

Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta
Ústav informačních studií a knihovnictví

Studijní program: Informační studia a knihovnictví

Studijní obor: Informační studia a knihovnictví

BBS Marek Šimáček, DiS.

Audioknihy v anglo-amerických zemích a v ČR

Diplomová práce

Praha 2006

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Lidmila Vášová

Oponent diplomové práce:

Datum obhajoby:

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje.

V Praze dne 11. prosince 2006

.....
podpis diplomanta

ŠIMÁČEK, Marek. *Audioknihy v anglo-amerických zemích a v ČR [Audiobooks in the Anglo-American countries and in the CR]*. Praha, 2006. 85 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví 2006. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lidmila Vášová.

Abstrakt

Tématem práce je popis média zvaného audiokniha a audioknižního trhu v USA a v České republice. Cílem práce je analýza rozsáhlého amerického a začínajícího českého audioknižního trhu tvořeného jak komerčními, tak nekomerčními subjekty. U jednotlivých vydavatelství je charakterizována jejich nabídka a způsob distribuce, neziskové organizace a projekty jsou definovány svými cíli a svou činností.

Pozornost je věnována výhodám a nevýhodám audioknihy ve srovnání s klasickou knihou. V práci je rovněž navržen způsob členění audioknih dle jejich typu a použitého média včetně podrobných charakteristik všech zahrnutých nosičů. Přiblížen je historický vývoj audioknih a také profese načítatele a nároky, které toto povolání na člověka klade.

Součástí práce jsou výsledky uskutečněného průzkumu názorů uživatelů audioknih a jejich zachycení v několika přehledných grafech.

Klíčová slova: audiokniha, zvuková kniha, audioknižní průmysl, audioknižní trh

Obsah	
Evidence výpůjček.....	85

Předmluva

Tématem diplomové práce jsou audioknihy, respektive zvukové knihy a jejich trh. Práce je rozdělena do tří hlavních částí. V části první je uvedena stručná historie audioknih, jsou zde analyzována možná pozitiva a negativa audioknih ve srovnání s klasickými knihami a také navrženo členění podle použitého média a způsobu zpracování audioknihy. Následuje popis profese načítatele, která je pro vznik audioknihy nezbytná.

Druhá část práce je zaměřena na audioknižní trh. Jelikož je práce geograficky cílena především na anglo-americkou oblast, jsou zde popsány významné americké neziskové i komerční subjekty, které tento trh tvoří. Jedná se o velká nakladatelství přímo specializovaná na produkci audioknih, nebo vydavatelství, pro něž je produkce audioknih nedílnou součástí obchodní činnosti. Kromě webových sídel vydavatelství jsou popsány také vybrané internetové obchody orientované na audioknihy, které jsou v současnosti stále používanějším místem nákupu nejrůznějšího zboží včetně audioknih. Závěr druhé části je věnován dvěma neziskovým a dvěma komerčním subjektům na malém českém audioknižním trhu.

Poslední, třetí částí práce, je rozbor a vyhodnocení výsledků vlastního průzkumu názorů amerických uživatelů audioknih a je vytvořen profil typického uživatele tohoto média. Průzkum probíhal ve dvou etapách vždy rozesláním elektronického dotazníku a následným zpracováním odpovědí v programu Microsoft Excel. Součástí je soubor osmi grafů zachycujících procentuální výsledky průzkumu.

Zvolené téma jsem si vybral ze dvou důvodů. Zaprvé kvůli svému velmi pozitivnímu vztahu k audioknihám, jejich poslechu i příležitostné amatérské tvorbě. Poslechu audioknih se denně věnuji již více než 4 roky, jsem členem projektu Libri Vox a ve volném čase zkouším v amatérských podmínkách tvorbu krátkých audioknih s hudebními prvky.

Druhým motivem bylo poskytnout případnému zájemci základní pohled na v ČR opomíjené médium, neboť o audioknihách je v České republice dostupné jen minimální množství informací, což je zároveň i hlavním cílem této práce. Doprovodnými cíli je zmapování elektronických zdrojů audioknih v USA a jejich

nabídky a pomocí vlastního průzkumu zjištění preferencí uživatelů audioknih. Audioknihy patří v řadě zemí neodmyslitelně do fondů veřejných knihoven a pokud se postupem času, jak doufám, rozšíří i v ČR, rád bych, aby má budoucí profesní činnost byla spjata s jejich publikováním.

Z výše zmíněného důvodu minima dostupných informací jsem byl nucen čerpat téměř výhradně ze zahraničních elektronických zdrojů a vlastních zkušeností s audioknihami. Seznam použitých zdrojů sestává tedy z větší části z webových sídel institucí a organizací. K práci je přiložen dotazník použitý v rámci průzkumu.

V první řadě bych chtěl poděkovat paní doktorce Lidmile Vášové za vedení a pomoc při vzniku této práce. Dále bych rád poděkoval těm respondentům, kteří si nejen našli čas na vyplnění mého dotazníku, ale navíc i připojili trefné komentáře k jeho struktuře a také vlastní poznatky spojené s používáním audioknih.

1. Úvod

Pro snazší pochopení následujícího textu je nejprve třeba popsat význam několika pojmů spojených s problematikou audioknih. Prvním pojmem, který je nezbytné si nyní objasnit, neboť bude v textu této práce mnohokrát skloňován, je samotný pojem „audiokniha“. Tímto termínem je označováno zvukové dílo vzniklé v naprosté většině případů na základě již existujícího tradičního dokumentu – knihy. Někdy jsou mezi audioknihy řazeny též další druhy záznamů mluveného slova. Může se jednat například o v anglo-amerických zemích populární desítky let staré nahrávky rozhlasových her označované zkratkou OTR (Old Time Radio), zvukové záznamy divadelních představení nebo vyprávění známých osobností. Do kategorie audioknihy bývají řazeny také nahrávky mluveného slova určené k poslechu v méně obvyklém stavu lidské mysli. Může jít například o pomůcku pomáhající v odvykání kouření za využití hypnózy nebo podvědomou výuku cizího jazyka poslechem ve spánku. Primárním zaměřením této práce je první zmíněný, nejčastější obsah pojmu audiokniha.

Dalšími, více či méně synonymními pojmy, jsou v češtině označení „zvuková kniha“ či „mluvící kniha“. Zatímco termín „zvuková kniha“ se v českém jazyce vyskytuje již řadu let a používá se obzvláště pro nahrávky cílené na zrakově handicapované občany (bude ještě blíže pojednáno), termín „audiokniha“ začal být používán až v posledních několika málo letech jako označení pro komerčně distribuované produkty. Původ tohoto slova lze pravděpodobně hledat v označení audioknih v ostatních jazycích, zejména v angličtině. V anglickém jazyce je nejčastěji používáno označení „audiobook“, méně často již starší označení „book on tape“. I v ostatních světových jazycích se obvykle tato díla nazývají složeninou z označení pro knihu a slova „audio“, tedy v italštině a španělštině „audiolibro“, ve francouzštině „audiolivres“, němčině „audiobuch“ (zde případně také „hörebuch“ obsahující smyslové určení média).

Druhým často používaným pojmem je označení pro člověka, který knižní předlohu předčítá a jehož hlas je na použitém médiu zaznamenán. V českém jazyce je obvykle použito termínu „načítatel“. Přestože první pojem může vyvolávat zdání většího kreativního přínosu, oba pojmy mají v kontextu audioknih totožný obsah. V anglickém jazyce jsou nejčastěji používány také dva pojmy: „narrator“ nebo „reader“. Stejně jako u češtiny jsou jejich sémantické

významy totožné. V zemích, kde jsou audioknihy běžnou komerční součástí trhu, je načítatel profese vykonávána na plný úvazek, ale není výjimkou, že knihu předčítá její autor. V České republice se načítání knih naopak věnují lidé různých profesí, žádáni jsou především lidé, jejichž profese vyžaduje využití a dobrou kontrolu hlasu, tedy např. lidé z oblasti herectví, dabingu a moderátorství. V každém případě vyžaduje práce načítatele kromě kontroly hlasu též cit pro jazyk a dramatičnost. O vlivu schopností načítatele na výsledný dojem z audiálního díla bude podrobněji pojednáno v jiné části této práce.

Hovoříme-li o audioknižním průmyslu, setkáme se i s dalšími pojmy, které jsou ve shodném významu používány i v knižním průmyslu. Jedná se např. o vydavatelství, distributora nebo autora knihy. V analogickém významu ke knižnímu editorovi, audioknižní editor provádí obsahové i technické úpravy zvukové nahrávky k vytvoření finální verze produktu. Práce, které se při vzniku knihy neuplatní, ale tvorba určitých druhů audioknih se bez nich neobejde, jsou např. dramaturgie a hudební kompozice. O práci spojené s tvorbou audioknihy bude více řečeno později.

2. FENOMÉN AUDIOKNIHY

2.1. Historie

Budeme-li klást důraz na podstatu audioknih, tedy na to, jakým způsobem otevírají posluchači cestu k fantazii autora, k jeho vlastní fantazii i k vědomostem, zjistíme, že audioknihy jsou svou povahou starší než klasické knihy. Již před tisíci lety si lidé mezi sebou předávali skutečné, upravené i zcela smyšlené příběhy aniž by je písemně zaznamenávali. Z jedné generace na druhou se předávaly nejen praktické poznatky, ale také báje, mýtické příběhy a celé ságy rodových dějin. Tyto příběhy znali lidé mnohdy doslova a jejich vyprávění bylo jednou z oblíbených zábav všech společenských vrstev. Co je tedy audiokniha jiného než zprostředkované vyprávění? Vazba mezi vypravěčem a posluchačem je opět silná a u posluchače vyvolává pocit, že je příběh vyprávěn právě a pouze jemu. Kromě obsahu knihy vnímá i akustickou stránku vyprávění, jako je tomu u přímé komunikace. Se vznikem rozhlasového vysílání získalo mluvené slovo nový význam, neboť jeden vypravěč mohl najednou oslovit obrovské množství posluchačů, neměl už prakticky ani možnost zjistit, kolik osob jeho hlasu naslouchá. V případě předčítání knihy se však již jedná nikoli o roli vypravěče, ale načitatele. Kromě předčítání předem připravených textů se začaly objevovat a těšit popularitě rozhlasové hry, při nichž ve studiu koordinovaně předčítalo text více načitateleů najednou, každý hrající jednu nebo více rolí. Jednalo se převážně o scénáře zhotovené výhradně pro rozhlasové vysílání, někdy byla ale předlohou kniha, jejíž obsah byl přizpůsoben tomuto novému způsobu vyprávění. Zaznamenáním takovéto rozhlasové hry pak vzniká produkt téměř shodný s dramatinovanou verzí audioknihy.

Určit období vzniku prvních audioknih není snadné, stanovené konkrétního roku závisí na již v předešlém textu zmíněném pohledu na toto médium. Zařízení schopná záznamu a následné reprodukci zvuku se začala vyrábět již na konci 19. století, ovšem skutečné zvukové knihy, tedy zaznamenaná zvuková podoba psaného slova cílená v tomto případě na handicapované uživatele, vznikly až v roce 1933 jako výsledek experimentů americké nadace AFB (American Foundation for the Blind). Zhruba o rok později zakoupila

Kongresová knihovna USA do svého fondu v rámci programu pro nevidomé první tituly, mezi nimi Deklaraci nezávislosti, Ústavu Spojených států amerických a několik klasických děl od Williama Shakespeara.

Komerčním artiklem majícím vlastní trh se audioknihy staly až v 70. letech v USA, tedy mnoho let poté, co začaly sloužit zrakově postiženým lidem, zejména se založením velkého specializovaného vydavatelství Recorded Books (bude podrobněji představeno později) na konci 70. let. V dalších dvou desetiletích následoval prudký rozvoj audioknižního průmyslu, čemuž napomáhal i technologický vývoj zvukových nosičů a přehrávačů. Původní gramofonové desky nahradily magnetofonové pásky, magnetofonové kazety, kompaktní disky a posledním trendem je digitální podoba v níž jsou audioknihy distribuovány přes internet. Byla založena řada dalších specializovaných vydavatelství a audioknihy si rychle nacházely nové uživatele.

V České republice, resp. Československu byly audioknihy vydávány pouze okrajově a téměř výhradně se jednalo o tituly pro děti namluvené známými herci. Jejich produkce byla součástí nabídky několika hudebních vydavatelství v čele s vydavatelstvím Supraphon a i přes malý počet existujících specializovaných vydavatelství stojí dnes audioknihy stále stranou hlavního zájmu zákazníků. I některé literární edice, například nakladatelství Odeon, byly doplněny gramofonovou deskou s načteným textem knihy. Zcela jiná situace je ovšem na poli zvukových knih pro nevidomé. Jejich vydávání a půjčování je jedna z hlavních činností Knihovny a tiskárny pro nevidomé K. E. Macana a zvukové knihy jsou zde nejčastějšími předměty výpůjček.

2.2. Výhody audioknih

Ačkoliv poskytují audioknihy stejnou zprostředkovanou informaci jako jejich knižní předlohy, způsob, jakým vstupují do uživatelské mysli je odlišný. Jak už vyplývá z charakteru audioknih, nejsou na rozdíl od klasických knih vnímány zrakem, ale sluchem. Tento fakt jim oproti klasickým knihám přináší řadu výhod a jen málo nevýhod, z výhod jde zejména o tyto:

- a) namáhání jiného smyslu než zraku
- b) menší nároky na pozornost a na prostorové podmínky
- c) možnost současného užívání více uživateli
- d) efekt odbourávání osamělosti
- e) relativně lepší podmínky pro imaginaci a hlubší prožitek
- f) možnost využít kromě řeči dalších nástrojů
- g) edukativní aspekty

ad a) Skutečnost, že se při poslechu audioknih zapojuje do procesu vnímání místo zraku sluch, zpřístupňuje audioknihy lidem se sníženou zrakovou ostrotí i úplnou slepotou. Kromě čtení Braillova slepeckého písma jim tak umožňuje další způsob práce s knihou. Namáhání jiného smyslu než zraku ovšem uvítají i lidé, kteří během své každodenní práce nadměrně zatěžují svůj zrak (například práci s PC). Díky audioknize mohou tyto čtenáři knihu „číst“ a zároveň nechat své oči odpočívat.

ad b) Využití sluchu přináší také další výhodu, kterou je, v porovnání s klasickou knihou, možnost menší koncentrace. Fyzický kontakt s médiem nesoucím informace tak může být minimalizován nebo zcela odstraněn. Audioknihy jsou proto oblíbené lidmi, jejichž práce spočívá ve vykonávání repetitivních manuálních úkonů a zrakové percepci. Na rozdíl od knih klasických, audioknihy nevyžadují nehybnost uživatelské hlavy a absence fyzického kontaktu s médiem dovoluje volný pohyb rukou. Je možné se poslechu věnovat při cestování a v rozumné míře i při řízení dopravních prostředků, při vykonávání běžných domácích prací a každodenních činností.

Poslech při cestování byl ostatně, jak je uvedeno v části o historii zvukových knih, původní motiv pro jejich vznik.

Potřebná míra koncentrace na vlastní vnímání zprostředkované informace závisí, podobně jako u ostatních médií, na mnoha faktorech, jako je únava, vliv okolí, individuální dispozice apod. V rušném prostředí dá člověk přednost klasické knize než aby musel svůj sluch přetěžovat nadměrně hlasitou reprodukcí mluveného slova. Navíc se preference smyslů u různých lidí liší stejně jako se liší míra schopnosti vnímat mluvené slovo a zároveň vykonávat jinou činnost. Popisovaná výhoda audioknih je tedy relativní, závisí na konkrétním člověku.

ad c) Pokud není audiokniha reprodukována pouze sluchátky, umožňuje dále současné zapojení více uživatelů při využití jediného média. Do hry tak vstupují nové sociální a psychologické faktory – audioknihy mohou pomáhat nacházet lidem ve skupině společné zájmy a cesty ke komunikaci. Nabízí se aplikace v psychoterapii a jiných léčebných postupech. Analogicky k filmové reprodukci pro menší publikum, kdy je filmový prožitek umocněn přítomností dalších osob soustředěných na tutéž scénu a přemýšlejících teoreticky o podobné, když ne téže věci, audiokniha vnímaná současně více osobami může být pro každého zúčastněného posluchače přínosnější.

ad d) čtenář knihy může mnohdy pociťovat určité spojení s postavami příběhu. Může s nimi sympatizovat či mu naopak mohou být nepříjemné, vytváří si určitou představu o nich jako kdyby šlo o skutečné osoby. Nicméně i přes tuto spřízněnost si uvědomuje, že tyto postavy jsou „uvnitř“ zatímco on, čtenář, je „venku“. Audioknihy na druhé straně doplňují toto schéma o třetí prvek. Je jím načítatel, který zde působí jako průvodce a prostředník mezi uživatelem a příběhem se všemi postavami. Načítatelův hlas posluchače provází celou knihou nebo může být přítomno i více načítatelů v případě dramatizovaného zpracování knihy. Význam hlasových schopností načítatele je popsán v bodě e).

Audiokniha má ve výsledku potenciál působit na uživatele jako určitý „společník“, jako živý vypravěč. To je prospěšné zvláště pro člověka nějakým způsobem izolovaného od společnosti (př. pohybově handicapovaní, staří lidé žijící v ústraní, dlouhodobě nemocní apod.), člověka nacházejícího se ve zvláštních podmínkách (př. nemocnice a léčebné ústavy, vězení,

vojenská služba) či jednoduše pro člověka cítícího se momentálně osaměle. Opět se nabízí využití k podpoře léčebných procesů.

ad e) při čtení klasické knihy je do procesu vždy více či méně zapojena fantazie čtenáře, v závislosti na míře jeho obrazotvornosti a v textu použitým popisným prostředkům. U beletrie si čtenář podvědomě vytváří různé detailní představy související s dějem, jako je podoba postav, předmětů nebo prostředí. U naučné literatury se navíc vytváří např. znázornění struktury nebo určité schematické koncepce. Při tvorbě těchto imaginárních obrazů často používá mozek člověka jemu známé podoby reálně existujících objektů, které upravuje tak, aby korespondovaly s popisem v knize. Audiokniha zvyšuje schopnost knihy co nejpřesněji a nejživěji předávat informace čtenáři o podstatný prvek, kterým je intonace řeči. Jeho vhodným využitím lze velmi výrazně obohatit emociální rovinu příběhu, resp. zdůraznit významné pasáže. Patrné je to především u beletrie, kde mohou být citová rozpoložení postav příběhu i popisy prostředí posluchači lépe zprostředkovány.

Je ovšem nutné říci, že tento prvek nevytváří autor knihy, ale načítatel audioknihy. Jde o mocný nástroj, kterým lze silně ovlivnit povahu příběhu, obdobně jako divadelní hra se může cíleně či neúmyslně změnit z tragédie na komedii. Načítatel musí dobře posoudit, jak jej použít pro umocnění posluchačova prožitku aniž by narušil vypravěčské záměry autora knihy. Dovednosti načítatele zcela zásadním způsobem ovlivňují celkovou kvalitu a dojem z výsledné audioknihy. I ten nejzajímavější příběh líčený pomocí bohatého slovníku je snadno zničen špatně zvoleným načítatelem, jehož monotónní hlas nezmění zabarvení a rychlost ani při dramatických scénách a zvrátových momentech celého příběhu. Ještě horší dopad má potom takovýto načítatel u audiální podoby naučné literatury, kde je nezbytné podávat informace živě a srozumitelně s vhodně zvolenými pauzami.

Přestože tedy načítatelovo podání může kvalitě audioknižního díla uškodit, považuji ji za výhodu tohoto média, neboť při správném zacházení je zvýšení kvality naprosto zásadní.

ad f) audiální povaha zvukových knih dovoluje využít kromě samotné řeči také další nástroje. Velmi časté je začlenění doprovodné hudby, obvykle

na začátek a konec celé audioknihy a v předělech mezi částmi textu – mezi kapitolami či jinými ucelenými útvary textu. Styl hudby je zvolen tak, aby odpovídal charakteru knihy. Běžně bývá používána pomalejší hudba bez bicích nástrojů, častým instrumentem je klavír. Otázkou je, zda podložit hudbou i vlastní mluvené slovo. Stálý hudební doprovod je běžný u rozhlasových her a hudba delšího rozsahu je používána i u audioknih typu dramatizace. Zatímco u kratšího díla pomáhá hudba navodit určitou atmosféru nebo mezi kapitolami vstřebat získané poznatky, může zejména po delší době odvádět pozornost od mluveného slova. Dle slov paní Dagmar Turkové, vedoucí úseku knihovny pro nevidomé K. E. Macana v Praze, zrakově handicapovaní čtenáři navštěvující tuto knihovnu upřednostňují, aby hudba vůbec nezasahovala do mluveného slova, protože narušuje jejich soustředěnost na něj.

U standardních audioknih je méně obvyklý výskyt zvukových efektů, dramatizované audioknihy je však využívají ve velkém množství případů. Může se jednat o časově dlouhé efekty dokreslující atmosféru prostředí, v němž se děj odehrává (např. šum moře, skučení větru, praskání ohně, zurčení potoka), o efekty doprovázející určitou událost či jednání člověka (např. vrznutí otevíraných dveří, třesk kovu o kov, výstřel z palné zbraně) nebo o efekty se samotným dějem přímo nesouvisející, které pouze přispívají k dramatictosti audioknihy.

ad g) při poslechu audioknihy působí její obsah na uživatele obdobně jako na čtenáře obsah knihy, tzn. nové informace se posluchači mohou, pokud to má v úmyslu, ukládat do krátkodobé (pracovní) paměti. Opakovaným poslechem stejných informací se poznatky upevňují a dostávají se do paměti dlouhodobé. Pro některé lidi je informace získaná prostřednictvím sluchu lépe zapamatovatelná, tudíž je pro ně žádoucí využívat audioknihy výukového typu (např. jazykové učebnice, odborné audioknihy o historii, fyzice apod.). Takových titulů existuje v anglickém jazyce mnoho, především učebnice řady světových jazyků, které jsou ve zvukové podobě velmi efektivní pro získání přehledu o výslovnosti slov cizího jazyka a vhodném akcentu. Rozšířené jsou dále tituly s finanční tematikou zajímavé pro podnikatele a ekonomy. Samostatnou kapitolou jsou produkty zařaditelné na pomezí audioknih a speciálních zvukových nahrávek – tituly využívající i principy hypnózy k dosažení fyzického i psychického uvolnění, zvýšení sebevědomí, zlepšení paměti, snížení váhy apod.

I beletristické tituly ale působí na uživatele výchovně. Stejně jako klasické knihy rozšiřují a upevňují slovní zásobu (nejen cizího jazyka) a zachovávají si i ostatní účinky klasických knih (tzn. instrumentální, potvrzování, estetické, prestižní, oddechové, únikové) [4].

