

Seznam příloh

- Příloha č. 1: Rozhovor autora s Milošem Čermákem z října 2015 (rozhovor)
- Příloha č. 2: Rozhovor autora s Šárkou Kadlecovou z října 2015 (rozhovor)
- Příloha č. 3: Rozhovor autora s Antonínem Kočím z listopadu 2015 (rozhovor)
- Příloha č. 4: E-mailová korespondence autora s Terezou Pecákovou z března 2016 (rozhovor)
- Příloha č. 5: E-mailová korespondence autora s Jiřím Vlčkem z ledna 2016 (rozhovor)
- Příloha č. 6: E-mailová korespondence s Janem Homolou (rozhovor)
- Příloha č. 7: *Mart'an*: Ekonomie bestselleru (esej)
- Příloha č. 8: Informační brožura společnosti PowerPrint (obrázek)
- Příloha č. 9: Internetový banner nakladatelství Knižní klub ke knize *Silo* (obrázek)

Přílohy

Rozhovor autora s Milošem Čermákem z října 2015

Čím se podle vás liší od klasického vydávání knih vlastním nákladem, které už známe stovky let? Technologiemi?

„Já vlastně nevím, jak selfpublishing odlišit od klasického vydávání vlastním nákladem. Podle mě to je to samé, jenom v hávu nových technologií. Jestli tomu dobře rozumím, vy selfpublishing říkáte tomu, když vám to celé udělá jedna webová služba nebo program?“

No, ano. V podstatě bych to tak chápal. Najdete správný web, zmáčknete pár tlačítek a už vám kniha letí poštou domů...

„Jasně. Podle mě to je ale z principu to stejné. Selfpublishing umožní ve standardní, nepříliš vysoké kvalitě, zvládnout všechny profese spojené s vydáním knihy. Ten program vám udělá zlom, sazbu, vazbu... Ale abyste selfpublikoval knihu, tak na to nepotřebujete ani Lulu nebo v Česku Knihovnicku.cz – stačí najít pár vhodných programů a tiskárnu, kde vám to vyjedou, případně grafika, který vám pomůže se sazbou. To je vážně malý technický rozdíl. Já už v Česku nevidím ani rozdíl mezi publishingem a selfpublishingem.“

Ted' jste šmahem urazil všechny české nakladatelské domy...

„Jo, ale já to nemyslím zle. Díky technologiím dneska může vydat knížku kdokoliv. Já jsem v roce 2006 skončil v Respektu, pak jsem byl pět let na volné noze a dělal jsem různé projekty, většinou nenovinářské. A mimo jiné jsme vydávali knížky. Vydali jsme asi osm knih...“

Jako jiným autorům?

„První, co jsme vydali, byl komiks *Hana a Hana*, konkrétně čtvrtý díl. Předchozí tři díly mi vydal BB Art, pan Buchal. Udělal to moc hezky, ale já si řekl, proč bych mu ty zisky nechával, když nám každému dává jenom šest procent. Řekl jsem si, že to budu dělat sám a ještě si s tím vyhraju. To je přece krásná věc, když člověk dělá knížku. Pak jsem ale vydával knížky i jiným autorům. Vydát tu knížku dneska není problém, je jedno, jestli uděláte knížek 10 nebo 200, cenově tam jsou hrozně malé rozdíly. Před dvaceti lety tam byl rozdíl řádů. Udělat knížku v nákladu 100 kusů bylo nemožné, protože by se člověk nedoplátil. Dnes se sazba a všechno dělá na počítači a je to neporovnatelně levnější.“

Kdy jste se s tímhle fenoménem poprvé víc seznámil?

„Někdy před deseti lety se o tom hodně psalo. Já později shodou okolností v Londýně narazil na automat, kam člověk strčí USB, hodí do toho dvacet liber a vyjede mu normálně vytištěná a svázaná knížka, paperback. Loni nám firma Canon nabízela něco podobného, ale nakonec se to nerealizovalo. Tam taky strčíte USB s dokumentem ve formátu PDF a vyjede vám to knížku na počkání. Jenom je to dražší, tuším, že tam jeden výtisk stojí třeba 2000 Kč, ale jde to. Dneska je fakt skoro jedno, jestli děláte knížku v nákladu jeden kus nebo 1000 kusů.“

A má to podle vás budoucnost?

„Já nevím. Ta technologie samozřejmě pokročí dál, ale je otázkou, jestli v budoucnosti ještě budou knihy. Zásadní rozdíl mezi vydavatelem profesionálním a amatérským vidím ve dvou věcech. Zprv je to práce s rukopisem... Ale dneska je spousta nakladatelů v Česku, kteří na tu redakční činnost taky kašlou - neudělají ani korektury, vezmou rukopis a už to jede z tiskárny. A druhá věc je distribuce. Největší problém v Česku je najít slušného distributora. Distributor nenese skoro žádná rizika, udělá odhad, kolik se toho asi tak prodá, ale náklady obvykle nese autor, potažmo tedy nakladatel. Pak si knihkupec vezme třeba 400 výtisků, ale milostivě zaplatí až ty, které se prodají. A některé třeba leží v knihkupectvích dva roky, to se pak nakladatel může dostat do dluhů ani neví jak.“

Zareagoval podle vás český knižní trh nějak na selfpublishing?

„Ne. Já myslím, že to úplně ignorují. Podle mě to knižní trh ani nijak neovlivňuje, je to okrajová věc. Nakladatelovi je navíc jedno, jaká je konkurence, jediné, co chce, je mít bestseller. Stačí jeden bestseller a ten vám zajistí provoz celého nakladatelství třeba na rok.“

A myslíte, že selfpublikovaná kniha se může stát bestsellerem?

„Já myslím, že klidně. Já tam fakt nevidím technický rozdíl mezi selfpublishingem a klasickým nakladatelstvím. Ale asi to nesmíte tisknout přes Lulu, protože tam vás to vyjde draho...“

Vážně? Já tam teď v létě něco selfpublikoval a jedna kniha mě vyšla třeba na pět šest dolarů, což mi nepříjde moc...

„Tak možná, že šli s cenama dolů, ale když jsem před těmi deseti lety připravoval článek o selfpublishingu pro Reflex, tak mě to vyšlo tuším asi na 30 dolarů plus poštovné... Popravdě už přesně nevím, ale vím, že jsem si to spočítal a vyšlo mi, že je levnější nechávat si to vytisknout v nějaké tiskárně tady v Česku. Stačí najít malou tiskárnu, která vám udělá klidně deset kusů.“

Víte o někom, kdo vydal knihu přes selfpublishingový portál nebo crowdfunding, a pak se jeho knihy chopilo tradiční nakladatelství?

„V Česku o žádném takovém případě nevím.“

A jak to bylo s tou vaší knihou povídek, kterou vydalo nakladatelství XYZ? Tam jste to původně vydal přes crowdfundingový web, že ano?

„No já si původně říkal, že se na psaní knih můžu vykašlat, ale pak jsem na blog začal psát každý den jednu povídku. Vydrželo mi to asi sto dní, já to nijak nepočítal, ale shodou okolností to vyšlo přesně na sto povídek. Bylo to docela populární, na ten blog chodilo docela dost lidí. Já jsem tomu samozřejmě dělal reklamu na sociálních sítích, takže na jednu povídku přišlo třeba 10 000 lidí a z toho tak 1000 lidí tam strávilo tolik času, že se dalo věřit tomu, že to přečetli. Hodně to komentovali, což pro mě bylo hrozně uspokojující. A pak mi pár lidí, nebyly to tisíce, ale třeba desítky určitě jo, začalo psát, jestli to vydám na papíře, že by to chtěli knižně. A já jsem se ptal proč? Vždyť to na tom blogu máte zadarmo, tak proč to dávat na papír? Ale lidi říkali ,no, knížka je knížka...“

To je takové specifikum českého knižního trhu, mám pocit...

„Jo, že lidi chtějí mít spíš tu papírovou knížku, to je asi pravda. Já si kupuju papírové i e-knihy, některé mám v obou formách. No, takže jsem ty povídky dal na HitHit, který tehdy začínal, a řekl jsem, že jestli chcete knížku, musíte si ji zaplatit, složit se na vydání, protože já do toho už nemíním dávat ani korunu. Nechci dostávat peníze po čtyřicetikorunách každý měsíc další tři roky. Vybralo se tehdy překvapivě hodně peněz a řekl jsem, že knihu připravím k vydání sám, protože to umím, znám na to ty programy, mám pořád kontakty v tiskárně, takže knihu vydám v tom počtu kusů, který si lidi zaplatili. Shodou okolností jsem ale tehdy zašel na pivo s člověkem z Albatrosu, kam patří XYZ, a ten mi navrhl, že mi ji levně vydají, abych měl výtisky pro těch asi 500 lidí, kteří si ji zaplatili, a zbytek dají normálně do distribuce a z toho budu mít deset procent.“

Takže s tím Albatrosem vlastně šlo jen o tu distribuci...?

