Univerzita Pardubice

Fakulta Filozofická

Fenomén audioknihy v současné české literární kultuře

Jana Tomková

Bakalářská práce

2012

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: **2011/2012**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Jana Tomková**
Osobní číslo:	**H09322**
Studijní program:	**B7105 Historické vědy**
Studijní obor:	**Historicko-literární studia**
Název tématu:	**Fenomén audioknihy v současné české literární kultuře**
Zadávající katedra:	**Katedra literární kultury a slavistiky**

Zásady pro vypracování:

Cílem práce je obeznámení čtenáře se vznikem a nedlouhou historií audioknihy. Dále nahlédnutí do zákulisí její výroby a základního rozdělení podle uložení dat, či její délky a předlohy. Přiblížení jejího účelu, výhod, podoby, dostupnosti a potřebnosti v dnešním moderním světě. Bude v ní zmíněn aktuální podíl prodeje i výroby na knižním trhu. Audiokniha bude rozebrána i po obsahové stránce. Dále pak bude práce zaměřena na analýzu žánrů a trendů v této oblasti. Bude se zabývat vztahem čtenáře a knihy, a to v klasické listové formě, elektronické podobě i audio nahrávce. Celá práce bude zakončena anketou a zajímavostmi ze světa audioknih.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury: **viz příloha**

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jiří Studený, Ph.D.**
Katedra literární kultury a slavistiky

Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2012**

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 84

L.S.

prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.
děkan

PhDr. Ivo Říha, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2011

Příloha zadání bakalářské práce

Seznam odborné literatury:

ECO, Umberto. Lector in fabula: role čtenáře, aneb iterpretační kooperace v narativních textech. Praha 2010. ISBN 978-80-200-1828-1. CARRIERE, Jean-Claude. Knih se jen tak nezbavíme. Praha 2010. ISBN 978-257-0266-6. MCLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura. Praha 2000. ISBN 80-7217-128-3. ŠTOCHL, Miroslav. Teorie literární komunikace. Praha 2005. ISBN 80-86903-09-5. TRÁVNÍČEK, Jiří. Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize (2007). Brno 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. JURIGA, Tomáš. Jak se čte ušima. Literární noviny. 2009, roč. 20, č. 14, s. 11. ISSN 1210-0021. PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. Tvar: literární týdeník. 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X. ŠKYTOVÁ, Alžběta; KAPOUNOVÁ, Kateřina. Audioknihy jako staronový přístup k literatuře. Čtenář: měsíčník pro práci s knihou. 2010, roč. 62, č. 4, s. 123-129. ISSN 0011-2321. DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. Knihovnický zpravodaj Vysočina [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2011-06-16]. URL:http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279. HLADÍK, Petr; ONDRA, Svatoslav. Hybridní kniha ? kombinovaný přístup k informacím. Knihovnický zpravodaj Vysočina. 2009, roč. 9, č. 1 [cit. 2011-06-16].
URL:http://kzv.kkvysociny.cz/archiv.aspx?id=1123&idr=9&idci=23. ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. Český rozhlas. 5.12.2008 [cit. 2011-06-16].
URL:http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce. JÍCHOVÁ, Veronika. Audioknihy v pověřených knihovnách Jihomoravského kraje a jejich využití čtenáři. Brno 2010. 82 s. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet Informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce Mgr. et Mgr. Monika Kratochvílová.
URL:http://is.muni.cz/th/96620/ff_b/DP_Jichova_Veronika.pdf. ŠKYTOVÁ, Alžběta. Audioknihy a jejich vliv na dětské čtenářství. Brno 2009. 77 s. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet Informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce PhDr. Petr Škyřík.
URL:http://is.muni.cz/th/217795/ff_b/bakalarka_audioknihy.pdf.

Tato práce nevznikla v hlavě jedné osoby, proto za ní patří dík hned několika lidem. Jako prvnímu děkuji vedoucímu práce Jiřímu Studenému, který nejenom téma vymyslel, ale pomohl ho upravit do takové formy, že zpracovávání tématu bylo velice přínosné. Dále mu děkuji za trpělivost, důslednost a celkově za strávený čas nad mými řádky.

Rovněž patří moje poděkování panu docentovi Petru Poslednímu za ochotu a velice laskavý dar v podobě cenných ponaučení.

Dále moc děkuji všem účastníkům mé ankety a projektu audioknihy.net, který se stal skvělou inspirací a zdrojem informací.

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do její skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 18. 03. 2012

Jana Tomková

Souhrn

Bakalářská práce se zabývá nejnovější formou knihy a to audioknihou. Práce je rozdělena do šesti úseků. V každém je audioknize věnován jiný úhel pohledu. Cílem je přiblížit skutečnosti o vzniku a vývoji audioknihy, procesu natáčení, možnosti rozdělení a její distribuci. Z pohledu audiočtenáře jsou zmíněny žánrové trendy a zaměření na cílového posluchače. Součástí práce je v poslední kapitole anketa. Účelem práce je prozkoumání tohoto fenoménu v širším spektru, vystihnout klady i zápory audioknih a porovnat je s ostatními formami knih.