Ve většině ohledů se z pohledu běžného uživatele klasická kniha a audiokniha vylučují, rozhodne se buďto knihu číst nebo ji poslouchat. To je ovšem mylný názor. Ačkoliv se takové přirovnání může zdát přehnané, rozdíl je, zvláště u zkrácených verzí a dramatizací, jako při srovnání knižní předlohy a filmového zpracování. Vnímání sluchem může knize dodat nový rozměr a dramatizace ji může podstatně "oživit". Jak již bylo uvedeno výše, lidská představivost pracuje při poslechu audioknihy jinak než při četbě knihy, zejména pokud má posluchač zavřené oči a jeho sluch tak získá prioritní postavení mezi smysly. Ke vzájemnému doplňování knihy a audioknihy dochází při poslechu audioknihy v cizím jazyce, kdy má uživatel možnost kontrolovat správnost chápání textu pomocí knihy, ať už knihy v tomtéž cizím jazyce či jazyce pro daného uživatele mateřském. Tohoto postupu je ostatně již dlouho běžně využíváno na školách při výuce cizích jazyků.

2.3. Nevýhody audioknih

V porovnání s pozitivy, která audioknihy oproti klasickým knihám mají, jsou negativa mnohem méně výrazná. Přesto lze za jejich nevýhody považovat skutečnosti týkající se následujících faktorů:

- a) cena
- b) nároky na technické vybavení
- c) publikační posloupnost
- d) dostupnost
- e) závislost na volbě načítatele
- f) bibliofilie

ad a) zřejmě nejvýraznějším zápořem je cena audioknižních titulů, která je zpravidla několikanásobně vyšší než cena knižní předlohy. Audioknihy v anglickém jazyce stojí v průměru mezi 30-50 americkými dolary, u novinek a bestsellerů však není výjimkou ani cena přesahující 70 amerických dolarů.

Pro ilustraci uvádím srovnání knihy Stephena Kinga *The Dark Tower 5 : Wolves of the Calla* (ceny jsou v amerických dolarech a jsou převzaty z internetového knihkupectví Amazon.com dne 8. srpna 2006):

Titul	Typ vydání	Cena
The Dark Tower 5 : Wolves of the Calla	audiokniha (CD)	\$47.25
	vázaná kniha	\$23.10
	brožovaná kniha	\$ 12.32

Cena audioknihy je téměř vždy podstatně vyšší než cena knižní předlohy. Kromě vydavatelských práv, která se hradí i u knihy, je u audioknihy nutno započítat navíc řadu dní práce načítatele, práci zvukového technika, případně pronájem studia, poplatek autorovi hudebních pasáží a dalším zúčastněným spolutvůrcům. Výsledná cena dále závisí na způsobu distribuce, s níž souvisí použité nosné médium, o tom bude pojednáno blíže v jiné části této práce.

ad b) Za objektivní nevýhodu lze také považovat nutnost vlastnit potřebné technické vybavení pro přehrání audioknihy. Zatímco k přečtení klasické knihy postačí vlastní kniha a případně prostředí s vhodnými světelnými a klimatickými podmínkami, audiokniha v závislosti na typu média, na němž je zaznamenána, vyžaduje magnetofon, přehrávač CD, přehrávač komprimovaného zvuku či počítač. Každé ze zmíněných zařízení dále vyžaduje zvláštní zacházení, s nímž musí být uživatel obeznámen, ale především musí mít uživatel dané zařízení k dispozici. Kazetový přehrávač i CD přehrávač jsou dnes již tak rozšířeny, že by tento nemusel být mezi zápory počítán. Zprvle ale narazí uživatel na problém, bude-li chtít uživatel audioknihy poslouchat např. v přírodě, kde nebude mít přístup k elektrické síti. V tu chvíli může použít přenosný přehrávač, který už ovšem pro každého takovou samozřejmostí není, nebo dát přednost knize klasické. Zadruhé narazí uživatel na problém, je-li audiokniha zaznamenána na médiu za použití zvukové komprese, neboť tuto technologii podporují běžně pouze moderní přehrávače zvuku. Nabízí se možnost přehrát audioknihy na osobním počítači, což je jistě komfortní způsob, nicméně v porovnání s ostatními přehrávači je pak spotřeba elektrické energie podstatně vyšší a také počítač není dostupný kdekoliv. V tomto ohledu je klasická kniha citelně méně náročným médiem.

ad c) vzhledem k tomu, že audiokniha vyžaduje ke svému vzniku knižní předlohu, může být logicky vydána až po napsání, resp. publikování této předlohy. Navíc je nutné počítat s určitou časovou prodlevou nutnou k načtení celé knihy a následným úpravám vzniklé audioknihy. Časový interval mezi vydáním knihy a vydáním audioknihy tak může narůst až do řádu měsíců či let. V posledních letech je však tento interval stále kratší, vydavatelé se snaží vypustit na trh nové audioknihy co nejdříve po vydání knihy, aby tak obě média mohla těžit ze zvýšeného spotřebitelského zájmu vyvolaného reklamou či jinými prostředky, mnohdy již vychází obě vydání současně.

ad d) dostupnost audioknihy lze chápat ve dvou rovinách. V první řadě nemusí k vydání audioknihy vůbec dojít, žádné vydavatelství nemusí mít ekonomický zájem zpracovat nově vydanou knihu do zvukové podoby. U knih vydaných ještě před rozvojem audioknih je tento problém ještě výraznější, neboť

vydavatelé se zaměřují hlavně na ekonomicky výhodné knižní tituly a to jsou v první řadě tituly nové. Pouze komerčně velmi úspěšné starší knihy, nebo knihy významných autorů, jsou dodatečně převáděny do zvukové podoby. U vysoce žádaných a populárních titulů někdy naopak dochází k duplicitnímu vydání dvěma různými vydavateli a načteného různými načitateli. Příkladem může být pátý díl knižní série pro mladé posluchače - Harry Potter and the Order of the Phoenix. V USA byla audiokniha vydána společností Random House Audio a načtl ji Jim Dale, britská verze byla vydána společností BBC Audiobooks a načtl ji Stephen Fry.

V druhé řadě lze dostupnost také chápat jako možnost běžného uživatele získat přístup k existující audioknize. Pomineme-li ekonomickou stránku věci a budeme uvažovat využití výpůjční služby knihoven, stále zůstává problém omezeného uživatelského přístupu. V některých zemích (např. v ČR) jsou audioknihy v největší míře zastoupeny ve fondech speciálních knihoven pro zrakově postižené a k těm mají přístup pouze zrakově postižení s platným průkazem ZTP/P či potvrzením očního lékaře. Ve fondech veřejných knihoven je audioknižních titulů minimum a v síti knihkupectví je jejich množství taktéž mizivé. Komerční publikování audioknih se zde vyvíjí velmi zvolna i přes poměrně dlouhou dobu, která uběhla od vydání prvních českých vyprávění známých osobností pro děti zařaditelných též do kategorie audiokniha, jak již v této práci popsáno dříve. Spíše než že by vznikaly nové české tituly, začínají se na pultech knihkupectví zvolna objevovat audioknihy v anglickém jazyce. Nové původní české tituly tvoří především populárně naučné tituly pro podnikatele a pracovníky v oblasti financí.

V USA je situace nepoměrně lepší, audioknihy jsou prodávány v řadě internetových knihkupectví, některá se na ně i specializují, případně je možný nákup přímo na webových stránkách vydavatele. V kamenných obchodech je jim vyhrazen zvláštní prostor a ve veřejných knihovnách si je může bez problémů absenčně vypůjčit každý.

ad f) poslední uvedené negativum je závislost na volbě načitatele. Je tím míněna nutná přítomnost hlasu načitatele, který nemusí uživateli vyhovovat. Ve výsledku se pak může uživatel rozhodnout knihu neposlouchat jen kvůli

načítatelově intonaci či hlasu, který mu není příjemný nebo pro něho nekoresponduje s obsahem knihy.

U řady audioknih, těch založených na knižních bestsellerech nevyjímaje, se lze setkat s monotónním přednesem načítatele, který místo aby pozornost udržel, posluchače téměř uspává či se mu stává pouhou zvukovou kulisou pro jiné myšlenky. Naopak načítatelé plně kontrolující svůj hlas, kteří jsou schopní kromě správné intonace i modulovat hlas za účelem vytvoření představy o přítomnosti více osob, se stávají mezi posluchači vyhledávanými, v anketách o nejlepší načítatele se umisťují na přední místa a vydavatelství se předhánějí ve snaze získat je pro načtení své knihy. Mezi žádané načítatele patří například Frank Muller, Scott Brick nebo již výše zmíněný Stephen Fry.

Kromě zabarvení hlasu a intonace je také velmi důležitá správně zvolená rychlost řeči. Příliš pomalé čtení neudrží posluchačovu pozornost a dramatické scény silně ztrácejí na své dramatičnosti. Na druhé straně u přehnaně rychlého toku řeči mají posluchači problémy se zachycením všech slov a čas pro vytvoření si představy na základě informací zprostředkovaných načítatelem je redukován, takže výsledek je podobný jako u druhého extrému: posluchač ztrácí o audioknihu zájem.

2.4. Typologie audioknih

Na audioknihy by samozřejmě bylo možné aplikovat více či méně přesně členění zavedené pro tradiční dokumenty, žádné jednotné členění pro audioknihy zavedeno není. Typologie zde uvedená je syntézou členění z různých zdrojů dostupných na internetu a jejich další rozbor je mojí vlastní interpretací. Navíc je spojeno se stavem techniky v době vzniku tohoto dokumentu a proto jej s největší pravděpodobností bude třeba v budoucnosti rozšířit.

Na první úrovni se dělí audioknihy podle dvou hledisek:

- hledisko použitého média
- hledisko zpracování

2.4.1. Členění audioknih z hlediska použitého média

Audioknihy jsou vždy zaznamenány na audiálním či datovém médiu. Prodávány jsou v kamenných a internetových obchodech, z nichž si zákazník odnáší, resp. je mu dodán poštou hmotný nosič. Audioknihy mohou být ovšem také pouhým souborem dat dostupným za poplatek na internetu. Všechny uvedené druhy distribuce budou v jiné části této práce doplněny o nejznámější podnikatelské subjekty, které se tímto zabývají.

Nejčastěji využívaná média jsou tato:

- a) magnetofonová kazeta
- b) audio CD
- c) minidisk
- d) MP3 CD
- e) "internet"
- f) playaway

ad a) Magnetofonová kazeta byla v posledních dvou desetiletích nejrozšířenějším médiem pro distribuci audioknih v ČR i ve světě. V závislosti na jejím typu se délka záznamu pohybuje mezi 60 a 120 minutami, přičemž

standardně používané kazety mají kapacitu 90 minut. V současnosti již kazeta ustupuje modernějším nosičům, díky délce své existence však ve fondech knihoven představuje co se týká audioknih nejpočetnější audiální nosič.

Výhodou tohoto média je jeho především dostupnost, rozšířenost kazetových přehrávačů a praktické balení, jež chrání kazetu před fyzickým poškozením při manipulaci s ní. Nezanedbatelná je také její maximální kapacita.

Nevýhodou je nižší kvalita záznamu ve srovnání s dalšími nosiči, nepříliš dlouhá životnost média, pokud s ním není zacházeno šetrně, a přímý kontakt záznamové pásky se čtecí hlavou přístroje, což zvyšuje riziko poškození pásky a nanesení nečistot do vnitřku kazety. Materiál, z něhož je pásky vyrobena, není navíc příliš pevný při jeho namáhání na tah, může poměrně snadno dojít k přetržení, postupem času začíná ztrácet své ferromagnetické schopnosti a je náchylný k procesu prokopírování.

I přes řadu nevýhod tvoří audioknihy na magnetofonových kazetách stále podstatnou část audioknižní produkce, především u velkých vydavatelství [2].

ad b) Médium stále více využívaným pro záznam audioknih je kompaktní disk. Dnes už je většina nově vydaných titulů v USA dostupná právě na tomto nosiči. Zpočátku poměrně drahé médium se svými náklady na výrobu i duplikaci dostalo již níže, než magnetofonová kazeta.

Standardů pro záznam na kompaktní disk je řada, standardní audio CD (podle normy Red Book vydané firmami Philips a Sony) pojme až 74 minut záznamu a ačkoliv se vyrábějí i CD s větší kapacitou, je v zájmu kompatibility s hudebními přehrávači a práva označit disk logem "Compact Disc Digital Audio" tento standard výrobci dodržován.

Kompaktní disk také dovoluje zavedení ochrany proti pořizování nelegálních kopií, např. zvětšením objemu záznamu nad kapacitu danou standardem nebo snahou znemožnit přehrání disku v CD mechanice počítače.

Výhodou tohoto média je vysoká kvalita záznamu (stereo, 16 bitů, 44,1 kHz) přesahující možnosti magnetofonové kazety, relativně dlouhá životnost (při správném zacházení s CD bývá udávána teoretická životnost až 200 let), možnost přehrávat jej v CD přehrávačích i pomocí osobního počítače, kompaktní rozměry spolu s velmi malou hmotností, podstatně nižší výrobní náklady (než např. minidisk, ale i kazeta) a schopnost rychlého pohybu mezi jednotlivými

zvukovými stopami. Poslední uvedená výhoda získává při použití k záznamu audioknihy na významu, neboť umožňuje rozdělit knihu na menší části, někdy až na úroveň odstavců, mezi nimiž pak lze snadno přecházet podobně, jako když čtenář listuje v knize. Kompaktnost si uživatel uvědomí ve chvíli, kdy má vedle sebe audioknihu rozkládající se na 20 discích uložených v jedné větší krabici a stejnou audioknihu uloženou na 20 magnetofonových kazetách zabírající až třikrát více místa.

Mezi nevýhody patří nutnost vlastnit nákladnější zařízení pro přehrávání (což je v současnosti již stále méně podstatná nevýhoda), citlivost k fyzickému poškození záznamové strany CD prachem, slunečním zářením či uložením v nevhodných tepelných podmínkách a také kratší doba záznamu než u magnetofonové kazety.

ad c) Minidisk není v ČR příliš rozšířené médium a i v USA je pro audioknihy využíván spíše okrajově. Největší obliby dosahuje v Japonsku a některých evropských zemích. Kvalita záznamu se blíží kvalitě audio CD, přestože je zvuk na minidisku uložen v komprimované podobě (je použit kompresní formát ATRAC firmy Sony). Standardní kapacita média je 60, 74 nebo 80 minut. Nové Hi-MD disky používají kompresi dovolující uložení až několik stovek minut záznamu za cenu snížení kvality zvuku.

Významnou výhodou minidisku ve vztahu k audioknihám je schopnost uchovat zaznamenaný zvuk v malých (minimálně 4-sekundových) fragmentech, z čehož plyne možnost velmi rychlého pohybu nejen mezi jednotlivými částmi knihy, ale i v rámci části jedné (např. kapitoly). Dovoluje tedy obdobné, co kompaktní disk, jen se s rozdělením nahrávky do mnoha menších částí počítalo již při jeho navrhování. Druhou výhodou je dobrá odolnost zejména proti fyzickému poškození díky pevné schránce, ve které je minidisk napevno umístěn. Je tedy lépe chráněn proti kontaktu okolí se záznamovou plochou, než kompaktní disk.

Zásadní nevýhodou minidisku je jeho mizivá rozšířenost v porovnání s ostatními popsányými médii a vyšší cena než u CD.

ad d) MP3 je od svého vzniku stále bezesporu světově nejrozšířenější technologie komprese zvuku a ve spojení s datovým CD představuje vynikající

poměr mezi náklady na výrobu, kapacitou a kvalitou. Zvukový záznam je nejprve pomocí složitého kompresního mechanismu (založeném na omezené schopnosti lidského sluchu vnímat některé frekvence zvuku) mnohonásobně zmenšen a poté v podobě jednoho, často však spíše mnoha desítek souborů, uložen na CD. Součástí MP3 souboru je i tzv. ID3 Tag, případně ID3v2 tag. Jedná se o hlavičku souboru, v níž jsou uloženy informace o jeho obsahu, v případě audioknihy tak její název, jméno autora apod. Přehrávače MP3 tyto informace ze souboru načtou a zobrazují při jeho přehrávání. Audioknihy na tomto médiu distribuuje například společnost Audiobooksonline.com.

Nejmarkantnější výhodou je zde výrazná úspora místa, přestože je to na úkor kvality. Formát MP3 ovšem nabízí výběr ze širokého spektra datových toků (uváděných v kbps – kilobit per second), což má přímý vliv na velikost výsledného souboru a kvalitu zvuku. Počínaje tokem 8 kbps, při němž jsou jednotlivá slova již mnohdy těžko srozumitelná, až po tok 320 kbps, při němž je kvalita zvuku pro běžného posluchače takřka nerozeznatelná od kvality zvuku uloženého na audio CD. Určitým neoficiálním standardem u hudebních souborů ve formátu MP3 byl po dlouhou dobu datový tok 128 kbps, u něhož má výsledný soubor velikost 1 MB na jednu minutu záznamu. Díky rapidnímu rozvoji a poklesu cen datových úložišť se lze však již častěji setkat s datovým tokem 192-224 kbps či vyšším.

Pro audioknihy, které jsou z převážné části tvořeny pouze mluveným slovem, však není tak vysoká kvalita záznamu potřebná, proto se obvykle využívá datový tok 64 kbps či dokonce 32 kbps, kdy je mluvené slovo stále ještě dobře srozumitelné a zkreslení hlasu vlivem komprese nemusí být výrazné. Při datovém toku 64 kbps lze na standardní datové CD (podle standardu Yellow Book firem Philips a Sony) uložit až 23 hodin záznamu ve velmi uspokojivé kvalitě zvuku. Nejnižší datové toky používají některé distribuční firmy pro kompresi ukázek z audioknih, příp. pro bezplatné zpřístupnění celé knihy, využitelné ovšem kvůli drastické redukci kvality pouze k demonstrativním účelům.

Soubory ve formátu MP3 je možné přehrávat pomocí osobního počítače nebo CD přehrávačů, které tento formát podporují. V současnosti je formát MP3 podporován převážnou většinou nových domácích CD přehrávačů i přenosných paměťových a CD přehrávačů. Narozdíl od jejich využití k přehrávání hudby, pro komfortní poslech audioknihy je zapotřebí funkce, která dodnes není u všech

přehrávačů samozřejmostí. Tato funkce se nazývá “Resume” a představuje schopnost přístroje uchovat si i po vypnutí informaci nejen o naposledy přehrávaném souboru, ale navíc i přesném místě, kde bylo přehrávání přerušeno. Při poslechu hudby, kdy se délka jedné skladby pohybuje obvykle mezi 3 až 6 minutami je funkce Resume užitečná. U audioknihy, která je buďto složena z desítek až stovek kratších MP3 souborů nebo z několika velkých až na úroveň, kdy je celá kniha uložena jen v jednom souboru, se funkce Resume stává prakticky nezbytnou. Její výskyt je zatím častější u přehrávačů založených na přepisovatelném paměťovém médiu než u CD přehrávačů.

Nevýhod formátu MP3 pro použití v audioknižním průmyslu není mnoho, nicméně je nutné uvést popsanou sníženou kvalitu záznamu (uvažujeme-li datový tok 64 kbps a méně) a nákladnější zařízení pro přehrávání než u magnetofonové kazety a audio CD. Z pohledu vydavatelství a distributorů je také negativním jevem skutečnost, že kompaktní disk s uloženými MP3 soubory není možné nijak chránit proti kopírování, navíc už z povahy těchto souborů vyplývá jejich vhodnost pro nahrání do přenosných přehrávačů nebo uložení na pevný disk počítače.

ad e) Alternativním, ale stále více využívaným médiem pro distribuci audioknih, je internet. Zvukové soubory jsou v komprimované podobě (ve formátu MP3, WMA, OGG, ATRAC3 apod.) za určitý poplatek zpřístupněny ke stažení na pevný disk uživatele, resp. na datové médium použité v přístroji připojeném k síti internet (může jít např. o paměť typu flash). Někteří vydavatelé a distributoři (Audible, Inc., Apple iTunes Audiobooks) již přímo podporují poslech souborů pomocí přenosných multifunkčních zařízení, jako např. Apple iPod, a to jejich poskytováním v kvalitě odpovídající kapacitním možnostem přenosných přehrávačů a ve formátech dovolujících do určité míry ochranu proti nelegálnímu kopírování.

Výhodou tohoto přístupu k distribuci je nižší pořizovací cena audioknih, neboť v ní není zahrnut poplatek za fyzické médium a náklady na práce spojené s jeho výrobou a marketingem, a také rychlé a pohodlné získávání audioknih. Pro posouzení kvality záznamu konkrétní audioknihy je obvykle uživateli umožněn přístup ke krátké ukázkě uložené ve stejném formátu, případně s nižším

datovým tokem. Vydavatelé dále motivují zákazníky nabídkou předplatných na určitý počet titulů ke stažení, čímž se výsledná cena za jeden titul opět sníží.

Ačkoliv datová komprese zajistí výrazné zhuštění zvukových dat, výsledné soubory jsou přesto značně rozměrné a pro jejich přenos po internetu je tak potřeba rychlého, tzv. širokopásmového připojení k internetu, které v některých zemích stále ještě není úplnou samozřejmostí. Dále je nezbytné vlastnit osobní počítač či podobné zařízení schopné přenosu souborů po internetu a jejich následné přehrání. V souvislosti s velikostí souborů, tvořících jednu audioknihu, je také nutné počítat s dostatečnou diskovou kapacitou, neboť nejsou výjimkou audioknihy zabírající kapacitu přes jeden gigabyte. V takovéto kvalitě se ovšem obvykle šíří spíše pomocí MP3 CD. Vlastní-li uživatel dostatečně rychlé připojení k internetu, může využít nabídky např. firmy Audible a poslouchat audioknihu formou streamingu přímo z jejich úložiště (o společnosti Audible bude pojednáno dále).

Délka audioknih je skutečně různá, řádově však jde o hodiny u zkrácených verzí až po desítky hodin u verzí nezkrácených. Záznam jedné audioknihy tak zřídka kdy vyžaduje 1 magnetofonovou kazetu či audio CD, častěji je to deset a více kusů těchto médií. Výjimkou nejsou ani audioknihy o rozsahu 30 audio CD. Ve formátu MP3 je celá audiokniha převážně umístěna na jednom datovém CD. Délka audioknihy závisí mimo jiné na rychlosti řeči načítatele, tzn. v případě, že existují dvě různá vydání téhož titulu v audiální podobě, může se jejich rozsah lišit.

ad f) Playaway je nejnovějším přírůstkem do skupiny digitálních audiálních médií navrženým speciálně pro záznam mluveného slova. Vznikl pevným spojením přenosného přehrávače a digitálního média, jehož kapacita se pohybuje mezi 6 a 20 hodinami a na němž je již při prodeji uložena audiokniha.