„No, těch 500 objednaných výtisků jsem posílal lidem sám. Nechtěl jsem to mít nikde v garáži, ve skladu, takže těch 500 výtisků měl být definitivní počet. S tím, že kdyby lidi chtěli dotisk, museli by se zase složit na HitHit, ale takhle to na sebe vzal Albatros. Těch 500 výtisků mi levně prodal a zbytek šel normálně do distribuce. A to samé jsem udělal i loni. Zase to bylo tak, že nějaké knížky odkoupím a zbytek si může v knihkupectví koupit úplně kdokoli.“

Aha a u této knihy povídek jste si sazbu, korektury, úpravy atd. dělal sám, nebo vám s tím pomohli kolegové?

„To je právě výhoda toho, že to dělá nakladatel. Oni se o všechno postarají. V rámci toho balíčku, že to kupují, udělají grafiku a všechno. Akorát obálku mi dělal můj kamarád Miloš Gašparec, ale jinak všechno dělají a platí oni.“

Tak to je celkem výhodná smlouva!

„Já si myslím, že je možná i o něco víc výhodná pro ně. Já jim tím, že si odkoupím těch 500 výtisků, zvýším náklad, zaplatím jim výrobní náklady a mají knížku, kterou můžou prodávat a které já vlastně dělám docela velkou reklamu tím, že o ní často píšu na Facebooku a Twitteru. (*M. Čermák je ale známá osobnost, u no name osoby to asi bude fungovat jinak, pozn. autora*)

Znáte některé lidi, třeba kolegy, kteří se teď taky vrhli spíš na to vydávání knih vlastním nákladem, než aby šli k nakladateli?

„Ne, ale víte co, v Česku je to komplikované v tom, že tady autoři málokdy dostanou zálohu dopředu, dobře zapláceno. Knížky jsou tady pro autora téměř vždycky ztrátová věc. To, že nad ní trávíte spoustu času, je pro vás samo o sobě hrozně ztrátové. Kromě několika grafomanů a známých jmen se v Česku psaním nikdo neužívá.“

Viewegh, Lád'a Hruška...

„To jsou fakt výjimky. Viewegh je relativně dobrý autor a má štěstí na to, že je populární. Ale u 99 procent autorů je vlastně jedno, jestli si to vydají sami, nebo u nakladatele. Většina autorů jenom hledá někoho, kdo mu jeho knihu vydá, ale ne kvůli financím, ale jenom proto, aby ta knížka vůbec vznikla. Takže v Česku asi nemůže nastat případ jako s *Padesáti odstíny šedi* nebo s *Mart'anem*, kdy si toho všimne nakladatel a z knihy neznámého autora se stane bestseller. Na to je to moc malý a špatně fungující trh.“

Ne? To je škoda!

„No, ale my jsme úplně pominuli elektronické knihy, kde je podle mě ten potenciál větší. Když se podíváte na žebříček bestsellerů na Amazonu, tak uvidíte, že některé e-knihy jsou selfpublikované.“

Ale to jsme zase u toho českého čtenáře, který má radši tu papírovou...

„Ne, v Česku by to zatím asi nešlo, mluvím o Americe. Já jsem vydal jednu sbírku povídek v elektronické formě, to bylo ještě před těmi Z fleku a na Palmknihách to šest měsíců bylo na

prvním místě nebo aspoň v top desítce bestsellerů v kategorii humor a prodalo se asi 50 nebo 100 knih...“

No, otázkou je, jestli ten žebříček odpovídal skutečnosti. Vím, že některá knihkupectví si do nich dávají to, co zrovna potřebují prodat...

„Jo, to se asi dělalo a bude dělat vždycky, ale tohle nebyl ten případ. Těch kusů se prodalo tak málo, že neměli žádný důvod ji tam dávat, to nebyl bestseller a ani to nemělo bestsellerový potenciál. Já jsem se o tom tehdy bavil s Jiřím Vlčkem, který tam dělal, a ten říkal, že to fakt je tak, jak to žebříček ukazoval. Ale to tady e-knihy teprve začínaly, nějaké tři čtyři roky zpátky.“

Takže podle vás se selfpublishing...

„...víc se u nás rozšíří, až se v Česku budou víc prodávat e-knihy. Jinak v tomhle ohledu vidím knižní trh v Česku jako zabitý. Totálně mrtvý.“

(Rozhovor byl zkrácen a pro psanou formu upraven, celkové vyznění však zůstalo zachované.)

Rozhovor autora s Šárkou Kadlecovou z října 2015

Vnímáte selfpublishing – vydání knihy vlastním nákladem a v omezeném počtu výtisků – jako konkurenci? Nebo je to jenom hobby pro začínající spisovatele?

„To, co Euromedia nejvíc vydává, je zahraniční překladová literatura. To znamená, že český selfpublishing nám prakticky vůbec nekonkuruje. My bychom rádi do budoucna rozšířili vydávání původní české literatury, ale v tuto chvíli na to nemáme lidi, což chceme napravit. Já ten selfpublishing vnímám spíš jako doporučení. Pokud jde o fanfiction, například kniha *After: Polibek*, tak to našim titulům pomáhá. Beru to tak, že když je selfpublikovaný titul úspěšný, tak to беру jako upozornění a začnu se o něj zajímat. Protože je vidět, že hodně lidí načetlo a hodně lidí s ním bylo z nějakého důvodu spokojeno. Je to pro mě signál, abych se o ten titul začala víc zajímat.“

Že i bez podpory toho velkého nakladatelského domu ten titul dokáže uspět...

„Ano. Takhle vlastně začalo i Padesát odstínů šedi, četla jsem to ještě jako selfpublikovanou knihu. My jsme takhle koupili Annu Todd s její sérií *After*, která vycházela na Wattpadu...“

...nebo *Mart'ana* a *Silo*, to také byly tituly, které původně vydali přímo autoři.

„*Silo* dokonce vydělalo přes milion dolarů ještě předtím, než si ho všimlo klasické nakladatelství. Já se domnívám, že bychom měli víc spolupracovat přímo s těmi autory, i s těmi zahraničními, ale je to obtížné. My jsme se o to jednou pokusili s knihou *Atlantic Gene*, takový danbrownovský příběh, velice úspěšný. Nakonec to ale vydalo Argo. Ta taky byla původně selfpublished. My jsme se pokusili autora kontaktovat, jenomže ono to většinou bývá problematické vůbec dohodnout nějaké podmínky a chce to někoho, kdo se tomu intenzivně věnuje. My jsme bohužel poslední dobou dost poddimenzovaní...“

Lidsky, nebo finančně?

„Lidsky, finančně to teď vypadá poměrně dobře. No, tady to je ta kniha (*ukazuje na obrazovce počítače*). Ta byla původně selfpublikovaná a my si jí všimli v okamžiku, kdy už byla na Amazonu úspěšná, ale ještě nebyla vázaná k žádnému nakladatelství ani v Americe. Spojili jsme se s autorem a ten nám odpověděl, že se rozhodne, až dopíše druhý díl, ale pak jsme zjistili, že zřejmě mezitím hledal někoho, kdo ho bude zastupovat. Protože pak nám to přišlo jako nabídka od literárních agentů a okamžitě se rozjela aukce. Takže pro mě by bylo fajn takhle si najít a vytipovat autora, ale chce to nesmírné úsilí.“

Takže selfpublishing berete jako příležitost nanečisto a bez finančních nákladů zjistit, jestli o danou knihu bude, nebo nebude zájem...

„Určitě. Určitě to beru jako známku toho, že ta kniha bude přinejmenším čtivá.“

Knižní klub vydal *Mart'ana* nebo *Silo*, což jsou knihy, které byly původně napsané na blogu nebo selfpublikované. Probíhala jejich příprava a propagace pro český trh jinak než je běžné u normálního díla?

