děje prostřednictvím přímých prodejí<sup>36</sup> (předem určeným subjektům za účetní cenu aktiv), veřejné soutěže či aukce (o ceně se licituje), tzv. kupónové privatizace a restitucí (viz. Mlčoch, 2005: 173).
- b) privatizace zdola, kam patří vznik zcela nových soukromých podniků na „zelené louce“.

Privatizace podniků, ať se dnes může třeba zdát, že napáchala více škod než užítku a že by tedy snad bylo i lepší, kdyby se vůbec neuskutečnila, byla nezbytná. „Práce a kapitál byly vázány ve špatných podnicích („špatných“ z hlediska požadavků tržního systému a z hlediska požadavků západních trhů) a bylo nutné je odtud uvolnit do efektivnějších použití. Dokud však podniky zůstávaly v rukou státu, nebylo možné toho dosáhnout. Státní paternalismus vůči podnikům by přetrvával, protože stát – vlastník by nebyl schopen odolávat tlakům podniků požadujících dotace. Jenom privatizace mohla odříznout podniky od automatického financování ze státního rozpočtu a od automatického úvěrování od státní banky. Privatizace byla tedy nezbytným předpokladem pro restrukturalizaci podniků.“ (Holman, 1998: 44 – 45.) Restrukturalizace obvykle probíhala souběžně s privatizací, i když se původně očekávalo, že k ní dojde až po privatizaci.

Základním kamenem transformace se v Československu stala tzv. „rychlá hromadná privatizace“. Jako její metoda se prosadila tzv. „kupónová privatizace“. „Přes své široké použití však nebyla kupónová privatizace v Československu převažující metodou privatizace. Československá privatizace byla smíšenou privatizací: spolu s nestandardní „kupónovou“ metodou byly používány také různé standardní privatizační metody (veřejné soutěže, veřejná výběrová řízení prodeje předem určeným zájemcům aj.)“ (Holman, 1998: 55.)

<sup>35</sup> Transformace je celostní změna, přechod od jednoho hospodářského řádu k jinému, přechod k parlamentní demokracii a k sociálním institucím otevřené společnosti. (Mlčoch, 2005: 167.)

<sup>36</sup> U přímých prodejí je velké riziko oportunistu (sledování vlastního zájmu i za cenu lsti) a korupce.



Privatizací prošla většina českých nakladatelství a vydavatelství, která fungovala už před rokem 1989. Ať už dříve, nebo později, většina z nich získala nového vlastníka. Pro srovnání uvádím několik příkladů. Nakladatelství Albatros bylo zprivatizováno roku 1998 a nyní je dceřinou společností skupiny Bonton, a. s. Olympia se roku 1991 transformovala na akciovou společnost. Naše vojsko šlo do privatizace roku 1993.

Asi vůbec nejsložitější a nejméně průhledná privatizace proběhla v případě Mladé fronty. Roku 1990 byl zprivatizován deník *Mladá fronta*. Při jeho privatizaci došlo k oddělení od nakladatelství a následnému přejmenování na *MF Dnes*. Novým vlastníkem deníku se posléze stalo vydavatelství MaF a. s. (po spojení s francouzským Socpresse roku 1991 vznikla MaFra). Oddělila se i řada časopisů. Pod hlavičkou Mladé fronty přežily privatizaci pouze tři tituly - *Sluníčko*, *Mateřídouška* a *VTM*. Úplně přestaly vycházet např. *Ohníček* nebo *Sedmička* a ostatní pionýrské časopisy. Pod jiného vydavatele přešly *Mladý svět* a *ABC* (které se stalo součástí Ringiera). Nakladatelství zůstalo v rukou Mladé fronty.

Zvláštním případem je nakladatelství Vyšehrad (dříve Lidová demokracie). Tento podnik byl majetkem Československé strany lidové. Kvůli zákonu o politických stranách, který zakazuje partajím podnikání, se lidovci museli nakladatelství zbavit. V roce 1992 proto hrozil Vyšehradu zánik. Nakladatelství bylo ale transformováno na základě společenské smlouvy mezi KDU - ČSL a nakladatelstvím Skriptum na společnost s ručením omezeným ve vlastnictví zmíněného nakladatelství Skriptum. ([www.ivysehrad.cz](http://www.ivysehrad.cz))

Některá předlistopadová nakladatelství po revoluci bohužel postupně zanikla. Příkladem za všechny je Československý (Český) spisovatel či Odeon. Značku Odeonu koupila roku 2000 Euromédia.

Většina dnešních nakladatelství a vydavatelství prošla tzv. privatizací zdola – tzn. vznikly zcela nově, tzv. na zelené louce. Některá nakladatelství vznikla záhy po revoluci, některá v průběhu devadesátých let a řada nakladatelství a vydavatelství vzniká i v současnosti. Hned roku 1989 vznikly třeba Paseka a Prostor o rok později vstoupily na český mediální trh nakladatelství Akropolis, Aventinum, Cesta, Columbus, Egmont<sup>37</sup>, Eminent, Iris, Pragma, Petrov a další. Roku 1991 začalo fungovat nakladatelství Altar, King, Muzikus, Polaris a Portál, roku 1992 Argo, Ikar, Konfrontace, Labyrint, Libri<sup>38</sup> nebo Talpress. V průběhu devadesátých let pak vzniklo třeba nakladatelství Host, Kalich<sup>39</sup>, Maťa,

<sup>37</sup> Celý název nakladatelství je Egmont ČR s. r. o.

<sup>38</sup> Přesný název je Libri s. r. o.

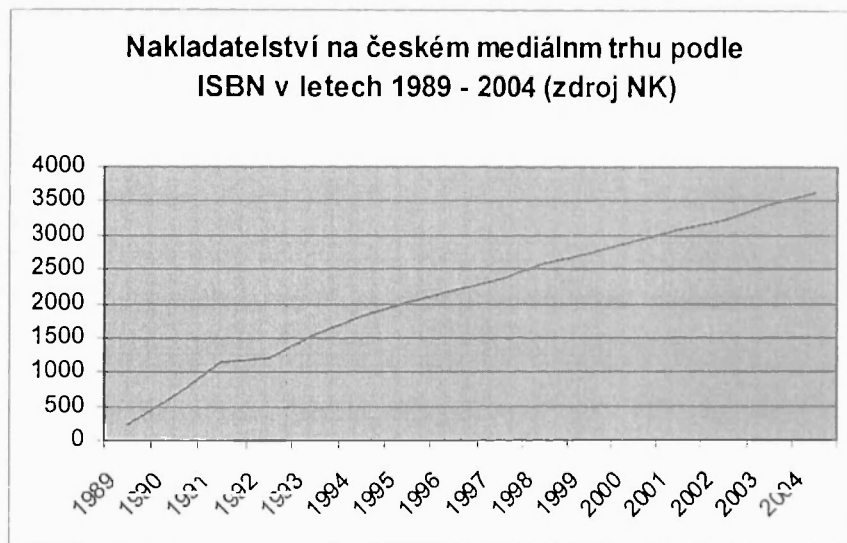
<sup>39</sup> Přesný název je Kalich s. r. o.

Motto, Oikoymenh, Polygon, Signeta, Thyrsus nebo Zámek a po roce 2000 např. Hrana, Jantar, Lumír apod.

Pro zajímavost uvádím tabulky a grafy zaznamenávající celkový počet nakladatelství a hudebních vydavatelství na českém mediálním trhu podle ISBN<sup>40</sup> a ISMN<sup>41</sup> (tzn. počty těch, jimž byla čísla ISBN a ISMN přidělována). Počty hudebních vydavatelství jsou uváděny od roku 1996, kdy bylo v České republice zavedeno.

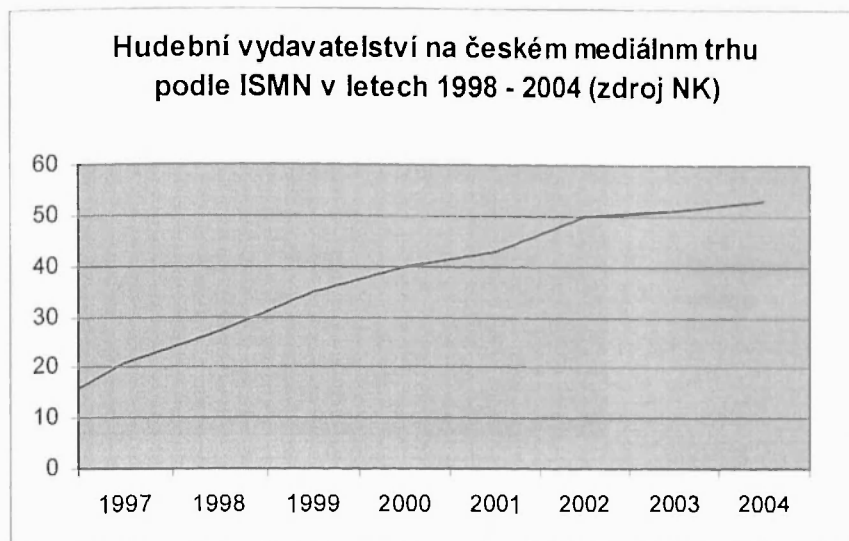
1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
238	650	1158	1210	1554	1813	2017	2180	2366	2582	2745	2898	3081	3232	3448	3619

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
11	21	27	35	40	43	50	51	53



<sup>40</sup> Systém mezinárodního standardního číslování knih.

<sup>41</sup> Systém mezinárodního standardního číslování hudebnin.



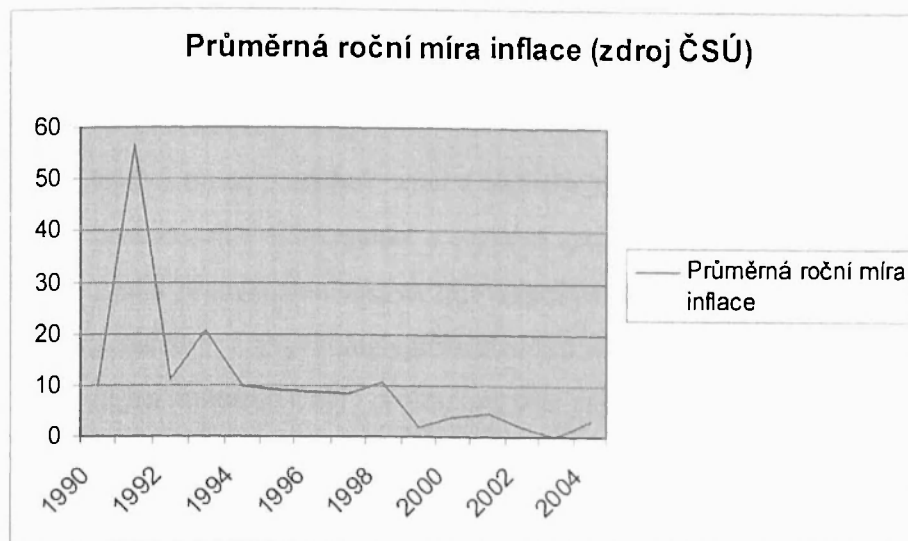
#### 4. 2. Změna tržního prostředí a ekonomické změny

Asi nejmarkantnějšími změnami v této oblasti jsou inflace, růst reálných cen produktů, růst počtu vydávaných titulů, snižování nákladu vydávaných titulů, růst nákladů na provoz nakladatelství a vydavatelství, změna v distribuční síti, stále větší nutnost propagace a reklamy a monopolizace.