Výhodou je tedy značná kapacita, playway pojme celou audioknihu. Zařízení je velice kompaktní, malých rozměrů a jeho váha je nízká, což jej spolu s připraveným poutkem určuje k pověšení na krk či k pasu. Pozitivně působí i absence nároků na jakékoli vybavení, neboť přehrávač je dodáván se stereofonními sluchátky a AAA baterií, která má podle tvůrců udržet přístroj v chodu až po 12 hodin. Kvalita zvuku je srovnatelná s audioknihami staženými z online knihkupectví, odpovídá tedy kvalitě formátu MP3. Nezpochybnitelnou

výhodou je jednoduchost ovládání, díky níž je přístroj přístupný i lidem s negativním postojem k počítačům a složitější technice vůbec. Přehrávač se ovládá pomocí osmi tlačítek a hodnoty jsou viditelné na malém displeji. Nechybí ovládací prvky pro přechod mezi kapitolami, je dokonce možné zvolit dva rychlejší stupně přehrávání, pokud uživatel není spokojen s tempem načítatelského přednesu.

Mezi nevýhody lze počítat především nemožnost nahradit původní záznam jiným, přehrávač se tak stává prakticky médiem na jedno použití, podobně jako řada lidí pohlíží na časopisy nebo i knihy. Pro vlastníky autorských práv je příznivým faktem, že na médium nejen nejde zapisovat, ale není je ani možno kopírovat. Pro uživatele z toho na druhé straně pramení nulová možnost vytvořit si záložní kopii, pokud nepočítáme záznam na jiné médium přes výstup na sluchátka. Po finanční stránce ovšem odpovídá titulům na CD, cena se pohybuje mezi 30-50 americkými dolary. Druhou, dočasnou nevýhodou pramenící z novosti tohoto média je malé množství dostupných titulů, v současnosti je jejich počet cca padesát.

2.4.2. Členění audioknih z hlediska zpracování

Podle přístupu k obsahovému zpracování knižní předlohy do podoby audioknihy můžeme vytvořit členění s následujícími kategoriemi:

- a) nezkrácená audiokniha
- b) zkrácená audiokniha
- c) dramatisace
- d) ostatní nahrávky

ad a) Nezkrácená (v angličtině označována jako unabridged) audiokniha je přímým převedením celého textu knižní předlohy do zvukové podoby, bez zasahování do jejího obsahu. Jedná se zpravidla o časově nejdelší verzi audioknihy určenou posluchačům, kteří nechtějí přijít ani o jediné slovo z původní knihy. Je to také nejčastěji se vyskytující typ a bývá první vydanou verzí. Nezřídka kdy je do zvukové podoby převeden i obsah knihy, anotace a tiráž,

příčemž údaje o odpovědnosti jsou oproti knize rozšířeny o údaje o načitateli, o audioknižním vydavateli a souvisejících autorských právech.

ad b) U zkrácené (v angličtině označované jako abridged) audioknihy je původní text za souhlasu autora profesionálně zkrácen a modifikován (editován) tak, aby nedošlo k narušení příběhu ani literárního stylu. Zkrácené verze bývají vydávány především u rozsáhlejších beletristických děl, obvykle je však vydána i nezkrácená verze. Pro odbornou literaturu se tento přístup používá méně často. Zkrácená verze nevzniká pouhým odstraněním vybraných pasáží z nezkrácené verze, je naopak vytvořena zcela nová nahrávka. Takováto verze je vhodná pro posluchače, kteří nemají dostatek času k poslechu celé načtené knihy a přesto se chtějí s jejím obsahem seznámit. Rozsahově je zkrácená verze někdy až o více než polovinu kratší než verze nezkrácená, čemuž odpovídá i odlišná cena. Pro srovnání uvádím následující příklad (ceny nezahrnují poplatek za fyzické médium, protože se jedná o audioknihy ke stažení ze sídla společnosti Audible):

Titul / Autor	Typ vydání	Délka	Cena
The Hobbit / J. R. R. Tolkien	zkrácené	6 hodin	\$ 20.15
	nezkrácené	10 hodin 58 minut	\$ 37.80

ad c) Třetí možnou verzí audioknihy je dramatizace. V tomto provedení je text knižní předlohy od základu přepracován a upraven do podoby připomínající divadelní či rozhlasovou hru. Jedná se tak již spíše o scénář, při jehož tvorbě není opomenuta audiální povaha výsledného díla – rozhovory jsou navrženy tak, aby měl posluchač vždy dobrý přehled o situaci. Nahrávání se zúčastní více načitatelů, z nichž každý představuje jednu nebo více postav, popřípadě je navíc přítomen i načítatel uvádějící do scény. Vyprávění je často doplněno o zvukové efekty a prokládáno hudbou, bývá na tuto výbavu podstatně bohatší než zkrácené i nezkrácené verze.

Přítomnost více než jen jednoho načitatelů ovšem není tím, co dělá z audioknihy dramatizaci. I u zkrácených a nezkrácených verzí se lze setkat s více načitateli, nejčastěji dvěma. Je to obvyklé u knih, jejichž hlavními postavami jsou muž a žena a podání příběhu se střídavě odvíjí z pohledu jednoho a druhého.

V takovém případě je vhodné rozdělit tyto části mezi dva načítatele, taktéž muže a ženu. Dramatizace se od ostatních verzí liší spíše realističtějším, emotivnějším přednesem, drtivou převahou dialogů nad popisnými částmi a množstvím doprovodných zvukových a hudebních prvků.

Převážná část dramatizovaných titulů vzniká původně pro rozhlasové vysílání, jsou ale vydávány i dramatizace určené přímo pro distribuci na fyzických nosičích. Cenově jsou dramatizace srovnatelné se zkrácenými verzemi. Pro ukázkou srovnání tří verzí stejného titulu, všechny distribuované na kazetách (údaje jsou převzaty z online obchodu audiobooksonline.com):

Titul / Autor	Typ vydání	Délka	Cena
Left Behind 2 : Tribulation Force / Tim F. LaHaye, Jerry B. Jenkins	zkrácené	3 hodiny	\$ 9.59
	dramatizace	5 hodin	\$ 11.99
	nezkrácené	11,5 hodin	\$ 23.96

ad d) Mezi ostatní nahrávky můžeme řadit audioknihy vzniklé nezávisle na knižní předloze, o nichž již nelze mluvit jako o skutečných audioknihách, ačkoliv jsou mezi ně někdy řazeny. Do této kategorie spadají situační komedie, semináře, rozhovory, někdy jsou zahrnuty i nahrávky rozhlasového vysílání (zejména v USA oblíbené OTR – Old Time Radio – nahrávky rozhlasových her od počátků rozhlasového vysílání po současnost).

2.5. Profese načítatele

Bez jednoho, případně více načítatelů by žádná audiokniha vzniknout nemohla. Je třeba uvést, že s rychlým vývojem informačních technologií a zejména syntézy lidské řeči se otevírá možnost nahradit lidský hlas strojovým. Již dnes existují syntetizéry řeči schopné poměrně věrně napodobit lidskou artikulaci, např. systém BrightSpeech společnosti Acapela Group nebo systém RealSpeak společnosti Nuance Communications. Jejich nevýhodou ovšem zůstává nedokonalost v intonaci a občasné nepřírozené přechody mezi slabikami, což vytváří dojem určité strojovosti hlasu a při dlouhodobém poslechu se umělý hlas může stát až nepříjemným, rušivým a silně unavujícím svou monotónností. Syntéza lidské řeči se v budoucnu nepochybně stane jedním z nástrojů při tvorbě audioknih, v současnosti je nicméně v této oblasti skutečný lidský hlas stále nenahraditelný.

O přímém vlivu schopností načítatele na kvalitu výsledného produktu bylo stručně pojednáno v části o nevýhodách audioknih. V následujícím textu se podrobněji zaměřím na požadavky, které profese načítatele na člověka klade. Vycházím z textu publikovaného Kongresovou knihovnou USA jehož autorem je specialista v oblasti audioknižní produkce Billy R. West [3].

Potřebné osobní dispozice jsou především:

- dobrý zrak a sluch
- plynulost řeči v jazyce, v němž je knižní předloha napsána
- schopnost spolupracovat s ostatními lidmi podílejícími se na vzniku audioknihy a dokázat přijímat jejich připomínky a návrhy
- pracovní disciplína zaručující konzistentní výkon po celý průběh práce
- schopnost práce se slovníkem a dalšími referenčními zdroji
- bezchybná výslovnost, správná modulace a intonace

Přítomnost všech uvedených dispozic u osoby potenciálního načítatele ukazuje na jeho vhodnost pro tuto profesi. Kvalita práce však spočívá také na tom, jak dobře ovládá řadu prvků vyprávění.

Základními prvky vyprávění jsou tyto:

Hlas - Nejdůležitější je při vyprávění jeho akustická stránka, síla a vytrvalost. Hlas musí být jasný bez jakýchkoli akustických defektů, které by mohly působit rušivě. Síla hlasu musí být taková, aby umožňovala jeho čistý záznam, tedy ani příliš slabý hlas, ale ani hlas, jenž by vedl k deformaci zvukové křivky. Vytrvalostí je míněna schopnost potlačit při delším nahrávání únavu tak, aby neovlivňovala zabarvení hlasu a současně schopnost při dalším nahrávání pokračovat v řeči stejně znějícím hlasem: Posлуhač by si neměl být vědom pauzy, která při nahrávání nastala. Stejně důležitá je perfektní kontrola hlasu a schopnost jeho modulace.

Řeč - Při předčítání musí být projev jasný a srozumitelný bez rušivých prvků. Řeč člověka je ovlivněna jednak prostředím, v němž žije, a jednak jeho individuálními dispozicemi. Pokud je řeč člověka těmito faktory ovlivněna příliš, může to způsobovat problémy se srozumitelností pro posluchače s výrazně odlišným dialektem. Ideální je verbální projev, jemuž rozumí většina posluchačů naprosto bez potíží.

Jazyk - Nejpodstatnější je schopnost v jazyce předlohy plynule hovořit, znát jeho větnou stavbu a zásady ortofonie.

Z řady schopností ve skupině, kterou můžeme nazývat řečnické schopnosti, je na prvním místě vrozený cit pro význam slov a vět a vnímavost i pro jemné nuance u psaného slova. Tyto schopnosti nemohou být žádnými nahrazeny. Mezi ostatní patří talent k praktickému využití výše uvedených nástrojů jako je hlas, řeč a jazyk. Spolu se zkušenostmi, tréninkem a znalostmi tvoří vypsání prvků předpoklad pro řečnické schopnosti. Dobrý načítatel dovede přednést text tak, aby posluchači přesně zprostředkoval zapsanou náladu, tempo a smysl.

Jako doplňující faktory, ovlivňující kvalitu vyprávění, jsou uváděny faktory fyzické, psychické a umělecké. Příkladem fyzického je dobrá koordinace svalstva zajišťujícího pohyb oka při čtení řádku a správná činnost mluvidel. Psychickým faktorem může být dobrá krátkodobá paměť přispívající k plynulému přechodu mezi stránkami knihy, kdy nedochází k neadekvátní pauze. Uměleckým

faktorem je například dovedné hlasové vyjádření interpunkce, která musí v řeči plně nahradit interpunkci psanou a zvyšovat tak srozumitelnost čteného textu, nebo procítěný přednes.

Kromě znalosti a schopnosti správné výslovnosti všech slov vyskytujících se v knižní předloze v hlavním jazyce, je také velmi důležité správně vyslovovat jména, cizí slova a fráze, aniž by docházelo k nepřírozeným pauzám v řeči. Pro tyto účely by načítatel měl mít po ruce vhodné encyklopedie, slovníky a případně další příručky vztahující se k odborným tématům v textu. Načítatel by se měl vyhnout zejména chybám způsobujícím změnu významu textu a přenášení vlastních názorů do vyprávění formou zabarvení hlasu.

3. AUDIOKNIHY V USA

3.1. Významné audioknižní spolky, sdružení, média a neziskový sektor

3.1.1. Audio Publishers Association (APA)

APA je důležitým objektem na scéně zvukových knih v USA působícím od roku 1986. Jedná se o neziskovou společnost sdružující americké vydavatele audioknih a další v tomto průmyslu zainteresované subjekty, za účelem společného šíření obecného povědomí o zvukových knihách a podpory růstu trhu. Své cíle formulovala tato asociace v několika bodech [1]:

- obhajovat vysokou produkční hodnotu audioknih a podílet se na tvorbě specifických technických standardů audioknižního průmyslu
- fungovat pro své členy jako sjednocující, vzdělávací a informační fórum
- organizovat programy a nabízet služby prosazující obchodní zájmy svých členů
- propagovat zásady a vyvíjet aktivity napomáhající akceleraci růstu audioknižního průmyslu

Mezi aktivity, jimž se APA věnuje, patří výzkumy mínění, organizace prodejních výstav audioknih, vydávání periodického zpravodaje a pořádání každoroční konference. Konference umožňuje účastníkům sdílet podněty a získávat řešení od kolegů z audioknižního průmyslu. Je dotována z darů sponzorů, kteří jsou při této příležitosti na oplátku zviditelněni například poskytnutím místa a času pro prezentaci svých produktů před samotnou konferencí, umístěním loga do rozdáváných brožur a na stránky asociace. Účastníci se v několika samostatných blocích přednášek a diskuzí mohou seznámit s novými technologiemi v souvislosti s audioknihami, se současnými vydavatelskými trendy a zájmy posluchačů různých věkových kategorií. Záznam z poslední konference, která se konala 18. května 2006 ve Washingtonu, přinesl

řadu zajímavých zjištění o současných trendech a názory odborníků, které zde ve stručné podobě uvádím [1]:

Obecné trendy

Preference uživatelů ohledně typu média pro audioknihy se přesunují od magnetofonové kazety ke kompaktnímu disku. Kazety jsou stále populární pro audioknižní tituly pro děti, dávají jim přednost řidiči kamionů a zákazníci, kteří nejsou příliš nakloněni technickému pokroku. Ostatní posluchači už poptávají hlavně tituly na CD a stále oblíbenější se také stává možnost stažení audioknihy z internetového obchodu a její následné vypálení na CD či překopírování do přenosného přehrávače.

- Ze statistik prodeje audioknih společností Audible, Inc. vyplývá příklon uživatelů k nezkráceným verzím knih a to u 80% uskutečněných nákupů, zkrácené verze uživatelé vyhledávají zejména u speciálních zvukových titulů pro sebezdokonalování a různých typů poučných příruček. Očekávají u nich nižší cenu.

- Pro snížení ceny se nabízí nechat samotného autora načíst svou knihu. Sice se tím sníží výsledná kvalita, uživatelé s ní ale stále budou spokojeni a výrobní náklady se podstatně sníží, což dovolí snížit i výslednou cenu a titul tak bude dostupnější pro širší uživatelské spektrum.

- Na konferenci byl diskutován přínos doprovodného vybavení (resp. typu) audioknihy a význam popularity načítatele. Celkově je možné říci, že hlavním motivem pro koupi audioknihy je pro zákazníka stále daný titul (a tedy i autor), načtení známou osobností na druhé straně zvyšuje zájem médií a prospívá tak propagaci. Další výbava, která je jednou z výhod audioknih oproti klasickým knihám, však také přispívá k prodejnosti titulu. Vydavatelé by si měli u knižních předloh všimnout bodů, které dovolují prostor pro obohacení audioknihy, nejčastěji tedy vhodnost pro načtení více načítateli nebo umístění interview s autorem na závěr audioknihy, pokud má autor čtenáři mimo vlastní děj knihy co říci. I u audioknih pomáhá obal ke zvýšení jejich prodejnosti a je efektivní především u audioknih, jejichž příběh již byl filmově zpracován, použít na obal motivy

z propagačních materiálů k filmu. Přidání hudebních pasáží k audioknize je doporučované, jen je třeba vyřešit otázku poplatků tvůrci, resp. vlastníkovi použité hudby.

- Vyzdvihnout byl význam propagace audioknih jako samostatného média. Bylo zjištěno, že prodejnosti například prospívá veřejné přehrávání audioknihy při autogramiádě knižního vydání. Červen byl odsouhlasen jako vhodný měsíc pro vyhlášení „Měsícem audioknih“, protože v této době odjíždí mnoho lidí na dovolenou a nakupuje audioknihy pro poslech při cestování.

- Bylo navrženo vytvořit praktičtější balení pro audioknihy a viditelnější označení disků, aby s nimi byla snazší manipulace obzvláště při řízení auta.

- Přednášející se shodli na tom, že z marketingového hlediska je nejtěžší dovést zákazníka k tomu, aby poprvé zkusil pro něho nové médium – audioknihy. Jakmile se s tímto médiem seznámí, velmi pravděpodobně si jej oblíbí a stane se pro něj samozřejmostí. Uživatel by měl mít také možnost získat jakoukoli existující audioknihy díky vybudování digitálních archivů audioknih. V digitální podobě vyžadují audioknihy pouze minimum fyzického prostoru a rozsah skladů již tak není limitujícím faktorem.

- Bylo připomenuto, že kompaktní disk je schopen pojmout i více než 74 minut záznamu při zachování standardu. Optimalizací rozteče stop a hustoty záznamu na CD lze kapacitu zvětšit na 76, 78 či až na 80 minut. S takto vytvořeným CD pak mají obvykle potíže počítačové CD mechaniky, pro klasické přehrávače a mechaniky v automobilech čtení takového disku problémem nebývá.

- Ochrana proti kopírování nebyla označena za nezbytnou součást média, neboť se díky množství médií potřebných k uchování jedné audioknihy snižuje pravděpodobnost pořizování pirátských kopií 1:1 s originálem. Americký autorský zákon, konkrétně Digital Millennium Copyright Act (DMCA), dává vydavatelům prostředky k potlačování pirátského šíření jejich produktů, od získání soudního příkazu přes právo požadovat zničení k duplikaci použitých zařízení až po náhradu způsobených škod. Ohledně nelegální distribuce knih přes

internet se objevilo vyjádření, že mnoho uživatelů, kteří tímto způsobem knihy získávají, by za ně bylo ochotno zaplatit, bylo-li by to možné nějakým snadným způsobem.

- Poměrně nové technologie, s nimiž je třeba do budoucna v souvislosti s distribucí audioknih počítat, je streaming a podcasting. Streamingem je míněno přehrávání audioknihy z úložiště distributora. Podcasting je naopak srovnatelné spíše s personifikovatelným rozhlasovým vysíláním. Uživatel se přihlásí pomocí technologie RSS (Real Simple Syndication) k určitému vysílacímu programu a poté jsou na jeho počítač či přenosné zařízení zasílány nové příspěvky tak jak jsou do programu přidávány. Poté, co je záznam přenesen na cílové zařízení, může si ho uživatel kdykoli poslechnout. Podcastingové služby nabízí například společnost Simon & Schuster, resp. její divize SimonSays. Po přihlášení zasílá uživateli ukázky z nově vydaných audioknih, záznamy interview s autory a nejrůznější zprávy o pořádaných akcích a novinkách na trhu.

- Dalším médiem, nabízejícím využití pro šíření audioknih, je satelitní rozhlasové vysílání. V USA rychle přibývá jeho uživatelů, mezi nimiž převažují řidiči z povolání a ostatní lidé, kteří tráví hodně času cestováním ve svém autě. Základním problémem je zde způsob, jakým uživatelé rádio využívají: zapnou je při nasednutí do vozu a při vystupování ho opět vypnou. Je tak potřeba přijít na způsob, jak audioknihy uživatelům zprostředkovat, aniž by byli o velké části z ní ochuzeni. Představa přednášejících spočívala ve vysílání jednotlivých kapitol zvlášť, vždy s určitými časovými rozestupy a následně odvysílání celé knihy, aby si mohli uživatelé doplnit kapitoly, k jejichž poslechu se nedostali.

- S příchodem technologií spjatých s internetem se mění role vydavatelů, ať již vydavatelů hudby nebo audioknih. Ze základního pilíře, který zajišťuje distribuci produktu do světa, se mění v roli poradce, konzultanta a redaktora. Vývoj technologií také umožňuje distribuovat a odpovídajícím způsobem účtovat i menší části audioknihy jakožto souboru kapitol. Analogicky s možností získat za poplatek jednu požadovanou skladbu z hudebního CD bylo navrženo zavést zpoplatněné stahování jednotlivých kapitol audioknih. Uživatel by tak získal

přístup k libovolné části v kvalitě výsledného produktu a mohl posoudit, jestli si zakoupí audioknihu celou.

Audioknihy pro děti

- Audioknihy jsou zvláště vhodné pro děti učící se angličtinu jako druhý jazyk, pro děti, které mají problémy se čtením, a také pro doplnění čtení klasické knihy. Byl zmíněn nedostatek titulů v jiném než anglickém, případně španělském jazyce. I pro zaujetí pozornosti dětského posluchače platí, že na první místě musí být hlas načitatele, nikoliv zvukové efekty či hudba.

- Má se za to, že nejlepšími kupujícími audioknih pro děti jsou jejich rodiče, kteří se tak snaží dát svým potomkům možnost odpoutat se od televize a videoher, sami si tyto audioknihy předem sami poslechnou a mají tak nejen přehled o tom, co svému dítěti dávají, ale sami si také mnohdy rádi připomenou touto formou knihy ze svého dětství.

- Jak již bylo zmíněno výše, i přes dominanci kompaktních disků jako nosného média pro audioknihy jsou audiokazety stále populární ve spojení s dětskými tituly – jsou méně náchylné k fyzickému poškození a jejich cena je nižší. Tuto skutečnost ocení také školy nakupující audioknihy pro výuku, jejichž vybavení navíc neumožňuje přehrávání CD ve třídách. Cena zvukových knih je tak hlavním limitujícím faktorem jejich rozšíření mezi dětmi a mládeží, situaci usnadňují jen knihovny, v jejichž fondech jsou audioknihy především na magnetofonových kazetách zastoupeny.

- Označení audioknihy věkovou kategorií, pro kterou je daný titul vhodný, může napomoci rodičům i knihovníkům rozhodnout se o jejím zakoupení, zároveň však může negativně působit na psychiku dětí s pomalejším vývojem, kterým tak jejich slabší schopnosti bude jen připomínat.

- Ve shodě s cíli APA byla připomenuta důležitost seznamovat rodiče s výhodami, které audioknihy jejich potomkům mohou nabídnout. Je to možné uskutečňovat formou besed s rodiči či s celými rodinami, případně pomocí tištěných letáků, upozorňujících rodiče na přínos audioknih.