Klíčová slova: Audiokniha, zvuková kniha, mluvené slovo, předčítání, fenomén, žánr, audioknižní nakladatelství, audiočtenář, distribuce, čtení

Summary:

In this thesis it is looked into the newest type of book, the audiobook. The Thesis is divided into six parts. In each part the audiobook is analyzed from different point of view. The reader is informed about origin and development of audiobook. From the view of audioreader genre trends and aims on the listening audience are also mentioned. In the last chapter the survey is also included. My thesis is focused on exploring this phenomenon from wider range, on weighting pros and cons and on comparing audiobooks to other forms of books.

Key words: Audiobook, voicebook, reading to somebody, phenomenon, genre, audiobooks publishing, audioreading, distribution, reading

Obsah

Úvod 1

1 Historie audioknih 3

1.1 Předčítání 3

1.2 Pokrok 5

2 Rozdělení a proces vzniku audioknih 9

2.1 Podle uložení dat 9

2.1.1 Audiokazeta – Magnetofonový pásek 10

2.1.2 CD 11

2.1.3 Formát MP3 12

2.1.4 Minidisk 13

2.1.5 Playaway 13

2.2 Podle délky a předlohy audioknih 14

2.2.1 Nezkrácené audioknihy 14

2.2.2 Zkrácené audioknihy 15

2.2.3 Ostatní 15

2.3 Proces vzniku audioknih 16

2.3.1 Režiséři 17

2.3.2 Interpreti 18

3 Distribuce 19

3.1 Trh v ČR 21

3.2 Nakladatelství a projekty 23

3.2.1 Tympanum 24

3.2.2 AudioStory 25

3.2.3 Supraphon 26

3.2.4 Radioservis 27

3.2.5 Fonia 28

3.2.6 Popron music 28

3.2.7 Audioknihy-net ... 29
3.3 Knihovny ... 30
3.4 Prodejny ... 30
3.5 Internet ... 31
3.5.1 Volné stahování ... 31
4 Analýza žánrových trendů ... 33
4.1 Kategorie čtenářů/posluchačů ... 34
4.2 Trendy, móda ... 35
4.3 Oblíbení autoři ... 37
4.4 Hodnotové struktury českého audioklubu ... 38
4.5 Popularita ... 39
4.6 Audioknižní desatero ... 40
5 Zaměření audioknihy ... 43
5.1 Děti ... 45
5.2 Dospělí ... 47
5.3 Slepí ... 48
5.4 Studenti ... 49
5.5 Křesťané ... 50
6 Fenomén audiokniha ... 50
6.1 Lze čtení/poslouchání zkoumat, měřit? ... 51
6.2 Anketa a její výsledky ... 53
6.3 Ohrožení? ... 55
Závěr ... 58
Seznam literatury ... 61
Prameny ... 61
Literatura ... 61
Přílohy ... 67
Resumé ... 73

Úvod

Audioknihy jsou relativně novým pojmem a trendem. Umberto Eco ve své knize *Jak napsat diplomovou práci* všechny varuje, ať se ve svých dílech nepouštějí do aktuálních námětů, u tohoto tématu jsem to cítila trošku jinak.[1] Audioknihy či zvukové knihy mají sice nedlouhou historii, ale pokud vezmeme v potaz orální kulturu, je zcela určitě na čem stavět. Mnoho lidí zatím audioknihy ve svých bakalářských a diplomových pracích nezkoumalo a odborná kniha na toto téma nevznikla žádná. Přitom je důležité pro zkoumání historie nějakého předmětu, události či jevu vědět, jaký názor na ně měla veřejnost v průběhu rozvoje.

Zahraniční trend mluveného slova si razí cestu do českých autorádií, mp3 přehrávačů, internetových i kamenných prodejen a možná i srdcí posluchačů. Na audioknihy se dá nahlížet dvěma pohledy, buď jako na moderní formu čtení nebo vrácení se ke starému předčítání tak trochu jinak. Pod kategorií mluvené slovo se skrývají rozhlasové dramatizace, autorská čtení, ale především audioknihy vzniklé na základě tištěné knihy, kterou nakladatelství nahrávají ve zkrácených či nezkrácených verzích.

Pohled veřejnosti na audioknihy se mění. Audiokniha může být odpočinkovým zájmem, tak i pomocníkem. Podporuje čtení u zrakově postižených lidi, u kterých je mluvené slovo jedna ze dvou možností jak číst. Dále audiokniha nabízí pomoc časově vytíženým lidem, nebo těm, jimž čtení nepřirostlo k srdci. Četba je činností odpočinkovou, zájmovou, vzdělávací i potřebnou. Poslouchání knih lidé zařazují nejspíše jen do odpočinkové činnosti, možná proto ještě v Čechách neprorazila do popředí zájmů. Místo ulehčování a zefektivnění práce ji většina vnímá jako další koníček a jelikož nabídka volnočasových aktivit je pestrá, konkurování jim přináší obtíže.