##### 4. 2. 1. Inflace

Za socialismu se u nás objevil fenomén tzv. potlačené inflace, která byla na rozdíl od otevřené inflace doprovázena tržními nerovnováhami. Po revoluci bylo nutné růst cen uvolnit. Inflace se rok od roku měnila, nejvyšší byla v roce 1991, kdy dosahovala 56,7 %.

Průměrná roční míra inflace v procentech (zdroj ČSÚ)														
1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
9,9	56,7	11,1	20,8	10	9,1	8,9	8,5	10,7	2,1	3,9	4,7	1,8	0,1	3,1



#### 4. 2. 2. Růst reálných cen produktů, růst počtu vydávaných titulů, snižování nákladu vydávaných titulů, růst nákladů na provoz

Ceny většiny nakladatelských a vydavatelských produktů rostly obvykle rychleji než inflace. Tento fakt byl jistě jednou z příčin toho, že lidé jednoduše přestali knihy a periodika kupovat (nebo lépe řečeno, zvláště co se knih týče, začali je kupovat v menší míře). Podle názoru některých nakladatelů lidé přestali číst. S tím ale nesouhlasím. Někteří čtenáři se spíše přesunuli z knihkupectví do knihoven, neboť na kupování veškerých novinek jim už jednoduše nezbyly peníze. Nejvíce se dnes prodávají odborné knihy (viz. oddíl 4. 4.), kterých je v knihovnách nedostatek.

Proč ceny vydávaných produktů vzrostly? Viděla bych hned několik důvodů tohoto problému:

- a) Nakladatelům stouply náklady, mj. v důsledku rostoucí ceny papíru a tiskárenských služeb,
- b) s přibývajícím počtem nakladatelů a vydavatelů na českém mediálním trhu vzrostla konkurence - hned několik nakladatelů a vydavatelů najednou vydává obsahově podobný produkt. V důsledku toho také klesl náklad vydávaných titulů a stoupl počet titulů (někde i edic),
- c) nízká poptávka (hlavně po knihách) drží ceny vysoko. Z knih se tak stává de facto vzácné zboží,

- d) „rychlý růst cen je důsledkem toho, že před rokem 1990 byly ceny knih uměle udržovány na nízké úrovni, neodpovídající skutečným výrobním nákladům“ (Pistorius, 2003: 31),
- e) knižní trh se proměnil nejen z hlediska jeho vnitřního fungování, ale i v závislosti na proměnách v ekonomické a sociálně společenské oblasti, a to v důsledku liberalizace trhu a proměn čtenářských zájmů (příklon k časopisům, televizi, internetu a hudebním nosičům). Z psychologického hlediska nabízí trh velké množství jiných aktivit, a to nejen kulturních, ale i profesních, dále pak cestování apod.

Jak už jsem uvedla, došlo i ke zvýšení nákladů na provoz nakladatelství a vydavatelství. Jen polygrafické náklady a cena papírů stouply minimálně o třetinu. Dalo by se říct, že ceny papíru, barvy, tiskárenských služeb i autorských honorářů se dnes blíží průměrným nákladům v ostatních evropských zemích. Ale koupěschopnost zákazníka, z níž vychází i cena knihy, je stále o dost nižší, což v konečném důsledku způsobuje nízké zisky nakladatelů a vydavatelů, které v nejednom případě vedou dokonce ke krachu. Navíc nejde jen o dražší tiskárny a dražší papír, podstatné zvýšení se projevilo i v nájmech. Většina nakladatelů a vydavatelů si už dále nemohla dovolit sídlit v centru Prahy, a proto v průběhu devadesátých let i počátkem 21. století docházelo k hromadnému stěhování do okrajových částí. Např. Mladá fronta se stěhovala z Panské ulice nejprve na Žižkov, pak do Radlic a nakonec do Modřan, nakladatelství Prostor z Týnské ulice do Podolí, nakladatelství Brána vyměnilo Vinohrady za Prahu 10, nakladatelství Libri rovnou se usídlilo v Jinonicích apod. Někteří však přesto zůstali v centru, např. Olympia se z Klímentské ulice na Praze 1 stěhuje na Strahov teprve nyní<sup>42</sup> (avšak zde je situace přeci jen trochu jiná, protože Olympia je majetkem ČSTV, který chce dům v Klímentské prodat), nakladatelství Slon v Jilské ulici a SPN a. s. v Ostrovni (i SPN je ale majitelem domu). Dá se tedy říct, že v centru Prahy zůstali výhradě vlastníci domů, ve kterých nakladatelství či vydavatelství sídlí. V druhé polovině devadesátých let začal stoupat odběr distributorů do komise (viz. 4. 2. 3.), což náklady na provoz nakladatelství a vydavatelství opět pozvedlo. Podstatná část nákladů byla vynaložena také do reklamy a propagace. V neposlední řadě stouply náklady na elektřinu a pohonné hmoty.

Další významnou složkou celkových výdajů nakladatelů a vydavatelů jsou daně. Na přelomu roku 1990 / 1991 probíhal boj o snížení daně z obrátu. Tato daň byla nakonec pro

<sup>42</sup> I když jádro nakladatelství zůstává v Klímentské i nadále.

vydavatele knih zrušena. Na druhou stranu však byla zavedena 22 % DPH, která ale byla později snížena na 5 %.

V průběhu času docházelo také ke snižování nákladů jednotlivých produktů. Zatímco těsně po revoluci si nakladatelé mohli dovolit i stotisícový náklad, dnes se bestsellery vydávají v pětitisícovém nákladu, literatura faktu v třitisícovém a beletrie v nákladu okolo 1500 výtisků. První výraznější propad v nákladech přišel roku 1992, kdy nakladatelský a vydavatelský trh zasáhla výraznější krize. K dalšímu poklesu přispěl rozpad federace a s ním spojená skutečnost, že řada nakladatelů přišla o slovenské čtenáře. Poslední výraznější propad nákladů odstartoval roku 1996 a dalo by se říct, že trvá dodnes.

Počet vydávaných titulů, na rozdíl od nákladů knih, od roku 1989 několikanásobně stoupl.

#### 4. 2. 3. Distribuce a reklama

Až do května roku 1990, kdy bylo zákonem povoleno podnikání byl jediným distributorem na českém trhu Knižní velkoobchod. Ten však záhy zkrachoval a zanechal za sebou nesplacené závazky vůči řadě nakladatelů (dlužil např. Olympii i Prostoru), kterým tak přibýly další neočekávané náklady, které jen zhoršovaly jejich situaci. Po krachu Knižního velkoobchodu se rozvinula zcela nová distribuční síť.

V současné době fungují na českém trhu tři typy distribučních firem zastupujících jednotlivé nakladatele a vydavatele.

- 1) „Nabídka přímo u odběratelů (rozvoz zboží) a nákup ve skladu distributora (např. Skylla Bohemia s. r. o., Distribuce knih s. r. o., Grada, Bohemia s. r. o., Distribuce knih 2Absvan Brno. Tisk Morava s. r. o.),
- 2) Nákup ve skladu distributora (např. Pavel Dobrovský-Beta, Jan Kanzelsberger – velkoobchod s knihami),
- 3) Specializované nabídky (Miloš Uhlíř-Baset, Geomedia s. r. o.),
- 4) Dodávky knihkupců poštou (Hanus Turk -OPA)“ (Vaňousková, 1999).

Situace na poli distributorů není v současnosti příliš efektivní, a proto se dá očekávat, že se bude ještě hodně měnit. Zatím totiž existuje mnoho malých distribučních firem a často nastává situace, že do malých měst dováží produkty zbytečně třeba několik distributorů najednou (každý do jiného obchodu). Proto je pravděpodobné, že na distribučním trhu dojde v dohledné době k monopolizaci, případně k fúzím některých firem.

V druhé polovině devadesátých let začali distributoři praktikovat tzv. odběr do komise (což znamená, že distribuční firmy nemusí platit za odběr knih předem, ale zaplatí je až poté, co je prodají). Tato metoda značně přitížila některým nakladatelstvím a vydavatelstvím, které navíc musely začít spoléhat na schopnost daného distributora prodat jejich produkty, a opět zvedla náklady na provoz nakladatelství a vydavatelství.

Distributorské firmy jsou nejslabším článkem komunikačního řetězce knižního trhu, často se nejedná o profesionální přístup v jejich činnosti, a proto také často krachují a působí velké problémy nakladatelům i vydavatelům.

Významné změny se v porevolučním období odehrály v propagaci nakladatelských a vydavatelských firem. Reklama je dnes základní metodou, jak přilákat zákazníky k nákupu zboží. Většina nakladatelství si však stále výraznější reklamní kampaň nemůže dovolit. Výhodu mají větší firmy, které vydávají velký počet produktů a v jednotlivých titulech tak mohou propagovat jiný vydávaný produkt (příklad Mladé fronty: v časopise *Sluníčko* jsou reklamy na *Mateřídoušku* i další vydávané časopisy). Informace o produktech se mohou objevovat v edičních programech – přehledu chystané knižní produkce nakladatelství na příští kalendářní rok, které nakladatelství vydávají, v časopisech *Knižní novinky* (dříve *Nové knihy*), *Knihy*, nebo *K revue*. V těchto specializovaných časopisech je mimo běžných informací o nových knihách na trzích, které jsou bezplatné, možno zajistit i placenou inzerci, která však často nemá takový účinek, jaký by se očekával od její ceny.

Další možností propagace (především pro nakladatele) je prezentace produktů a účast na světových i domácích knižních výstavách a veletrzích. Z domácích výstav jsou pro nakladatele nejvýznamnější Svět knihy v Praze a Brně, Libri Olomouc, Knižní trh Havlíčkův Brod. Roku 1991 pak řada tehdy existujících nakladatelů prezentovala své knihy na Světové výstavě v Praze. Ze zahraničních veletrhů stojí za zmínku ten ve Frankfurtu, Lipsku, Boloni nebo Varšavě.

Důležitým bodem propagace nakladatelství i vydavatelství jsou recenze a kritiky vycházející v českých denících i specializovaných časopisech. Říká se, že i špatná recenze je lepší než žádná, protože to nejhorší, co se může nakladateli nebo vydavateli v této oblasti stát je, že se o jeho produktech nepíše vůbec.

#### 4. 2. 4. Monopolizace

Na českém knižním i časopiseckém trhu se dá předpokládat vývoj směrem k monopolizaci. „V současné době je na knižních trzích patrná tendence k vytváření velkých obchodních společností (jak knihkupeckých, tak i nakladatelských), ovládajících většinu trhu. Tato tendence se zřetelně uplatňuje v zahraničí, v poslední době začíná být ale patrná i u nás“ (Pistorius, 2003: 20). Z velkých knihkupectví na českém trhu je třeba zmínit např. firmu Kanzelsberger nebo Neoluxor.

Monopolizace ale není pouze na knižním trhu, patrná je i v případě vydavatelství. Například většinu českých časopisů dnes prodává Mladá fronta, Stratosféra a Ringier.

#### 4. 3. Institucionální změny

Roku 1989 byl v tehdejší Československé socialistické republice zaveden systém mezinárodního standardního číslování knih (ISBN), který je řízen normou ČSN ISO 2108. První verze této normy byla schválena 25. 4. 1988 a vešla v platnost 1. 1. 1989. V prosinci 2001 byla tato norma nahrazena novou verzí. Normy se liší především v určení umístění ISBN v knize.