APA také od roku 1996 každoročně vyhlašuje v rámci projektu Audies nejlepší audioknižní tituly, vydané v daném roce. Ocenění byla doposud udělována ve 28 kategoriích. Účastníci vyplněním formuláře a uhrazením vstupního poplatku přihlásí do zvolené kategorie jeden či více svých audioknižních titulů, v každé z kategorií je poté vybráno maximálně 5 finalistů a na závěr jeden vítězný titul. Nejbližší vyhlášení vítězů je naplánováno na 1. červen 2007 a k existujícím 28 kategoriím přibyly navíc ještě kategorie thriller/napětí, dětské od 12 let a španělština. Přihlášený titul musí splňovat řadu kritérií, především se musí jednat o nahrávku řeči, což je zajištěno požadavkem na obsah tvořený minimálně z 51% mluveným slovem a také jít o nový produkt. Nemusí však nezbytně vycházet z knižní předlohy. Formát audioknihy není omezen, pouze musí být vyráběn pro distribuci v USA. Další, detailnější kritéria, zajišťují jednotnou úroveň kvality přihlášených titulů. Nejprestižnějším oceněním je titul Audiokniha roku, jenž je udělen samostatně na základě vlastního přihlašovacího řízení.

Pod názvem „Měsíc knihy“ (Audiobook Month) organizuje APA akce pro podporu obecného povědomí o audioknihách. Jde například o možnost získat audioknihu zdarma při zaregistrování své adresy a adresy přítele, program pro seznámení zaměstnanců knihkupectví s nejuspěšnějšími audioknižními tituly formou zapůjčení těchto titulů vydavatelem, či vydávání letáků určených pro umístění ve veřejných knihovnách. Pro knihovny je součástí letáku několik tipů pro získání více pravidelných posluchačů audioknih, např. využitím popularity filmového zpracování stejné předlohy, jako u audioknihy, vystavením příhodně zvolených titulů do vitríny ke klasickým knihám, pořádání soutěží pro děti vycházející z jejich zkušeností s audioknihami, podpora rodinného poslechu při cestování na dovolenou, vyhlašování soutěží o nejlepší recenzi audioknihy a další.

Kromě pořádání vlastních akcí sleduje APA dění na scéně audioknih a průběžně informuje uživatele na svých internetových stránkách o nadcházejících akcích a aktuálních událostech. Poskytuje zde také základní informace pro tři hlavní skupiny tvořící audioknižní trh: posluchače, knihovníky a vydavatele/distributory.

V zájmu uznání audioknih jako prospěšného média, založila APA v roce 2004 speciální audioknižní nadaci (Audiobook Foundation) pro [1]:

- podporu povědomí veřejnosti o vzdělávacím působení audioknih a jejich potenciálu jako zdroje zábavy
- shromažďování a distribuci aktuálních informací o audioknižním trhu, o vydavatelstvích i uživatelské základně

Pro zainteresované subjekty audioknižního trhu provozuje APA moderovaný mailing list, do něhož je možné se zdarma přihlásit. Uživatel získá jednak nepřetržitý přísun informací o novinkách a jednak bude stále v hromadném kontaktu s ostatními lidmi v oboru. Mailing list (nebo-li „listserv“) je určen v první řadě pro posluchače, knihovníky, prodejce, vydavatele a načítatele, přihlásit se ovšem může kdokoliv, kdo se obeznámí a souhlasí s několika stanovenými pravidly.

V současné době sdružuje APA 181 členů profesně spjatých s audioknižním průmyslem. Mezi tyto členy patří drtivá většina významných amerických, australských, britských i mezinárodních vydavatelů audioknih. Celá asociace je řízena a spravována představenstvem složeným z 13 členů v čele s prezidentkou Michele Lee Cobb ze společnosti BBC Audiobooks America. Všech 13 členů jsou důležitými představiteli některé z členských organizací.

Členství v APA je v základě rozděleno do dvou kategorií: řádní členové (regular members) a přidružení členové (affiliate members).

Řádní členové – Jsou jimi vydavatelé audioknih a jsou dále členěni do pěti podkategorií v závislosti na výši jejich hrubé tržby za poslední účetní rok, počínaje kategorií 5 s tržbami do 1 milionu amerických dolarů až po kategorii s tržbami nad 20 milionů dolarů.

Přidružení členové - Rozdělují se na více subkategorií. Jedná se o velké i malé prodejce, velké, střední a malé dodavatele, profesionály oboru vyjma načítatelů, samotné načítatele (uvedené jako „voice talents“), knihovníky a v neposlední řadě média.

Výhod členství je řada a závisí na kategorii člena. Vedle nejrůznějších slev vstupného na audioknižní akce je to například přístup k výsledkům nejnovějších průzkumů audioknižního trhu, přístup k archívu korespondence APA, zápis do prestižního online soupisu členů, možnost využívat konzultačních služeb APA a pro vydavatele a prodejce možnost informovat o svých produktech prostřednictvím webových stránek a akcí APA.

3.1.2. The Audiobook Publishing Association (APA)

Pod stejnou zkratkou jako výše popsaná americká asociace se skrývá asociace britská, jejíž poslání je v podstatě shodné. Byla založena v roce 1994, pod názvem The Spoken Word Publishing Association fungovala po deset let. Roku 2004 vyměnila ve svém názvu spojení “spoken word” za slovo “audiobook”, což lépe odpovídá současnému širokému významu tohoto označení.

Členy britské APA se mohou stát všechny subjekty podílející se přímo na vzniku audioknih. Předsedou tohoto seskupení je Jo Forshaw. Pro ostatní subjekty spojené s audioknižním průmyslem, tedy například s distribucí a duplikací médií, je zde tzv. Contributors Committee, v jejímž čele stojí Martine Tatman. Celkový počet členů činil při poslední aktualizaci jejich seznamu 151.

Podobně jako americká APA, britská asociace vyhlašuje každoročně nejlepší tituly v mnoha kategoriích. V některých jde o jediný titul, ve většině z nich jsou tři vítězné tituly v jedné kategorii. Oficiální slavnostní vyhlášení vítězů se koná pod označením The Spoken Word Awards od roku 2001, předtím byla od roku 1995 každoročně pořádána The Talkies Awards. Poslední vyhlášení proběhlo v roce 2005, další je naplánováno až na rok 2007 kvůli chystaným změnám v jejím provedení.

Výsledky statistiky prodejnosti v letech 2004/2005 dostupné na stránkách britské APA korespondují s fakty plynoucími ze zprávy americké APA, lze tedy odhadnout obecný, nikoliv pouze americký trend.

Výnos z prodeje audioknih pro dospělé převažoval 72% nad prodejem titulů pro děti. U titulů pro dospělé byl poměr mezi výnosy z prodeje nezkrácených a zkrácených titulů 1:3 ve prospěch zkrácených. U titulů pro děti byl poměr téměř 1:1 s mírnou převahou zkrácených titulů. Oproti předcházejícím

letům došlo k výraznému nárůstu poptávky po zkrácených dětských titulech a mírnému nárůstu poptávky po zkrácených audioknihách pro dospělé.

Po stránce typu prodaných médií došlo poprvé k převaze kompaktních disků nad kazetami, nikoli v počtu prodaných kusů, ale v celkovém zisku z jejich prodeje. Ještě o rok dříve byl zisk z prodeje CD výrazně nižší než z prodeje magnetofonových kazet. Výzkum neuvádí jiné typy distribuce, bylo by vhodné zahrnout statistiku prodeje audioknih formou stažení z internetu.

3.1.3. AudioFile

AudioFile je časopis vydávaný společností AudioFile Publishing. Periodicita časopisu je 6 čísel za rok, je vydáván v tištěné i v digitální podobě a aktuální číslo je zdarma k dispozici na internetových stránkách vydavatelství.

Každé číslo AudioFile obsahuje cca 100 recenzí audioknih, ucelený přehled nejnovějších titulů, interview s autory knižních předloh i načitateli audioknih, stránky věnované pedagogům a knihovníkům a informace o prodejních místech a cenách. Recenzovány jsou zkrácené i nezkrácené verze audioknih, dramaturgie a ostatní mluvené slovo s důrazem na audiální prezentaci, nikoliv obsah. Výjimečně kvalitní produkty jsou oceněny udělením zvláštního označení AudioFile Earphones.

AudioFile také archivuje všechny publikované recenze audioknih a poskytuje k nim přístup online za paušální měsíční poplatek, resp. předplatné časopisu. Nabízeny jsou tři druhy předplatného. Tištěné vydání je za cenu \$19.95 za rok, v němž je jako bonus zahrnuta i jedna audiokniha zdarma, nebo za sníženou cenu \$14.95 za rok, ovšem bez bonusu. Za stejně sníženou cenu je možné si předplatit časopis v digitální podobě. Jako u ostatních forem předplatného se uživateli otevírá přístup do všech částí webu AudioFile, zejména do jeho rozsáhlého archivu. V archivu je v současnosti k dispozici téměř dvacet tisíc recenzí. Recenze jsou signované a jsou psány redakcí složenou z odborníků z oborů informací, vzdělávání a herectví.

Kromě časopisu vydává AudioFile každý rok Audioknižní referenční příručku přinášející přehled vydavatelů včetně kontaktních informací, aktuální postup při uplatnění záruky a soupis profesionálních načitatelů. Kniha v ceně

\$49.95 je určena pracovníkům v oboru, knihovníkům a jako přehled zdrojů, kde pořídit audioknihy i posluchačům. AudioFile umožňuje vyhledávání v aktuálním vydání online, opět pouze pro předplatitele.

Pod názvem Golden Voices registruje AudioFile uživateli nejžádanější načitatele, poskytuje podrobné informace o jejich kariéře včetně přehledu načtených knih, doplněného v některých případech o zvukové ukázky.

Vedle standardních forem předplatného, které byly již popsány výše, nabízí časopis AudioFile roční předplatné AudioFile PLUS za cenu \$60, které kromě 6 čísel a příručky zahrnuje přístup k recenzím ještě před jejich uveřejněním a ke zprávám od načítatelů a nahrávacích studií.

3.1.4. LibriVox

U zrodu dnes ambiciózního nekomerčního projektu stál v polovině roku 2005 kanadský spisovatel Hugh McGuire. S myšlenkou vytvořit audiální podobu své oblíbené knihy Tajný agent spisovatele Josepha Conrada začal spolu s dalšími lidmi načítat jednotlivé kapitoly této knihy. Výsledná audiokniha byla dána volně (bezplatně) k dispozici na webové stránky projektu. K porušení žádných práv nedošlo, neboť se jednalo o titul, na něhož autorské právo již před lety vypršelo a načitatelé svou práci odvedli taktéž bezplatně. Zajímavý počín rychle zaujal mnohem širší okruh nejen posluchačů, ale také potenciálních amatérských načítatelů, jejichž počet narůstá dodnes.

Cílem celého projektu je dle McGuireových slov zpřístupnit veškerá literární díla ve veřejném vlastnictví (public domain) zadarmo ke stažení na internetu, ať již pomocí technologie podcasting, stažením z webových stránek nebo prostřednictvím sítě BitTorrent.

Základní principy fungování LibriVox jsou uvedeny následovně:

- jedná se o nekomerční, nevýdělečný projekt bez přítomnosti reklam
- své produkty poskytuje do veřejného vlastnictví
- jeho pilířem jsou pouze dobrovolníci
- udržuje si volnou a otevřenou strukturu
- ke spolupráci přivítá dobrovolníky ze zemí celého světa

Nejpodstatnější skupinou dobrovolných účastníků projektu jsou načítatelé, kteří dávají vzniknout samotné audiální verzi textového díla. V případě audioknih, na jejichž tvorbě se podílí více načítatelů, je práce organizována dobrovolným koordinátorem. Moderátoři pak pomáhají organizovat jak práci v jednotlivých týmech, tak mezi nimi, aby například nedošlo k duplicitnímu načítání téhož titulu. Katalogizaci dokončených audioknih a jejich vystavení se věnují meta-koordinátoři a o technickou stránku činnosti se stará administrátor.

K načtení knihy stačí osobní počítač a mikrofon. Jelikož jsou načítány pouze knižní tituly, povídky a další textová díla ve veřejném vlastnictví, jsou zdrojové texty získávány nejčastěji z volných internetových archivů, jako je například archiv projektu Gutenberg nebo archiv iBiblio. Proces vzniku audioknihy sestává z těchto kroků:

- 1) dobrovolníky účastnícími se projektu LibriVox je navržen knižní titul se statutem public domain
- 2) je-li o titul zájem ze strany dobrovolných načítatelů a dalších případných zúčastněných, vytvoří koordinátor ve fóru LibriVox záznam o tomto titulu a vypíše žádost o načítatelskou práci
- 3) dobrovolní načítatelé se postupně přihlašují a rezervují si jednotlivé kapitoly knihy, které posléze načítají do formátu mp3 a posílají zpět svému koordinátorovi
- 4) koordinátor došlé kapitoly uspořádá a pošle celou audioknihu meta-koordinátorovi
- 5) meta-koordinátor vytvoří ve fóru LibriVox požadavek na zkušební poslech dobrovolníky
- 6) hotová, posluchači schválená audiokniha je nakonec umístěna na internet a je o ní vytvořen záznam v katalogu LibriVox včetně jmen všech, kdo se podíleli na jejím vzniku

Oficiálním jazykem pro komunikaci v rámci projektu LibriVox je angličtina a také převážná většina vzniklých knih je v tomto jazyce. Načítatelé nemusí být rodilí mluvčí, aby se mohli přímo podílet na vzniku audioknihy v angličtině a vítány jsou i tituly v jiných jazycích jako je němčina, francouzština nebo italština. LibriVox staví rozmanitost a přirozenost před perfektní kvalitou. Mezi dokončenými audioknihami lze v současnosti nalézt i pět titulů v ruštině,

dva v japonštině a po jednom dokonce v latině a hebrejštině. Český jazyk zde zatím bohužel zastoupen není. Počet tvůrců jedné knihy se pohybuje mezi sólovou tvorbou až po desítky podílejících se dobrovolníků.

Každá nahrávka musí být povinně opatřena několika údaji. Především musí před začátkem samotného textu knihy předcházet upozornění, že se jedná o produkci LibriVox a že je daná audiokniha ve veřejném vlastnictví. Pokud je součástí nahrávky hudba nebo je doplněna o zvukové efekty, je nutné zvlášť uvést, že i tyto prvky se tímto stávají veřejným vlastnictvím. Mezi další podmínky LibriVox patří dále opatření zaslaného MP3 souboru popisnými údaji a také dostatečná zvuková kvalita. Ta je dána těmito parametry: bitový tok 128 kilobitů za vteřinu, 44100 Hz, 16 bitů mono – tedy pro nahrávku řeči velmi vysoká kvalita. Podporován je pouze formát MP3.

3.1.5. National Library Service for the Blind and Physically Handicapped Individuals (NLS/BPH)

Tento program Kongresové knihovny USA vznikl v roce 1931 jako služba pro dospělé nevidomé. O 21 let později byla jeho uživatelská základna rozšířena o děti a od roku 1966 jej mohou využívat lidé i s jiným fyzickým postižením znemožňujícím jim čtení tištěných knih. Program je financován z rozpočtu Kongresu USA a uživatelům zajišťuje poštovní doručení vypůjčených titulů na území Spojených států zdarma prostřednictvím sítě knihoven na základě meziknihovní výpůjční služby.

Fond NLS/BPH obsahuje jak dokumenty tištěné Braillovým písmem, tak hudbu a zejména velké množství audioknih a audiálních magazínů. Mimo audioknižních titulů, které produkuje knihovna ve vlastním studiu ve Washingtonu za pomoci najatých načitatelů, uzavírá také smlouvy s dalšími neziskovými institucemi vlastnícími zvuková studia. Vlastní studio NLS/BPH má průměrnou roční produkci sto titulů. Katalog audioknih, jenž je dostupný v několika podobách na webových stránkách Kongresové knihovny, obsahuje především beletrii pro všechny věkové kategorie

V současnosti je jediným používaným médiem pro audioknihy magnetofonová kazeta především pro její vysokou odolnost vůči poškození

a snadnou manipulaci. K audioknihám poskytuje NLS/BPH v případě potřeby i speciální přehrávač. Kromě skutečnosti, že používané kazety jsou čtyřstopé a je pro jejich přehrání nutno použít odpovídající zařízení, usnadňuje tento přehrávač postiženému práci s audioknihou. Mezi jeho funkce patří například minimum ovládacích prvků, které jsou mechanicky přizpůsobené k maximální jednoduchosti, nebo automatické otočení kazety po přehrání celé strany. Čtyřstopá kazeta pojme až 6 hodin záznamu.

V roce 2008 je plánována migrace všech audioknih do digitální podoby. Médium, které prošlo výběrovým řízením, se stal USB paměťový flash disk díky optimálnímu poměru ceny, kapacity, odolnosti vůči fyzickému poškození a dalším pozitivním vlastnostem.

3.1.6. Podiobooks

Skloubením slov “podcasting” a “audiobook” vzniklo označení projektu, jehož cílem je bezplatná distribuce audioknih prostřednictvím podcastingové technologie. Službu provozuje od léta roku 2005 skupina lidí různých profesí souvisejících s informačními technologiemi.

Princip fungování Podiobooks spočívá v ochotě autorů knih poskytnout své dílo k dispozici široké veřejnosti bez nároku na honorář, navíc často s nutností vlastního načtení knihy. Důvodem, proč se řada autorů k tomuto kroku rozhodla je, že mají šanci získat nový okruh čtenářů, resp. posluchačů pro své další knihy, které budou již distribuovány standardní komerční cestou. Někteří tak činí pouze z radosti z psaní a nejsou vedeni vidinou zisku. Stejně tak vlastníci Podiobooks pracují zdarma a sami hradí výdaje spojené s provozem serveru a internetové domény. Na serveru nejsou žádné reklamy a tak jediným způsobem jak získat finance na částečné pokrytí nákladů a odměnění autorů zůstávají dotace spokojených uživatelů, ke kterým jsou povzbuzováni. Každý příspěvek je rozdělen v poměru 50:50, polovina je vyplacena autorovi knihy a polovina je použita na potřeby Podiobooks. Jedná se o značně štedrý systém, autor získává z poplatku větší díl než když vydává svou knihu tradiční cestou. Je tu zřejmá podobnost s výše popsaným projektem LibriVox, přesto zde lze najít několik odlišností. Vždy se jedná o knižní tituly, jejichž tvůrci i všechny další

zainteresané osoby a instituce se zpřístupněním souhlasili, např. u souběžně tištěné publikace vydavatel. Nejde tedy o díla, u nichž autorská práva vypršela, tato práva naopak tvůrcům i nadále patří, do obsahu díla nemůže být zasahováno, může být pouze dál šířeno v podobě, v jaké je původce dodal. Pokud je součástí audioknihy hudba, musí se jednat o hudbu uvolněnou do veřejného vlastnictví nebo musí být dodán souhlas jejího tvůrce.

Katalog Podiobooks obsahuje z převážné části beletristické tituly rozdělené do žánrových kategorií, lze zde však nalézt i několik naučných audioknih. V současnosti není počet titulů velký, ale je to způsobeno krátkou existencí projektu a dá se do budoucna očekávat jeho růst.

Postup poslouchání audioknih je u Podiobooks následující. Nový uživatel se nejprve zdarma zaregistruje a je mu vytvořen účet. Poté si zvolí jednu nebo více audioknih, které ho zajímají a přihlásí se k jejich odebírání. Přidělený RSS odkaz pak přeneseme do svého RSS klienta a s jeho pomocí stáhne ze serveru Podiobooks první část, obvykle celou první kapitolu knihy. Audioknihy jsou všechny rozděleny na řadu menších částí, z nichž každá představuje samostatný MP3 soubor. Další části jsou pak uživateli zpřístupněny v jím zvoleném intervalu od jednoho dne až po měsíc. Nabízí se otázka, proč neposkytnout uživateli najednou celou audioknihu ke stažení. Provozovatelé Podiobooks svůj postup zdůvodňují tím, že metoda vytváření seriálu z knihy je pro posluchače komfortnější, mohou se zapsat k poslechu více titulů v různé dny a nemusí myslet na to, v jaké části které knihy skončili s poslechem. Nové tituly přibývají do nabídky ještě před svým skompletováním, posluchači se tak může stát, že bude muset na další části čekat delší dobu, než ji autor načte.

V případě, že autor knihy z nějakého důvodu není schopen sám dovést audiální podobu svého díla do finální podoby, nabízí Podiobooks několik služeb, zajišťujících část prací (načtení profesionálním načítatelem, editace, rozdělení na části, vytvoření doprovodné ilustrace zastupující obálku) nebo i kompletní vytvoření audioknihy spojením všech 4 služeb.

3.1.7. Recording for the Blind & Dyslexic

Původně pro studijní účely válečných veteránů, jejichž zrak byl ve válce silně poškozen nebo zcela přišli o schopnost vidění, vznikla již v roce 1948 nezisková organizace s názvem Recording for the Blind. Jeho zakladatelkou byla knihovnice z New Yorku Anne T. Macdonald, která s heslem “Vzdělání je právo, nikoliv výsada” vybudovala v podkroví New Yorské knihovny nahrávací studio k produkci vzdělávacích audioknih. Učebnice byly tehdy načítány a ukládány pomocí fonografu na 24-minutové disky. Během dalších let bylo zjištěno, jak velké množství uživatelů se potýká s problémy s učením. Tomu se v roce 1995 přizpůsobil název organizace a byl změněn na současnou podobu Recording for the Blind & Dyslexic (dále jen RFB&D). V současnosti vlastní organizace mimo prvního studia v New Yorku dalších 29 nahrávacích studií po celých Spojených státech, slouží přes 140 tisícům členů pro něž distribuuje více než 250 tisíc vzdělávacích audioknižních titulů. S načítáním nových knih pomáhá přes 7 tisíc dobrovolníků.

Fonografové disky byly později nahrazeny vysokokapacitními čtyřstopými magnetofonovými páskami umožňujícími pojmout až 4 hodiny záznamu s označením RFB&D Classic Cassettes. K jejich přehrání je zapotřebí zvláštního přehrávače, který ale bylo možné také zakoupit u RFB&D. Kazety navíc usnadňují vyhledávání kapitol zvukovým signálem při jejich převíjení. Od července 2006 byl jejich prodej ukončen a od poloviny příštího roku budou nové audioknihy vydávány pouze na kompaktních discích s technologií RFB&D AudioPlus. Jde o patentovaný formát využívající účinnou kompresi zvuku k dosažení kapacity až 40 hodin záznamu na jednom CD. Mezi další vlastnosti tohoto formátu patří snadná navigace mezi kapitolami a stránkami knihy a i přes použitou kompresi podstatně vyšší kvalitu zvuku než kazety. K jejich přehrání je opět nutný speciální přehrávač, dostupný také u RFB&D i v kombinaci se čtyřstopým kazetovým přehrávačem, nebo osobní počítač a zvláštní software.

K požívání všech výhod se uživatel musí stát členem. Členství je rozděleno na individuální a institucionální. Individuálním členem se může stát člověk se zdravotním dokladem o zrakové poruše, problémech s učením či s jinou psychickou poruchou, ztěžující či znemožňující práci s tištěným textem.