„To už vůbec ne. To je proto, že všechny tituly, včetně Anny Todd, se k nám dostaly až poté, co prošly redakcí v nějakém klasickém nakladatelství. Třeba konkrétně u té série *After*, tam to bylo hodně upravené, změny byly výrazné, protože původně šlo o fanfiction ke kapele One Direction a ona tam změnila jména postav a podobě...“

To musela? Mohl by ji Harry Styles z One Direction zažalovat, kdyby tam nechala jeho jméno?

„Ano, já si myslím, že to byl tenhle důvod. Ale to s ní musel řešit majitel práv, od něhož jsme my potom koupili už ten hotový produkt. My jsme to sice načítali ještě z Wattpadu, ale potom jsme už dostali finální verzi rukopisu pro tisk.“

A co byla výhoda a co nevýhoda toho, že kniha už vyšla na internetu? Byly to samé výhody v tom, že už to máte vyzkoušené trhem a po redakci, nebo jste se třeba báli, že někteří čeští čtenáři už si to přečetli v angličtině a v češtině si to nekoupí?

„No, takhle... oni si to vždycky můžou přečíst. I třeba knihu Terryho Hayese *Já, Poutník...* Jo Nesbova asi ne, protože švédsky tolik lidí neumí, ale ta anglická verze vždycky vyjde dřív, takže když hodně chtějí, tak si knihu v angličtině můžou přečíst, mnohdy i zadarmo – třeba na tom Wattpadu. Ale myslím, že v tom takový rozdíl není. To spíš v Americe, třeba Anna Todd tam s papírovou verzí už tolik úspěšná nebyla. Tam se skutečně mohlo stát, že si to lidé načetli dopředu, nebo se jim líbilo víc, když to bylo o skupině One Direction.“

Myslíte, že ti největší fanoušci si to tak či tak koupí ještě v češtině?

„To si úplně netroufám posuzovat. Hodně těchto holek mezi 17 a 20 čte anglicky, často se objevují amatérské překlady. Občas se stane, že něco připravujeme v žánru young adult, a mezitím se na internetu objeví pár přeložených kapitol. Dokonce se nám stalo, že jsme takhle s někým začali spolupracovat...“

Aha! Takže to neberete úplně jako konkurenci, která vám přebírá čtenáře?

„Víte, většinou jsou ty překlady skutečně nekvalitní. Takže to spíš zase bereme jako upozornění na nějaký titul. My se snažíme odstraňovat a mazat pirátské kopie, ale tyhle

amatérské překlady necháváme být. Stalo se nám jednou u Labyrintu od Jamese Dashnera, že nám tu knihu někdo přímo opisoval a dával po částech na web, to už je něco jiného. Ale pokud to jsou amatérské překlady, tak to bereme spíš jako signál nebo jako reklamu.“

Teď se přesuneme do českého prostředí. Vyhledáváte aktivně nové české autory na blozích, v povídkových soutěžích nebo například právě na selfpublishingových webech?

„Máme v tom obrovské mezery. Takže kdybyste vy sám na někoho talentovaného narazil, tak nám dejte vědět! Určitě nás zajímají blogy – teď budeme vydávat knihu jedné autorky, která se vede blog na *iDnes.cz*, vydali jsme *Deníček moderního fotra*, což byl taky původně blog. Jednak čekáme, až nám někdo něco pošle, protože nabídek rukopisů nám chodí hromady... Ale jednak se snažíme i sami aktivně vyhledávat. Jenom teď na to nemáme ty lidi, ale chystáme se nasadit člověka, který by se zabýval pouze tímhle, a chtěli bychom, aby redaktoři obecně měli volnější ruce v tom svém žánru i třeba víc takhle vyhledávat.“

Já vám pošlu, co jsem napsal, budete se smát...

„Určitě pošlete! Třeba z blogů se dá docela dobře vycházet.“

Protože tam můžete vysledovat i to, jak velká je skupina čtenářů, vidíte?

„Ano, tam můžeme vidět i jejich reakce, ohlasy, většinou to bývá na nějaké aktuální téma, takže to je zajímavé. My se obecně povídkám vyhýbáme, ale takové ty fejetony, nebo když to má nějaké jednotící téma, tak to je něco jiného.“

V USA se několik selfpublikovaných knih stalo bestsellerem, který svým autorům vydělal spoustu peněz. Myslíte, že se podobný scénář může stát i u nás, nebo je na to český knižní trh příliš malý a Češi na selfpublishing ještě nejsou zvyklí?

„Myslím, že Češi určitě nejsou zvyklí na selfpublishingové portály. Ale pak je tady ještě jedna věc – myslím, že původní česká kniha musí být skutečně česká, aby byla úspěšná. Hodně těchto fanfiction a debutových rukopisů se odehrává v Americe nebo, no, hlavně v Americe a je to zasazeno do cizího prostředí. Jenže ten český autor to cizí prostředí nezná, proč bychom měli číst román zasazený do Ameriky, když to napíše někdo, kdo to prostředí ani nezná? Zvláště dnes, když je v knihkupectvích tak velký výběr. Z těch nabídek rukopisů, které nám chodí, je jich jen velice málo zasazeno do českého prostředí.“

Takže to je výhoda, když někdo napíše příběh zasazený do českého prostředí?

„Ano. Já tomu věřím. To by mě muselo opravdu hodně ohromit, abych doporučila k vydání příběh od Čecha zasazený do zahraničí.“

Ovlivnil podle Vás selfpublishing nějakým způsobem český knižní trh? Např. všimají si nakladatelé více začínajících autorů? Sledují více trendy ze zahraničí?

„Určitě minimálně v tom, že věnují daleko větší pozornost selfpublished titulům. Samozřejmě to trochu ovlivňuje kvalitu, i když nemusí být každý samopublikovaný titul nekvalitní, jak je to vidět na příkladu *Sila, Mart'ana*...“

Pro koho si myslíte, že je selfpublishing nejlepší?

„Pro ty, kdo píše něco neobvyklého. Něčím výjimečný román, který by nakladatel odmítl, protože to ještě není trend, nebo už není trend. Ono často tyto romány stojí do čtečky směšných 0,99 dolarů. Spousta lidí si to koupí už proto, že to je levné a když je kvalitní nebo čtivá, tak si o tom řeknou dál. Nedovedu si ale představit, že by selfpublishing mohl v širší míře fungovat v odborné literatuře, protože tohle není záruka kvality, spíš naopak.“

Já jsem se o tomhle bavil s Milošem Čermákem, který o selfpublishingu napsal někdy v roce 2005 jeden z prvních článků v Česku. A on píše, že když je na celém světě třeba jenom deset odborníků na veverka s bílým ocasem, tak je to pro ně...

„...vlastně jediná možnost, jak to publikovat, to ano, to je pravda. Ale stejně tam nikdo nemůže zkontrolovat všechna fakta.“

To je fakt, skoro jako na Wikipedii. Mimochodem, myslíte, že rozšíření selfpublishingu souvisí s rozšířením e-knih?

„Určitě, samozřejmě, papírová kniha by asi nemohla stát těch 0,99 dolarů.“

Já mám zatím takovou teorii, že Češi ještě pořád nejsou na e-knihy natolik zvyklí, aby byli ochotni platit za úplně neznámého autora, i kdyby to byla částka dvacet třicet korun. Nebo myslíte, že se to mění?

„Myslíte teď vyloženě v českém prostředí? Když pomineme Amazon a tak dál?“

No, v České republice. Dejme tomu, kdyby se nabízela selfpublikovaná kniha neznámého českého autora...

„Musím se přiznat, že s tímhle nemám moc zkušeností. Já se opravdu víc zabývám tou zahraniční literaturou, takže nemám takový přehled. Ale nevím o tom, že by mi třeba známí říkali ‚hele, stáhla jsem si úžasnou e-knihu za dvacet korun‘. Nejsem si ani jistá, jestli je tady tolik možností pro snadné a levné stažení. Ale na zahraničních portálech se objevují e-knihy v češtině. Řekla bych, že v Česku jsou rozšířenější weby, kde jde ta amatérská tvorba čist zadarmo. Já si myslím, že to je jenom otázka času, že to teprve přijde.“

Takže myslíte, že u nás budou jednou e-knihy rozšířené jako třeba v USA?

„Já si myslím, že ano. I když obecně ten boom e-knihy byl obrovský. Říkalo se, že do pěti let budou všichni číst jenom e-knihy, že papírová kniha je odsouzena k zániku a tak dále. Zpočátku všichni měli nadšená očekávání, ale teď se to zase začíná srovnávat. Boom polevil, ale e-knihy tady zůstanou.“

Jako gramofonové desky a céděčka vedle sebe...