Zatímco stará norma říká: „ISBN musí být vytištěno na rubu titulního listu nebo na rubu obálky, pokud tato titulní list zastupuje, a to při spodním okraji stránky. Lze je rovněž opakovat např. na zadní straně vazby nebo přebalu, anebo na 4. stránce obálky v pravém dolním rohu,“ v nové se praví: „Mezinárodní standardní číslo knihy musí být vytištěno na rubu titulního listu nebo, pokud to není možné, na spodním okraji samotné titulní strany. Musí být rovněž uvedeno na spodním okraji zadní obálky, je-li to proveditelné, a na spodním okraji zadní strany přebalu, pokud kniha nějaký má; není-li možná žádná z těchto alternativ, musí být číslo vytištěno na některém z významných místa na vnější straně knihy. Mezinárodní standardní číslo knihy musí být rovněž vytištěno na všech doprovodných materiálech, a to v souladu s ustanovením o vhodném umístění vzhledem k formátu doprovodného materiálu.“ Nakladatelskou a vydavatelskou úpravu knih určuje norma ČSN 01 0166 z ledna 1993.

Další normy upravující nakladatelskou a vydavatelkou činnost jsou např.: ČSN ISO 3297 Informace a dokumentace – Mezinárodní standardní číslo seriálových publikací (ISSN) z března 2000, která nahrazuje normu ČSN 01 0187 z prosince 1988, ČSN ISO 1086 Informace a dokumentace – Titulní listy knih z června 2001, ČSN ISO 10444 Informace a dokumentace Mezinárodní standardní číslo technické zprávy (ISRN) z října 1997.



Změnila se i řada zákonů, např. byl zrušen zákon České národní rady č. 106/1991 Sb., o neperiodických publikacích, ve znění zákona České národní rady č. 281/1991 Sb. a nahrazen novým zákonem o neperiodických publikacích č. 37/1995 Sb. (udává mj. rozsah aplikace ISBN)

#### 4. 4. Vliv kulturního prostředí a poptávky čtenářů

„Vedle sezónní periodicity se celosvětově projevují následující dlouhodobější trendy:

- a) Odklon od beletrie k literatuře faktu a odborným publikacím,
- b) příklon k vizuální informaci (velké ilustrované knihy, komiksy),
- c) vzestup odborné literatury,
- d) vzestup dětské literatury,
- e) odklon od laciných knih směrem k tlustým a výpravným knihám a také k vážným knihám na úkor paperbacků,
- f) nástup elektronických médií, jakkoliv je mnohem méně prudký, než se očekávalo ještě kolem roku 1995“ (Pistorius, 2003: 19).

V důsledku snižování nákladů došlo k přesunutí barevných obrázků mezi textem knih do obrazové přílohy na konci knihy.

Časopisy se změnily jen formátově a vzhledově, jejich obsah zůstal víceméně stejný. To je logické, neboť časopisy mají určitý (obvykle příliš neměnný) okruh čtenářů, kteří si přejí číst časopis, na který jsou zvyklí. Výrazné změny v obsahu (a často i ve formátu) mívají spíše negativní důsledky na prodejnost časopisu. Nejvíce se změnilo časopisy pro děti, které musí samozřejmě kopírovat kulturní vývoj společnosti a přijmout amerikanizaci.

Výrazně se změnilo učebnice. V důsledky nového školského zákona dochází především ke zjednodušení učebnic a k jejich větší názornosti. Množství faktů nahradily obrázky. Hlavní důraz se klade na přehlednost. Do učebnic byly zařazeny i moderní témata – jako mobilní telefony, počítače apod.

V důsledku velké konkurence na mediálním trhu je patrná snaha nakladatelů a vydavatelů odlišit se od ostatních, a to především pomocí vizuální podoby produktu. Obzvláště důležité je to u časopisů, jejichž titulní strana často rozhoduje o tom, zda se výtisk prodá. V kategorii knih i časopisů jsou pak pořádány různé soutěže o nejkrásnější knihu, nejlepší obálku apod.

Kapitolou samou pro sebe jsou pak elektronická média a internetová periodika. Většina nakladatelství do svého prodejního plánu zatím elektronické verze svých knih nezařadila. Výjimkou jsou encyklopedie, u kterých se elektronická podoba přímo nabízí. Důvod tohoto faktu je špatná ochrana autorských práv a strach z pirátského kopírování. Na internetu však v současné době i přesto není problém sehnat v podstatě jakýkoliv titul (hlavně co se beletrie týče), avšak čtenáři zatím stejně dávají přednost tištěným knihám (především proto, že čtení knihy je zatím stále pohodlnější než čtení textu z obrazovky). Průlom by mohl způsobit tzv. elektronický papír, na němž se text dá číst stejně pohodlně jako v klasické knize a navíc zde existuje možnost hledat v několika titulech najednou, případně porovnávat fakta s internetem.

Internetová periodika se dají rozdělit do tří skupin:

- a) „kopie (zrcadla) existujících médií, kdy jejich verze (texty, grafy, fotografie, ale i zvukové a obrazové vysílání) je pouze převedena do digitální podoby a umístěna na internet,
- b) internetové odnože již zavedených médií, které nejsou totožné s původní „tradiční“ verzí, ve srovnání s ní přinášejí nové obsahy a plně využívají multimediálních možností internetové on-line žurnalistiky, v praxi se jim někdy říká on-line suplementy,
- c) periodika, která jsou vytvářena speciálně a výhradně pro umístění na internetu“ (Zpravodajství v médiích, 2001: 99).

Největší výhodou internetových periodik je především jejich disponibilita v prostoru a čase. „Žádné jiné médium nepřekonává prostorové hranice tak snadno jako internet.“ (Zpravodajství v médiích, 2001: 106.)

Internet je dnes využíván také k distribuci médií. Většina periodik i neperiodik se dá koupit na internetu a přes internet se dá objednávat i předplatné. K distribuci knih slouží řada internetových knihkupectví (např. Kosmas nebo Vltava).

#### 4. 5. Stručné shrnutí změn v nakladatelské a vydavatelské činnosti a jejich zhodnocení<sup>43</sup>

1989 / 1990

2005

(-) málo nakladatelů

(+) mnoho nakladatelů

(-) potíže = přidělové množství papíru

(+) papír libovolně podle přání

<sup>43</sup> Subjektivní hodnocení z mého pohledu a z pohledu zaměstnanců v oboru (Vysoká, 9. 12. 2005).

(-) vychází omezené množství titulů	(+) vychází veliké množství titulů
(-) omezené vydávání zahraničních autorů	(+) volné vydávání zahraničních autorů
(-) omezené vydávání některých autorů	(+) volné vydávání téměř všeho
(+) titul vychází ve velkém nákladu	(-) titul vychází v malém nákladu
(+, -) letité výrobní technologie	(+) stále se modernizující vybavení
(+, -) domácí materiály	(+, -) zahraniční materiály
(+, -) laciné vybavení pracovišť	(+,-) nutnost nákladných počítačů
(+) přijatelné nájemny pracovišť	(-) vysoké nájemny pracovišť
(+) přijatelně drahá energie	(-) zvýšené výdaje za energii
(+) přijatelně drahá doprava	(-) zvýšené náklady za dopravu
(+) polygrafické ceny jednotné, podle ceníku	(+, -) polygrafické ceny dohodou
(+, -) sazba, reprodukce, tisk věcí tiskárny	(+) zlom a scan v nakladatelství
(+) letitá struktura tiskáren	(+, -) organ. změny, nové tiskárny
(+, -) více stálých zaměstnanců ve firmě	(+,-) méně zaměstnanců, externisté
(+) kniha je laciná	(-) ceny knih se výrazně zvýšily
(+) odbyt je starostí knižního velkoobchodu	(-) nakladatel se stará sám
(+) rychlost prodeje nepodstatná	(+, -) co nejrychlejší prodej
(+) dlouhý přípravný čas k vydání	(-) rychlá příprava k vydání
(+) pečlivé zpracování podkladů	(-) spěšné zpracování podkladů
(-) dlouhá dodací lhůta z tiskárny	(+) rychlá dodací lhůta z tiskárny
(+, -) skromná propagace	(-) nákladné reklamní akce
(+) klasické knihy bez reklam	(-) reklamy uvnitř knih
(+) lidé mají čas, čtou knihy	(-) lidé mají méně času, méně čtou
(+) knihy mají výjimečné postavení	(+, -) množství nových medií
(+) čtenáři si knihy kupují	(-) čtenáři více šetří ???
(+) čtenáři v ČR si knih váží a čtou	(+) čtenáři v ČR si knih váží a čtou

## 5) SROVNÁNÍ VYBRANÝCH NAKLADATELSTVÍ A VYDAVATELSTVÍ

Pro srovnání jsem vybrala čtyři nakladatelství, které se zároveň zabývají i vydavatelskou činností, nebo ji alespoň provozovaly v minulosti. Změny v nakladatelské a vydavatelské činnosti ukáží na příkladech Olympie a Mladé fronty – tedy na dvou bývalých tzv. „kamenných nakladatelstvích“ a Prostoru a Volvoxu Globator, jež vznikly až po revoluci, tzn. „na zelené louce“.

### 5. 1. Olympia, a. s.

Nakladatelství Olympia vzniklo v roce 1954 jako Státní tělovýchovné nakladatelství, od roku 1957 již pod hlavičkou Československého svazu tělesné výchovy působilo pod názvem Sportovní a turistické nakladatelství a v roce 1968 přijalo dnešní název. Roku 1991 proběhla úspěšná transformace na akciovou společnost. Dnes zaujímá Olympia významné místo na domácím i zahraničním trhu, zejména díky aktivní spolupráci s předními nakladatelskými domy.

Záhy po revoluci v roce 1989 však byla existence Olympie poměrně nejistá. Nebylo jasné, zda nakladatelství zanikne, nebo zda se bude transformovat. V červenci roku 1991 byla rozhodnutím soudu potvrzena privatizace a podnik se úspěšně transformoval v akciovou společnost, s klasickou strukturou akciové společnosti tak, jak je dána obchodním zákoníkem. Vydavatelský plán byl podobný jako před revolucí, s důrazem na sportovní a turistickou literaturu. Vedení podniku se téměř nezměnilo, významnými změnami však prošla organizační struktura, v níž se podepsalo především hromadné propouštění a konec vydávání většiny časopisů, které s sebou logicky přineslo i zrušení jejich redakcí. Z původního počtu přibližně 220 zaměstnanců vydavatelství jich do dnešního dne přetrvalo v Olympii asi 20. Malý počet stálých zaměstnanců je doplňován asi deseti externisty.

Vlastníkem Olympie je stále ČSTV, z kterého se po privatizaci podniku stal majoritní akcionář.

Na existenční krizi Olympie se podepsal i krach Knižního velkoobchodu, tehdejšího jediného knižního distributora. Knižní velkoobchod za sebou zanechal nesplacený dluh vůči Olympii ve výši cca 16 milionů korun. Zásluhou právníků byly v průběhu dalších let Olympii tyto peníze nakonec vráceny ze zdrojů Fondu národního majetku.

V době před revolucí vydávala Olympia ve spolupráci s ČSTV velké množství periodik, z nichž většina v letech 1990 – 1991 zanikla, nebo přešla pod jiného vydavatele. Byly to: *Československý sport* (1953 – 1991<sup>44</sup>), *Stadión* (1960 – 1992), *Gól* (1960 – 2003), *Tělovýchovný pracovník* (1989 – 1991), *Turista* (1988 – 1989), *Atletika* (1974 – 1991), *Československý šach* (1982 – 1991), *Cyklistika* (1974 – 1991), *Teorie a praxe tělesné výchovy* (1990), *Sportovní – moderní gymnastika* (1986 – 1990), *Základní a rekreační tělesná výchova* (1988 – 1990) a *Vodní sporty* (1984 – 1990).