Institucionální členství je určeno pro školy a hromadný přístup jejich studentů k fondu audiálních učebnic RFB&D. V současnosti se institucionálním členem nemohou stát školy mimo území USA, na druhé straně individuálním členem se může stát i osoba žijící mimo USA, její přístup k fondu bude ovšem omezen pouze na tituly na kazetách Classic Cassettes. Jakožto nezisková organizace získává RFB&D prostředky především od sponzorů, grantů a také členských poplatků.

Katalog, v němž lze online vyhledávat zadáním klíčových slov, obsahuje nejen vzdělávací produkci RFB&D, ale také z množství titulů komerčních vydavatelství včetně beletristických produktů. Jak bylo již zmíněno výše, kromě audioknih nabízí RFB&D i speciální hardware a software podporující používaná atypická média.

Je na místě též zmínit dva programy, jimiž RFB&D každoročně podporuje nejnadanější žáky z řad svých členů – studentů středních a vysokých škol. Jedná se o program “Scholastic Achievement Awards”, v rámci něhož jsou třem trojicím komisí vybraných členů s poruchou zraku vyplaceny výhry 6000, 3000 a 1000 amerických dolarů, a program “Learning Through Listening Awards”, jímž jsou dvě trojice vybraných členů s poruchou učení vyplaceny výhry 6000 a 2000 dolarů. Podmínky jsou stanoveny tak, aby se soutěže mohli zúčastnit pouze členové s výbornými výsledky a s rozhodnutím k dalšímu studiu.

3.1.8. Telltale Weekly : The Spoken Alexandria Project

Kombinací komerčního a nekomerčního přístupu ke tvorbě a distribuci audioknih se vyznačuje projekt amerického spisovatele Alexe Wilsona – Telltale Weekly. Za pomoci profesionálních načitatelů jsou zde nahrávány audioknihy vycházející z knižních předloh z převážné části ve veřejném vlastnictví. Výsledné tituly jsou posléze za poplatek k dispozici ke stažení ve formátu MP3, AAC či OGG na stránkách projektu. Poplatek je ovšem v tomto případě téměř symbolický: 25 amerických centů u nejlevnějších titulů, částka v řádu dolarů u titulů rozsáhlejších. Slouží v první řadě k pokrytí nákladů na provoz serveru, webový prostor, doménu a přenesená data. Neméně důležitá je část vyplácená načitatelům a dalším lidem, kteří se na vzniku knihy podíleli, případně vlastníkům

autorských práv, pokud se jedná o dílo nespádající do kategorie “public domain”. K uhrazení takto nízkých plateb je doporučováno využít služby BitPass, jež systém mikroplateb umožňuje a navíc je platba tímto způsobem velmi snadná a neodrazuje tak uživatele zbytečnými kroky navíc. Uživatel je oprávněn zakoupený titul volně používat a vytvářet kopie pro vlastní potřebu, distribuované MP3 soubory neobsahují žádnou ochranu.

Mimo neobvykle nízkých cen audioknih je u tohoto projektu zajímavá jeho druhá část nazývaná The Spoken Alexandria Project. Jde o postupně budovanou knihovnu zdarma dostupných audioknih, které jsou sem zařazovány z archivu Telltale Weekly po uplynutí pěti let od jejich vytvoření nebo po prodeji 100 000 kopií. Na tituly zde umístěné se vztahuje speciální licence dovolující neomezené šíření. Jsou stanoveny pouze dvě podmínky, jež musí být splněny. Nabízené audioknihy nesmí být bez oprávnění nijak komerčně zpřístupňovány a vždy musí být přítomny údaje o autorské odpovědnosti a o tom, že se jedná o produkci Telltale Weekly.

V nabídce Telltale Weekly jsou především nezkrácená klasická literární díla počínaje spisy vzniklými před naším letopočtem až po 20. století. Dále zde lze nalézt menší množství nebeletristických titulů a ze současné tvorby povídky vydané v různých magazínech. Poslední dvě kategorie představuje poezie a rozhlasové hry. Vyhledávání v katalogu je možné podle řady kritérií jako je název, jméno autora, žánr, ale také cena, délka a doba vzniku tištěné předlohy.

3.2. Významní audioknižní vydavatelé a distributoři v USA

3.2.1. Audible, Inc.

Služby společnosti Audible patří mezi nejvyužívanější mezi online distributory audioknih. Společnost byla založena v roce 1995 ve státě Delaware v USA. Doposud získala přes 300 tisíc uživatelů a s čistým ročním ziskem přesahujícím 19 milionů amerických dolarů se stala skutečným gigantem na audioknižním trhu. Ročně se její uživatelská základna rozšiřuje o více než pět desítek tisíc nových zákazníků. Audible provozuje lokalizované internetové pobočky ve Velké Británii, Anglii a Německu.

Pro tyto zákazníky jsou k dispozici tři uživatelské kategorie registrace podle předpokládané četnosti nákupu audioknih: nejvyužívanější roční AudibleListener, AudibleListener Gold a AudibleListener Platinum. Varianty Gold a Platinum jsou nabízeny jako měsíční nebo roční předplatné, dohromady lze tedy volit z pěti možných forem předplatného. S výjimkou základní kategorie AudibleListener získává zákazník navíc stanovený počet bonusových kreditů, které může následně použít k nákupu audioknih. Nakupovat knihy lze i bez registrace, cena je v takovém případě o něco vyšší, ovšem stále nedosahuje ceny, za níž jsou nové tituly prodávány v kamenných obchodech na fyzických nosičích.

Nabídka Audible sestává z více než 30.000 titulů zkrácených i nezkrácených verzí audioknih, národních periodik ve zvukové podobě a podobných programů o celkové délce přes 100.000 hodin zvuku.

Audioknihy z katalogu Audible nejsou na rozdíl od ostatních společností distribuovány na fyzických nosičích, podstatou Audible je totiž výhradní distribuce v digitální podobě po internetu. Soubory jsou šířeny v proprietárním „.aa“ formátu Audible vycházejícím z technologie MP3, nejedná se ale o standardní MP3. Tento speciální formát používá kompresní poměr vyhovující použití pro mluvené slovo, umožňuje vkládání záložek pro pozdější snadné vyhledání místa v nahrávce, pohyb mezi kapitolami a uchování pozice, ve které uživatel při posledním poslechu skončil. Zásadním rozdílem oproti tradičnímu MP3 formátu je však využití enkrypcy ke znemožnění převodu do jiného formátu

v zájmu ochrany autorských práv. Toto je jedna z uživatelů značně kritizovaných vlastností Audible. Zabraňuje totiž vytváření záložních kopií v podobě MP3 CD a nutnost použít řadu audio CD pro zálohování jednoho titulu již pro uživatele efektivní není. Audible na jedné straně zaručuje možnost zakoupený titul kdykoliv znovu stáhnout do svého počítače či přenosného přehrávače a snaží se tak zákazníky odradit od vytváření záložních kopií, na straně druhé ale nutnost stahovat požadovaný titul několikrát je i v dnešní době širokopásmových připojení k internetu poněkud nepraktické. Také je nutno se při nákupu přenosného přehrávače ujistit, že patří mezi zařízení podporující zvukový formát Audible.

Soubory se z deponitáře Audible získávají prostřednictvím aplikace s názvem AudibleManager vyvinuté pro platformu IBM PC i Apple Macintosh. Tato aplikace navíc umožňuje snadnou organizaci stažených souborů i jejich přehrávání. Ke stažení a přehrávání lze případně použít i přehrávače dodávané s operačními systémy Microsoft Windows a Macintosh OS X.

Preferovaným přehrávačem pro Audible soubory jsou ale mobilní zařízení. Již v roce 1997 přišla společnost s vlastním přehrávačem audiálního internetového obsahu dnes známým jako MP3 přehrávač. Dnes spolupracuje Audible s několika výrobci těchto zařízení a podporované produkty nesou označení AudibleReady. Mezi doporučené přenosné přehrávače patří Apple iPod, Pocket PC či Creative MuVo.

V roce 2005 byla spuštěna služba AudibleAir, díky níž si uživatel může stáhnout audioknihu bezdrátovou cestou do svého přenosného přehrávače přímo, aniž by musel ke stažení použít osobní počítač. Kromě klasických přenosných přehrávačů jsou podporovány i mobilní telefony, u nichž se podle potřeby automaticky stáhne další kapitola knihy a předešlé jsou vymazány. Nelze se tak vrátit k již poslechnutým částem knihy, ale také není zbytečně zaplňován paměťový prostor v mobilním telefonu.

Druhou novou službou je AudibleEducation, jež nabízí vybrané výukové dokumenty pro studenty středních a vysokých škol, pedagogy i odborníky v mnoha oblastech. Pro studenty jsou k dispozici nahrané rozbory jednotlivých knižních titulů klasické literatury i vlastní audioknižní podoba těchto titulů. Pro podnikatele a odborníky personalistiky jsou zde tituly zaměřené na vedení lidí, zvyšování zisku firmy apod. V neposlední řadě tvoří kolekci AudibleEducation i nejrůznější učebnice orientované na výuku jazyků.

Firmou uvedené specifické vlastnosti Audible, které tvoří její hlavní konkurenční výhodu oproti konkurenčním distributorům jsou:

- *široký autorský záběr* - audioknihy vycházející z knih od autorů ze 16. století až po současnost, od filozofie až po beletrii, navíc tituly audioknih vytvořené výhradně pro Audible
- *pohodlný přístup k audioknihám* – stažení je možné kdykoliv, okamžitě, či si nechat audioknihu zaslat ve zvolený čas
- *úspora peněz* – Audible nabízí audioknihy za cenu o 20-30% nižší než distributoři nahrávající na fyzická média
- *aktuálnost* – nově vyšlé tituly jsou připravené k distribuci v řádu hodin či dní po publikování
- *charakter archivu* – Audible všechny audioknihy trvale uchovává v nabídce a uživatel si jednou zakoupený titul může kdykoliv znovu bezplatně stáhnout; navíc nikdy nedojde k vyprodání zásob jako u fyzických médií
- *automatická dodávka* – mimo audioknihy zpřístupňuje Audible též některé tituly periodik, které mohou být uživateli pravidelně zasílány
- *zvukové ukázky* – u každého titulu je k dispozici 15-ti minutová ukázka
- *streaming* – pokud nemá uživatel dost diskového prostoru nebo z jiného důvodu nechce zakoupenou Audioknihu uchovat, může ji poslouchat formou streamingu, tzn. zvukový soubor je přehráván v reálném čase přímo z úložiště Audible

3.2.2. AudioBooksForFree.com

Ojedinělým projektem mezi online distributory audioknih je webové sídlo AudioBooksForFree.com. Ústřední myšlenkou majitelů tohoto webu je poskytnout veřejnosti přístup k vybraným audioknihám zcela zdarma. Nabízené tituly jsou dostupné samozřejmě pouze v digitální podobě, na jejich načtení se podíleli profesionálové v přednesu: filmoví a divadelní herci, rozhlasoví hlasatelé apod. Společnost nabízí ke stažení výhradně vlastní produkty, nikoliv jinde dostupné komerční tituly a jde především o starší literaturu, současné knižní tituly se zde vyskytují jen minimálně. Nabídka titulů není velká, pohybuje se okolo 600 titulů pro dospělé a přes 130 titulů pro děti, nicméně kromě beletrie je k dispozici

i cca 80 titulů naučných. Drtivá většina audioknih je malého rozsahu, často okolo 30 minut. Původním principem bylo umístit mezi kapitoly každé knihy, s výjimkou titulů pro děti, reklamní pasáže. Od toho ovšem bylo po čase upuštěno a dnes jsou naopak tyto audioknihy uvedeny větou: “No adverts from AudioBooksForFree.com”. Nabízené knihy jsou tak dnes již zcela zdarma, bez reklam, což vede k dojmu, že je rozumné místo nákupů drahých audioknih v jiných obchodech pouze využívat služeb AudioBooksForFree.com. Situace je však složitější.

Naprosto zásadním omezením je totiž zvuková kvalita zdarma dostupných souborů. Jsou ve formátu MP3 a bezplatně je možné získat pouze soubory s datovým tokem 16 kbit/s nebo dokonce jen 8 kbit/s. Velikost takového souboru je minimální, kvalita je ale skutečně nízká. Při toku 8 kbit/s zní hlas načítatele tak zkresleně, že mu již není téměř rozumět. Zdvojnásobením datového toku se již kvalita dostává na srozumitelnou úroveň, ovšem kvalita je stále nízká, odpovídá zhruba rozhlasovému vysílání AM. Kniha je tvořena zpravidla více menšími soubory o velikostech 15-18 minut z důvodu vyššího komfortu při přehrávání na přenosných zařízeních bez funkce “Resume”. Za soubory s vyšším datovým tokem je již nutné zaplatit, stejně jako u některých delších titulů za datový tok 16 kbit/s. Vybrat lze z několika datových toků. Za nejnižší zpoplatněný, 24 kbit/s, se platí 5 dolarů, za dva vyšší vždy o dolar víc. Nejvyšší nabízený datový tok, 48 kbit/s, už umožňuje velmi přijatelnou kvalitu zvuku. Za příplatek 3 dolary lze stáhnout celou knihu jako jeden soubor zmenšený kompresním programem ZIP. Menší množství titulů je načteno samotným autorem knihy a poplatek pak patří tvůrci stejně jako autorské právo.

Vedle poskytování audioknih přímo ke stažení z internetu rozšířila společnost svou nabídku o distribuci vlastních titulů na různých fyzických médiích. První z nich je možnost uložení požadovaného titulu na kompaktní disk v podobě MP3 souborů a jeho zaslání poštou za cenu 15 dolarů. Za stejnou cenu si lze objednat i předpřipravené MP3 CD s několika vybranými audioknihami a o 10 dolarů více stojí předem sestavené DVD opět s více tituly. Méně obvyklá je nabídka zaslání paměťové karty typu MMC velikosti 128 MB s jednou zvolenou audioknihou za cenu okolo 90 dolarů. Unikátní je však prodej přenosného přehrávače s pevným diskem (600 a více dolarů podle typu přehrávače), pevného disku (cena dle kapacity disku) či sady devíti DVD (100 dolarů) s kompletem

všech nabízených audioknih v nejvyšší poskytované kvalitě ve formátu MP3, případně M4B pro iPod.

Posledním způsobem získání přístupu k audioknihám ve vyšší zvukové kvalitě je placené roční členství v ceně 100 dolarů. Uživatel má poté přístup ke všem nabízeným titulům ve všech datových tocích, vyjma titulů, na něž AudioBooksForFree.com nevlastní autorské právo (knihy čtené jejich tvůrci).

Poměrně benevolentní pohled má společnost na sdílení jejich produktů mezi uživateli na internetu. Chrání sice svoje audioknihy pomocí technologie unikátních identifikačních otisků a je zásadně proti jejich nepovolenému zpoplatněnému šíření (za nahlášení nelegálně prodávaných kopií dokonce poskytuje finanční odměnu), vytvoření kopie zákazníkem pro několik jeho příbuzných či přátel ale akceptuje.

3.2.3. AudioRealms

Přes doposud velice nízký počet vydaných titulů je třeba toto vydavatelství se sídlem v Severní Karolíně v USA, založené roku 2003, zmínit. Oproti ostatním popsáním vydavatelstvím s tisíci publikovanými audioknihami je portfolio společnosti AudioRealms tvořeno pouze 13 tituly. Všechny z nich patří do kategorie fantasy, science fiction nebo horor a jedná se především o díla autorů, která doposud v audiální podobě vydána nebyla. Hlavní trojice autorů sestává z Howarda P. Lovecrafta, původce originálních hororových povídek např. o kultu Cthulhu, Roberta E. Howarda, autora příběhů o Conanovi, a Michaela Moorcocka. Zajímavým projektem je převádění v USA tradičního povídkového magazínu *Weird Tales* do podoby audioknihy. Dosud bylo vydáno jen první číslo, plánováno je díky získanému výhradnímu právu postupně načíst celou řadu.

Druhým prvkem, jenž AudioRealms odlišuje od ostatních vydavatelství, je vlastní patentovaná podoba audioknih s názvem AudioBooksPlus. Nejprve je vytvořena standardní nezkrácená zvuková verze knižní předlohy, načtená profesionálním načitatelem. Ta je poté doplněna o zvukovou stopu podobnou filmové, která sestává ze směsi scénické hudby, zvuků prostředí a zvukových efektů. Výsledkem je tedy audiokniha spojující výhody dramaturgie

s nezkrácenou verzí knihy. Většina titulů AudioRealms je v této podobě prodávána na audio CD nebo MP3 CD. V přípravě je vysílání využitím podcastingové technologie.

3.2.4. Audio Adventures

Ve spolupráci s americkými cestovními centry (Travel Centers) provozuje společnost Audio Adventures výpůjční systém zejména audioknih, v druhé řadě knih a videokazet. Zákazník se nejprve zaregistruje u jednoho z cestovních center v síti, případně online na webových stránkách firmy, uhradí členský poplatek 5 dolarů a obdrží členskou kartu opravňující ho k výpůjčkám v kterékoli pobočce sítě. Těchto poboček je v současnosti více než 650 a lze je najít téměř ve všech státech USA a několika městech Kanady. Vypůjčená média je třeba vrátit osobně v některé z poboček nebo je zaslat poštou na adresu centra společnosti v Marylandu.

Audioknihy ve fondu Audio Adventures jsou na kompaktních discích a magnetofonových kazetách a poplatek za výpůjčku se pohybuje mezi 3-15 dolary. Jako zpozdné je účtováno 50 centů za každý den po uplynutí 7-denní výpůjční lhůty. Členský poplatek 5 dolarů pokrývá roční členství a je tedy nutné jej po roce složit znovu.

Podle výše poplatku jsou uživatelé za každou výpůjčku přičteny 1-3 kredity, které může po dosažení potřebné hranice vyměnit za jednu z řady cen pro stálé zákazníky, nebo se za cenu 50 kreditů stát doživotním členem. Výhody plynoucí z doživotního členství zahrnují dvojnásobnou výpůjční lhůtu a osvobození od každoročního členského poplatku a penále za opětovné vystavení členské karty.

3.2.5. Audio Diversions

Jako malý obchod a půjčovna ve Virginii v USA se zhruba 800 audioknihami začínala v roce 1989 společnost, jež dnes provozuje své služby výhradně online. Nabídka se dodnes rozrostla na téměř 5000 titulů zkrácených i nezkrácených audioknih na CD, kazetách a méně často ve formátu MP3 CD.

I přes ztrátu fyzického kontaktu se zákazníci si firma stále zakládá na osobním přístupu ke každému z nich. Její zákazníci jsou nejen ze Spojených států, ale i z Evropy, Asie a Afriky.

Audio Diversions nadále knihy nejen prodává, ale funguje také hlavně jako placená online půjčovna. V katalogu uživatel vyhledá titul, o nějž má zájem, pomocí dobře navrženého vyhledávacího formuláře, kde jsou audioknihy rozděleny do 36 tematických kategorií. Poté zvolí mezi koupí nebo výpůjčkou, přičemž cena za vypůjčení je poměrně vysoká, činí obvykle zhruba čtvrtinu až třetinu ceny kupní. Vzhledem k tomu, že poštovné je u výpůjčky dvojnásobné kvůli předplacené cestě zpět od zákazníka, výsledná cena výpůjčky je mnohdy až poloviční oproti ceně kupní. Limit výpůjční doby je 15 dní.

Zákazníkům společnost nabízí příležitost stát se členy klubu "Listening Club", podmínkou je pouze uhrazení ročního členského poplatku 25 dolarů. Výhodami plynoucími ze členství v klubu je jednak 10% sleva na všechny výpůjčky i poplatky, které zákazník u Audio Diversions v dalším roce uskuteční, dále dvojnásobné prodloužení výpůjční lhůty a možnost stát se uživatelem služby automatického zasílání nových titulů. Tituly jsou zájemci každých 4-6 týdnů zasílány buďto podle jím sestaveného seznamu, nebo podle uvážení zaměstnanců společnosti na základě jeho předchozích objednávek. Zde je nezbytný onen již zmíněný individuální přístup firmy k jejím zákazníkům.

Naposledy přidanou službou je společností pravidelně vybíraný soubor nejlepších nově vydaných audioknih, k nimž vytváří krátké recenze a přidává zvukovou ukázkou. Starší recenze jsou ukládány ve volně dostupném archivu.

3.2.6. The Audio Partners, Inc.

Pod označením The Audio Partners jsou skryty dva samostatné podnikatelské subjekty, jejichž aktivity se vzájemně doplňují. Vlastníky obou společností jsou manželé, mající mnohaleté zkušenosti s audioknižním trhem. Linda Olsen je jedna ze zakládajících členek americké asociace APA a Grady Hesters je bývalým prezidentem téže asociace.

První ze společností je audioknižní vydavatelství s počtem více než 400 vydaných titulů. Produkuje audioknihy na kazetách, CD i MP3 CD se zaměřením na beletrii i naučnou literaturu.

Druhá firma funguje již od roku 1985 jako objednávková služba audioknih vlastních i jiných vydavatelů na základě zákazníkům pravidelně zasílaného katalogu, dnes i prostřednictvím webového katalogu. Tento katalog nese název "Audio Editions Books on Cassette and CD" a se svými více než osmi tisíci tituly patří mezi nejrozsáhlejší katalogy zkrácených i nezkrácených titulů na světě. Měsíční přírůstek činí průměrně 150 nových titulů od více než stovky vydavatelů. Zvláštní podoba katalogu je připravená pro knihovny.

Vyhledávání je možné zadáním klíčových slov, s případným omezením na typ média a typ vydání, nebo procházením kategorií s množstvím subkategorií. Možné je také vybírat podle soupisu stovky nejprodávanějších audioknih. U řady titulů je přístupná krátká zvuková ukázka ve formátu Real Audio, jenž se ovšem pro záznam celých audioknih nepoužívá.

Pro získání dalších zákazníků je každý měsíc vybrána trojice nových titulů, která je nabízena s 20% slevou a stálí zákazníci se mohou stát členy slevového klubu. Za členský roční poplatek \$25 mají zaručenou stálou nižší cenu, příležitostné až 50% slevy, přednostní vyřízení objednávek a další výhody.

3.2.7. Audio Renaissance

Jedním z významných vydavatelství, které od roku 2000 mimo jiné figuruje na seznamu dodavatelů produkce pro společnost Audible, je Audio Renaissance. Dříve divize Renaissance Media, Inc., která vydala první audioknihy v roce 1988, je od roku 2001 součástí nadnárodní skupiny nakladatelství vlastněné německou společností Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck.

Vydavatelství publikuje zkrácené i nezkrácené tituly na CD, kazetách i v digitální podobě prostřednictvím Audible. Pro jeho nabídku je specifické široké spektrum kvalitních nebeletristických titulů, jejichž tematické zaměření obsahuje například matematiku, filozofii, právo, ale také tituly pojednávající o zdravé výživě nebo mezilidských vztazích. Početnou skupinu tvoří i beletristické tituly. Katalog Audio Renaissance lze procházet podle tematického

zaměření, jmen autorů a načítatelů nebo lze vyhledávat zadáním několika klíčových slov. Užitečným doplněním je přehled načítatelů včetně stručného článku o každém z nich.