„Ano, ale myslím, že e-knih bude stabilně přibývat, protože člověk si to dnes může stáhnout do čtečky, na tablet... Papírové knihy si podle mě budete kupovat až poté, co vás ta elektronická kniha zaujala natolik, že si ji chcete nechat doma.“

Souvisí selfpublishing podle vás s trendem „DIY“ – udělej si sám – kam patří taky blogování, natáčení vlastních filmů na YouTube, vytváření vlastních oděvů z přešívání oblečení ze sekáčů?

„To bych řekla, že určitě. Sice mě to samotnou nenapadlo...“

Mě právě napadlo, že to je to DIY, nebo tady ta touha vydat si knihu byla vždycky, jenom je teď díky novým technologiím mnohem jednodušší...

„Mnohem jednodušší a levnější, ano, určitě. Máte pravdu, ta touha se někde prezentovat tady byla vždycky, jenom možnosti jsou teď větší.“

A je možné, že se selfpublishing stal jakousi reakcí na monopolizaci knižního trhu? V USA je několik těch obřích nakladatelských domů, které vydávají třeba 70 procent veškeré produkce...

„V Americe se proti monopolizaci objevují hlavně indie knihkupectví. Spíš si myslím, že většina těch autorů, kteří si knihy publikují sami, by dala kdovíco za to, aby si jich ty kritizované monopoly všimly a ujaly se jich. Takže si nemyslím, že by to byla nějaká vzpoura, spíš se prostě u těch velkých tradičních nakladatelů hůř prosazují.“

Rozhovor autora s Antonínem Kočím z listopadu 2015

Vnímáte selfpublishing – vydání knihy vlastním nákladem a v omezeném počtu výtisků – jako konkurenci?

„Dle mého názoru selfpublishing některá nakladatelství může časem ohrozit, protože tímto kanálem se omezí příliv zajímavých rukopisů nakladateli přímo od autorů. Ti, pokud nebudou chtít poníženě nabízet svou práci různým tradičním firmám, uvidí, že mohou dosáhnout úspěchu i tak, že knihu vydají sami. Na druhé straně znamená selfpublishing ze stejného důvodu pro tradiční nakladatele úlevu, neboť se nebudou muset probírat hromadami nevydatelných rukopisů a hledat mezi nimi pověstnou ‚perličku na dně‘. Někdy pak stačí počkat si, až se objeví úspěšný autor, který se prosadil s titulem na poli selfpublishingu, a nalákat jej do své stáje. Tak to ostatně již dělají mnohá nakladatelství v zahraničí...“

Nebo je to podle vás příležitost objevit zajímavé autory?

„Ano, to jsem zmínil již u předchozí otázky – ta možnost tu je, ale chybí pro nakladatele zdroj informací, aby zjistil, že na selfpublishingovém trhu je ta a ta kniha úspěšná. Většinou se o jejím úspěchu nakladatel dozví od samotného autora a prodejní čísla nejsou dobře ověřitelná – tedy musí autorovi věřit.“

Vydali jste některou knihu, která nejprve byla samopublikována? Pokud ano, tak jakou? Probíhala její příprava a propagace jinak než u klasického díla? Co byla výhoda a co nevýhoda?

„Spíše je to tak, že přijde autor s tím, že si knihu již sám vydal a byla úspěšná. Proto by ji chtěl vydat znovu u nás, ‚ve velkém‘, anebo nám nabídne svou novou knihu. Příprava probíhá většinou podobně, rádi máme nad rukopisem ‚dohled‘ a autorům i čtenářům zaručujeme zázemí redaktorů a korektorů, protože měřítko pro kvalitu selfpublishingu a normálně vydaného titulu jsou přece jen trochu jiná.“

V USA se několik selfpublikovaných knih stalo bestsellerem, který svým autorům vydělal spoustu peněz. Myslíte, že se podobný scénář může stát i u nás, nebo je na to český knižní trh příliš malý?

„Ano, tací autoři už v ČR jsou, ale jedná se spíše již o zavedené autory, kteří si říkají, že než mít od nakladatelství pouhých 10 procent z prodejní ceny, raději ‚do toho půjdou sami‘ a z každé knihy utrží více – např. Zdeněk Pohlreich a další.“

Ovlivnil podle Vás selfpublishing nějakým způsobem český knižní trh? Např. všimají si nakladatelé více začínajících autorů? Sledují více trendy ze zahraničí?

„Ano, snažíme se my i konkurence hledat v jiných kadlubech a dát případně nabídku k vydání autorovi ještě před tím, než sám zjistí, že by mohl vydat knihu sám...“

Jak se k selfpublishingu stavíte? Je to jenom hezká záliba několika jedinců, jejichž díla jsou nevhodná pro masový trh, nebo je to začátek změn v knižním průmyslu, který souvisí s nástupem internetu a prodáváním knih online bez nutnosti mít distributora?

„Ano, je to začátek velkých změn, hlavně v některých segmentech (thrillery, romantika, fantasy), kdy se autoři i čtenáři bez klasických nakladatelství obejdou. Nicméně zároveň je to krok k ještě větší nepřehlednosti trhu – čtenář nemá jak zjistit, že ta a ta kniha je dobrá, i když již existuje – selfpublishingový autor většinou nemá možnost čtenáře oslovit a najít.“

Souvisí selfpublishing podle vás s trendem „DIY“ – udělej si sám (kam patří taky blogování, natáčení vlastních filmů na YouTube, vytváření vlastních oděvů z přešívání oblečení ze sekáčů atd.), nebo tady ta touha vydat si knihu byla vždycky (např. krásné tisky, bibliofilské výtisky), jenom je teď díky novým technologiím mnohem jednodušší a levnější toho dosáhnout?

„Ano, blíže pravdě se mi jeví druhá možnost – touha vydat knihu byla sice i dříve, nyní ale lidé vylézají z ulit a své okolí zásobují momentkami ze svého života v různých podobách. YouTube, Facebook a další platformy jsou takových reklam na vlastní život plné. Technologie ukázaly cestu, např. Amazon Kindle umožňuje autorovi téměř fullservis, e-booky znamenají pro autora, že se kromě nakladatele nemusí ani domlouvat s tiskárnou, což je obrovská úspora – prostě pověším text na web a jsem spisovatel.“

Je možné, že se – hlavně v USA – stal selfpublishing jakousi reakcí na monopolizaci knižního trhu?

„Těžko mluvit o nějaké monopolizaci trhu, nakladatelství je spousta, je pravda, že v posledních letech se značky spojovaly do velkých konglomerátů, ale stále je mnoho nezávislých nakladatelů u nás i v zahraničí. Naopak právě Amazon svými agresivními cenami a možnostmi, které jiní nakladatelé nemají, se stal hrozbou, že selfpublishing zmizí a Kindle Direct Publishing jej nahradí.“

E-mailová korespondence s Terezou Pecákovou z března 2016

Vnímáte selfpublishing – vydání knihy vlastním nákladem a v omezeném počtu výtisků – jako konkurenci pro klasické nakladatele?

„Selfpublishing nevnímám coby konkurenci klasických nakladatelů. Je to přece jen pořád dost něco jiného. Když si autor sám vydá knihu, nemá zázemí nakladatelského domu, pokud jde o klasické redakční práce, grafickou úpravu a vůbec přípravu knihy a upřímně to bývá na knížkách pak znát. Zázemí nakladatele pak taky samozřejmě citelně schází, pokud jde o samotnou distribuci knih ke čtenářům nebo ke knihkupcům. Samozřejmě existují tituly, které jsou samy o sobě dost zajímavé, že si cestu ke čtenářům najdou, ale nemyslím, že by jich bylo mnoho.“

Vyhledáváte aktivně nové české autory na blozích, v povídkových soutěžích nebo například právě na selfpublishingových webech?

„My v Coobooku takhle aktivně autory nevyhledáváme. Jednak je to tím, že nám chodí poměrně velké množství nabídek, z kterých můžeme vybírat, a pak také tím, že se věnujeme převážně zahraniční produkci, původní čeští autoři u nás tvoří jen zlomek edičního plánu.“

V USA se několik selfpublikovaných knih stalo bestsellerem, který svým autorům vydělal spoustu peněz. Myslíte, že se podobný scénář může stát i u nás, nebo je na to český knižní trh příliš malý?