Zvukový formát je další variantou čtení vstupujícím na trh po tištěných knihách a e-books. Elektronické knihy měli z počátku velkou propagaci, jaké se audioknihy zatím nedočkali. „První vlna elektronických knih (1999-2006) se ukázala jako neúspěch, eBooks boom se proměnil v eBooks debakle. Nejenže nedošlo k upozadění tištěné knihy, ale její

[1] ECO, Umberto. *Jak napsat diplomovou práci*. První vydání. Olomouc: Votobia, 1997. 271 s. ISBN 80-7198-173-7. str. 26-28.

prodej díky internetu výrazně stoupl.“[2] Průzkum, který by objasnil, co se na knižním trhu změnilo se vstupem audioknihy neproběhl. O audioknize se dá zjistit mnohé, její historie, rozdělení a proces vzniku, distribuce, zaměření a žánry, které se ve zvukové formě nahrávají. Všechny tyto informace v této práci najdete společně s výsledky ankety o názorech lidí na audioknihy a jejich uplatnění.

[2] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 84.

1 Historie audioknih

Audiokniha je fonografické zpracování literárního díla, téže může být označeno jako akustický přepis díla. Je považována za nejmladší podobu čtení. Paradoxní jev je, že sama slovesnost, mluvení, vyprávění je o tisíce let starší než kniha samotná, speciálně pokud mluvíme o knize tištěné. Audiokniha je i v tomto směru oproti vyprávění odlišná. Nejedná se o nové vyprávění, ale konkrétní interpretace již vytvořeného literárního díla. Místo slova interpretace se může použít i předčítání, namluvení a přednes.

Audiokniha pomáhá tam, kde se tištěná či elektronická podoba knihy nedá použít. Kupříkladu je cenným zdrojem literárních zážitků u slepých či negramotných obyvatel. Negramotní obyvatelé neboli analfabeti neumějí číst a psát, ale mluvené slovo chápou. V České republice se negramotných jedinců vyskytuje málo, ale v jiných zemích jsou velmi častým jevem.[3] Audiokniha je vhodným výrobkem pro jiným způsobem zrakově indisponované lidi, řidiče, ženy v domácnosti, často cestující a věčně na něco čekající lidi (MHD, České dráhy, nedochvilné známé, zapomínající kantory).

Historie audioknih ani předčítání se nedá přesně vymezit. U historie knih je to něco jiného, zvláště pokud jde o ty tištěné. U audioknihy samotné není znám přesný rok vzniku. Neví se, zdali se za něj považuje už samo předčítání, nebo první namluvená deska, rozhlasová dramatizace či první knižní nahrávka určená pro slepé obyvatelstvo.

1.1 Předčítání

Předchůdcem audioknih jsou knihy v kombinaci s předčítáním a vyprávěním. Předčítání poskytuje jistotu, že se interpret drží přesného textu v knize. Rozdíl mezi těmito činnostmi je prostý. Vyprávění může obsahovat spousty nepřesností, nebo i vlastní názory.

„Ve starověku bylo zvykem číst nahlas nebo si aspoň polohlasem mumlat. Spisovatelé dokonce předpokládali, že jejich texty budou čteny nahlas, proto si je sami při

[3] The World Factbook [online] ©2012 [cit 2012-03-10]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ez.html

psaní předčítali. Středověký text vyzýval publikum, aby příběhu propůjčilo své uši“. [4] Středověk oplývá krásnými knihami se vznešenými texty. Číst ovšem uměli jen lidé uvnitř kláštera, pro většinu obyvatel text nebyl víc než velké množství klikyháků. To ovšem neznamená, že jím opovrhovali, písmo svaté a text svatý bylo nejvyšší moudro, které se k běžným posluchačům dostávalo skrze ústa církve.

Předčítané texty mohli lidé tedy slýchat v klášterech, kde se praktikovalo společné čtení. Nekřesťanskou tvorbu měli lidé také rádi, dostávala se k nim přes příběhy od potulných trubadúrů a kejklířů vystupujících na poutích či jarmarcích. Trend jarmarků pokračuje do 19. století, v té samé době se začalo rozvíjet školství a převaha negramotných lidí byla na ústupu. Předčítání ve vyšších společnostech zajišťovali gramotní členové rodin. Veselejším místem pro vyprávění či předčítání byly hospody a hostince. Alberto Manguel v knize *Dějiny čtení* pojednává o tom, že hodně návštěvníků se na předčítání těšilo. Šenkýřky tesknily nad Don Quijotem a muži přemílali osudy hrdinů.[5]