Z časopisů, které začaly vycházet už před revolucí přežily rok 1991 pouze *Stadión* a *Gól*. Týdeník *Gól* přestala Olympia vydávat před dvěma lety, kdy časopis přešel do sféry jiného vydavatelství. Roku 1991 vnikl časopis *Tenis*, jehož existence pod hlavičkou Olympie však měla jen roční trvání. Roku 1992 začal vycházet měsíčník *TP (Tělovýchovný pracovník)*, který navazoval na předchozí periodikum se stejným názvem, avšak změnil podobu (v současné době je spíše jen zpravodajem ČSTV) a o rok později týdeník *Sazka*, vydávaný ve spolupráci se společností Sazka, a. s. Kromě *TP* a *Sazky* nepřipravuje Olympia v současné době žádné periodikum. I tyto dva časopisy ale nesou jistá specifika, která se neslučují s klasickým vydavatelským postupem. *TP* se neobjevuje běžně na pultech a v případě *Sazky* se Olympia stará pouze o přípravu časopisu, veškerou distribuci a prodej zajišťuje Sazka, a. s. Důvodem odprodeje časopisů byla ekonomická nevýnosnost. S klesajícími náklady jednotlivých titulů docházelo k tomu, že se jich Olympia postupně zbavovala. „Po revoluci se nakladatelství nezajímalo jen o obsahovou stránku časopisů, ale zejména o jejich ekonomické výsledky. Všechny časopisy, s výjimkou *Československého sportu* se dostaly do tíživé ekonomické situace, a proto jsme hledali buď kooperující instituci pro jejich vydávání, anebo se přesouvaly na jednotlivé sportovní svazy, které pak měly zajišťovat jejich vydání. Avšak ne všechny svazy se tohoto „údělu“ zhostily, proto řada časopisů, v té podobě, v jaké je vydávala Olympia, už dnes nevychází.“ (Zelníček, 2005.) Struktura a vzhled časopisů se v době jejich vydávání po revoluci příliš neměnil. S dobou se lehce změnil pouze obsah.

Olympia měla v porevolučním období velkou výhodu oproti nově vzniklým subjektům, jelikož už disponovala okruhem stálých čtenářů. Zatímco s vydáváním většiny časopisů Olympia skončila, ediční činnost doznala rozšíření. Těsně po revoluci sice zanikla edice *Spartakus* – ideově politická řada, která už na nově utvářeném trhu nenašla své místo, roku 1990 však vzniklo hned devět nových edic, které se přidaly ke stávajícím šestnácti. O

<sup>44</sup> Data udávají časové období, kdy časopisy patřily pod vydavatelskou činnost Olympie.

rok později spatřilo světlo světa deset nových edic, avšak hned dvacet jich bylo zrušeno (např. *Růžová knihovna*, *Science-fiction*, *Dobrodružný dějepis*, *Šachová literatura*). K edičním stálícím tehdy patřily např. *Guinness*, *Obrazové publikace*, *Spisy Jaroslava Foglara* nebo *Globus Wellness*. Roku 1990 vydala Olympia znovu *Guinnessovu knihu rekordů*, která se hned setkala s obrovským zájmem čtenářů. Roku 1991 vydávala Olympia nejvíce titulů v porevolučním období, neboť tehdy ještě existovaly staré edice, které byly posléze zrušeny, a vznikly i edice nové. O rok později tak logicky přišel pokles produkce, spojený mj. právě se zánikem některých edic. V letech 1994 – 1995 vykazovala Olympia téměř nulovou produkci sportovních tělovýchovných publikací. Další pokles ve vydávání knih přišel hned následujícího roku.

Olympia mírně změnila svůj nakladatelský profil. Zatímco do roku 1991 se její hlavní náplň zaměřovala na sportovní a turistické publikace, následujícího roku přibýly i další tematické skupiny. Dnešní nakladatelská činnost Olympie by se dala rozdělit do těchto okruhů: 1) Tělovýchova, sport a cestovní ruch,

- 2) obrazové publikace,
- 3) krásná literatura,
- 4) literatura pro děti a mládež.

Z nakladatelského plánu Olympie se téměř vytratila naučná sportovní literatura.

Podobně jako u jiných nakladatelství došlo u Olympie k poklesu nákladů prodávaných knih a k růstu jejich cen. Příčinou jsou stoupající náklady na provoz nakladatelství i rostoucí konkurence a klesající koupěschopnost obyvatelstva. Šéfredaktorka Marcela Nováková na toto téma říká: „Trh je zcela zahlcen. V současné době vychází asi 16 tisíc knih ročně, což je na trh, který se rozdělením republiky ještě zmenšil, skutečně mnoho. Musíme si uvědomit, že je nás deset milionů, z kterých umí číst jen polovina a z ní jen další polovina pak skutečně čte. A navíc to, co si jako první musíte odpustit v ekonomické tísní je kultura. Knížku si můžete půjčit v knihovně, takže ji přestanete kupovat.“

Obrazová úprava vydávaných produktů se u Olympie příliš nezměnila. Z ekonomických důvodů došlo například k přesunu fotografií z textu do přílohy, avšak vzhled knih je stále téměř totožný.

Elektronické publikace Olympia nevydává. „Zatím o to neuvažujeme,“ říká šéfredaktorka Marcela Nováková, „osobně na to nejsme vybaveni.“

Roku 1994 započal svou činnost Klub čtenářů Dicka Francise. Pro jeho členy je vydáván klubový bulletin a je uplatňována řada slev i výhod.

Důležitou součástí chodu nakladatelství Olympia je propagační činnost. Informace o produktech Olympie se pravidelně objevují v edičních programech, ve zpravodaji *Klubový bulletin*, v českých i cizojazyčných bulletinech pro veletrhy, v časopise *Knížní novinky*, *Knihy* a *K revue*. Do roku 1991 vycházel občasník *Knihy Olympie*, jehož následníkem se o rok později stal *Čtvrtletník* (jeho obsahem je především nabídka pro knihkupce). Roku 1995 vyšel bibliografický soupis vydané literatury (výběr knih nakladatelství Olympia). Po roce 1995 vzrostl počet inzerce v denním tisku a časopisech. Součástí propagační politiky jsou i reklamy ve vlastních časopisech a knihách a webové stránky nakladatelství<sup>45</sup>.

Nakladatelství Olympia je majitelem ochranné známky anket *Fotbalista roku* a *Zlatá hokejka*, tyto ankety začaly fungovat už před revolucí a přetrvávají dodnes.

Olympia sídlí už od šedesátých let v Klimentské ulici, kde vlastní dům. V současné době probíhá stěhování na Strahov, neboť vlastník Olympie ČSTV chce dům v Klimentské prodat, avšak sídlo nakladatelství zůstává i přes tento fakt nadále na Praze 1.

Záhy po revoluci se o distribuci produktů Olympie staraly Poštovní novinová služba, tehdy jediný distributor časopisů, a Knížní velkoobchod. Po jejich krachu se Olympia musela obrátit na nově vzniklé distributory. V současné době zajišťuje distribuci Olympie cca pět hlavních distributorů. Nejdůležitější distribuční sítí Olympie je ostravská firma Pemic, a. s., která zajišťuje distribuci mj. i nakladatelstvím Academia, Egmont, Eminent, Fortuna, Fragment, Grada, Libri, Naše vojsko, Paseka, Prostor, Terra, Votobia, Vyšehrad, aj.

Knihkupectví Olympie se stěhovalo nejprve z Hybernské ulice do Opletalovy, pak z důvodu toho, že úspěšnost knihkupectví je přímo závislá na jeho lokaci a jelikož frekvence zákazníků nebyla v Opletalové ulici vysoká, došlo k dalšímu přesunu přímo do budovy Olympie v Klimentské. Další prodejna Olympie je na Strahově, v areálu nového působiště nakladatelství.

Olympia je perspektivní nakladatelství, které má i po padesáti letech působnosti své místo v nakladatelském oboru i do budoucna zaručeno.

<sup>45</sup> [www.iolympia.cz](http://www.iolympia.cz).

## 5. 2. Mladá fronta a. s.

Mladá fronta se v roce 2005 může těšit ze své šedesátileté tradice. Byla založena v květnu 1945 jako vydavatelství s prioritním posláním – psát a vydávat literaturu především pro děti a mládež, podílet se na výchově a vzdělávání, podporovat mladé autory – statutárně byla účelovým zařízením tehdejšího Svazu československé mládeže až do roku 1989. Mladá fronta v těchto zhruba 45 letech sdružovala deník Mladá fronta (včetně krajských poboček deníku), nakladatelství Mladá fronta, desítku časopisů pro děti a mládež, také výstavní síň, knihkupectví (i s pobočkami v Brně, Ostravě), ÚNID (Ústředí novinářské informace a dokumentace), odbytk knih včetně zásilkové služby pro čtenáře.

Na konci roku 1989 došlo k předělu, novináři z deníku ze společného podniku vystoupili, založili akciovou společnost Mafra se zahraniční spoluúčástí a deník vychází dále pod hlavním titulem DNES (a s podtitulem Mladá fronta).

V letech 1990 až 2000 byla Mladá fronta státní akciovou společností pod správou Fondu dětí a mládeže. Dále pracovalo společně nakladatelství, několik časopisů, nové oddělení marketingu, výstavní síň, knihkupectví, ÚNID a administrativní část podniku. V roce 2000, kdy Fond dětí a mládeže končil svoji činnost, byla provedena privatizace podniku a vydavatelský dům – který dnes patří k největším v České republice – je činný jako Mladá fronta, a. s.

Po privatizaci docházelo k častému obměňování ředitelů podniku a s marketingovou strategií stoupal počet zaměstnanců.

Záhy po revoluci vydávala Mladá fronta 11 časopisů. Z tohoto počtu přežily pod hlavičkou Mladé fronty privatizaci pouze tři tituly (*Sluníčko*, *Mateřidouška* a *VTM*). Ze zmiňovaných titulů úplně přestaly vycházet *Ohníček*, *Sedmička*, *Pionýr*, *Pionýrská stezka*, *Pionýrská štafeta* a *Zápisník mladých*. Pod jiného vydavatele přešly *Mladý svět*, *ABC* (vydává Ringier). Roku 1990 vznikla *Ikarie* jako pokračování samizdatové edice téhož jména. V roce 2000 začaly v důsledku marketingových strategií nového vedení počty vydávaných periodik opět stoupat (vznikaly zcela nové časopisy, nebo docházelo k jejich odkupování), až se jejich počet vyšplhal na současných 21 (*MF Plus*, dále abecedně *Dieta*, *Ikarie*, *Juicy*, *Lidé a země*, *Maminka*, *Marketing Magazine*, *Mateřidouška*, *Moje zdraví*, *Obchodní týdeník*, *Polygrafie Revue*, *Postgraduální medicína*, *Projekt*, *Projekt v praxi*, *Sestra*, *Sluníčko*, *Strategie*, *Travel In The Czech Republic*, *VTM Science*, *Zdravotnické noviny* a *Zoom*). Produkce se rozšířila především o odborné časopisy ekonomického a lékařského zaměření. V letošním roce vznikl časopis *Dieta*, jež má za cíl přinášet odborné rady v oblasti hubnutí. Stěžejním časopisem



Mladé fronty je v současné době zpravodajský týdeník *MF Plus*, který začal vycházet před třemi lety. Součástí firemní strategie Mladé fronty je i nabídka tzv. klientských časopisů, šitých namíru danému podniku.