„Na to už jsem částečně odpověděla v první otázce. Takže ano, může se najít takový bestseller, ale podle mě musí být autor či příběh něčím zajímavý a výjimečný. Nic konkrétního mě teď nenapadá, ale dovedu si představit nějakou celebritu, která by si takhle vydala knihu, že by slavila úspěch.“

Ovlivnil podle Vás selfpublishing nějakým způsobem český knižní trh?

„Zatím myslím, že nijak zvlášť, jsme moc malý rybníček. Opravdu si myslím, že v zahraničí je toto pořád ještě větší byznys. I proto, že třeba Amazon selfpublishing ve velké míře podporuje a šíří mezi čtenáře. My u nás zatím žádnou takhle velkou platformu nemáme.“

Souvisí selfpublishing podle vás s trendem „DIY“ – udělej si sám – kam patří taky blogování, natáčení vlastních filmů na YouTube, vytváření vlastních oděvů z přešívání oblečení ze sekáčů?

„Částečně asi ano. Plus je tu trend všech možných Startovačů a podobných projektů, takže posbírat peníze na to, aby si člověk mohl sám podle sebe vydat knihu, není teď příliš složité.“

Vydali jste některou knihu, která nejprve byla samopublikována? Pokud ano, tak jakou? Probíhala její příprava a propagace jinak než u klasického díla? Co byla výhoda a co nevýhoda?

„Žádnou takovou českou knihu jsme zatím nevydali. Máme pár zahraničních knih, které původně vyšly samonákladem autorů, ale v okamžiku, kdy jsme získali práva, už byly ‚zaháčkované‘ velkými nakladatelskými domy.“

Může selfpublishing ohrozit staletími ověřený a vypilovaný způsob vydávání knih? Je s tímto trendem spojena nějaká hrozba pro tradiční nakladatele?

„Tohle je opravdu těžká otázka. Určitě může s nakladatelským byznysem trochu zahýbat, jak v dobrém, tak ve zlém. Ale spíš bych to viděla jen jako alternativu ke klasickému vydávání. Nemyslím si, že nakladatelství díky tomu zajdou na úbytě, i proto, že stále budou poskytovat servis (o kterém jsem psala už výše), který si jinak člověk sám tak snadno neopatří.“

E-mailová korespondence autora s Jiřím Vlčkem z ledna 2016

Co Vám na selfpublishingu nejvíc vadí? Je to fakt, že vydat knihu může doslova každý a vede to k nadprodukcí kvalitou podprůměrných děl?

„Ano, vadí mi nadprodukce nedodělků s nezaručenou aspoň průměrnou kvalitou. Vzhledem k tomu, že nikdo nezaručí, že se na přípravě knihy budou podílet profese podstatné pro kvalitu knihy a čtenář to nemá možnost rozumně poznat, tak výsledkem bude toxická otrava knižního trhu špatnými knihami. Těmi nutnými profesemi myslím: redaktor, korektor, grafik, sazeč. Dohromady se náklady na ně pohybují v desítkách tisíc, to zaplatí kvalitní nakladatel a ne samonakladatel. A samozřejmě mi chybí také výběr nakladatele, který chce mít solidní jméno na trhu a nevydá zdaleka vše, co mu přijde.“

Ovlivnil podle Vás selfpublishing nějakým způsobem český knižní trh? Bavit jsem se s redaktorkou z jednoho nakladatelského domu, která tvrdí, že nakladatelé musí věnovat větší pozornost populárním blogům a začínajícím autorům.

„Zatím selfpublishing náš knižní trh moc neovlivnil. Nicméně co není, tak může být. Zejména e-knihy jsou selfpublishingem hodně ohroženy.“

Věříte, že se může selfpublikovaná kniha českého autora stát bestsellerem, nebo je na to český čtenář příliš konzervativní a v technologické oblasti (čtečky, e-knihy) ještě není zdejší trh tolik rozvinutý?

„Věřím, že se samozřejmě samovydávaná kniha stát bestsellerem může. Konec konců moje tvrzení není, že všechny knihy vydávané selfpublishingem jsou apriori špatné, ale to, že jich je příliš velké procento špatných.“

Co si jako kritik selfpublishingu myslíte o úspěchu titulů jako *Mart'an*, *Silo* nebo *Padesát odstínů šedi*, které byly taky původně selfpublikované?

„Padesát odstínů je špatná kniha, jen je shodou okolností úspěšná. Ale jak jsem psal výše – neříkám, že v hromadě hlušiny nejsou kvalitní knihy. Jen je jich málo.“

E-mailová korespondence autora s Janem Homolou

Můžete prozradit, kolik objednávek u vás vaši zákazníci ročně udělají?

„Stovky až tisíce.“

Máte nějaká data o tom, jaký žánr knih autoři samopublikují nejčastěji?

„Odborná literatura.“

Kolik knih si u vás v průměru jeden člověk nechává vydat?

„1 až 25 výtisků.“

V USA se několik selfpublikovaných knih stalo bestsellerem, který svým autorům vydělal spoustu peněz. Myslíte, že se podobný scénář může stát i u nás, nebo je na to český knižní trh příliš malý?

„Možné to je, závisí na autorovi.“

Už se někdy stalo, že by se knihy, kterou u Vás někdo vydal, později po domluvě s autorem chopilo tradiční nakladatelství a vydalo ji klasickým způsobem?

„Nevím o tom.“

Zaznamenali jste nějaké zajímavé trendy v tomto oboru?

„Autoři odcházejí od klasických nakladatelů k samovydavání.“

Mart'an: Ekonomie bestselleru **(esej Radka Blažka psaná pro předmět Ekonomie v médiích)**

„Jsem v hajzlu.“

Touto větou začíná *Mart'an*. Jedna z nejprodávanějších knih roku a předloha minimálně stejně úspěšného filmu s Mattem Damonem v hlavní roli. Snad právě díky citované bezprostřednosti hlavního hrdiny, který ve snaze přežít občas mluví sprostě, do deníku si píše vědecké vtípky a ani v těch nejtěžších chvílích neztrácí nadhled, si román získal přízeň i těch, kdo sci-fi obvykle nečtou. Příběh je přitom jednoduchý...

Během rutinního průzkumu povrchu Marsu se členové výzkumné mise Ares 3 ocitnou ve velké písečné bouři, v níž se botanik Mark Watney ztratí. Zbylí členové týmu se v domněnku, že Watney zahynul, zdrceně vrací zpátky na Zemi. Netuší však, že Mark přežil a teď musí vymyslet způsob, jak na rudé planetě přežít a jak dát NASA o svém přežití zprávu.

Nejde o nic převratného. Autor Andy Weir v *Mart'anovi* nepřišel s žádným novým způsobem vyprávění, ani s šokujícím zvratem jako se to povedlo například Gillian Flynnové v psychothrilleru *Zmizelá*. Hlavní hrdina – botanik se snaží přežít na nehostinné planetě a využít všechny dostupné prostředky k tomu, aby se zachránil. Jde vlastně o příběh podobný *Robinsonu Crusoeovi*, ovšem zasazený do 21. století (kniha se konkrétně odehrává ve 20. letech) a na Mars. Kniha se přesto stala globálním fenoménem a byla přeložena do více než 30 jazyků. Čím to je?

Abychom plně pochopili úspěch *Mart'ana*, je třeba se vrátit na samý počátek. Do roku 2009, kdy softwarový inženýr Andy Weir začal příběh vesmírného Robinsona psát po večerech na svůj blog. Příběhu si všimlo pár nadšenců do vědy a techniky a „brzy zjistil, že má několik tisíc pravidelných čtenářů, z nichž mnozí byli vědci, kteří mu nabídli zpětnou vazbu ohledně technických záležitostí v zápletce.“¹ Práci redaktora tak nahradili fanoušci, marketing nahradilo „word of mouth“ – šeptanda. Literárního agenta ani nakladatelství Andy Weir nepotřeboval, díky nástupu selfpublishingu a e-knih je vydat vlastní knihu jednoduché jako nikdy dřív. Psaní ovšem bylo pořád jen a jen na něm.

¹WHITE, Micah. From Book to Blockbuster, The Inspiring Story of 'The Martian'. *Biography.com*. 26. 10. 2015. Dostupné [online] na: <http://www.biography.com/news/the-martian-andy-weir>.