Další zajímavou kapitolou v dějinách čtení je příběh Kubánských baličů doutníků z 19. století, kteří mezi sebou našli člověka, aby jim během práce předčítal knihy různých žánrů. Později se to rozšířilo i do okolních továren. Později to bylo označeno jako rozptylování od práce a následně zakázáno. Přes to se konala tajná čtení.[6]

Co se týče moderní doby (v překladu té dnešní), vyhledávaným předčítáním jsou nejen audioknihy, ale i autorské čtení. To též poskytuje úplně nový pohled na knihu. Intonace spisovatele nám více přiblíží postoj k tématu, nebo myšlenky jím stvořených postav. Největší požitek z autorských čtení skýtá asi poezie, ale prozaická čtení jsou k vidění častěji. Nespočetné možnosti interpretace díla nemusí pokaždé přinést umělecký zážitek, autorské čtení bývají pravidelně nejpřínosnější. V roce 2011 se v České republice uskutečnil jedenáctý ročník festivalu autorského čtení, jenž se stal největším středoevropským literárním festivalem roku. Vystoupil na něm nespočet českých, ale i polských autorů, kteří si připravili úseky svých písemných děl v ústním provedení.[7] Někteří autoři dokonce absolvují celá turné autorského čtení po knihkupectvích, vedoucí k navýšení tržby a zvýšení popularity.

[4] MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení.* 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. ISBN 978-80-7294-231-2. s. 63
[5] Tamtéž, s. 161
[6] Tamtéž, s. 151-152
[7] Měsíc autorského čtení: O festivalu [online] [2-20-2012]. Dostupný z http://www.autorskecteni.cz/2011/cz/o-festivalu.

Jako jednotlivec této doby se člověk s předčítáním setká již jako malé dítko. Nebo přinejmenším, ještě před 10 lety setkal. Myslím tím, že doba jde kupředu. Moderní věci střídají supermoderní a stažení filmu je daleko levnější než knížka *Krteček* (209Kč).[8] Mezi dětmi navíc čtení velice rychle ze zdroje zábavy přechází na věc co je out. V první třídě jsou knížky hezké, v páté třídě trapné.[9] Aktuálně je mezi dětmi faux-pas přiznat, že místo koukaní na televizi, DVD či hraní playstationu má někdo raději čtení. Naštěstí to postojem z páté třídy nekončí. Knížky se během studia stávají nezbytností, po studiu jsou pro běžného člověka oddechem či poučením, pro bibliofily vášní a pro hollywoodské star módním doplňkem. Předčítání je pro starší obyvatele úlevou od namáhání očí, často pro ně znamená kontakt s dalším člověkem. Kupříkladu předčítání v domech pro seniory. Nechat si knihu předčítat je pohodlný, přínosný a důsledný způsob čtení. Člověk si všimne věcí, které ve zbrklosti vlastního čtení přehlédne.

Předčítání je námětem knižního bestselleru Bernharda Schlinka *Předčítač,* který se dočkal filmového zpracování v americké produkci. V tomto díle je jednou z dějových linií žena analfabet, která si nechává ráda číst (Je až neuvěřitelné od koho všeho). Pointou proč to zmiňuji je závěr filmu, kde jí bývalý milenec na magnetofonové pásky nahrává knížky, čímž v podstatě tvořil audioknihy a ona se díky tomu naučila v pozdním věku číst a psát.[10]

1.2 Pokrok

Můžeme tvrdit, že podobně jako historie kinematografie, resp. filmu, jsou i dějiny audioknihy svázány s technickým vývojem, konkrétně s vynálezem a šířením zvukových nosičů, fonografickými válečky počínaje. Nejstarší známá světová „audiobook“, zachycená na staniolový fonograf, je dětská říkanka *Mary had a little lamb* (*Mařenka měla jehňátko*, poprvé

[8] Pohádkový obchod [Online] © 2009-2011 [2-20-2012]. Dostupný z http://www.pohadkovyobchod.cz/pohadkovyobchod/eshop/5-1-Knihy/29-3-Skolaci-do-9let/5/384-Detem-Zdenek-Miler-a-Krtek.
[9] Otázka položená dětem v ZŠ Mikulovice, žáci první a páté třídy 6.1. 2012
[10] Próza – Předčítač [online] © 2012 [03-15-2012]. Dostupné z: http://www.prostor-nakladatelstvi.cz/cz/zanry/proza/predcitac.aspx.