V obsahové stránce tradičních časopisů Mladé fronty, jakými jsou třeba *Sluníčko*<sup>46</sup>, *Mateřidouška*<sup>47</sup> nebo *Ikarie*, došlo jen k malým změnám. Konkrétně třeba *Mateřidouška* se změnila z víceméně literárního časopisu pro děti na časopis naučný s mnoha barevnými fotografiemi a národopisnými texty. *Ikarie* zůstává v podstatě stejná, mění se pouze její rubriky a v malé míře i obsah, který se přizpůsobuje kulturnímu vývoji a poptávce čtenářů (proto zařadila např. komiks). Časopis *Sluníčko* má svoji, ale dnes mnohem pestřejší tvář. K podstatným změnám došlo v časopise pro mladé *VTM*, jenž se pod vedením nového šéfredaktora proměnil ve *VTM-Science*, jehož okruhem čtenářů je spíše dospělá mužská populace, než vědy chtivá mládež.

Roku 1998 začala Mladá fronta vydávat časopisy i na Slovensku. V současnosti nabízí na slovenském trhu čtyři tituly (*Stavba*, *Eurobiznis*, *Šikovniček*, *Moje zdravie*).

Knihy Mladé fronty jsou za předchozích šedesát let známým pojmem, jak svoji literární hodnotou a pečlivou redakční prací, tak kvalitním grafickým i polygrafickým zpracováním. Mladá fronta má široký záběr – vydává populárně naučná, historická a faktografická díla, beletrii všech žánrů – cestopisy, historické romány, detektivky, sci-fi a fantasy, knihy pro děti – původní českou tvorbu i kvalitní překladovou literaturu z mnoha světových jazyků. Vydávané knihy jsou z podstatné části zařazeny do výrazných edic – výrazných obsahově i graficky – nejznámější jsou *Kolumbus*<sup>48</sup> nebo *Květy poezie*<sup>49</sup>. Jmenujme další současné edice: *Česká poezie a Česká próza*, *Moderní světová próza*, *Lidé a Země* (cestopisy), *Arma et Musea* (historie a militarie), *Tajný archiv* (přísně utajovaná historická, politická a kriminální fakta), *Myšlenky* (závažná filozofická díla), *Román*, *Povídky*, *Detektivka*, *Historický román*, *380 Voltů* (pro milovníky vzrušení a napětí), *Ikaros* (sci-fi ve spolupráci s časopisem *Ikárie*), *Kuchařky*, *Žijeme s dětmi* (praktické rady rodičům i pedagogům), také *Díla Bohumila Hrabala*, *Ellis Petersové*, *Sue Townsendové*, *Arnošta Lustiga*... Vycházejí edice specializované pro děti – *Sluníčko*, *Jednorožec*, *Hodina duchů*,

<sup>46</sup> Vychází od roku 1969.

<sup>47</sup> Vychází od roku 1945.

<sup>48</sup> Edice *Kolumbus* vychází od roku 1960, tedy 45 let, dosud vydáno 178 svazků – populárně vědecká literatura přinášející zajímavé poznatky z mnoha oborů přírodních věd, techniky, historie, umění, zdravotvědy...)

<sup>49</sup> Edice *Květy poezie* vychází od roku 1958, dnes 237 svazků – patří k nejzáslužnějším edičním počům, zahrnuje širokou škálu skvostů české i světové poezie a je zajímavá i tím, že si téměř po celou dobu vydávání ponechala svoji původní bibliofilskou grafickou podobu

*Klukům nepřístupno, Holcám nepřístupno, Detektivní kancelář podkova.* Od devadesátých let zde vycházejí průběžně díla J. R. R. Tolkiena (edice *Svět J. R. R. Tolkiena*).

Průměrný počet ročně vydávaných knih se v Mladé frontě vždy pohyboval okolo 90 – 100 publikací. Od roku 1999 vyšlo 756 nových knižních titulů, z toho 114 roku 2004 a 150 v loňském roce. Náklady knih po revoluci (jako na celém našem knižním trhu) zákonitě klesají, ale plánovanou vizí Mladé fronty – divize Knihy je zvýšit počet vydávaných titulů při zachování kvality a obsahové šíře edičního plánu. Elektronické publikace jako takové Mladá fronta nevydává, výjimkou jsou jen přílohy časopisů v podobě CD ROM.

Distribuce knih probíhá prostřednictvím cca 7 distribučních firem (Beta-Dobrovský, Euromedia, Kosmas, Kramerius, NS-Servis, Pemic, Tisk Morava), které přebírají cca 90 % nákladu a které rozvezou knihy jednotlivým knihkupcům po celé České republice. Mnozí knihkupci přebírají zboží tzv. do komise – proto se výtěžek tržby projeví později. Někteří knihkupci si jezdí pro knihy sami do skladu Mladé fronty v Praze-Štěrbolích. Mladá fronta má zároveň jednoho dealera, který pravidelně dováží knihy přibližně 25 knihkupcům – tím se dostanou na trh i dříve vydané knihy a poezie – velké distribuční firmy mají totiž zájem hlavně o novinky a tituly atraktivní. Jednotliví čtenáři si mohou knihy Mladé fronty objednat k zaslání na dobírku prostřednictvím telefonu, mailové adresy a internetu (dobře fungující služba ale vyžaduje na jednu zásilku 80 Kč poštovného a balného). Na Slovensku distribuuje knihy firma AF (Artforum).

Grafická podoba knih se mění, stejně tak jako se značně změnila i práce grafických a technických redaktorů.

Inzertní činnost Mladé fronty je široká. Jejím hlavním cílem je zasáhnout pokud možno všechna média. Placená inzerce se tak objevuje ve všech hlavních denících, literárních časopisech, v televizi i ve vlastních titulech (nevyjímaje dětské časopisy *Mateřídouška* a *Sluníčko*). Podstatnou část zisku Mladé fronty naopak představuje nabídka inzerce jiným subjektům, které uveřejňují své reklamy v jednotlivých časopisech i knihách Mladé fronty.

Stejně jako většina ostatních nakladatelství, změnila i Mladá fronta několikrát své sídlo. Záhy po revoluci se přestěhovala z Panské ulice na Praze 1 na Žižkov, kam však nepřešly redakce časopisů, které zůstaly roztroušené po Praze. Později se stěhoval už celý podnik do Radlic, aby se i odsud přesunul, tentokrát do Modřan.

Roku 1947 začalo fungovat knihkupectví Mladé fronty ve Spálené ulici. Toto knihkupectví je v současné době v rekonstrukci a probíhá jeho přestavba na literární kavárnu

(Book Cafe). Přibližně před dvaceti lety začalo fungovat také druhé knihkupectví Mladé fronty U Jednorožce na Staroměstském náměstí.

Mladá fronta prošla řadami podstatných změn, hlavně co se vydavatelské produkce týče. I v novém kabátu má však na českém knižním i časopiseckém trhu uznávané jméno.

### 5. 3. Prostor

Nakladatelství Prostor založil Aleš Lederer 18. prosince 1989 v zájmu pokračovat ve vydávání samizdatové edice *Prostor* a stejnojmenné revue, která vycházela od roku 1982. V souvislosti s datem vzniku se pře s nakladatelstvím Paseka o prvenství v nově vzniklých nakladatelstvích v porevolučním období na českém mediálním trhu. Prostor se vyprofiloval jako nakladatelský dům orientovaný kromě beletrie na historii, politologii, sociologii a obecněji kulturní dějiny s přesahem do dalších společenských vědních oborů.

Roku 1990 vydal Prostor svou první knihu: *Politická emigrace v atomovém věku* od Pavla Tigrida. Kniha tehdy vyšla v rekordním stotisícovém nákladu. I náklady dalších knih byly v tomto období, kdy se teprve vytvářel český mediální trh, enormně vysoké (například *Potíže s dějinami* od Josefa Kroutvora vyšly v nákladu 25 tisíc). Stabilizovat se začaly až po roce 1992, od něhož se až dodnes v podstatě nemění. Občas se povede titul, který se vydává v několikatisícovém nákladu – jako např. *Labyrintem revoluce* od Jiřího Suka<sup>50</sup>, jenž se prodal v nákladu cca 5000 výtisků. Jinak se ale průměrné náklady pohybují mezi 500 – 1500 výtisků.

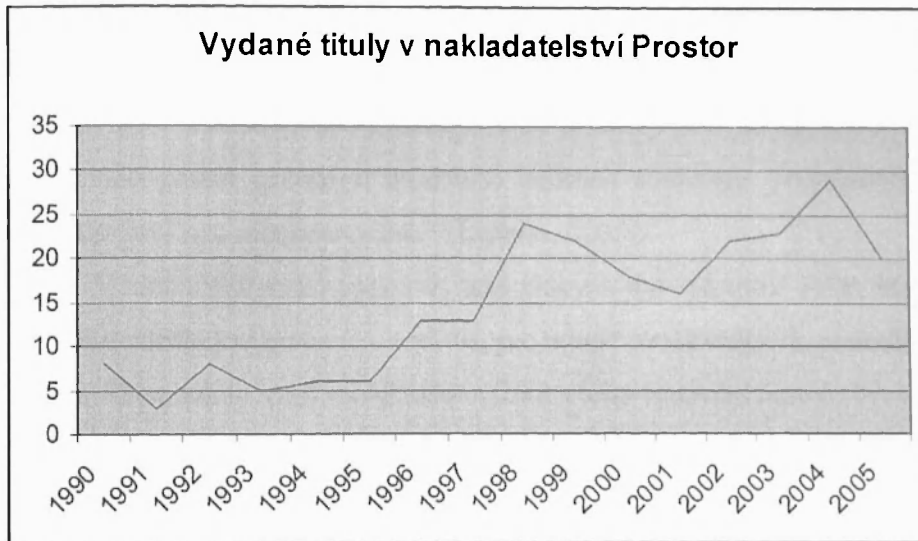
Nakladatelství Prostor bylo stejně jako Olympia zasaženo krachem Knižního velkoobchodu, po němž zůstal nesplacený dluh ve výši jednoho milionu korun. Prostor se tehdy ocitl ve svízelné finanční situaci, která mj. vedla i k tomu, že roku 1991 se na trhu objevily jen tři tituly z původně plánovaných devíti. Najít vhodného distributora byl v tomto období skutečně zapeklitý problém. Na trhu se každým dnem objevovaly nové a nové distributorské firmy, ale stejně rychle jako tyto firmy vznikaly, také krachovaly. Prostor ještě následující čtyři roky ročně odepisoval čtvrt až půl milionu korun právě za zkrachovalé distributory. V roce 1995 se ustálila spolupráce s distributorskými firmami Maťa a Kolportér, které se o čtyři roky později sloučily v Kosmas. Až do devadesátého čtvrtého roku využíval Prostor výhradně distribuční síť Kosmas, posléze přibral ještě firmu Pemic a o rok později

<sup>50</sup> Kniha získala cenu Litera za nejlepší knihu roku 2003.

firmu Beta – Dobrovský. Na Slovensku distribuuje pomocí firmy Artfórum. Vlastní prodejnu nakladatelství nemá.