Andy Weir musel spočítat spotřebu paliva, kyslíku i jídla při misi na Mars, musel důkladně prozkoumat povrch Marsu, aby věděl, kudy by vedla nejlepší cesta k místu přistání záchranné mise. „Weir studoval satelitní obrázky od NASA a používal taky Google Mars, webovou stránku, jež zachycuje výškové rozdíly a průměrné teploty, kterou navrhl Google ve spolupráci s NASA.“² Autor musel vypočítat také kolik kalorií by muž jako Watney potřeboval k přežití čtyř let a jak velkou plochu by muselo mít jeho bramborové pole. „Jakmile to spočítáte, nemusíte nic vymýšlet, příběh vám odvypráví sama věda,“³ řekl v rozhovoru pro *Wall Street Journal* Andy Weir, jenž se sám označuje za „typického nerda“.

Vědecké postupy a výpočty ovšem nejsou to, co k *Mart'anovi* láká běžného čtenáře. Kniha upoutala především svým lehkým literárním stylem, sympatickým hlavním hrdinou a humorem, který se překvapivě objevuje i v částech románu, kdy má botanik Mark Watney co dělat, aby se vůbec udržel naživu. „V knize do sebe všechno dokonale zapadá. Autor na hrdinu vrhá jednu překážku za druhou, ale přitom to je vtípné a lehce napsané,“ popisuje příčiny úspěchu *Mart'ana* Zdeněk Novák, marketingový ředitel nakladatelství Euromedia Group, která pod značkou Knižního klubu román vydala. „Je zajímavé, že to je kniha, která se představuje jako sci-fi, ale vlastně není sci-fi. Je to uvěřitelné, základ je realistický. Má to tempo. Autor se trefil do vkusu i aktuální nálady, všechno se to tam potkalo,“ dodává Novák s tím, že *Mart'an* je jedna z mála knížek, které v poslední době přečetl od začátku do konce.

Autorovi se zde podařilo stvořit jakéhosi vesmírného MacGyvera, jenž zvládne vyrobit pitnou vodu z vodíkové bomby, ale přitom zůstává nanejvýš lidský, takže se s ním čtenáři můžou lehce ztotožnit. Literární redaktoři vědí, že ztotožnění s hlavním hrdinou je prvek, který knize dává mnohem větší šance prosadit se na nelitostném trhu. Jakmile se s postavou sžijí, mnohem víc se o ni bojí, nutí je to otáčet stránky dál a je větší pravděpodobnost, že knihu dočtou – a doporučí dál.

Jakmile byl příběh dokončen, poskytl jej autor svým věrným čtenářům ke stažení zdarma. To však fanouškům nestačilo. Chtěli si dobrodružství Marka Watneyho vychutnat na svém Kindlu jako knihu. V září 2012 Andy Weir jejich prosby vyslyšel a umístil jej na Amazon (kam můžou svá díla vkládat i selfpublikovaní autoři), kde si jej zájemci mohli koupit za 99 centů.

²ALTER, Alexandra. A Survival Guide to Mars. *The Wall Street Journal*. 14. 2. 2014. Dostupné [online] na: <http://www.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304558804579375161461671196>.

³Tamtéž.

„Za tři měsíce se prodalo 35 000 kopií a *Mart'an* se vyšplhal na žebříček bestsellerů v kategorii science fiction.“⁴ Pro zajímavost stojí za to zmínit, že knihu si na Amazonu koupilo víc lidí, než si ji předtím stáhlo zadarmo. Weirova úspěchu si poprvé všimli klasičtí nakladatelé. V březnu 2014 spisovatel prodal práva americkému nakladatelství Crown, jež spadá pod Random House, za „šesticiferou částku“⁵. V listopadu už bylo prodáno přes 180 000 výtisků⁶ a prodeje neklesaly.

V Česku práva na vydání získala knižní skupina Euromedia Group, pod níž spadají nakladatelství Knižní klub, Ikar, Odeon, Universum a YOLI. *Mart'an* v českém překladu vyšel v lednu 2015 a díky velké reklamní kampani se knize hned od samého začátku podařilo upoutat pozornost čtenářů. V té době už navíc studio 20th Century Fox natáčelo film s Mattem Damonem a Jessicou Chastain, což mohlo k titulu upoutat pozornost. „*Mart'an* předčil naše očekávání,“ říká Zdeněk Novák z Euromedia Group. Podle něj se knihy v Česku dosud prodalo přes 20 000 výtisků, což je na zdejší poměry velice slušné číslo a *Mart'an* se tak může pyšnit přízviskem bestseller (na českém knižním trhu se za bestseller považuje titul, jenž překoná hranici 10 000 prodaných výtisků).

„Andy Weir měl na svou knihu velice dobré reakce ještě před vydáním v USA, díky tomu, že ten příběh byl původně vydaný na blogu a potom jako e-kniha, šlo lépe odhadnout reakce čtenářů. Vsázeli jsme taky trochu na to, že bude film, což je obvykle ukazatel toho, že by to mohlo mít úspěch,“ popisuje Zdeněk Novák důvody, proč nakladatelství *Mart'ana* koupilo. Nutno dodat, že to, že se prodají filmová práva, ještě neznamená, že skutečně vznikne film. V nakladatelských kruzích už se otevřeně mluví o tom, že výjimečné jsou dnes spíš knihy, ke kterým se práva neprodají. Mnohdy se také práva na film prodají ještě předtím, než jde kniha do tisku a pak skončí v tzv. „development hell“, aniž by z toho někdy něco vzniklo. V případě *Mart'ana* však film v režii Ridleyho Scotta nakonec vznikl a sklidil úspěch jak u kritiky, tak u diváků.

„*Mart'an* po celou dobu odsypá a udržuje pozornost i napětí. Přestože Damon většinu času bezstarostně hláškují, akční scény našťestí nepůsobí, jako že o nic nejde. Strhujících, intenzivních okamžiků spolu s Watneym prožijeme hned několik,“ napsal český filmový

⁴ WHITE, Micah. From Book to Blockbuster, The Inspiring Story of 'The Martian'. *Biography.com*. 26. 10. 2015. Dostupné [online] na: <http://www.biography.com/news/the-martian-andy-weir>.

⁵ ALTER, Alexandra. A Survival Guide to Mars. *The Wall Street Journal*. 14. 2. 2014. Dostupné [online] na: <http://www.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304558804579375161461671196>.

⁶ VILKOMERSON, Sara. Andy Weir on his strange journey from self-publishing to Hollywood. *Entertainment Weekly*. 5. 10. 2014. Dostupné [online] na: <http://www.ew.com/article/2014/11/05/andy-weir-the-martian-author>.

měsíčník Cinema. „Optimistická oslava houževnatosti lidského rodu v čele s usměvavým Mattem Damonem‘ působí na papíře spíše komicky, leč na velkém plátně funguje. Funguje a především baví.“⁷

Na mezinárodní filmové databázi IMDb *Mart'an* získal od bezmála 174 000 uživatelů průměrné hodnocení 8,2 bodů z 10. Zprůměrované hodnocení filmových kritiků podle Metascore je 80 ze 100. Na českém filmovém webu ČSFD film získal 82 %. Filmový *Mart'an* měl odhadovaný rozpočet 108 milionů dolarů, přičemž za první víkend v USA utržil téměř 55 milionů dolarů a k 25. listopadu celosvětově vydělal přes 488 milionů dolarů⁸. „Tržby filmu *Mart'an* za první víkend jsou druhé nejlepší ve Scottově kariéře, lépe se dařilo jen jeho filmu *Hannibal*, který roku 2001 za první víkend utržil 58 milionů dolarů. Stejně je na tom Matt Damon – lepší start mělo z jeho filmů jen *Bourneovo ultimátum*, které v roce 2007 za první víkend utržilo 69,3 milionu,“⁹ napsal v říjnu server iHNed.cz.

K úspěchu filmu mohla přispět novinová zpráva, že se na Marsu objevila tekoucí voda, jež zapůsobila jako reklama zadarmo, stejně jako existence atraktivní 3D verze. „46 procent všech diváků si koupilo lístek na trojrozměrnou verzi,“¹⁰ uvádí iHNed.cz. *Mart'an* do kin přilákal především muže a zajímavé také je, že jde o blockbuster, který zaujal především starší demografickou skupinu. Podle článku „72 procent všech, kteří na snímek přišli o víkendu, bylo starších 25 let.“¹¹

Úspěch *Mart'an* zažil i v Česku. „Momentálně máme za první víkend nasčítáno něco přes 57 tisíc diváků a už teď je jasné, že návštěvnost bude vyšší než u *Gravitace* i *Interstellaru*, což jsme ani nečekali,“¹² uvedla Irena Kobosilová ze společnosti Cinemart, která *Mart'ana* distribuuje do českých kin. Do poloviny listopadu film v Česku vidělo přibližně 260 000 lidí a celkové tržby v tuzemských kinech překonaly hranici 40 milionů Kč.¹³

⁷ MIKLICA, Tomáš. *Mart'an*. *Cinema* 11/2015, str. 41.