T. A. Edison, 1877, nezachováno, remake pořízen k 50. výročí prvního nahrání v roce 1927).[11]

V České republice byl roku 1905 u Gramophone Concert Record nahrán monolog dědečka v podání Jindřicha Mošny a je tudíž považován za nejstarší české dochované dílo zvukového typu. Po ohlasu na tuto nahrávku se se častěji nahrávaly desky mluveného slova. Souviselo to s vývojem gramodesek za První republiky. Jednalo se o interpretace literárně či hudebně literárních děl, sentimentální melodramatické scénky, komické monology Vlasty Buriana, kabaretní skeče, dialogy Spejbla a Hurvínka, nebo povídky načtené Janem Werichem. Zaměřovali se především na desky pro běžné posluchače bez specifického zaměření.[12] Gramofon patřil k běžnějšímu vybavení domácnosti, neměl konkurenci a těšil se velké oblibě.

„Dá se říci, že již gramodeska založila primární audioknihu, tedy nosič s nahrávkou zvukové inscenace, vytvořené právě k tomuto účelu (ne pro rozhlasové vysílání). Teprve později začaly být vydávány sekundární audioknihy – nahrávky z rozhlasového archivu.“[13]

Velký ohlas se dostavil na nahrávku gramofonové desky s projevem Tomáče G. Masaryka. Nejznámější komentář nejen k projevu, ale hlavně možnosti zpětného pouštění nahrávek a počátku audiokližního poslouchání napsal do novin Karel Čapek, poté se také objevil v knize *Mlčení s T. G. Masarykem*. Zajímavostí je, že tato kniha už je vydaná v elektronické verzi a dostupná na internetu. V úryvku je znát obdiv Karla Čapka nejen nad T. G. Masarykem, ale také nad nahrávkou samotnou. Je překvapen blízkostí tak vzdáleného hlasu zachyceného s každou chybičkou a šumem. [14]

„Na deskách His Master's Voice vyšly nyní dva proslovy prezidenta Masaryka z jubilejního roku 28: proslov k dětem na hradním nádvoří a poselství k národu přednesené zástupcům parlamentu. Je to dokument, a zároveň něco víc než dokument: ten hlas vchází nyní do našeho soukromí a stává se jakousi osobní přítomností toho, jehož úkolem i právem bylo mluvit k národu a k budoucím dějinám; a je až překvapující slyšet ten hlas tak důvěrně a lidsky,

[11] PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. *Tvar: literární týdeník*, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X.
[12] Tamtéž
[13] Tamtéž
[14] Literární doupě: *Mlčení s T.G. Masarykem* [online] © 2001-2009 [2-21-2012]. Dostupné z: http://ld.johanesville.net/capek-11-mlceni-s-t-g-masarykem?page=28.

pozorovat jeho váhání, jeho nosový témbr, jeho pomalé důrazy a tu a tam i jeho přeřeknutí; slyšet skoro dýchat a někdy odkašlávat přítomné. ... ale už prvý poslech těch technicky dobrých desek, ten pocit údivu a skoro fyzické blízkosti je dojem nezvykle silný.“

Lidové noviny 14. 11. 1931[15]

Projevy státníků a přednášky chirurgů se též nahrávaly a sloužily ke studiu či poučení.[16] Byly určeny pro užší kruh spotřebitelů. Nahrané projevy státníků jsou dnes materiálem, jenž dotváří dějiny. Jedná se o cenný pramen, přesto se s audioknihami jako takovými nemohou srovnávat, jejich účel se velmi liší.

Mánie audioknih v podobě jakou známe teď, propukla v Americe. K velkému rozšíření došlo se vznikem magnetofonových pásek. Což bylo kolem 70. let 20. století. [17] Ale už ve 30. letech Kongres schválil projekt nahrávání knih na tehdy dostupné nosiče, projekt byl pochopitelně zaměřen jen na nevidomé.[18] Do oněch 70. let se jednalo o vzdělávací nahrávky, vyučovaly se tak nevidomé děti. Největší roli v nahrávání sehrál rozhlas. Ačkoli do Evropy pronikly audioknihy též, staly se jen zábavou pro děti a to i tak velmi okrajovou. Využívaly se pro slepé či seniory, ale nikdy na vážnější úrovni. Aktuálně jsou audioknihy v Evropě nejpopulárnější v Německu a Skandinávii. První z audioknih, stejně jako první z knih tištěných byla *Bible*. I u nás je nejúspěšnějším titulem *Audiobible*. Prodalo se jí přes 70 tisíc kusů. V České republice byla dostupná jen ve zkrácené verzi, zatímco ve Velké Británii ve verzi nezkrácené.[19]

V průběhu let se rozšiřovala různorodost žánrů a měnili se nosiče zvukových nahrávek. Z gramofonových desek se přešlo na praktičtější audiokazety, které na trhu nezůstaly dlouho a vystřídaly je kompaktní disky (CD). Po té, se na CD začaly „vyrábět“ formáty k ušetření místa na disku, myslím především MP3 formát, který zkomprimuje velké