Nakladatelská činnost Prostoru začala v roce 1990, kdy vyšlo celkem 8 titulů, všechny mimo edice. O rok později vyšly jen zmíněné tři tituly, taktéž mimo edice. V devadesátém druhém vznikla první edice *Obzor*, v rámci níž vyšla téhož roku *Odysea po Česku* od Jaroslava Putíka. Zároveň vyšly také dva tituly v edici *Šuple časopisu Filip pro -náctileté* a pět titulů mimo edice. Roku 1993 začal Prostor pracovat s novou edicí *Střed*, kde vyšly čtyři tituly. Jeden titul vyšel v rámci *Obzoru*. Následujícího roku vyšly čtyři tituly v edici *Střed*, jeden titul v edici *Obzor* a jeden titul mimo edice. Další rok se na pultech objevila edice *Portréty*, v níž vyšly toho roku dvě knihy. Dvě knihy vyšly i ve *Středu* a stejný počet (včetně legendární *Babičky* od Boženy Němcové) i mimo edice. V roce 1996 vyšly čtyři tituly v edicích *Obzor* i *Střed*, tři tituly v *Portrétech* a dva mimo edice. Rok poté byly vydány čtyři tituly v *Obzoru* a *Portrétech*, tři tituly ve *Středu* a jeden mimo edice. Navíc se objevila ještě nová edice *Dílo Milady Součkové*, v níž byla vydána jedna kniha. V devadesátém osmém vydal *Prostor* sedm titulů mimo edice, stejný počet v edici *Obzor*, osm titulů ve *Středu* a dva v edici *Dílo Milady Součkové*. Roku 1999 spatřily světlo světa čtyři knihy mimo edice, devět knih v *Obzoru*, sedm v edici *Střed*, jedna v *Portrétech* i v *Díle Milady Součkové*. Na prahu nového tisíciletí byly vydány tři tituly mimo edice, čtyři v *Obzoru*, sedm ve *Středu*, tři v *Portrétech* a jedna v *Díle Milady Součkové*. O rok později vyšly čtyři tituly mimo edice i v edici *Střed* šest titulů v *Obzoru*, a jeden v *Portrétech* a *Díle Milady Součkové*. Roku 2002 se objevily na pultech tři nové knihy mimo edice, osm v *Obzoru*, devět ve *Středu* a jedna v *Portrétech* i *Díle Milady Součkové*. Následný rok vyšly čtyři tituly mimo edice, osm v edici *Obzor*, šest v edici *Střed* a jedna kniha v edici *Dílo Milady Součkové*. Zároveň vznikla i nová edice *Česká paměť*, v níž byly vydány dva tituly. Roku 2004 pak bylo vydáno rekordních deset titulů mimo edice, sedm v *Obzoru*, osm ve *Středu* a dva v *Portrétech* a *České paměti*. V uplynulém roce vyšlo sedm titulů v edicích *Obzor* i *Střed*, jeden titul v *Portrétech* a pět mimo edice.

Vydané tituly v nakladatelství Prostor (bez druhých vydání)															
1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
8	3	8	5	6	6	13	13	24	22	18	16	22	23	29	20



V počtu vydávaných titulů tedy nastaly dva zlomy – první v devadesátém šestém roce, kdy se počet vydaných knih zdvojnásobil z předchozích šesti na třináct, k dalšímu zlomu došlo o dva roky později, kdy vyšlo 24 knih. Od tohoto roku se počet vydávaných knih razantně neměnil, roku 2004 bylo vydáno zatím nejvíce titulů: 29 a roku 2001 klesl počet na 16, ale jinak se průměr vydávaných knih držel na počtu 21 titulů ročně.

Ceny knih se odvíjejí přímo úměrně od počtu stran. Tzn., že např. kniha o čtyř stech stranách stojí obvykle 399 korun. Ceny mohou být i vyšší nebo nižší, v závislosti na očekávání prodejnosti titulu. Od roku 1994 se ceny knih příliš nemění. Aleš Lederer je tehdy nasadil hodně vysoko, a proto Prostor patřil do skupiny dražších nakladatelství. S inflací ale začali podražovat i ostatní, což přineslo brzké srovnání cen. V současné době náleží ceny knih nakladatelství Prostor do střední kategorie a Lederer přemýšlí o tom, že podraží.

Záhy po revoluci začalo nakladatelství Prostor vydávat revue *Prostor* – společensko-kulturní čtvrtletník, jehož prvních 12 čísel vyšlo v samizdatu. Na jaře roku 1992 začal *Prostor* vycházet jako deník. Redakce *Prostoru* sídlila v luxusních a nákladných prostorách záměčku ve Vyšehradské ulici, což mnozí považují za jednu z příčin jeho pozdějších problémů. Nehospodárné jednání redaktorů, neúnosné náklady a špatné načasování, neboť tehdejší trh nebyl na nebulvární *Prostor* připraven, způsobily, že náklady *Prostoru* klesly z původních 50 tisíc výtisků na 30 tisíc. Deník *Prostor* se posléze formálně spojil s *Metropolitním Telegrafem* a nadále vycházel jen pod názvem *Telegraf*. O dva roky později bylo vydávání *Prostoru* pozastaveno a k jeho obnovení došlo až roku 1996, opět pod názvem revue *Prostor*. Tehdejší redakce *Prostoru* se přestěhovala do Jilské ulice, na půdu Akademie věd. V devadesátém

devátém se vydavatelem *Prostoru* stalo Sdružení pro vydávání revue *Prostor*, v jehož čele je sám Lederer. „K tomuto opatření jsme přistoupili z ekonomických důvodů. Zátěž, kterou revue *Prostor* nakladatelství přinášela, byla příliš vysoká. Sdružení má výhodu v tom, že na sebe může poutat granty a sponzory, zatímco soukromý podnikatelský subjekt jako je nakladatelství tuto možnost nemá.“ (Lederer, 2005.)

V roce 1992 začal vycházet také časopis pro -náctileté *Filip*, který však o dva roky později rozdrtila konkurence v podobě, pro mladé atraktivnějších, periodik *Brava* a *Popcornu*. Náklad *Filipa* tehdy klesl na 40 tisíc výtisků a jeho vydávání muselo být ukončeno.

Ziskově se nakladatelství *Prostor* pohybuje po sinusoidě. Výnosné roky se pravidelně střídají se ztrátovými, ale chuť a ideály stále drží nakladatelství na nohou. Po problémech na počátku devadesátých let, spojených s nesplacenými závazky Knižního velkoobchodu a se zvýšením DPH na 22% a následném růstu nákladů, byl kritický přelom let 1992 a 1993, který přinesl do pokladen *Prostoru* rozpočtový schodek. Tehdy vzrostly i náklady na skladové prostory, v nichž se začaly hromadit neprodané tituly a muselo dojít k propouštění zaměstnanců. V témže roce se ustálilo organizační jádro nakladatelství v celkovém počtu asi šesti lidí, které za pomoci externistů funguje dodnes. Roku 1994 se výrazněji projevil následky krize a z ekonomických důvodů došlo ke stěhování na Žižkov (z původního sídla v ateliéru naproti hotelu Paříž, který získali restituenti a enormně vzrostl nájem). Právě tehdy skončil časopis *Filip* a na dva roky muselo být zastaveno vydávání revue *Prostor*. Finanční problémy prolomil až rok 1996, kdy byla obnovena vydavatelská činnost. Nakladatelství tehdy pomohla i jistota ohledně distribuce za pomoci firem Maťa a Kolportér. Mezitím se nakladatelství opět přestěhovalo - do Filozofického ústavu v Jilské ulici, kde získalo lepší zázemí na „lepší“ místě. V devadesátém devátém byla definitivně ukončena vydavatelská činnost, ale v témže roce byl zaznamenán také konečně rostoucí obrat (poprvé dosahoval výše 5 032 436 korun), který byl projevem rostoucí kupní síly čtenářů. Nakladatelství čekalo další stěhování – tentokrát do Týnské ulice, ke kterému došlo z administrativních důvodů, neboť Filozofický ústav se rozšiřoval a na nakladatelství už v jeho budově nezbylo místo. Roku 2000 dosáhl *Prostor* obratu pět a půl milionu korun. O rok později ale přišel výrazný propad, zisk z prodaných knih se snížil o třicet procent, velká část produkce zůstala na skladu. Následujícího roku pokračovalo prohlubování ztráty – obrat klesl o dalších 500 tisíc. V roce 2003 proto muselo dojít k vyprázdňení skladů a následnému výprodeji knihkupcům za nízkou cenu. Obrat se ale o čtyřicet procent zvýšil. Roku 2004 byly vydávány především dotisky a reedice, tudíž méně výnosné, ale nerizikové tituly. Rok 2005 byl opět mírně ztrátovým. Koncem října se *Prostor* znovu stěhoval – do vlastního domu v Podolí.

„Zisk záleží především na charakteru titulu. Když se nám povede trefit titul, který je zrovna čtenářsky žádaný, zisky se zvednou, a naopak. Těžiště prodeje bývá na Vánoce, kdy pravidelně dosahujeme i 65% ročního obratu.“ (Lederer, 2005.)

Inzerce Prostoru se obvykle objevuje ve všech odborně zaměřených periodikách, jako jsou *Knižní novinky*, *Literární noviny*, samozřejmě v revue *Prostor* a dalších literárně zaměřených novinách, dále v *Psychologii dnes* a v *Babylonu*. Ve vydaných knihách se avíza na další tituly objevují jen zřídka. Kompletní seznam vydané produkce lze samozřejmě najít na webových stránkách Prostoru<sup>51</sup>. Recenze na téměř každý vydaný titul Prostoru nabízejí obvykle hlavní deníky a odborně zaměřená periodika.

Grafická podoba knih (především pak obálky) má u edice *Střed* své charakteristické rysy, které se nemění a díky nimž čtenář tuto edici bez problému rozezná. Jelikož se tato edice dělí na beletrii a esejistickou literaturu, každá z těchto dvou složek má svoji danou podobu. U *Obzoru* se obálka neustále mění, její vzhled je pravidelně upravován, stálá podoba se teprve hledá. Měnily se i *Portréty* a naopak *Česká paměť* zůstala stejná.

Vydávání elektronických produktů nakladatelství Prostor zatím nechystá. „Kniha je nenahraditelná,“ říká Aleš Lederer. Jedním z případných plánů do budoucna jsou ale CD s textem knih převyprávěný známou osobností, které by byly přikládány k jednotlivým titulům.

Nakladatelství Prostor svedlo již několikrát tuhý boj o přežití, zatím se však stále na českém trhu drží.

#### 5. 4. Volvox Globator

Vznik nakladatelství a vydavatelství Volvox Globator se datuje od roku 1990. Prvním vydávaným produktem se stal časopis *Plivník*, který však pro malou tržní výnosnost po třech letech skončil. „Od začátku jsme chtěli mít nakladatelství. Na něj jsme však neměli dostatek peněz, a proto jsme začali polehoučku s vydáváním časopisu. Měli jsme tehdy mylnou představu, že by se dalo vydáváním literárního časopisu uživit. V něm se ale naopak utopilo i to málo peněz, co jsme měli a brzo jsme přišli na to, že takhle to asi nepůjde. Začali jsme proto s vydáváním knih a naopak jsme chtěli vydávat časopis jako druhotný produkt při nakladatelství. Na časopis jsem ale nakonec zůstal sám a výsledkem byl jeho konec,“ říká

<sup>51</sup> [www.prostor-nakladatelstvi.cz](http://www.prostor-nakladatelstvi.cz).

majitel nakladatelství Vít Houška. První číslo časopisu vyšlo ve vysokém desetitisícovém nákladu. Po revoluci bylo možné prodat téměř vše a toho se tehdy snažil využít i Volvox. Postupem času ale náklady časopisu začaly přirozeně klesat, až se dostaly na pouhých tisíc výtisků, ve kterých se objevilo na pultech poslední číslo.