⁸ Profil filmu *Mart'an* na webu Box Office Mojo. Dostupné [online] na: <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=scott2016.htm>.

⁹ Návštěvnost kin vede s přehledem film *Mart'an*, pomohla mu zpráva o nálezů vody na Marsu. *iHNed.cz*. Dostupné [online] na: <http://art.ihned.cz/film-a-televize/c1-64700360-martan-film-navstevnost-kin>.

¹⁰ Tamtéž.

¹¹ Tamtéž.

¹² Interní korespondence Ireny Kobosilové s marketingovým oddělením společnosti Euromedia Group.

¹³ Tabulka je ke stažení na webu Unie filmových distributorů. Dostupné [online] na: <http://www.ufd.cz>.

„Film prodejům *Mart'ana* nepochybně pomohl, ale je to kniha, která nám dělá radost od samého začátku,“ říká Zdeněk Novák. „Prodeje jsou pořád velice slušné, nebyl tam žádný extra velký skok s tím, jak šel snímek do kin.“ Kniha se zatím dočkala dvou dotisků prvního vydání a ku příležitosti filmové premiéry nakladatelství Knižní klub vydalo knihu ještě s filmovým přebalem, na němž je tvář Matta Damona. Podle Zdeňka Nováka si na sebe na českém knižním trhu *Mart'an* už dávno vydělal. Práva přitom určitě nebyla levná, došlo k aukci práv, v níž nakonec proti neznámému konkurentovi víc přihodila právě Euromedia Group. Alexandra Fraisová, redaktorka, která vydání *Mart'ana* prosadila, vysvětluje, že nakladatelství nemůže sdělit přesnou cenu, jelikož by se to proti firmě mohlo obrátit v budoucnu. „Kdyby konkurence věděla, kolik jsme za to byli ochotni zaplatit, mohla by to využít. Můžu jen říct, že to rozhodně nebyla nejdražší kniha, jakou jsme kdy kupovali. Vlastně byla ještě celkem levná na to, kolik už vydělala peněz.“

Mart'an je zvláštní fenomén. Vědeckofantastické romány se málokdy vyšplhají na žebříčky bestsellerů. „Sci-fi zrovna mezi top žánry nepatří, *Mart'an* je tedy výjimkou, ale jak jsem zmiňoval, není to čistokrevné sci-fi. Že by výrazněji nakopl prodeje dalších sci-fi románů, to ne. V Česku se nejvíc prodávají kriminálky, zvláště ty trochu psychologické, dále romantické knihy a samozřejmě kuchařky,“ vyjmenovává Zdeněk Novák. „Velmi dobře si dlouhodobě vedou esoterické knihy, protože dávají lidem naději. Prodeje erotických románů jsou oproti minulým letem na sestupu. Máme tady taky jednorázové trendy, říkáme tomu fenomén na jednu sezónu, letos to jsou zrovna antistresové omalovánky pro dospělé.“

Existuje nějaký postup, jak napsat bestseller? Na internetu člověk po zadání věty „How to write a bestseller“ najde tisíce stránek s tipy pro psaní, z nichž některé se zabývají základními postupy při psaní (například že „kratší věty plynou rychleji a jsou přirozenější“¹⁴), zatímco další přímo radí, jak knihu nabídnout nakladateli, aby v něm probudila zájem. Záhadná formule, jež stojí za úspěchem nejprodávanějších knih v dějinách, lidi fascinuje už od té doby, co díky rozvoji masového tisku a zvýšení gramotnosti obyvatelstva autor mohl díky své knize pohádkově zbohatnout. V roce 1953 americký knihovník John Harvey napsal studii *The Content Characteristics of Best-Selling Novels*, v níž se zabývá „hádankou literárního úspěchu“¹⁵. Podle něj existuje několik proměnných, které mohou zvýšit prodejnost díla.

¹⁴ PICKOVER, Cliff. How to Create an Instant Bestselling Novel. Dostupné [online] na: <http://sprott.physics.wisc.edu/pickover/bestseller.html>.

¹⁵ HARVEY, John. *The Content Characteristics of Best-Selling Novels*. Abstrakt práce dostupný [online] na: <http://poq.oxfordjournals.org/content/17/1/91.abstract>.

James W. Hall, americký profesor tvůrčího psaní a spisovatel, vydal v roce 2012 knihu *Hit Lit*, v níž porovnává dvanáct titulů, jež se ve své době staly bestsellerem dekády. Mezi zkoumanými díly je například *Jih proti severu* od Margaret Mitchellové, *Peytonův Hrádek* od Grace Metalious, *Jako zabít ptáčka* od Harper Leeové, *Kmotr* Maria Puza, *Čelisti* z pera Petera Benchleyho, *Madisonské mosty* od Roberta Jamese Wallera nebo *Šifra mistra Leonarda* od Dana Browna. Hall přiznává, že „těchto dvanáct románů má výrazně odlišné zasazení, odlišné postavy, velice odlišné zápletky,“ ovšem podle něj sdílejí některé podobnosti, jako by to byly „permutace jedné knihy, psané znovu a znovu pro každou další generaci čtenářů.“¹⁶

Téměř každý z jím zkoumaných bestsellerů se zabýval žhavým společenským tématem své doby, hlavní hrdinové v nich jsou často outsideři, případně pocházejí z neúplných rodin. Obvykle „výrazně projevují emoce, což končí v odvážných a překvapivých činech“, Hall si všímá, že hrdinové jednají „rozhodně“ a zápletky nejsou postavené na popisech situací, nýbrž na tom, že „ústřední postava musí čelit jedné komplikaci za druhou a původní dramatická otázka se mění v další a další.“¹⁷ Jedním z hlavních společných motivů je podle Jamese W. Halla americký sen, který se sice například v *Jihu proti severu* může jevit jako krásný, jako něco, čeho by měl každý chtít dosáhnout, ale třeba v *Peytonově Hrádku* se z něj stává noční můra. Dále zmiňuje časté využití tajných spolků či společností (v *Kmotrovi* či v *Šifře mistra Leonarda*), v nichž autoři využívají typicky americké „podezřívavosti k institucím, veřejným i soukromým, které by mohly nějakým způsobem podkopat naše osobní svobody.“¹⁸

Pokud bychom výše uvedené znaky bestsellerů hledali v *Mart'anovi*, skutečně můžeme najít několik podobností. Hlavní hrdina, botanik Mark Watney je outsider – a to doslova, neboť je o samotě na Marsu, miliony kilometrů od domova. Zároveň musí čelit jedné výzvě za druhou a jedná odvážně. Andy Weir také ve svém příběhu nakouzl aktuální společenské téma cestování do vesmíru, které získává na významu s každou další nepříznivou zprávou o klimatických změnách na Zemi. Co se týče tajných společností, část románu se odehrává v NASA, jež není tajná, ale dává nahlédnout do prostředí instituce, která člověka vyslala do

¹⁶ WINKLER, Peter. How To Write A Bestseller - According To The Formula. *Huffington Post*. 24. 5. 2012. Dostupné [online] na: http://www.huffingtonpost.com/peter-winkler/how-to-write-a-bestseller-formula_b_1542587.html.

¹⁷ Tamtéž.

¹⁸ WEINMAN, Sarah. On Writing A Best-Seller (Shhh, There's a Formula). *NPR Books*. 17. 4. 2012. Dostupné [online] na: <http://www.npr.org/2012/04/13/150582219/on-writing-a-bestseller-theres-a-formula-shhh>.

kosmu a už jen z toho důvodu fascinuje a láká miliony návštěvníků do svého střediska v texaském Houstonu. Americký sen v knize vyloženě nefiguruje, tým Aresu 3 je složen z lidí různých národností a Spojené státy by – jak se ukazuje na konci knihy – dokonce ani Watneyho nezvládly zachránit, nebýt Číny a jejich vesmírného programu, ovšem americký způsob života hraje důležitou roli pro hlavního hrdinu, který na Marsu pěstuje brambory (typicky americkou plodinu), aby neumřel hladem, a poslouchá disko ze 70. let minulého století, které v počítači zůstane po kapitánce vesmírné mise. Rovněž humorné narážky na americkou popkulturu, které hlavní hrdina používá, aby kvůli své vážné situaci nepřišel o rozum, mohou nahrazovat chybějící poselství o americkém snu.