[15]Literární doupě: *Mlčení s T.G. Masarykem* [online] © 2001-2009 [2-21-2012]. Dostupné z: http://ld.johanesville.net/capek-11-mlceni-s-t-g-masarykem?page=28.
[16] PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. *Tvar: literární týdeník*, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X.
[17] tamtéž
[18] ŠKYTOVÁ, Alžběta. Audioknihy a jejich vliv na dětské čtenářství [online]. Brno: Masarykova univerzita. Filozofická fakulta. Ústav české literatury a knihovnictví. Kabinet Informačních studií a knihovnictví, 2009. 77 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Petr Škyřík. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/217795/ff_b/bakalarka_audioknihy.pdf. s. 11
[19] PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. *Tvar: literární týdeník*, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X.

množství dat do malého souboru. Nyní jsou nejaktuálnější soubory přenosné s pomocí USB disků, internetových serverů, mobilních telefonů a MP3 přehrávačů.

Jako první se zvukovým knihám v pravém slova smyslu v České republice věnoval PhDr. Josef Smýkal, jenž už v 60. letech založil zvukovou knihu pro nevidomé.[20] Dalším velkým pomocníkem byla knihovna pro nevidomé Karla Emanuela Macana, jež se zaměřovala nejen na tisk novin a časopisů v Braillově písmu, ale i zvukovým nahrávkám pro nevidomé.[21] Nejstarším a stále fungujícím nakladatelstvím soustřeďující se pouze na audioknihy je AudioStory, založené v roce 1991.

To, že je Amerika v audioknihách i teď velkým fenoménem může být dokázáno tržbami za audioknihy, jež se pohybují kolem dvou miliard dolarů. Vývoj audioknih v Evropě byl podpořený Frankfurtským knižním veletrhem, kde byla v roce 2008 celá třetina nabízených knih na audionosičích.[22] V České republice se letos chystá veletrh Svět knihy mezi 17. – 20. květnem v Praze na Výstavišti s tématy Černomořské oblasti a komiksů. V loňském roce se ho zúčastnila většina českých audiokižních nakladatelů.[23] Letošní přihlášení bohužel ještě nejsou zveřejněni.

Na závěr bych upozornila na možnou budoucnost audioknih. Těžko říct, jestli se dá nevidomým pomoci ještě více ve čtení, než je tomu tak teď. Mají slepecká písma, možnosti bezplatného půjčování audioknih či samotné nakupování. Nárůst prodeje se u slepého obyvatelstva se nepředpokládá, pokud se nezvýší i počet samotných nevidomých. Prodej se soustřeďuje hlavně na běžné čtenáře, časově vytížené lidi a děti. Koordinace nabídky a poptávky na knižním trhu není lehká. V poslední době nabídka mnohonásobně převyšuje potřeby spotřebitelů. Trh s tištěnými knihami je nepřehledný, nabídky jsou téměř neomezené a cenové rozpětí je nevýrazné.[24] Mezi audioknihami tak vysoká nabídka není. Vše postupně začíná spadat do komerční sféry, a jak píše Tomáš Juriga ani audioknihy se tomu nevyhnou:

[20] SMÝKAL, Josef. PhDr. Josef Smýkal [online] ©1999–2012 [cit. 2012-02-15]. Dostupné z: http://smykal.ecn.cz/.
[21] Knihovna a tiskárna pro nevidomé K.E. Macana [online] [cit. 2012-02]. Dostupné z: http://www.ktn.cz/history.
[22] ŠOŠKOVÁ, Andrea. Audiobooks aneb knížky do ucha [online] © 2010 [cit. 2012-03- 14]. Dostupné z: http://www.radioservis-as.cz/archiv08/36_08/36_tema.html.
[23] Svět knihy Praha: Katalog vystavovatelů 2011 [online] © 2006 [cit. 2.29.2012]. Dostupný z http://sk2011.ns2.greep.cz/cz/menu/vystavovatele-2011/.
[24] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 142-145.

„V posledních 30 letech se audioknihy staly komerční záležitostí. Jejich distribuce jde ruku v ruce s vývojem elektroniky, cenovou dostupnost nosičů a v poslední době s využitím téměř neomezených možností internetu.“[25]

2 Rozdělení a proces vzniku audioknih

Audioknihy jsou různorodé, rozeznávají se dle obsahu, obalu, vzácnosti a stáří. Neexistuje jeden prototyp. Liší se nejen v zaměření cílového posluchače, ale i z hlediska formy hmotného artefaktu. Existuje několik druhů zvukových nosičů, na které se audiokniha může nahrát. Postupem času se nosiče mění. Snižuje se jeho hmotnost i velikost. Navyšuje se kapacita disku. Tudíž i možná délka záznamu a omezuje se nutnost nahrát audioknihu na několik nosičů. V době největšího rozmachu audiokazet byly audioknihy nahrávány třeba až na 20 nosičů, zatímco nyní zabírá jen malou část kapacity disku v MP3 přehrávači. Další dělení je podle délky audioknihy. Tím není myšleno, že některé předlohy by byly dlouhé a jiné krátké. Jedná se o krácení z původní předlohy. Audioknihy se dělí na zkrácené, nezkrácené a jiné záznamy. Sama nakladatelství určují, zda bude mít audiokniha zkrácenou či nezkrácenou podobu a o jaké pasáže posluchače připraví.