3.2.8. Blackstone Audio, Inc.

Americké vydavatelství a distributor audioknih se sídlem v Oregonu patří mezi největší producenty audioknih na světě a to v drtivé většině nezkrácených verzí, případně dramatizací a speciálních programů. Nabídka firmy je podle typu nosiče rozdělena na CD/kazety, MP3CD a MP3 knihy ke stažení. Poslední variantu zajišťuje pro Blackstone Audio již popsaná společnost Audible.

Rozsáhlý katalog, jehož tištěnou podobu je možné si objednat zdarma, obsahuje v současnosti 1321 titulů na CD a 996 titulů ve formátu MP3 CD. Magnetofonové kazety nemají vlastní kategorii, jsou řazeny mezi kompaktní disky. Ve velkém množství případů jsou k dispozici u jednoho titulu všechna tři fyzická média. Aby byly tituly cenově dostupné pro každého uživatele, jsou nabízeny ve dvojím balení. Dražší vydání pro knihovny obsahuje média uložená v pevném plastovém pouzdře s případným doplňkovým materiálem, levnější ekonomická (value) varianta obsahuje média jen v papírovém pouzdře. Cena ekonomického vydání je mnohdy o více než polovinu nižší, řada titulů je ale k dispozici pouze ve vydání pro knihovny.

Žánrově je katalog rozčleněn do více než dvaceti kategorií obsahujících beletristické i naučné tituly. Každý titul je doplněn krátkou anotací, u některých je dostupná zvuková ukázka ve formátu MP3. Oddělenou součástí nabídky jsou tituly nesoucí označení „ReadyReader“, jež jsou určeny dětem předškolního a mladšího školního věku. Zahrnují jak audioknihu, tak i její knižní podobu. Díky tomu může dětský posluchač při čtení knihy zároveň vnímat předčítanou podobu. Ve zvláštní kategorii jsou také umístěny výprodejové tituly s až 75% slevou. Na všechno zboží, včetně výprodejového, poskytuje distributor solidní 30-denní záruční lhůtu bezpodmínečného vrácení peněz či výměnu za nový kus. Slevy jsou dále poskytovány při nákupu více titulů najednou a knihovny mají cenu automaticky o 15% nižší.

Nepravidelně jsou na webové stránky společnosti umístovány rozhovory s autory knižních předloh na téma konkrétního titulu. Starší rozhovory jsou archivovány a též přístupné. Obdobně jsou pod názvem „BlackListening“ vypracovávány delší recenze vybraných audiálních titulů.

Vedle prodeje audioknih se Blackstone Audio věnuje i výpůjčním službám. Zákazníkovi je vybraný titul (či více titulů) zaslán poštou a je oprávněn si ho ponechat po dobu 30 dní, resp. 45 dní u titulů na 14 a více nosičích. Jako i u ostatních společností je tato služba opět poskytována pouze na území USA a Kanady z důvodu vysokých poštovních poplatků.

3.2.9. Books In Motion

Velkým subjektem na audioknižním trhu, který zde působí již od roku 1980, je vydavatelství Books In Motion. Jedná se o poměrně nezávislý subjekt, jelikož vlastní celou distribuční linku od nahrání audioknihy, přes její duplikaci a balení, až po distribuci výsledného produktu. Tematicky je společnost zaměřena převážně na beletrii a vydává pouze nezkrácené verze. Mezi zákazníky firmy je přes tři tisíce knihoven v USA a Kanadě a ostatních několik stovek tisíc zákazníků tvoří koncoví uživatelé. Vysoké nároky jsou kladeny na načítatele, ze zatím 600 zájemců o tuto pozici u Books In Motion splnilo požadavky dosud pouze třicet.

Nabídka titulů je rozdělena do deseti kategorií zahrnujících i méně obvyklá seskupení, jako je křesťanská beletrie nebo beletrie pro celou rodinu. Audioknihy jsou k dispozici na CD, MP3 CD a kazetách a u CD je možný výběr ze dvou vydání: pro knihovny či standardní maloobchodní. Vydání pro knihovny má oproti 60 denní záruční době u vydání standardního záruční dobu 1 rok a média jsou uložena v pevnějším obalu. Nejlevnější variantou je MP3 CD díky malému počtu potřebných médií. Společnost neuvažuje distribuci stažením MP3 souborů a toto rozhodnutí podkládá několika výhodami MP3 souborů uložených na CD: zpravidla vyšší kvalitou zvuku (vyšším datovým tokem), možností poslechu i bez osobního počítače a v neposlední řadě estetickým dojmem, který média v potištěném obalu poskytují.

Z původně jedné společnosti se odštěpila část zaměřená na prodej použitých audioknih a výpůjční služby. Subjekt funguje samostatně pod označením Books In Motion 2.

3.2.10. Brilliance Audio, Inc.

Velké nezávislé americké vydavatelství audioknih bylo založeno v roce 1984 v Grand Haven v Michiganu. Jako první začalo dodávat nezkrácené verze audioknih do knihkupectví pod produktovým označením „Bookcassette“. Krátce po svém založení si vydavatelství nechalo patentovat nahrávací zařízení schopné využít lépe kapacitu audiokazety nahráváním zvlášť na stopu pro levý i pravý kanál. Na jednu audiokazetu se vejde až 180 minut záznamu, což vedlo ke snížení ceny audioknihy až na úroveň nákladů na produkci vázané knihy. V 90. letech 20. století rozšířila společnost svou nabídku o zkrácené verze audioknih a v roce 2000 přibýly do její nabídky i audioknihy na CD. Poslední novinkou z roku 2006 je zařazení titulů na médiu playaway.

V současnosti vlastní Brilliance Audio nahrávací studia navržená speciálně pro nahrávání mluveného slova. Produkuje nahrávky pro vlastní zákazníky i pro ostatní audioknižní vydavatelství. Díky vlastnímu vybavení pro duplikaci, grafickému studiu pro design obalů a propagačnímu oddělení, je toto vydavatelství nejen samostatné po stránce produkce audioknihy od jejího nahrání až po distribuci, ale tyto služby navíc nabízí i ostatním vydavatelům.

Brilliance Audio se orientuje na výrobu audioknih pro prodejce, knihovny i koncové uživatele. Zajímavé jsou služby pro knihovny, jimž společnost nabízí téměř 50% slevy a doživotní záruční lhůtu zahrnující bezplatnou výměnu poškozených nosičů za nové. Služby pro koncové zákazníky jsou poskytovány pod označením AudiobookStand a AudiobookStandDL.

AudiobookStand je internetové knihkupectví prodávající audioknihy na kazetách, CD i MP3 CD, zkrácené i nezkrácené verze. Pro vyhledávání lze zadat všechna základní kritéria. Ceny titulů jsou garantované být minimálně o 20% nižší než v kamenných obchodech. AudiobookStandDL je obchod s audioknihami v digitální podobě. Audioknihy jsou zaznamenány ve formátu WMA (Windows Media Audio) a pro stahování, poslech a organizaci je

doporučeno použít firemní aplikaci OverDrive MediaConsole. WMA soubory jsou chráněny v zájmu autorských práv proti kopírování a konverzi do jiného formátu. Kromě audioknih je pro zákazníky připraven také přenosný přehrávač Soul MP3 Audiobook Player, na jehož návrhu se podílela společnost Brilliance Audio. Ta používá pro své produkty formát MP3 CD upravený tak, aby co nejvíce vyhovoval potřebám audioknih. Kombinace tohoto formátu, zavedeného ve spolupráci Asociace výrobců spotřební elektroniky a asociace APA, a výše uvedeného přehrávače, pak uživateli zajistí možnost navigace mezi kapitolami a stranami. Samozřejmostí je pro audioknihy nezbytná funkce „resume“ rozšířená navíc o schopnost uchovat si informaci o pozici na posledních 12 přehrávaných MP3 CD.

Pro usnadnění přehrávání audioknih vytvořených za pomoci patentované technologie Bookcassette nabízí Brilliance Audio též adaptér dovolující přepínání mezi pravým a levým kanálem zvuku, díky čemuž lze tuto audioknihu poslouchat i se stereofonními sluchátky.

3.2.11. Encouraging Audiobooks

Značně netypickou nabídkou produktů a služeb vyniká společnost Encouraging Audiobooks založená v roce 2004. V jejím online katalogu rozděleném do řady kategorií lze nalézt výhradně tituly sebevzdělávací, zábavné naučné, inspirativní apod. Co dělá tuto nabídku ojedinělou je, že autoři nejsou známými spisovateli, nýbrž kdokoliv schopný napsat zajímavou knihu. Společnost poskytuje služby spojené s převodem takovéto knihy do audiální podoby, včetně přidání vlastní či autorem vytvořené hudby a editačních prací, a na závěr vzniklou audioknihu může umístit do svého katalogu. Ceny jsou relativně nízké v porovnání se standardním komerčním postupem velkých vydavatelství a tak se možnost vytvoření vlastní audioknihy otevírá prakticky pro každého. Podmínky, které musí splňovat všechny nabízené tituly, jsou absence hrubého vyjadřování, sexuálního podtextu a podpory užívání drog.

Audioknihy jsou distribuovány ve formě MP3 souborů zpřístupněných po zaplacení ke stažení. Firma provozuje též podcasting, kde se opět nabízí

prostor autorům knih. Začátečníci si mohou zakoupit zvukové a video příručky, které je provedou krok za krokem přípravou podcastingového programu.

Kromě zajištění vydavatelských prací při tvorbě audioknihy, je možné si u Encouraging Audiobooks objednat celou řadu dalších produktů souvisejících s audioknihami. Jde o produkty typu od přenosného MP3 přehrávače přes umístění v tištěném či virtuálním audioknižním katalogu firmy, až po audiální příručky uvádějící do problematiky tvorby audioknihy v domácích podmínkách. Samostatnou kapitolou pak jsou individualizované příběhy pro děti s doplněním konkrétních jmen a potiskem CD z dodaných fotografií a zvukové propagační materiály pro podnikatele. Mezi službami, usnadňujícími autorům převod knihy do zvukové podoby, nechybí služby vydavatelské (duplikace médií, potisk, balení), ani služby spojené s tvorbou zvuku (editace nahrávky, mixování hudby, komentář či kompletní načtení knihy i s její následnou editací).

3.2.12. Full Cast Audio

Ačkoli se jedná o malou firmu, pracující v oblasti audioknih teprve od roku 2001, od ostatních vydavatelství ji odlišuje specifické zaměření plynoucí již z jejího názvu. Vydává výhradně dramatizované audioknihy s téměř nulovým zkracováním původní předlohy. Vzniklé audioknihy jsou tedy na hranici mezi nezkrácenou verzí a dramatizací. Na rozdíl od nezkrácené verze je přítomno více načítatelů a jsou vynechány nyní zbytečné dovětky určující kdo jakou větu vyslovil. Oproti dramatizaci je přítomen i hlas načítatele čtoucího pasáže mimo dialogy, kterým bývá sám autor knižní předlohy, a také téměř nejsou používány zvukové efekty a hudba.

Zakladatel společnosti, Bruce Coville, dříve spolupracoval na tvorbě audioknih pro děti s Listening Library, jejímž vlastníkem je dnes vydavatelství Random House. S přesvědčením, že pouze audioknihy načené více načítateli dokáží přivést psaný příběh „k životu“, založil vlastní firmu specializovanou na tento typ audioknih. V nahrávacím studiu v New Yorku vzniká deset nových titulů ročně. Kromě dramatizované podoby a snahy zachovat příběh bez krácení, je společným prvkem produktů Full Cast Audio vhodnost pro všechny věkové

kategorie posluchačů. Cílem je, aby mohli bez rozpaků knihu společně poslouchat děti, mladiství i dospělí a byla tak ideální zábavou pro rodinné cesty autem.

Vzhledem k absenci nebeletristických titulů je nabídka společnosti členěna podle témat jako dobrodružství, fantasy, příběhy o zvířatech či mýty. Audioknihy jsou dodávány na kazetách či CD, kazety jakožto médium už ale společnost opouští a vyprodává je za sníženou cenu. Jelikož se jedná o zpracování kratších knižních předloh, jsou tyto audioknihy obvykle malého rozsahu několika kusů médií. Každý titul je v katalogu kromě krátké anotace a náhledu obalu doprovázen jednou, v některých případech i několika zvukovými ukázkami. Pro zájemce o více titulů najednou jsou k dispozici balíčky více titulů, například celá produkce v daném roce s 40% slevou, sada audioknih s fantasy tematikou s 30% slevou apod. Do budoucna je plánováno k titulům pro děti přidat i tituly pro dospělé, ovšem takové, aby splňovaly kritérium vhodnosti pro celou rodinu.

3.2.13. HighBridge Audio

Od roku 1989 působí na audioknižním trhu vydavatelství HighBridge se sídlem v Minnesotě v USA. Malá společnost, založená místním rozhlasem za účelem výroby a distribuce rozhlasových monologů Garrisona Keillora, rozšířila postupně svou produkci o zkrácené i nezkrácené audioknihy a dramaturgie na kazetách, kompaktních discích a posléze i v digitální podobě ke stažení. Roční přírůstek činí průměrně 45 nových titulů. Společnost udržuje vlastní skupinu kvalifikovaných načitatelů, nezávislé načitatele kvůli svým vysokým požadavkům na kvalitu nenajímá. Nahrávací studia jsou situována v New Yorku a Los Angeles. Během svého působení na trhu získala řada titulů z produkce HighBridge Audio prestižní ocenění včetně 15 Audies udělovaných americkou APA a více než 30 AudioFile ocenění udělovaných časopisem AudioFile.

V katalogu společnosti jsou rovnoměrně zastoupeny tituly beletristické, především romány a klasická próza, i tituly pro podnikatele, pro rozvoj osobnosti, biografie a poměrně velké množství audioknih o historii a kultuře. Vzhledem k orientaci řady uživatelů na nezkrácené verze knih jsou zde k dispozici seznamy nezkrácených beletristických i ostatních titulů. Pro jejich snazší vyhledání jsou

z nabídky vyčleněny obzvláště žádané tituly od Garrisona Keillora, J. R. R. Tolkiena, Josepha Campbella a audioknihy ze série Hvězdných válek. Samostatně je také umístěna kolekce titulů spisovatele Stephena Kinga. Průběžně jsou u titulů v katalogu doplňovány zvukové ukázky, jejichž rozsáhlejší verze jsou nově přístupné i prostřednictvím podcastingu.

Kromě přehledů bestsellerů a právě vydaných titulů zveřejňuje HighBridge na svých stránkách též rozhovory s autory knižních předloh a lidmi podílejícími se na vzniku audioknih.

3.2.14. Media Bay

Media Bay, Inc. je společnost s diverzifikovanou nabídkou služeb působící na trhu od roku 1993, kdy začínala jen jako audioknižní klub. V souvislosti s audioknihami dnes provozuje tři na sobě nezávislá prodejní webová sídla s vlastními internetovými doménami a celkově zpřístupňuje přes 75 tisíc hodin zvukového záznamu. Původní audioknižní klub, zaměřený na distribuci audioknih na magnetofonových kazetách a CD, byl zrušen v rámci změny orientace společnosti na distribuci produktů formou stažení z internetu.

Divize zabývající se právě prodejem audioknih v digitální podobě ve formátu Windows Media Audio, který dovoluje aplikovat ochranu proti nelegálnímu rozšiřování zvukového díla na základě získaného licenčního klíče. Pro přehrání je možné použít standardní přehrávač dodávaný k systémům Microsoft Windows nebo společností vytvořenou multifunkční aplikaci OverDrive Media Console. Kromě samotného přehrávání s komfortním ovládáním zahrnujícím přechod mezi kapitolami, zajišťuje tato aplikace též organizaci vlastní sbírky audioknih a logické začleňování nově stažených. Je jí navíc možno využít i k převedení staženého titulu do podoby audio CD nebo k jejímu přesunutí do přenosného přehrávače. Zakoupením titulu získává uživatel právo stáhnout si jej na tři osobní počítače a až pět přenosných přehrávačů, počet vytvořených záložních CD není zákonem omezen. Zákazník může u společnosti nakupovat bez registrace nebo zaplatit měsíční poplatek ve výši necelých dvaceti dolarů a kupovat audioknihy za až o 80% nižší cenu než v kamenném obchodě.

Prodej je omezen na zákazníky s americkou kreditní kartou a adresou na území USA, do budoucna je plánován mezinárodní prodej.

Katalog titulů je rozdělen do základních 14 kategorií, které lze případně dále procházet po subkategoriích, což vede k výraznému zpřesnění při vyhledávání. Druhou možností pro vyhledávání je zadání jednoho či více popisných údajů, včetně například ISBN a jména načítatele, a podmínek omezujících výběr, jako je cenová kategorie nebo délka záznamu.

Druhá dvě zmíněná webová sídla ve vlastnictví společnosti Media Bay jsou stejného zaměření: obě zpřístupňují nahrávky zejména starého rozhlasového vysílání. RadioClassics za měsíční poplatek umožňuje formou stažení nebo streamingu z vlastního datového úložiště získat, resp. poslechnou si některé z tisíců radiových programů, jejichž nabídka je každý týden rozšiřována o nové přírůstky. Použitým souborovým formátem je opět WMA. Zájemcům o rozhlasové nahrávky uložené na kompaktních discích nebo kazetách slouží sídlo RadioSpirits, v jehož katalogu jsou ovšem také videokazety, DVD, knihy a další zboží. Pro residenty USA je připraven k zaslání bezplatný nabídkový katalog.

3.2.15. Penguin Audio

Vydavatelství Penguin Group (USA) vzniklo v roce 1996 sloučením společností Penguin Books USA a The Putnam Berkley Group, ovšem začátky vydavatelství Penguin Books, Ltd. nacházíme již v roce 1936. Hlavní sídlo firmy je v New Yorku v USA, dalšími významnými místy působení je Kanada, Velká Británie a Austrálie, méně pak firma působí v Jižní Africe a Indii. Nabídka produktů byla o audioknihy rozšířena v roce 1993, nicméně hlavním artiklem firmy zůstaly nadále tradiční knihy.

Audiální sortiment firmy sestává zejména z beletristických titulů. Není zdaleka tak široká jako u ostatních vydavatelů, proto také rozdělení podle žánru obsahuje pouze kategorie: obecná beletrie, klasika a záhady/napětí. Na druhé straně zde lze nalézt řadu klasických děl i knihy od současných nejprodávanějších autorů. Kromě beletrie nabízí Penguin Audio biografie, tituly o historii, o sebevzdělávání a další. Celkový počet titulů přesahuje 300.

Zvláštností Penguin Audio jsou vyčleněné beletristické audioknižní tituly načtené samotnými autory knižních předloh. Těchto titulů je v nabídce zhruba 30, převážně se jedná o literaturu faktu. Penguin Audio distribuuje audioknihy na audiokazetách a CD, v digitální podobě jsou dostupné u společnosti Audible.com. Zajímavostí je, že v katalogu titulů jsou uvedeny i audioknihy, které ještě nevyšly, a je tak možné si je předobjednat.

3.2.16. Random House Audio Publishing Group

Vydavatelství Random House bylo založeno v roce 1925 a díky expanzivní strategii k němu byly postupně přidružovány další společnosti (včetně Pantheon Books, Ballantine Books či Crown Publishing Group). Současná podoba byla vytvořena v roce 1998, kdy celý kolos přešel do vlastnictví firmy Bertelmann. Hlavní sídlo vydavatelství je v New Yorku v USA, jeho pobočky jsou v Kanadě, Velké Británii a mnoha dalších zemích. Celá společnost sestává z několika divizí, mezi nimiž je i Random House Audio Publishing Group (dále jen Random House APG).

Random House APG produkuje a distribuuje zkrácené i nezkrácené audioknižní tituly na kazetách a kompaktních discích, na obou médiích převažují zkrácené verze, a distribuuje tituly jiných vydavatelství. Vlastní produkce vydavatelství je rozdělena do dvou řad:

1) Označení Random House Audiobooks nesou beletristické i naučné tituly určené pro dospělé posluchače. Vyhledávání v katalogu probíhá zadáním obvyklých popisných údajů do připraveného formuláře, dotazem prostřednictvím klíčového slova kdekoli v katalogu, procházením abecedního seznamu jmen autorů, seznamu předmětových kategorií nebo volbou mezi zkrácenými a nezkrácenými verzemi a typem média. Mezi médii je zahrnuta i možnost MP3/download, jež ovšem v době vzniku byla prázdná. Zajímavou pomůckou pro výběr audioknihy na cestu autem je pomocník (wizard), který po zadání několika údajů jako jsou věk a pohlaví účastníků cesty, délku trasy a žánr, doporučí vhodnou audioknihu. U vybraných titulů v katalogu jsou k dispozici kvalitní zvukové ukázky a to i u titulů, které ještě nebyly vydány. Ty si zde také lze předobjednat.

2) Listening Library je označení pro tituly určené dětským posluchačům, jejich rodičům, učitelům a knihovníkům, kterým přináší mezi 50-60 novými tituly ročně. Nabídka pro děti je rozdělena mezi audioknihy pro děti a pro mladistvé, vyhledávání je maximálně zjednodušeno na jediné vyhledávací pole pro jedno či více klíčových slov.

Produkce celé divize dosahuje 250 titulů za rok. Poměr verzí audioknih a typů nosičů je následující. V řadě Random House Audiobooks je zhruba 15% titulů v nezkrácené verzi a téměř všechny tituly jsou uloženy na CD. Oproti tomu v řadě Listening Library převažují nezkrácené verze, kterých je přes 80% a většina je zatím na audiokazetách.

Random House APG přímo neumožňuje zakoupení audioknih v digitální podobě, je ovšem obchodním partnerem společnosti Audible, v jejímž katalogu je velké množství produktů všech tří řad Random House APG. Nová kategorie MP3/download v katalogu společnosti však naznačuje, že i tento způsob distribuce bude dostupný.

3.2.17. Recorded Books, LLC.

Společnost Recorded Books působí na poli audioknih již od roku 1979, kdy ji založil obchodní cestující Henry Trentman, s myšlenkou vytvořit zábavu pro lidi na cestách, nemající čas na četbu knih. Prostřednictvím inzerátu nalezl Franka Mullera, v současnosti jednoho z nejžádanějších načítatelů, a nahráli první společnou audioknihu „Mořský vlk“ spisovatele Jacka Londona.

V dnešní době je produkce Recorded Books cca 600 titulů ročně. Žánrové zaměření se pohybuje od fantasy a science-fiction literatury přes western a romantické romány, až po klasickou literaturu. Kromě beletrie nabízí Recorded Books také velké množství populárně naučných titulů, biografii, historických dokumentů a knih k rozvoji osobnosti. Zvláštní pozornost je věnována audioknihám pro děti, pro něž je připraveno přes 1200 titulů. Součástí nabídky je i řada titulů dostupných exkluzivně u Recorded Books a doplňkem nabídky je také několik přehrávačů.