Podle literární kritičky Ruth Franklinové „nelze z těch 1150 knih, které se od vzniku žebříčku bestsellerů objevily ve vrchní desítce, vyvodit žádné zobecnění.“¹⁹ Stejný názor má i Zdeněk Novák, marketingový ředitel společnosti Euromedia Group: „Společné znaky bestselleru určitě neexistují. Je totiž spousta faktorů – období, trend, způsob psaní, jde spíš o souhrn okolností. Každé téma se dá napsat tak, aby z toho byl bestseller, ale i tak, aby z toho byl propadák. Je to zvláštní chemie. Například autorka *Padesáti odstínů šedi* odhalila díru na trhu a zaplnila ji, i když to není nijak extra dobře napsané.“

V 90. letech se truhlář a neúspěšný spisovatel John Baldwin pokusil vytvořit sestavit 10 zásad, která měla z jakékoliv knihy učinit okamžitý bestseller. Mezi desítkou bodů jsou pravidla, z nichž některá dávají smysl a literární editoři je skutečně používají (např. „spíš než smrt tisíců popiš smrt dvou lidí se jmény a charakteristikou“), ale také některá, o jejichž účinnosti by se dalo pochybovat („když ti děj přijde nudný, někoho zabij“)²⁰. Baldwin spojil síly s epidemiologem Johnem Marrem, který předtím publikoval odbornou studii, v níž se snažil vědecky vysvětlit deset egyptských ran ze Starého zákona. Podle Baldwinovy formule oba muži napsali katastrofický thriller *The Eleventh Plague* (v češtině vydáno pod názvem *Jedenáctá morová rána*). Nakladatelství HarperCollins oběma mužům za rukopis zaplatilo dva miliony dolarů, ovšem kniha se navzdory propagaci bestsellerem nikdy nestala, neumístila se dokonce ani v první desítce nejprodávanějších titulů²¹. Dnes už je na Amazonu k sehnání pouze z druhé ruky, nakladatel nikdy nepřipravil dotisk ani další vydání. V Česku

¹⁹ FRANKLIN, Ruth. Readers of the Pack: American Best-Selling. *BookForum*, léto 2011. Dostupné [online] na: http://www.bookforum.com/inprint/018_02/7781. (Pro kompletní přístup je nutné se přihlásit, část článku je však čitelná zdarma).

²⁰ Pro kompletní seznam zásad k vytvoření bestselleru viz: http://sprott.physics.wisc.edu/pickover/nytimes_bestseller.htm.

²¹ WINKLER, Peter. How To Write A Bestseller - According To The Formula. *Huffington Post*. 24. 5. 2012. Dostupné [online] na: http://www.huffingtonpost.com/peter-winkler/how-to-write-a-bestseller-formula_b_1542587.html.

také nevzbudila výraznější ohlasy. Na Databázi knih má sice *Jedenáctá morová rána* kladných 87 %, ovšem pouze od devíti hodnotících²² (pro srovnání: *Martan* získal 89 %, ovšem od 783 uživatelů²³ Databáze knih).

Z případu *Jedenácté morové rány* si lze odnést poučení, že bestseller nejde vyfabrikovat uměle. Pokud si vezmeme příklad *Martana, Jihu proti severu* nebo například nedávný úspěch *Padesáti odstínů šedi*, můžeme u nich vysledovat jeden společný prvek: zapálení autora pro téma. Andy Weir, syn částicového fyzika a elektrické inženýrky, se původně živil jako softwarový programátor a vesmír, botanika, chemie a fyzika ho vždycky bavily – koneckonců není snad větším důkazem jeho zapálení pro věc, že svou knihu původně zveřejňoval na svém blogu zdarma. Margaret Mitchellová, která ve 30. letech napsala *Jih proti severu*, bestsellerový román později hvězdně zfilmovaný s Clarkem Gablem a Vivien Leighovou v hlavních rolích, od své matky a babičky odmala slýchávala příběhy o tom, jak Severané zpustošili aristokratický Jih, během první světové války se pak sama zamilovala do vojáka, který padl na frontě. Proto do své knihy Mitchellová nepochybně promítala osobní touhy a vzpomínky. Ačkoliv *Jih proti severu* nabízí značně zidealizovaný obraz Jihu, kde spolu otroci a jejich majitelé za horkých letních nocí popíjejí ledový čaj, jde o knihu, která pro autorku byla osobní. Autorka trilogie *Padesát odstínů šedi* E. L. Jamesová zase svůj příběh zpočátku psala jako fanfiction k jinému fenoménu – *Stmívání*. K psaní fanfiction člověk nepotřebuje vlastně vůbec nic – nemusí mít vlastní blog, neboť existují speciální fóra, nemusí umět psát, neboť fanouškům stačí vidět milované postavy v nových příbězích – kromě nadšení. Jediné, co je skutečně nutné, je mít rád popisovaný svět a postavy. Jamesová samozřejmě v *Padesáti odstínech* své hrdiny přejmenovala a upravila i po vzhledové stránce, aby se vyhnula nařčení z plagiátorství a soudním sporům s autorkou upírské ságy *Stmívání*, ovšem základ své knihy postavila na něčem, co ji hluboce zajímalo. Kritici jí můžou vyčítat opakující se slovní spojení a neoriginální zápletku, ale vytknout E. L. Jamesové rozhodně nemohou vášeň pro postavy a detaily ve vykreslení příběhu.

Jamesová nepíše, aby potěšila kritiky, píše to, co by si přála, aby ji potkalo. Stejně tak Margaret Mitchellová nehleděla na to, že mnozí její knihu označili za rasistickou, když idealizovala otrokářský systém. Psala tak, jak to cítila. Andy Weir také *Martana* původně psal hlavně pro sebe a pro několik věrných čtenářů svého blogu. Díky nefalšovanému

²² Profil knihy *Jedenáctá morová rána* na Databázi knih. Dostupné [online] na: <http://www.databazeknih.cz/knihy/jedenacta-morova-rana-43694>.

²³ Profil knihy *Martan* na Databázi knih. Dostupné [online] na: <http://www.databazeknih.cz/knihy/martan-217983>.

„nerdovskému“ zapálení, které se do knihy promítlo, si ale příběh dokážou vychutnat i ti, kdo by po vykalkulovaném příběhu z Marsu sáhli jen těžko.

Martan je příběh o tom, jak se z klukovského nadšení vyklubal globální fenomén vydělávající miliony dolarů. Je to jev, kde se mísí ekonomické zákony nabídky a poptávky s něčím, co pořádně změřit ani vyčíslit nejde: s autorovým osobním vztahem k tématu. Ekonomie bestselleru vlastně není nic jiného, než pokus najít smysl v rovnici o mnoha proměnných, v níž se radost násobí s představivostí a samotným tvůrčím talentem.

Informační brožura společnosti PowerPrint

S čím Vám můžeme pomoci

- Přidělení ISBN, katalogizace, registrace díla.
- Zlom textu (úprava textu profesionálním grafikem).
- Návrh obálky dle Vašeho zadání.
- Jazykové a typografické korektury vašeho díla.
- Tisk a vazba knihy v libovolném nákladu.
- Distribuce knihy ve velkoobchodní síti Kosmas.

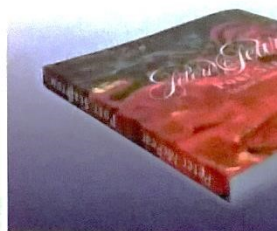
Co musíte udělat Vy!

- Vydat knihu v menším nákladu.
- Psát o své knize na facebooku s odkazem kde knihu koupit.
- Rozdávat reklamní vizitky s informací kde knihu koupit.
- Udělat autorské čtení v okruhu svých potenciálních čtenářů.
- Propagovat knihu v regionálních novinách.
- Prodávat a realizovat dotisky.

Možné podoby Vaší knihy



Brožurka ve vazbě V1



Kniha v lepené vazbě V2



Internetový banner nakladatelství Knižní klub ke knize *Silo*



KNIHA, KTERÉ SE JEŠTĚ
PŘED VYTIŠTĚNÍM
PODAŘILO VYDĚLAT
MILION DOLARŮ A PRODAT
PŮL MILIONU KOPIÍ!

HUGH HOWEY
SILO
KNIHA KLUBU