2.1 Podle uložení dat

Zvukový nosič je předmět, nebo složka, na který je audiokniha uložena. Prvním nosičem byla gramofonová deska, poté vylepšená deska LP. Už na ně byly nahrány záznamy mluveného slova a to jak projevy, dramatizovaná čtení, rozhlasové hry či pohádky. Éra gramodesek zůstala stát, přesto výroba nebyla nikdy úplně zastavena. Momentálně se gramofonové desky stále vyrábějí a jsou opětovně prodávány v obchodech s hudebními nosiči a starší kousky v antikvariátech. V menší míře se na trhu nacházejí audiokazety. Ve své době byly nejužívanějším nosičem kvůli své praktické velikosti, možnosti délky nahrávek a lehké váze. Vystřídali je stále aktuální CD a hned po CD se přešlo k nehmotným audioknihám

[25] JURIGA, Tomáš. Jak se čte ušima. *Literární noviny*, 2009, roč. 20, č. 14, s. 11. ISSN 1210-0021.

v různých formátech (MP3, wav, ra, ATRAC, ATRAC 3, aj.)[26], které jsou nahrány jako soubor pro použití do počítačů, MP3 přehravačů, minidisků a playaway zařízení.

Možnosti uložení (zvukový nosič, server) dat jsou stále větší. Dokazují to nejenom výrobky kolem nás, ale také slovníky neologismů, ve kterých vysvětlení nových pojmů neustále přibývá, pro zajímavost jsem přepsala pár příkladů a výklady pojmů. Ve slovníku neologismů z roku 1996 najdeme pojmy *Audio-* (první část složených slov mající význam zvuk, zvukový, týkající se zvuku, jeho záznamu a reprodukce v nových výrazech, např. audiokazeta, audiotechnika)[27], *Audiotechnika* (soubor přístrojů a zařízení sloužících k záznamu a reprodukci zvuku: digitální audiotechnika)[28], Audiokazeta, Audiopřehrávač a CD, ale až ve slovníku neologismů 2 najdeme pojmy jako *Audiofil* (obdivovatel, vyznavač audiotechniky; nová generace přehrávačů určená pro audiofily; několik pavilonů tradičně vyhrazených audiofilům poskytuje komplexní přehled o tom, co současná akustická technika nabízí)[29], Audiokniha, Audiopirátství, Audiovezre, Minidisk a MP3formát. Přitom kupříkladu Minidisk byl vyroben už v roce 1991 a audioknihy se nahrávají už od dob gramofonových desek.

2.1.1 Audiokazeta – Magnetofonový pásek

Audiokazeta byla v devadesátých letech nejpoužívanější zvukový nosič. Oproti vinylové desce má malé rozměry, asi deset centimetrů ku sedmi, ale stejně jako deska má velkou nevýhodu v lehké zničitelnosti. Ničí se prachem, vysokými teplotami a pouštěním v přehrávači samotném. Poškození se projevuje šumem, chrčením, nebo vynecháním části nahrávky.[30] Velké množství knihoven si tento problém s nekvalitními či poškozenými kazetami zažilo na vlastní kůži a za nemalé částky nakupovali pásky nové. Některé dokonce půjčování zpoplatnilo.[31]

[26] KOHŮTEK, Petr. Zvuk – formáty [online] © 2001 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: http://medard.soc.cas.cz/digidat/zvuk_formaty.htm.
[27] MARTINCOVÁ, Olga. KOLEKTIV. *Nová slova v češtině: slovník neologismů*. 1. vyd. Praha, 1998. ISBN 80-200-0640-0.
[28] tamtéž
[29] MARTINCOVÁ, Olga. KOLEKTIV. *Nová slova v češtině*: *slovník neologismů 2*. 1. vyd. Praha, 2004. ISBN 80-200-1168-4.
[30] K, Pavel: Proč se vracejí kazety. *Lidové noviny* 12. března 2011: s. 30.
[31] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina*

Audiokazeta funguje na principu magnetické pásky. Data se na ně mohou nahrát nejen ve studiích, ale i na magnetofonech či diktafonech. V době jejich největšího boomu se daly sehnat v každém papírnictví. Měly rozsahy šedesát či devadesát minut, někdy až 120, ale v takovém případě hrozilo větší riziko poruch při přehrávání, protože čím delší byl časový rozsah, tím tenčí musela být páska.