Organizace katalogu titulů je přehledná, hledání konkrétního titulu je snadné a nabízí se více způsobů jak titul najít. V první řadě lze procházet

obvyklými žánrovými kategoriemi. Druhou možností je využití přehledů nových titulů, nejprodávanějších titulů, titulů, které získaly různá prestižní ocenění, či soupisu zlevněného zboží. Dále lze vybírat podle tzv. imprintů, nebo-li označení audioknih s významným společným aspektem; např. pod označením Clipper nalezne zákazník tituly britské provenience, imprint Development označuje tituly určené k rozvoji osobnosti, imprint Lone Star zahrnuje tituly texaských autorů pojednávajících o americkém západě atd. Zákazník vlastníci tištěný katalog společnosti pak může alternativně použít rychlé vyhledání zadáním pětimístného obchodního kódu titulu.

Nákup knih probíhá elektronicky, objednané tituly jsou doručeny poštou nebo kurýrní službou. Je nutné počítat s překvapivě omezenou zárukou. Knihy jsou vydávány ve třech edicích, což přímo ovlivňuje délku záruky. Nejdelší je u audioknih vydaných přímo pro použití v knihovnách, zde je záruka jeden rok. U typické edice „retail edition“ je však záruka pouze na první přehrání celé audioknihy.

Obdobně jako u již popsané společnosti Audio Diversions, nabízí i Recorded Books členství v klubu pro stálé zákazníky. Za roční členský poplatek 39.95 dolarů získává zákazník několik výhod, jako je 10% sleva při dalších nákupech, u větších objednávek poštovné zdarma, množství bodů posluchačského programu apod. Posluchačský program (Listener Rewards Points) je systémem odměn pro stálé zákazníky. Při každém nákupu i výpůjčce je zákazníkovi přičten určitý počet bodů podle toho, na kolika nosičích je daný titul zaznamenán. Ve chvíli, kdy počet zákazníkem získaných bodů v jednom roce dosáhne jednoho ze stanovených množství, má zákazník právo na zvláštní odměnu. Bodově nejnižší je bezplatná výpůjčka, bodově nákladnější odměnou je audiokniha zdarma a po získání 30 tisíc bodů může zákazník vstoupit do prominentního „Calvin’s Club“. Objednávky členů tohoto klubu mají vždy automaticky prioritu při odesílání, jsou zasílány rychlejší poštovní službou, členové jsou zváni na zvláštní společenské akce za účasti známých načitatelů, dostávají nabídky výhradně jim dostupných titulů a další výhody.

Kromě samotného prodeje provozuje firma také systém výpůjčních služeb Recorded Books Unlimited. Zákazník si nejprve z katalogu obsahujícího přes 6500 titulů vybere maximálně čtyři tituly. Ty jsou mu poté za paušální měsíční poplatek půjčeny na kazetách či CD, výhradně nezkrácené verze. Délka výpůjčky

není nikterak omezena, další tituly jsou však zákazníkovi zaslány až po vrácení vypůjčených tak, aby počet výpůjček jednoho uživatele nikdy nepřekročil čtyři tituly. Alternativně si může zákazník vytvořit seznam „desiderát“, podle něhož mu posléze firma tituly postupně zasílá. Pro rezidenty Spojených států amerických je poštovné bezplatné.

3.2.18. Simon & Schuster Audio

Vydavatelství Simon & Schuster, Inc. bylo založeno v roce 1924. V roce 1975 bylo zakoupeno mezinárodním konglomerátem Gulf + Western, který o 14 let později změnil název na Paramount. Obdobně jako Random House, Simon & Schuster expanzivní strategií v 80. letech 20. století pohltit více než 60 společností a své současné podoby dosáhl v roce 2002. Společnost nesoucí zároveň obchodní označení SimonSays je rozdělena do 6 divizí, mezi nimiž je i Simon & Schuster Audio.

Audiální produkce SimonSays zahrnuje beletristické bestsellery, odbornou literaturu zejména z oblasti podnikání a financí, knihy o metodách zlepšování svých schopností, jazykové učebnice, biografie a autobiografie a další. Základní produktové řady jsou Pimsleur, Sound Ideas a Audioworks. Od roku 1989 získalo pět z firmou vydaných audioknih ocenění Grammy a dvacet titulů bylo na toto ocenění nominováno.

Oblíbená řada titulů Pimsleur Language Programs obsahuje přes 300 titulů audioknih pro výuku jazyků včetně jejich různých variant, nechybí zde ani český jazyk. Tyto audioknihy jsou kratší, doba nahrávky se pohybuje převážně mezi 10 – 16 hodinami.

Do kategorie SoundIdeas se řadí tituly populárně naučné, tituly pro zvyšování vlastní kvalifikace a příručky pro řešení každodenních problémů života. Počet titulů v této řadě přesahuje 450.

Největší produktovou řadou rozsahem dosahující téměř 1500 titulů audioknih je Audioworks. Patří sem světové bestsellery i další beletrie a záznamy rozhlasového vysílání.

Online katalog je přehledně rozdělen do mnoha kategorií a díky možnostem upřesnění z hlediska ceny, použitého média či případně získaného

ocenění je vyhledávání v něm velmi intuitivní. Druhou alternativou je zadání dotazu pomocí klíčových slov nebo pomocí jmenného rejstříku autorů. Tituly, jejichž vydání bylo ohlášeno, je možné si předobjednat.

Simon & Schuster Audio distribuuje audioknihy na audiokazetách, audio CD, MP3 CD a v digitální podobě ke stažení jako soubory MP3 nebo WMA. Pro usnadnění výběru audioknih je formou „podcastingů“ každý týden zpřístupněno několik zvukových ukázek pro poslech formou streamingu ze serveru SimonSays Audio, nebo ve formě souboru MP3. Načitateli jsou pouze autoři, známé osobnosti, profesionální herci a načitatelé.

Hlavní sídlo firmy je v New Yorku v USA. Další tři pobočky jsou situovány v Austrálii, Kanadě a Velké Británii

3.2.19. Talking Book World

Audioknižní distribuční firma založena v roce 1993 v Michiganu v USA je jednou z mnoha, které v této době začaly vznikat. Stejně jako ostatní záhy využila možností internetu a přesunula část svých podnikatelských aktivit do online prostředí. Postupným rozšiřováním nabídky až na současných více než 70 000 titulů se ovšem propracovala až mezi největší distributory audioknih ve Spojených státech.

Na rozdíl od mnoha konkurenčních firem, Talking Book World věnuje velké úsilí klasifikaci nabízených titulů. Základní úroveň členění do 52 kategorií zahrnuje, vedle beletrie, velké množství nejrůznějších vědních oborů a oborů lidské činnosti. Každá z kategorií je dále rozdělena na desítky podkategorií. Uživatel tak poměrně snadno najde pro sebe zajímavé tituly aniž by musel zvažovat kritéria pro vyhledávání pomocí dotazu. Logicky ale řada podkategorií neobsahuje žádné tituly a je připravena pro pozdější případné využití, což může být pro uživatele matoucí. Jeden titul je často k dispozici na kompaktních discích i magnetofonových kazetách. Audioknihy lze zakoupit za nižší cenu, než je cena v kamenných obchodech, ačkoliv pouze v rámci USA a Kanady. Mimo online prodeje vlastní firma také síť 19 kamenných knihkupectví. Pro knihovny je zvláštní snížený sazebník.

Hlavním důvodem, kvůli němuž je Talking Book World zařazen mezi nejvýznamnější distributory, je jeho samostatná součást s názvem Audio-to-go. Tato zvláštní služba byla vytvořena v roce 2003 a jejím smyslem je poskytovat placené výpůjčky audioknih po celých Spojených státech. Dostupných zkrácených i nezkrácených titulů je více než 23 000 a společnost na svých webových stránkách hrdě oznamuje, že se specializuje na audioknihy, které již nejsou publikovány a další nesnadno dostupné tituly.

Princip výpůjční služby je následující. Uživatel si nejprve vybere jednu z pěti kategorií předplatného, počínaje nejlevnější možností “basic”, až o nejdražší možnost “platinum”. Každá vyžaduje ještě volbu mezi měsíčním a ročním předplatným a také omezení na audioknihy na CD či nákladnější kombinace CD a kazet. Kategorie se liší množstvím titulů, které může mít uživatel v jednom okamžiku vypůjčené, od jednoho až po pět titulů. V ceně předplatného je již započtena cena poštovného jak směrem k uživateli, tak od něho. V druhém kroku si uživatel zvolí 25 titulů, o něž má zájem, a ty jsou mu postupně posílány v dávkách v závislosti na kategorii předplatného. Není stanoven žádný časový výpůjční limit a tedy ani poplatky za opožděné vrácení. Pro nové zákazníky nabízí firma 30-denní zkušební lhůtu zdarma.

4. AUDIOKNIHY V ČESKÉ REPUBLICE

4.1. Neziskový sektor

4.1.1. Mluvicí kniha

Sdružení Mluvicí kniha bylo založeno roku 1995 zvukovým mistrem Pavlem Musilem, který, jelikož je nevidomý, si uvědomoval nedostatečnou produkci audioknižních titulů pro nevidomé v ČR. V partnerském studiu Tónika jsou za pomoci profesionálních interpretů, herců z Národního a Vinohradského divadla, načítány nezkrácené audioknihy, obohaceny o zvukovou složku a jinak dramaticky upraveny, s cílem poskytnout posluchači co největší estetický zážitek a ponechat mu prostor pro imaginaci. Výsledné originální tituly jsou posléze věnovány do fondu knihovny a tiskárny pro nevidomé K. E. Macana, která je může používat pro vlastní potřeby včetně dalšího duplikování. Použitým médiem je magnetofonová kazeta.

Volba knižních titulů k načtení je prováděna ve spolupráci s vedením knihovny tak, aby vhodně doplňovala nedostatky v edičním plánu samotné knihovny. Cílovou skupinou sdružení nejsou pouze lidé nevidomí, ale také lidé s vadou zraku spojenou např. se stářím či diabetem a dyslektici. Těmto lidem pomáhá sdružení v oblasti vzdělání, sociálního rozvoje, integrace a kultury.

Sdružení je neziskové a finanční prostředky na svou práci tak získává pouze ze sponzorských darů a zajišťováním reklamy. Možných forem sponzoringu je několik. Generální partner, jenž jednorázově poskytne částku minimálně 900 tisíc Kč, získává na všech sdružením vydaných médiích prostor pro své logo stejně jako časový úsek v pravidelném rozhlasovém pořadu. Další formou je zaplacení krátkého vysílacího času v uvedeném pořadu nebo zakoupení určitého počtu kusů zvukového CD s nahrávkou vážné hudby, jejíž interpreti se zřekli svých honorářů v zájmu sdružení Mluvicí kniha. Třetí, s audioknihami nejvíce spjatou formou, je zaplacení výroby jednoho nebo více audioknižních titulů sponzorem vybraných ze zveřejněného edičního plánu. Tento plán sestává z poměrně velkého množství titulů různých žánrových kategorií o různém rozsahu a potažmo nákladů na výrobu. Náklady jsou ovšem pouze orientační, díky povaze

audioknih není možné předem odhadnout přesnou délku konečné nahrávky. Sponzor nejprve zadá studiu Tónika zakázku na vybraný titul. Dohodnutý počet kopií vzniklé audioknihy opatřených dle přání reklamou pak patří sponzorovi, který se zároveň zříká práv na další kopie daného díla a studio tak může na vlastní náklady vyrobit další kopie pro potřeby nevidomých.

4.1.2. Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana

Vzhledem k tomu, že komerční audioknižní trh je v České republice v porovnání s jinými zeměmi zanedbatelný, institucí s největším počtem vydaných titulů se zde stává knihovna a tiskárna K. E. Macana v Praze. Počátky jejího působení, tehdy ještě jakžto Českého slepeckého spolku, založeného nevidomým hudebníkem Karlem Emanuelem Macanem, lze nalézt již v druhém desetiletí minulého století. Skutečnou knihovnou se však i podle názvu stala až roku 1951. Od původního provozovatele, Svazu invalidů, převzalo v roce 1989 správu knihovny Ministerstvo kultury ČR.

Fondy knihovny tvoří z velké části dokumenty tištěné v Braillově slepeckém písmu, reliéfní grafika a zvukové záznamy včetně sbírky audioknih. Přístup k těmto fondům mají pouze lidé se zrakovým postižením doloženým legitimací ZTP/P. Toto omezení se vztahuje jak na uživatele knihovny pro nevidomé, tak na uživatele knihoven, jimž knihovna K. E. Macana své fondy zpřístupňuje prostřednictvím cirkulační služby (k tomuto účelu je sestaveno deset tzv. putovních fondů zvukových knih). Šest knihoven, kterým jsou z centrální knihovny poskytovány zvukové knihy z drama, se nachází v Brně, Hradci Králové, Ostravě, Plzni, Strakonících a Ústí nad Labem. Řada dalších knihoven zvukové knihy do svých fondů pro nevidomé nakupuje. Výpůjčky přímo z knihovny K. E. Macana je možné uskutečnit osobně, zasláním dokumentu poštou, či pro obyvatele Prahy rozvázkovou a roznáškovou službou.

Převážná část sbírky audioknih, v současnosti více než pět tisíc titulů, sestává z nahrávek pořízených samotnou knihovnou, menší část je tvořena audioknihami darovanými, především sdružením Mluvicí kniha, s nímž knihovna úzce spolupracuje. Roční přírůstek činí průměrně 100 nových titulů a zhruba poloviční množství titulů bývá obnoveno ze starých originálů. Největší zájem

ze strany uživatelů je dle výroční zprávy knihovny za rok 2005, právě o zvukové knihy. Kromě nejžádanější beletrie je v audiální podobě dostupná také odborná literatura, například vysokoškolská skripta, a tři desítky titulů periodik, mezi něž patří i časopis Zora, vydávaný již v době vzniku knihovny. V současnosti stále tvoří majoritní část fondu magnetofonové kazety, postupně však přibývá i titulů na CD, kterých je dnes ve fondu více než jedenáct set.

Díky návštěvě zvukového studia a rozhovoru s vedoucí úseku knihovny K. E. Macana, paní Dagmar Turkovou, zde mohu popsat průběh vzniku zvukové knihy. Výběr knižních předloh k nahrání audioknih provádí při svém každoročním zasedání ediční komise, na základě požadavků čtenářů a podnětů sponzorů, s ohledem na publikační záměry sdružení Mluvicí kniha. Jedná se především o nejčtenější a nejprodávanější tituly, nové i starší. Poté je vybrán a osloven vhodný profesionální načítatel, který do zvukového studia knihovny dochází a postupně načítá celou knihu. Načítatel pracuje v malé, zvukově izolované kabině a má vizuální kontakt se zvukovým editorem, který na obrazovce PC sleduje zvukovou křivku a v případě potřeby nahrávku ihned upravuje v programu Steinberg Cubase SL. Mezi nejznámější české načitatele, kteří s knihovnou spolupracovali, patří například Heda Čechová, Hana Makovičková, Jiří Lábus, Pavel Zedníček, Vladimír Čech a řada dalších televizních i divadelních herců. Když je nahrávání dokončeno, je celý záznam uložen na tzv. master. U digitálního nahrávání je jím dnes kompaktní disk, u analogového nahrávání magnetofonová kazeta. Z masteru je posléze zhotoveno 14 kusů kopií.

Celková doba potřebná k nahrání jedné audioknihy je různá, závisí na aktuálním stavu rozpočtu knihovny, časových možnostech načitatele a samozřejmě na rozsahu knižní předlohy. Vzhledem k mnoha faktorům je obtížné tuto dobu předem odhadnout, obvykle se ovšem jedná o několik měsíců. Stejně jako je variabilní délka nahrávání, liší se i náklady na výrobu jednoho titulu. V průměru jde o částku okolo deseti tisíc Kč. Co se týká rozsahu, zvuková kniha může vyžadovat jednu kazetu či CD, ale také několik desítek těchto médií. V extrémních případech přesahuje počet kazet padesát kusů. Jako doplňkovou službu nabízí knihovna za poplatek svým uživatelům převedení libovolného textu do zvukové podoby.

V budoucnu se možným novým médiem, přinášejícím zrakově postiženým další způsoby práce s knihou, jeví hybridní kniha. Vývoji tohoto média se v ČR

věnuje středisko Teiresiás v návaznosti na italsko-maďarský projekt. Jedná se o kombinaci textové a zvukové knihy tvořící pomocí propracovaného navigačního aparátu celek, multimediální publikaci uloženou na CD, která je určena k použití na osobním počítači. Součástí publikace je speciální prohlížeč. Publikace může být přehrávána jako zvuková kniha, může synchronizovaně k přehrávanému slovu zobrazovat pozici v textu a dovoluje také libovolné přepínání mezi textem a zvukem. Ke snadnému pohybu mezi částmi knihy slouží hypertextová stromová osnova textu a klávesové zkratky pro rychlý přechod mezi kapitolami, odstavci a dalšími predefinovanými úseky textu.

4.2. Komerční sektor

Mimo dvou vydavatelství, která jsou popsána níže a do jejichž nabídky spadají, nebo jejichž nabídku tvoří české audioknihy, je možné se v ČR setkat i s dovezenými audioknihami v anglickém jazyce. Jsou jednak prodávány v některých větších knihkupectvích, kde je k dispozici většinou několik titulů bestsellerů, jednak se objevují obchody cílené na jejich dovoz a distribuci v ČR. Do druhé kategorie se řadí například společnost Fighters Publications s bohatou nabídkou téměř 2.500 titulů na CD nebo MP3 CD, prodávající audioknihy prostřednictvím svého internetového obchodu [Audiobook store.cz](http://Audiobookstore.cz).

Na českém trhu působí v současnosti čtyři komerční vydavatelství, jejichž hlavní nebo podstatnou část produkce tvoří audioknihy. Produktová řada AudioBoxu je však tak zanedbatelná, že nemá význam věnovat jí samostatnou kapitolu. Stejně tak začínající vydavatelství Tympanum zatím publikovalo pouze tři nezkrácené tituly na MP3 CD.

4.2.1. AudioStory

Jedno z českých vydavatelství zaměřené výhradně na mluvené slovo vycházející z knižních předloh českých i zahraničních autorů. AudioStory nabízí mnohem širší spektrum audiálních titulů než AudioBox a to v žánrech od poezie přes pohádky, romány, povídky až po duchovní literaturu. Celkový počet činí ke dnešnímu dni (26. říjen 2006) 177 vlastních titulů. Knihy jsou načítány

profesionály z oblasti herectví či moderátorství, případně autory knižních předloh a bývají doplněny hudebními motivy. Nabídka společnosti sestává spíše z čtenáři prověřených klasických titulů než z nových bestsellerů, čemuž na druhé straně odpovídá i atypicky nízká cena. Použitým médiem je magnetofonová kazeta a v závislosti na délce nahrávky se cena jedné audioknihy pohybuje mezi jedním až pěti sty korun.

Audioknihy lze zakoupit u některého ze smluvních distributorů AudioStory nebo přímo v katalogu na webových stránkách společnosti. Kdokoli se navíc může stát členem AudioStory klubu a pořizovací cena titulů se pro něho pak sníží o 20%. Členství je bezplatné, má sloužit zejména zákazníkům z menších měst a obcí, kde produkce AudioStory není z nějakého důvodu dostupná. Zákazníci, kteří v jednom roce zakoupí 10 nebo více titulů, mají právo si jako prémii vybrat jednu z několika nabízených audiálních publikací zdarma.

4.2.2. Radioservis, a. s.

Radioservis je společnost založená při Českém rozhlasu, dnes již ekonomicky samostatný subjekt, která poskytuje služby související s rozhlasovým vysíláním. K původnímu vydávání týdeníku Rozhlas a knižních titulů bylo pod Radioservis začleněno i hudební vydavatelství Českého rozhlasu. Vedle hudebních děl tvoří díky mnohaleté tradici Českého rozhlasu velkou část produkce i mluvené slovo, často vycházející z knižní předlohy. V nabídce jsou starší zahraniční, čtenáři oblíbené tituly, např. od Umberta Eca, A. C. Doyle nebo Marka Twaina, ale také tituly české provenience, např. od Františka Nepila nebo Petra Šabacha, a publikace pro děti. Jedná se převážně o dramatizace načtené kolektivem známých filmových a divadelních herců.

Používaným médiem jsou audio CD a kazety s převahou kompaktních disků. Radioservis prodává svou produkci prostřednictvím vlastních kamenných obchodů v Praze, Hradci Králové a Ostravě, které nesou označení „Reprezentační rozhlasová prodejna“. Druhou možností je od roku 1999 fungující virtuální obchod spojený se zásilkovým prodejem. Cílem je zpřístupnit mluvené slovo a další v ČR menšinové žánry zájemcům z menších měst.

5. PRŮZKUM PREFERENCÍ UŽIVATELŮ AUDIOKNIH

5.1. Popis průzkumu

Pro vytvoření představy o typickém uživateli audioknih jsem sestavil dotazník s osmnácti otázkami. Všechny otázky jsou uzavřené s maximálně sedmi alternativami odpovědí, přičemž některé dovolují více než jednu odpověď. Poměrně úzký výběr možných odpovědí několik respondentů označilo za omezující, ovšem toto omezení bylo nutné jak v zájmu usnadnění následného statistického zpracování a větší přehlednosti výsledných ukazatelů, tak vzhledem k nevelkému celkovému počtu respondentů.

První část dotazníku obsahuje otázky zjišťující identifikační údaje o respondentovi jako je pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání. Čtvrtá otázka získává informaci o délce respondentova užívání audioknih. Zbýlých čtrnáct otázek, představujících základ dotazníku, mapuje uživatelské preference v literárních žánrech, typech audioknih a médiích, na nichž jsou distribuovány, zvycích spojených s jejich poslechem, vliv audioknih na uživatelské jazykové dovednosti, nejvýznamnější spatřovaná pozitiva tohoto média a subjektivní pohled na vzájemný vztah knihy a audioknihy.

Jelikož se o problematiku audioknih zajímám již delší dobu, průzkum proběhl ve dvou etapách. Při obou byl dotazník použit v nezměněné podobě. První etapa proběhla v době mezi 7. únorem 2005 a 9. březnem 2005, druhá v období 1. října 2006 až 25. října 2006. Dotazník byl šířen výhradně elektronickou cestou na dvou místech. Jednak rozesláním pravidelných návštěvníků IRC¹ kanálů zaměřených na audioknihy a jednak vložním dotazníků do těla e-mailové zprávy zaslané do elektronické konference americké asociace APA.