Od roku 1991 vydává Volvox Globator knihy. Prvním vydaným titulem byla *Zelená tvář* od Gustava Meyrinka, záhy po ní přišlo dílo Charlese Baudelaira *Píseň o hašiši*. V témže roce vyšel i jeden z bestsellerů nakladatelství *Můj strýček Oswald* od Roberta Dahla, jehož náklad se tehdy vyhoupl až ke dvaceti tisícům. První rok spatřilo světlo světa pět knih, především v levném paperbackovém vydání. Jejich náklady se pohybovaly v rozmezí několika tisíc. „Tehdy se knihy ještě prodávaly, jenže já jsem neměl jméno. A když jsem získal jméno, tak se knihy přestaly prodávat,“ konstatuje Houška k situaci klesajících nákladů, které zasáhly i produkci Volvoxu. V následujících letech tedy klesaly náklady knih, ale s rozšiřováním nakladatelství rostly počty vydaných titulů. Roku 1992 vyšlo 18 nových titulů, roku 1995 už 26 a následující rok dokonce 66. Vrcholu dosáhla produkce Volvoxu v letech 1998 – 1999, kdy vyšlo 99, respektive 100 nových titulů. Tehdy se nakladatelství snažilo vynahradit pokles nákladů knih obrovskou nabídkou, avšak tato strategie se ekonomicky příliš neosvědčila. Proto došlo v následujících letech k poklesu produkce, aby se nakonec v polovině prvního desetiletí 21. století dostala k počtu přibližně 40 titulů. Nosným titulem současnosti jsou *Příběhy nečekaných konců* od Roberta Dahla a profily hudebních kapel 60., 70. a 80. let.

Vydané tituly v nakladatelství a vydavatelství Volvox Globator (bez druhých vydání)															
1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
0	5	18	15	19	26	62	68	95	101	59	45	46	33	36	41





Produkce Volvoxu je rozdělena do 41 edic (*Albion, Albrecht Dürer, Alef, Arkáda, Belladonna, Dijon, Evokace, Faust, Garuda, Historia, Hostina, Kameny, Kanopa, Katarze, Keep Smoking, Klenoty dávné minulosti, Kuchařky na okraji, Labyrint, Litera, Malá řada, Mandragora, Medusa, Memory, Motto, Medvídek Pii, Na cestě, Orakulum, Orient, Pohádky nejen pro děti, Proti všem, Rubikon, Sebrané spisy Carlose Castanedy, Sebrané spisy Shimona Haleviho, Sepie, Srdce a kříž, Světové osobnosti, Symboly, Symposium, Tandem, Tibet, Vědomí, Verbena, Ypsilon*). První edicí byla *Malá řada*<sup>52</sup>. „Malou řadu jsme na počátku vydávali ještě v kartonovém papíře, od čehož jsme ale museli záhy upustit, neboť knihkupci si stěžovali, že se karton maže,“ říká Houška. Následně přišla edice *Na cestě* a *Alef*, dlouho po nich *Albion* a *Medusa*.

Profil nakladatelství se za 15 let působení příliš neměnil. Jediným zaznamenaným trendem v této oblasti je upouštění od esoteriky (která se dnes vydává v nákladu pouze 300 kusů) a populárně naučné literatury. Roku 1996 začala vycházet speciálně upravená bibliofilská vydání.

Grafické podoba knih se průběžně mění. O vzhled produktů se zpočátku staral Pavel Rút (jenž v současné době působí v nakladatelství Argo), posléze přešla grafická práce na více osob.

V důsledku inflace a klesajících nákladů několikrát vzrostly ceny knih. Např. první vydané knihy v edici *Malá řada Zelená tvář* od Gustava Merinka a *Píseň o hašiši* od Charlese Baudelaira se prodávaly za 20 korun, zatímco připravovaný titul v této edici *Život pavouka* od

<sup>52</sup> Obsahovala mj. první vydané tituly *Zelená tvář* a *Píseň o hašiši*.

Jeana Henriho Fabra bude stát cca 59 korun<sup>53</sup>. Ceny se většinou odvíjejí od nákladů jednotlivých titulů: žádanější knihy s vyšším nákladem bývají levnější než nízkonákladové tituly pro specifické okruhy čtenářů.

Ziskově nakladatelství Volvox spíše stagnuje. „Měli jsme více špatných let, než těch dobrých, ale vždy jsem se dokázal uživit. Pro mě je úspěšný rok, když mám minimum dluhů,“ říká Houška. Asi nejmenšího zisku dosáhlo nakladatelství v posledních pěti letech, které byly skutečně „hladové“. V současnosti se očekává příznivější období. Obrat nakladatelství průběžně roste.

Volvox Globator měl většinou šťastnou ruku ve výběru distributorů. Jako jedno z mála nakladatelství vzniklých záhy po revoluci nebyl zasažen krachem Knižního velkoobchodu. Od počátku fungovala spolupráce s Maťou. Dokonce se uvažovalo i o vzniku společného podniku, jelikož obě firmy měly zpočátku společné kanceláře ve vile nad Klamovkou. Z tohoto nápadu se však nakonec upustilo. Nešťastná spolupráce trvala s distributorskou sítí Železný, která Volvoxu způsobila ztrátu asi 350 tisíc. Řada menších distributorů, se kterými měl Volvox Globator styky, zkrachovala (např. Exakt Service). V poslední době funguje spolupráce s Kosmasem (jehož součástí je i distributor Maťa), ostravským Pemicem<sup>54</sup> a Kontaktem.

Sídlo Volvoxu se nejprve nacházelo v již zmíněné vile nad Klamovkou. Skromné prostory vily však zdaleka nestačily požadavkům nakladatelství. Vilu měl tehdy v podnájmu Maťa, který ale záhy po odchodu Volvoxu také změnil působiště. Volvox se přestěhoval do nynějšího sídla v Karlíně přibližně před deseti lety. Příští rok by ale mělo opět dojít ke stěhování.

Vlastní knihkupectví Volvoxu se přibližně od roku 1995 nacházelo v Opatovické ulici. Toto knihkupectví ale bylo počátkem 21. století prodáno Lidovým novinám, které měly původně v úmyslu přetransformovat ho v literární kavárnu. Protože ale v kavárně docházelo k častým krádežím knih, asi od loňského roku funguje bývalé knihkupectví už jen jako obyčejná hospoda. Nedávno bylo otevřeno nové knihkupectví Volvox Globator s literární kavárnou v ulici Štítného na Žižkově.

Veškerou produkci Volvoxu nabízí i knihkupecký řetězec Neoluxor. Záhy po revoluci se knihy nakladatelství objevovaly spíše na pultech menších knihkupců, ale v důsledku monopolizace knihkupecké sítě řada malých knihkupectví zanikla. „Knihkupecké řetězce

<sup>53</sup> Všechny zmíněné tituly mají srovnatelný počet stran.

<sup>54</sup> Spolupráce s Pemicem začala už v počátku činnosti Volvoxu, ale tehdy se zúžila jen na jednu vydanou knihu. Před dvěma lety začal Volvox Globator využívat služeb Pemicu nanovo.

neustále zvyšují svůj rabat, což způsobuje rostoucí cenu knih. Některé tituly se tak dnes nevyplácí vůbec dělat. Jedinou možností pro ně jsou sponzorské dary nebo příspěvky samotných autorů,“ říká Houška. Velké knihkupecké řetězce mají řadu výhod i nevýhod. Na jednu stranu eliminují riziko nesplacení závazku (např. když dojde ke krachu knihkupectví) a poskytují větší pravděpodobnost toho, že nakladatel dostane své peníze zpět, na druhou stranu ale platí později, neboť se všechny knihy nejprve berou do skladu. Protože dnes knihkupci platí až poté, co produkci prodají, žije nakladatel v neustálém skluzu. Autorská práva, nájmy, telefony a režii firmy je totiž nutno platit okamžitě.

Placená inzerce Volvoxu se objevuje pouze v periodiku *Knihy*, na rozsáhlejší inzerci nemá nakladatelství peníze. V rámci edic se objevují upoutávky na další tituly z řady. Nejvíce informací o nakladatelství lze nalézt na internetových stránkách [www.volvox.cz](http://www.volvox.cz). Svou produkci nakladatelství pravidelně prezentuje na knižních veletrzích v Praze (Svět knihy), Havlíčkově Brodě a ve Frankfurtu nad Mohanem.

Vydávání elektronických produktů Volvox Globator nechystá. Podle pana Houšky má tento formát knih využití jen u encyklopedií.

Řadu změn v nakladatelské práci Volvoxu přinesly i nešťastné náhody. „Jednou jsme vyhořeli, jednou nás vykradli, měli jsme povodeň, takže čekám ještě zemětřesení a uragán, aby byly všechny živly naplněny,“ konstatuje Houška.

## 5. 5. Porovnání změn ve vybraných nakladatelstvích a vydavatelstvích

Mladá fronta i Olympia se po revoluci vydaly každá, svým způsobem, jinou cestou, některé změny v práci obou podniků jsou však shodné. Obě nakladatelství si uvědomila nutnost privatizace a přetransformovala se v akciové společnosti. Zatímco v Olympii proběhla privatizace už v roce 1991, Mladá fronta byla privatizována až o devět let později. Změny v organizační struktuře se liší: v Olympii se propouštělo a naopak Mladá fronta tím zaměstnanců rozšiřovala.

U obou podniků došlo shodně k zániku mnoha časopisů vydávaných před revolucí. Zatímco však Mladá fronta začala po roce 2000 své pole působnosti na časopiseckém trhu opět rozšiřovat (což je také jedním z důvodů rostoucího počtu zaměstnanců), až se počet jí vydávaných časopisů vyšplhal na současných 21, Olympii dnes zůstaly jen dva tituly, které však nejsou poptávané širokou masou čtenářů. Dá se tedy říct, že Mladá fronta považuje v současnosti vydávání velkého množství časopisů za důležitou součást své marketingové strategie, naopak Olympia vidí hlavní těžiště svého zisku pouze v nakladatelské činnosti.

Mladá fronta rozšířila své pole působnosti i na Slovensko, kde v současné době vydává čtyři časopisy.

Olympia i Mladá fronta rozdělují svou produkci do velké řady edic, které se pozvolna mění, vznikají i zanikají. Důležitým rysem vydávaných knih obou nakladatelství je rostoucí počet titulů a klesající náklad.

Oba podniky zdražily, především v důsledku růstu provozních nákladů. Obrazová úprava knih se u Mladé fronty vyvíjí, zatímco u Olympie se příliš nemění. Elektronické publikace ani Olympia, ani Mladá fronta nevydávají.

Zatímco Olympia sídlila až do nedávné doby v Klimentské ulici ve vlastním domě a stěhování (na Strahov) započalo až koncem roku 2005 a zatím stále trvá, Mladá fronta obývala po revoluci hned několik domů (v Panské ulici, na Žižkově, v Radlicích a nyní v Modřanech).