V souvislosti se způsobem distribuce dotazníku je ještě nutno dodat, že získané výsledky nelze považovat za plně reprezentativní obecný profil uživatele audioknih, neboť kromě příslušnosti k této skupině musel být každý respondent schopen práce s Internetem a aktivně se zajímat o dění okolo audioknih. I přesto byla skupina respondentů značně pestrá, především po stránce

¹ Internet Relay Chat – populární komunikační program s množstvím dalších funkcí. *Server: PhaZeNet Kanál: #audiobooks; Server: Undernet Kanál: #audiobookz, #mp3_library*

věkové kategorie. Získané údaje tedy vypovídají o názorech uživatelů *audioknih a internetu* a pokládám je za vhodnou ilustraci pro tuto práci.

5.2. Výsledky průzkumu

Při sestavování profilu typického uživatele audioknih jakožto komerční cestou šířeného média vycházím pouze z výsledků vlastního průzkumu a spoléhám bezvýhradně na pravdivé a upřímné odpovědi respondentů, kterým tímto děkuji za ochotu se zúčastnit. Na žádost některých z nich byly výsledky zveřejněny také prostřednictvím zmíněné elektronické konference APA.

Nejprve několik zjištěných faktů o souboru respondentů. Mezi dotazovanými vznikl shodou okolností přesně 50% poměr zastoupení mužů a žen, lze tedy odvodit, že audioknihy jsou stejně oblíbené u obou pohlaví. Drtivá většina respondentů dosáhla vysokoškolského vzdělání, pouze 11% uvedlo jako nejvyšší dosažený stupeň střední školu či odborné učiliště. Téměř polovina (43%) dotazovaných se poslechu audioknih věnuje již déle než deset let, 5-10 let poslouchá 27%, 1-5 let 25% a jen nepatrná (2%) část po dobu kratší než rok. Až na jedinou výjimku všichni dotazovaní poslouchají audioknihy výhradně v anglickém jazyce. Na základě dosud uvedených údajů je možné říci, že typický posluchač audioknih je člověk s vysokoškolským vzděláním a poslechu se věnuje již řadu let. Hlavní část dotazníku pak přinesla následující zjištění:

- Mezi uživateli nejrozšířenějším druhem audioknih jsou jednoznačně tituly beletristické, okrajově naučné a jiné speciální. Zastoupení poezie je doslova mizivé. Žánrovému zaměření dominují svými více než 30% dramata a detektivní literatura, na druhém místě fantasy literatura, následují tituly vědecko-fantastické a 9% dotazovaných poslouchá tituly v kategorii horror/thriller (viz grafy č. 1 a 3).

- S převahou nejpoblárnější cestou distribuce jsou formáty komprimovaného zvuku v čele s MP3, ať již formou stažení souborů z internetu nebo zakoupením titulu na MP3-CD. Na druhém místě je standardní audio CD a jen 11% respondentů stále preferuje magnetofonové kazety (viz graf č. 4).

- Poměr mezi oblibou zkrácených, nezkrácených a dramatizovaných verzí audioknih je vysoce ve prospěch titulů nezkrácených a to 84%. Dramatizace preferuje 14% dotazovaných a pouze 2% volí verze zkrácené. Toto zjištění koresponduje s již uvedenými výsledky výzkumu provedeného společností Audible, Inc.

- Co se týče nejčastějšího místa poslechu, plně se potvrdil záměr prvních komerčních vydavatelů audioknih. Celých 40% dotazovaných se totiž poslechu věnuje při cestování prostředky hromadné dopravy i autem a 25% poslouchá audioknihy při jakékoli vhodné příležitosti, tedy opět včetně času stráveného na cestě. Pětina respondentů používá audioknihy při vykonávání domácích prací a jiných činností a překvapivě malé procento tvoří posluchači věnující pozornost pouze audioknize. Lze konstatovat, že zájemci o poslech audioknih se rekrutují ponejvíce z lidí s nabitým denním programem, pro něž je možnost věnovat se zábavě a zároveň i jiné činnosti příhodná (viz graf č. 5).

- Výše uvedenou skutečnost dokládá i další zjištění z vyplněných dotazníků, protože 64% respondentů pokládá za největší přednost audioknih právě možnost věnovat se jim prakticky kdekoli. 16% dotazovaných také zmiňuje hlubší prožitek příběhu než u klasické knihy a 13% uvádí jako pozitivum i vytížení jiného smyslu než zraku (viz graf č. 2). Jako prostředek zábavy více posluchačů najednou audioknihy příliš využívány nejsou, jen 7% dotazovaných poslouchá audioknihy s partnerem, ostatní jen o samotě.

- Pro uživatele audioknih je vztah mezi tímto médiem a knihami následující. Více než polovina dotazovaných je zároveň horlivými čtenáři, druhá polovina sestává z lidí čtoucích podle svých slov často nebo alespoň občas. Vliv poslechu audioknih na množství přečtených knih nepozoruje z 66% dotazovaných žádný, pětina začala díky audioknihám číst více a 11% méně. Necelých 5% respondentů přestalo kvůli audioknihám zcela číst. Pokud má uživatel zájem si daný titul přečíst i poslechnout, první v pořadí bude klasická kniha. 84% dotazovaných ovšem uvádí, že se rozhodnou vždy pouze knihu číst či si ji poslechnout (viz grafy č. 6 a 8).

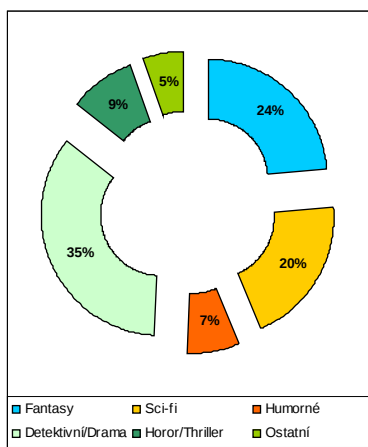
- Edukativní působení bylo zahrnuto jen v jedné otázce spojené s vlivem poslechu audioknih na rozvoj jazykových schopností. Skupina respondentů uvádějící, že k žádné změně nedošlo, je téměř stejně velká jako skupina, u níž se jazykové schopnosti o něco zlepšily. U pětiny dotazovaných došlo k výraznému zlepšení.

- Jelikož u audioknihy je oproti knize přítomen hlas načítatele, případně hudba a další zvukové prvky, byla jedna otázka směřována na zjištění, jestli tyto „přidané“ vlastnosti ovlivní uživatele natolik, aby pro něj již nebyl na prvním místě pouze děj knihy. Pro 56% dotazovaných je však zajímavost příběhu, resp. informační obsah audioknihy stále zcela zásadní. Menší část někdy spatřuje větší roli hlasu načítatele a celkového zvukového zpracování.

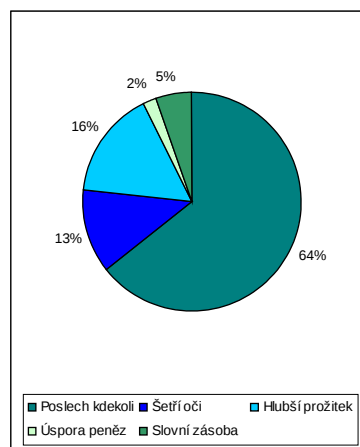
- Poslední zjišťovanou skutečností byl nejčastější způsob získávání audioknih. Jedna třetina dotazovaných si audioknihy v první řadě kupuje, další třetina půjčuje v knihovně nebo prostřednictvím placených výpůjčních služeb některých firem. Ostatní respondenti si audioknihy půjčují od přátel či k nim získávají přístup dalšími způsoby, například využitím podcastingu (viz graf č. 7).

Po stránce preferencí ve výběru audioknih je možné shrnout, že typický uživatel dává přednost beletristickým titulům, především dramatům, detektivkám, fantasy a vědecko-fantastické literatuře. Audioknihy si kupuje či půjčuje, zpravidla nezkrácené tituly ve formátu MP3. Poslechu se věnuje sám, při cestování či kdekoli je to vhodné. Klasické knihy čte často a při koupi konkrétního titulu se vždy rozhoduje mezi tištěnou a audiální verzí.

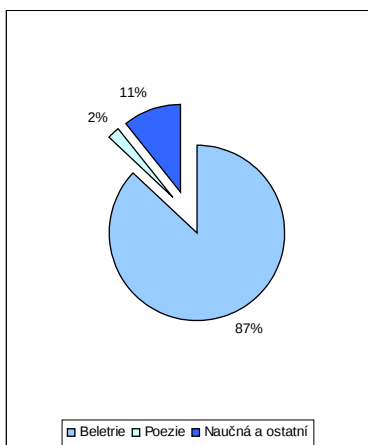
5.3. Grafické znázornění vybraných výsledků průzkumu



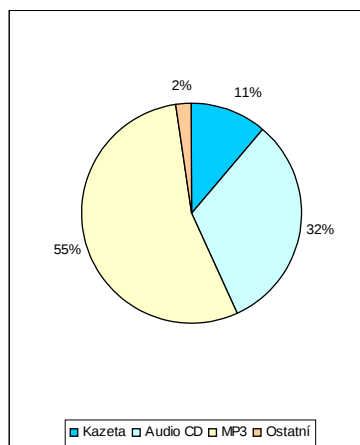
Graf č. 1 - Rozložení oblíbenosti žánrů u beletrie



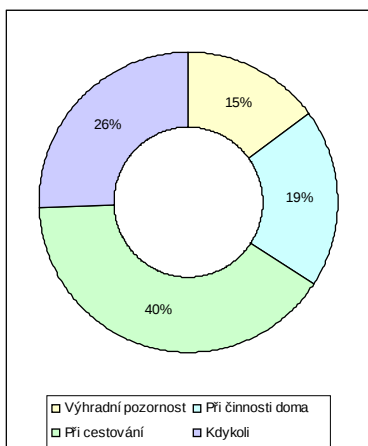
Graf č. 2 – Největší spatřovaná pozitiva audioknih



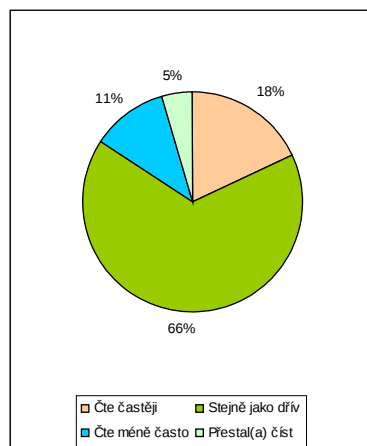
Graf č. 3 – Poměr beletristických a ostatních titulů



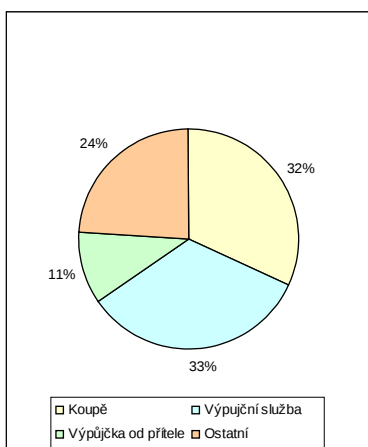
Graf č. 4 – Preference typu nosiče



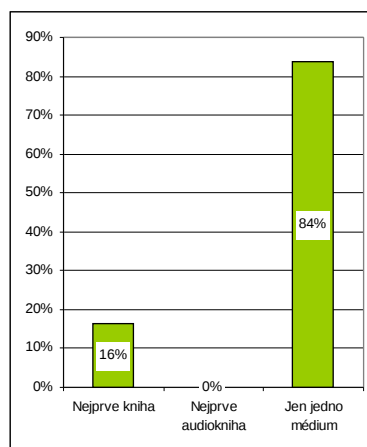
Graf č. 5 – Nejobvyklejší podmínky pro poslech



Graf č. 6 – Vliv poslechu audioknih na četbu knih



Graf č. 7 – Nejčastější způsob získávání audioknih



Graf č. 8 – Následnost typu média u téhož titulu

6. Závěr

Médium, jež bylo původně pouze pomůckou pro zrakově či jinak postižené osoby, se postupem času zařadilo mezi ostatní média, s nimiž lidé denně přicházejí do kontaktu. Audioknihy se staly prakticky rovnocenným partnerem tištěných knih, lze je mnohdy zakoupit v knihkupectví nebo je nalézt ve fondech veřejných knihoven. Velké množství komerčních i nekomerčních subjektů s těžištěm činnosti v oblasti audioknih, zejména v USA, ukazuje, že se zde toto médium těší velké popularitě. To ostatně dokládá i rostoucí počet vydaných audiálních titulů vycházejících dnes již často současně s knižní podobou.

Audioknihy mají řadu předností, které je činí atraktivními jak pro čtenáře klasických knih, tak pro lidi, kterým se četba z nějakého důvodu nedostane do denního programu. Díky několika typům zvukového ztvárnění a rozličným způsobům záznamu a distribuce jsou dostupné prakticky každému zájemci. Vývoj nových technologií ukládání a přenosu se navíc odráží i v cenách audioknih a přináší další způsoby, jak je poslouchat. Přestože existuje nepřehledné množství titulů na magnetofonových kazetách a kompaktních discích a stále jsou tato média využívána i pro nová vydání, vývoj trhu nasvědčuje tomu, že budoucnost patří čistě digitálním technologiím, tzn. audioknihám v podobě souboru digitálních dat. Za použití komprese se daří rozsáhlé zvukové záznamy uložit do stále menšího datového prostoru. Nyní stojí v první řadě rozšířený formát MP3, existují však již i efektivnější metody.

V České republice doba rozmachu audioknih teprve přijde. Doposud je zde na ně nahlíženo jako na speciální pomůcku pro zrakově postižené. Tomu odpovídá i nekomerční povaha instituce, kde většina titulů vznikla a vzniká - Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana. Audioknihy mají v ČR v omezené míře tradici ve vyprávění pro děti. Vznik několika vydavatelství specializujících se na vydávání audioknižních titulů i pro dospělé v posledních letech však naznačuje, že by se v budoucnosti mohlo toto médium rozšířit v ČR podobně, jako je tomu v jiných zemích. Ještě v osmdesátých letech prázdné místo na trhu se tak zvolna začíná zaplňovat.

Doufám, že stanovené cíle této diplomové práce se mi podařilo splnit. Mnou navržená typologie audioknih vznikla na základě syntézy mých zkušeností

a několika existujících jednodušších členění, s nimiž je konzistentní. V části práce mapující anglo-americký audioknižní trh se mi podařilo zachytit nejen nejvýznamnější nekomerční subjekty a komerční vydavatelství, ale též většinu méně známých, jejichž nabídka je ovšem pro svou originalitu zajímavá i ve srovnání s vydavatelskými kolosy typu Random House. Méně rozsáhlá část o českém audioknižním trhu představila dle mého soudu všechny v tuto chvíli existující vydavatele audioknih v České republice. Závěr práce pak přinesl výsledky uskutečněného průzkumu uživatelů audioknih v anglickém jazyce. Tyto výsledky potvrdily můj předpoklad, že se poslechu audioknih věnují zejména vzdělaní lidé se zájmem o četbu, které často kvůli svým pracovním povinnostem nemohou věnovat tolik času, kolik by si přáli.

Při tvorbě této diplomové práce jsem měl možnost seznámit se s řadou přístupů používaných při distribuci audioknih a hlouběji proniknout do jejich typologie. Taktéž si vážím příležitosti komunikovat se zástupci některých z popsaných institucí, kteří mi poskytli podněty k dalšímu zkoumání povahy různých typů audioknih. Zejména korespondence s jedním z hlavních představitelů projektu Podiobooks byla pro mne velmi povzbuzující.

Na druhé straně byl znesnadněn sběr dat pro můj průzkum, neboť návratnost dotazníků nebyla příliš vysoká. Důvodem je zřejmě stále rostoucí množství nevyžádané pošty, již je internet doslova zahlcen. Mnozí respondenti tak pravděpodobně kvůli automatickému blokování zpráv s podezřelým obsahem vůbec dotazník do rukou nedostali nebo jej považovali za reklamu.

O splnění hlavního cíle, tedy vytvoření informačního zdroje přinášejícího základní informace pro zájemce o problematiku audioknih, nemám pochyb. Nedostatek dokumentů o audioknihách v ČR je výrazný a doufám, že informací o tomto výtečném prostředku zábavy i vzdělávání bude pouze přibývat.

Použité zdroje

Publikace a články:

- [1] Audio Publishers Association. *Audio Publishers Association Conference* [zpráva online]. [2006]. [cit. 2006-8-23].
Dostupný z WWW: <http://www.audiopub.org/files/public/APACreportFINAL.pdf>
- [2] BRYANT, Eric. Listening to the Trends. *Library Journal* [online]. 2006. [cit. 2006-09-02]. Dostupný z WWW: <http://www.libraryjournal.com/article/CA412871.html>
- [3] Library of Congress. *Art and Science of Audio Book Production* [online]. [1995]. [cit. 2006-10-4].
Dostupný z WWW: <http://www.loc.gov/nls/other/audioart/index.html>
- [4] VÁŠOVÁ, L. *Úvod do bibliopedagogiky*. Praha : ISV nakl., 1995. 189 s.

Webová sídla institucí:

- [5] Alex Wilson Studios. *Spoken Alexandria Project : Creative Commons Audio Books* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-24].
Dostupný z WWW: <http://www.spokenalex.org>
- [6] Audible. *Audible.com : download books, magazines, newspapers and radio shows* [online]. c1997-2006. [cit. 2006-9-11].
Dostupný z WWW: <http://www.audible.com>
- [7] AudioBooksForFree.Com. *AudioBooksForFree.com* [online]. [2006] [cit. 2006-10-13]. Dostupný z WWW: <http://www.audiobooksforfree.com>
- [8] The Audiobook Publishing Association. *The APA : The Audiobook Publishing Association* [online]. [2006]. [cit. 2006-9-15].
Dostupný z WWW: <http://www.theapa.net>
- [9] AudioBox. *AUDIOBOX* [online]. c2001. [cit. 2006-11-14].
Dostupný z WWW: <http://www.audiobox.cz>

- [10] AudioFile Publications. *AudioFile : The Magazine for People Who Love Audiobooks* [online]. [2006]. [cit. 2006-9-18].
Dostupný z WWW: <http://www.audiofilemagazine.com>
- [11] AudioRealms. *Audio Realms : Fantasy and Horror Audiobooks* [online]. c2003-2005. [cit. 2006-10-15].
Dostupný z WWW: <http://www.audiorealms.com>
- [12] Audio Adventures. *Audio Adventures* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-17].
Dostupný z WWW: <http://www.audioadventures.com>
- [13] Audio Diversions. *Audio Diversions : Where Books Talk and People Listen* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-18].
Dostupný z WWW: <http://www.audiodiversions.com>
- [14] The Audio Partners Publishing. *Audio Partners Publishing Corp. : Audiobooks & Books on Cassette* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-20].
Dostupný z WWW: <http://www.audiopartners.com>
- [15] Audio Publishers Association. *Audio Publishers Association* [online]. [2005]. [cit. 2006-9-11]. Dostupný z WWW:
<http://www.audiopub.org>
- [16] Audio Renaissance USA. *Audio Renaissance* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-12]. Dostupný z WWW: <http://www.audiorenaissance.com>
- [17] Blackstone Audiobooks. *Blackstone Audiobooks : Unabridged Audiobooks on TAPE CD and MP3-CD for Purchase and Rental* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-9]. Dostupný z WWW:
<http://www.blackstoneaudio.com>
- [18] Booksinmotion.com. *Books in Motion : Publishing, Recording & Marketing Unabridged Audio Books Since 1980* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-7].
Dostupný z WWW: <http://www.booksinmotion.com>
- [19] Brilliance Audio. *Brilliance Audio* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-3].
Dostupný z WWW: <http://www.brillianceaudioinc.com>
- [20] Encouraging Audiobooks. *Encouraging audio : audio for your life* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-5].
Dostupný z WWW: <http://www.encouragingaudiobooks.com>

- [21] Fighters Publications. *Audioknihy : angličtina na internetu on-line* [online]. c2004. [cit. 2006-11-15]. Dostupný z WWW: <http://www.audiobookstore.cz>
- [22] Full Cast Audio. *Full Cast Audio : Publishers of Full Cast Audio Books for Family Listening* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-16]. Dostupný z WWW: <http://www.fullcastaudio.com>
- [23] HighBridge Audio. *HighBridge Audio : The Best Fiction and Nonfiction Audiobooks and Original Audio Recordings* [online]. c2005. [cit. 2006-10-19]. Dostupný z WWW: <http://www.highbridgeaudio.com>
- [24] Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana. *Knihovna a tiskárna pro nevidomé K.E.Macana* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-25]. Dostupný z WWW: <http://www.ktn.cz>
- [25] LibriVox. *LibriVox : acoustical liberation of books in the public domain* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-14]. Dostupný z WWW: <http://www.librivox.org>
- [26] Library of Congress. *National Library Service for the Blind and Physically Handicapped (NLS)* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-25]. Dostupný z WWW: <http://www.loc.gov/nls>
- [27] MediaBay. *MediaBay : Your source for Spoken Word Audio* [online]. c2006. [cit. 2006-10-02]. Dostupný z WWW: <http://www.mediabay.com>
- [28] Mluvící kniha. *Mluvící kniha* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-27]. Dostupný z WWW: <http://www.mluvicikniha.cz>
- [29] Penguin Group (USA). *Penguin Group (USA) : Audiobooks* [online]. c2006. [cit. 2006-10-07]. Dostupný z WWW: <http://us.penguin.com/static/html/audio/index.html>
- [30] Podiobooks.com. *Podiobooks.com : Serialized audio books in podcast form* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-19]. Dostupný z WWW: <http://www.podiobooks.com>
- [31] Radioservis. *Vydavatelství Radioservis a.s.* [online]. c2005. [cit. 2006-11-02]. Dostupný z WWW: <http://www.radioservis-as.cz>

- [32] Random House. *Random House : Audio Publishing Group* [online]. c1995-2006. [cit. 2006-9-17].
Dostupný z WWW: <http://www.randomhouse.com/audio/>
- [33] Recorded Books. *Recorded Books, LLC : The Premier Publisher of AudioBooks Since 1979* [online]. c2006. [cit. 2006-10-15].
Dostupný z WWW: <http://www.recordedbooks.com>
- [34] Recording for the Blind & Dyslexic. *RFB&D : learning through listening* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-22]. Dostupný z WWW:
<http://www.rfb.org>
- [35] Simon & Schuster. *SimonSays.com : Simon & Schuster, Inc.* [online]. c1997-2006. [cit. 2006-10-03].
Dostupný z WWW: <http://www.simonsays.com>
- [36] Talking Book World. *Talking Book World : Audiobooks* [online]. [2006]. [cit. 2006-10-10]. Dostupný z WWW:
<http://www.talkingbookworld.com>
- [37] Tiskol. *AudioStory : domovská stránka* [online]. c1999-2000. [cit. 2006-10-26]. Dostupný z WWW: <http://www.audiostory.cz>
- [38] Tympanum. *Tympanum : katalog* [online]. c2006. [cit. 2006-11-15].
Dostupný z WWW: <http://tympanum.cz>