Rozdílná situace je i v případě vlastních knihkupectví. Zatímco knihkupectví Olympie se několikrát stěhovalo (z Hyberské ulice do Opletalovy, odtud do Klimentské a na Strahov), prodejny Mladé fronty se nacházejí už několik desetiletí na stejných místech ve Spálené ulici a na Staroměstském náměstí.

Olympia i Mladá fronta využívají velký počet distributorů (Olympia cca 5, Mladá fronta přibližně 7), shodně distribuují např. prostřednictvím ostravského Pemicu.

Vývoj Prostoru i Volvoxu Globator byl od jejich vzniku až po současnost podobný. Obě nakladatelství začala s vydáváním časopisu (u Prostoru to byla revue *Prostor* a od roku 1992 *Filip*, u Volvoxu *Plivník*), od něhož však po několika letech upustila, především z důvodu malé výnosnosti a náročného vydavatelského procesu. Zatímco revue *Prostor* stále vychází (pod vydavatelem Sdružení pro vydávání revue *Prostor*), *Filip* i *Plivník* byly zrušeny.

V nakladatelské činnosti začaly Prostor i Volvox shodně s několika málo tituly, které vyšly ve vysokých nákladech (Prostor vydal *Politickou emigraci v atomovém věku* od Pavla Tigrida ve stotisícovém nákladu, Volvox připravil *Mého strýčka Oswalda* od Roberta Dahla v nákladu dvacet tisíc). Počty vydávaných knih posléze u obou nakladatelství rostly, zatímco náklady klesaly. Prostor vydává od roku 1998 průměrně 21 knih. Produkce Volvoxu šla rapidně nahoru v devadesátém šestém, kdy se na pultech objevilo 62 nových titulů, o dva roky později vzrostl tento počet dokonce na 95 a roku 1999 dosáhl maxima – 101 nových knih. Od této doby produkce Volvoxu postupně klesá, i dnes však stále dosahuje přibližně dvojnásobku produkce Prostoru. Nakladatelství Prostor vydalo za dobu své existence 236 titulů, produkce Volvoxu byla značně vyšší – 669 titulů.

Prostor rozděluje svou produkci do pěti edic, Volvox má edic hned 21 (což je také důsledkem celkově většího počtu vydaných titulů).

Ceny knih jsou v případě Prostoru od roku 1994 v podstatě stejné a odvíjí se podle jasné rovnice: přibližně jedna koruna za stranu. V současné době by mělo dojít k mírnému zdražení. Volvox odvíjí své ceny spíše podle nákladu (čím větší náklad, tím menší cena) a jeho knihy se stále postupně zdražují.

V dosaženém zisku by si obě nakladatelství mohla podat ruku, neboť obě se v podstatě od počátku pohybují na hranici přežitelnosti. Zřejmě jen nadšení a radost z vydávání knih jejich majitelů Lederera a Houšky je stále drží při životě.

Volvox Globator měl větší štěstí ve výběru distributorů. Krach Knižního velkoobchodu ho nezasáhl (zatímco Prostoru zanechal dluh ve výši jednoho milionu korun), ztráta ho potkala až v případě distributora Železného, který připravil Volvox o 350 tisíc korun. Obě nakladatelství shodně spolupracují s distribuční sítí Kosmas (která vznikla sloučením Maťy a Kolportéra) a Pemic. Volvox využíval ještě Exakt Service, jehož však posléze potkal krach, Prostor distribuuje i pomocí firmy Beta – Dobrovský a na Slovensku pomocí firmy Artforum.

Nakladatelství Prostor se muselo několikrát přestěhovat, až skončilo v rodinném domě Ledererových v pražském Podolí. Volvox se zatím stěhoval jen jednou, avšak v nejbližší době ho zřejmě čeká další přesun.

Prostor nemá žádné vlastní knihkupectví, naopak Volvox vlastnil prodejnu v Opatovické ulici, kterou prodal Lidovým novinám a nedávno otevřel knihkupectví s literární kavárnou ve Štítného ulici na Žižkově.

Inzerce Prostoru je rozsáhlejší než inzerce Volvoxu, avšak ani Prostor si nemůže dovolit nákladné reklamy v denním tisku. Obě nakladatelství tak získávají hlavně z recenzí, které čtenáře na jejich knihy upozorní. Vydávání elektronických produktů ani jedno nakladatelství nechystá.

## 6) ZÁVĚR

Nakladatelská i vydavatelská profese s sebou nese řadu úskalí, které byly po revoluci v listopadu 1989 spojeny především s nástupem kapitalismu a s ním spojeným vznikem volného tržního prostředí. Značná část nakladatelů a vydavatelů (včetně zmiňovaných Lederera a Houšky), kteří zahájili svou činnost záhy po revoluci, vstoupila na český mediální trh především s iluzemi, avšak značně nevybavena a nepřipravena na tvrdý kapitalistický boj. Proto je nejprve čekal boj o přežití s novým politickým i hospodářským systémem a s realitou možnosti soukromého podnikání, která nebyla v předešlém půlstoletí možná. Těsně po revoluci se většina z nich dokázala uživit, neboť tehdy byl obrovský hlad po všem, co se dalo číst a především knihy se prodávaly v obrovských nákladech. Záhy se však trh nasýtil a nakladatelé i vydavatelé těžko začínali hledat odbytiště svých produktů.

Státní a jiná nakladatelství a vydavatelství působící už před rokem 1989 na tom byla o něco lépe, neboť již měla zavedené značky a věděla, jak to v nakladatelské a vydavatelské branži chodí. Na ně však čekal úkol ještě náročnější, který znamenal z mnoha důvodů konec činnosti některých z nich: transformace a s ní spojená privatizace.

V průběhu devadesátých let 20. století a na počátku století 21. došlo k mnoha změnám ve funkcích vydavatele a nakladatele. K těm, které nejvíce ovlivnily nakladatelskou a vydavatelskou profesi, patří stále rostoucí provozní náklady a klesající koupěschopnost a poptávka čtenářů po vydávaných produktech, především pak v oblasti knižní tvorby. V důsledku těchto obtíží se udála řada změn ve vydávaných produktech, z nichž nejpatrnější jsou v nakladatelské činnosti stále klesající náklady a rostoucí počty titulů, příklon k naučné literatuře a encyklopediím na úkor beletrie. Spousta nakladatelů, kteří provozovali zároveň i vydavatelskou činnost, od vydávání periodik upustila, neboť je nedokázali finančně utáhnout a byly pro ně finančně nevýnosné. Ve vydavatelské produkci pak došlo k růstu počtu titulů a k bulvarizaci jejich obsahu.

## 7) ENGLISH SUMMARY

The purpose of my work was to find out the changes in the enterprise of the publishers in the Czech republic after the Velvet revolution in 1989 until now. The aim was to collect these changes and proved them on particular examples of four publishers. The publishers were chosen so that they have experience with publishing both books and periodicals. Two of the chosen publishers – Mladá fronta and Olympia – have begun their activities long before the year 1989 and their main aim after revolution was to change their structure and undergo privatization. The other two – Prostor and Volvox Globator - were founded after revolution.

My work proved that the main problems of publishers enterprise after revolution are rising operational costs and declining purchase power of potential readers, mainly in the segment of books. That's why many changes in publisher production occurred, from which the most noticeable are the declining edition and the rising number of titles and also the tending to non-fiction and the shift towards sensationalism of periodicals.

## 8) POUŽITÁ LITERATURA

### a) publikace

- Antonín Jeřábek: *Příručka uživatele systému ISBN*. Národní knihovna, Praha, 1996
- Bohatcová, M. a kol.: *Česká kniha v proměnných staletí*. Panorama, Praha 1990
- Čeští knihkupci, nakladatelé a hudebníci 1945. Pracovní výbor svazu českých knihkupců a nakladatelů, Praha 1945
- Fejlek, V.: *Melantrich. Melantrich a. s.*, Praha 1998
- Halada, J.: *Člověk a kniha*. Karolinum, Praha 1993
- Holman, R.: *Transformace české ekonomiky*. CEP, 1998
- Ilustrovaný encyklopedický slovník*. Academia, Praha 1982
- Kunčír, L.: *Život pro knihu*. Rozmluvy, 1985
- Malá československá encyklopedie*. Akademia, Praha 1987
- Mlčoch, L.: *Institucionální ekonomie*. Karolinum, 2005
- Osvaldová, B., Halada, J. a kol.: *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Libri, Praha 2002
- Pavlát, L.: *Tajemství knihy*. Albatros, Praha 1982
- Pistorius, V.: *Jak se dělá kniha*. Paseka, Litomyšl 2003
- Pilz, J.: *Národní 9*. Československý spisovatel, Praha 1969
- Řehořová, N.: *Profil současného nakladatele: Nakladatelství Prostor*, bakalářská práce, UK FSV, Praha 2004
- Stewartová, D. M.: *Jak blufovat při vydávání knih*. Talpress, 1996
- Šalda, J.: *Od rukopisu ke knize a časopisu*. SNTL, Praha 1983
- Šmejkalová, J.: *Knihy (k teorii a praxi knižní kultury)*. Host, 2000
- Vaňousková, I.: *Nakladatelství Olympia, a. s. (Porovnání období 80. a 90. let)*, diplomová práce, UK FSV, Praha 1999
- Zach, A.: *Knihy a český exil 1949 – 1990*. Torst, Praha 1995
- Zach, A.: *Stopami pražských nakladatelských domů*. Thyrsus, Praha 1996



*Zpravodajství v médiích.* Karolinum, Praha 2001

**b) normy a zákony**

*ČSN 01 0166: Nakladatelská (vydavatelská) úprava knih a některých dalších druhů neperiodických publikací.* Vydavatelství norem, Praha, 1992

*ČSN 01 0189: Mezinárodní standardní číslování knih (ISBN).* Vydavatelství úřadu pro normalizaci a měření, Praha, 1988

*ČSN ISO 1086: Informace a dokumentace – Titulní listy knih.* Český normalizační institut, Praha, 2001

*ČSN ISO 2108: Informace a dokumentace – Mezinárodní standardní číslování knih.* Český normalizační institut, Praha, 2001

*ČSN ISO 3297: Informace a dokumentace – Mezinárodní standardní číslo seriálových publikací.* Český normalizační institut, Praha, 2000

*ČSN ISO 10444: Informace a dokumentace, mezinárodní standardní číslo technické zprávy (ISRN).* Český normalizační institut, Praha, 1997

*Zákon o neperiodických publikacích č. 37/1995 Sb.*

**c) internetové stránky**

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Nakladatelství>

<http://www.ivysehrad.cz/strana.asp?pid=1>

[www.nku.cz](http://www.nku.cz)

[www.czso.cz](http://www.czso.cz)

[www.iolympia.cz](http://www.iolympia.cz)

[www.mf.cz](http://www.mf.cz)

[www.prostor-nakladatelstvi.cz](http://www.prostor-nakladatelstvi.cz)

[www.volvox.cz](http://www.volvox.cz)

**d) rozhovory**

Rozhovor s Vladem Ríšou, 12. 9. 2005

Rozhovor s Marcelou Novákovou, 2. 11. 2005

Rozhovor s Františkem Honzákem, 5. 11. 2005

Rozhovor s Karlem Zelníčkem, 12. 11. 2005

Rozhovor s Romanem Pistoriem, 12. 11. 2005

Rozhovor s Alešem Ledererem, 15. 11. 2005

Rozhovor s Janou Vysokou, 9. 12. 2005

Rozhovor s Vítem Houškou, 9. 12. 2005

9) PŘÍLOHY