Audiokazety se na trhu udržují v malé míře dodnes. Stále se doprodávají. I když jsou jistá specializovaná hudební nakladatelství zaměřující se na prodej audiokazet, kupříkladu česká Ascarid. Ačkoli na audioknihy ve formátu audiokazeta se pomalu zapomíná, tak podle Petra Ference z punkové či black metalové scény kazety nikdy úplně nezmizely.[32]

Co znamenala audiokazeta pro knihovnu? Jedna magnetofonová kazeta stála knihovnu 60Kč, a jelikož některé tituly mohly být pojaty až na 20-30 kazet, znamenalo to pro knihovny velkou finanční zátěž. Dále pak museli zaměstnanci knihovny pásky kontrolovat. V případě poškozené pásky nezbývalo nic jiného, než objednat novou. Dodání kazety mohlo trvat i několik měsíců. Žádná knihovna neměla kvůli výše zmiňované finanční náročnosti více než jednu kopii jednoho titulu, což u knížek takovým pravidlem není. Ze stejného důvody si knihovny nemohly dovolit objednat všechny dostupné tituly.[33]

2.1.2 CD

Kompaktní disk CD byl vynalezen firmami Sony a Phillips v roce 1979, už v roce 1982 byl nahrán první zvukový záznam, album skupiny ABBA *The Visitors*. Boom CD byl velký a vypadalo to, že z trhu úplně odstraní gramofonové desky i audiokazety. Nejdříve se začala vyrábět CD, na které bylo možné nahrát 74 minut zvuku (což je přesně kolik má Beethovenova Devátá symfonie) teď jsou běžně dostupná 80 minutová CD, což je 700MB. Existuje ještě mini CD, na které se vejde maximálně 24 minut zvukového záznamu. Stejně jako audiokazeta, i CD se může poškodit – poškrábáním, chladem nebo žárem. Dělí se na několik formátů, podle toho jestli se na něj umístí hudba, film, interaktivní program, nebo na

[online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.
[32] KLUSÁK, Pavel: Proč se vracejí kazety. *Lidové noviny*, 12. března 2011: s. 30.
[33] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.

něm uložená data budou přepisována, anebo je určeno pouze k nahrání dat pro čtení. [34] Kompaktní disk je nejrozšířenější hmotný nosič audioknih v České republice.[35] Jeho velkou výhodou je lehkost, skladnost a kvalita zvuku. Přehrávačem CD disponuje řada autorádií, domácích rádií, hifi soustav, domácích kin i přenosných audio nosičů.

2.1.3 Formát MP3

MP3 je formát zvuku, který měl umožnit efektivní kompresi zvukového záznamu na digitální formu s minimální ztrátou kvality. Je znám od roku 1989, což je 7 let po CD, pod názvem MPEG Audio Layer 3. Původní soubor dokáže zvukový záznam při převodu na MP3 desetkrát zmenšit. Jedna minuta se rovná jednomu MegaBytu. Tento formát se stále zlepšuje, díky znalosti lidského sluchu dekodér odstraňuje zvuky, které běžný posluchač neslyší a uvolňuje tím další místo buď na CD, nebo datovém souboru.[36] Tento formát podporuje každý počítačový přehrávač, novější autorádia i jiná rádia s CD a všechny přenosné přehrávače s paměťovým diskem. Většina internetových linků nabízí ke stažení knihu právě v MP3 formátu. Je to rychlejší pro stahování a výhodné pro nepotřebnost velké kapacity na pevném disku.

Knihovny si audioknihy nemusí objednávat pouze na hmotných nosičích, Knihovna a tiskárna pro nevidomé K. E. Macana nabízí stažení zvukových záznamů pro všechny bibliotéky. Ty si je objednávají na serveru KTN. Po vyplnění hesla si je mohou kdykoli a opakovaně stáhnout a disponovat s nimi. Může je nahrát na jakékoli nosiče a půjčit návštěvníkům. Stažení jednoho záznamu stojí knihovnu 120,-Kč. Objednání klasického CD knihovnu stojí 150,-Kč. Zvukové knihy pořízeny na KTN jsou určeny výhradně pro zrakově postižené, nebo tělesně postižené tím způsobem, že sami nemohou číst.[37]

---

[34] And 25 Years Ago Philips Introduced the CD [online] ©2002-2012 [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: http://www.geekzone.co.nz/content.asp?contentid=7304.

[35] ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.

[36] KLIMEŠ, Tomáš. Co je MP3? [online] ©2004 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://nullsoftwinamp.sweb.cz/winamp/mp3.htm.

[37] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.

2.1.4 Minidisk

Minidisk neboli MD je malá napodobenina klasického CD. Současně se tak i nazývá přístroj, na kterém je minidisk přehráván. Nejrozšířenější je toto zařízení prozatím v Japonsku. Stejně jako s ostatními přenosnými datadisky jsou minidisky k dispozici spotřebitelům díky firmě Sony, která jej vynalezla v roce 1991. Není určen jen pro řadové spotřebitele, ale i pro nahrávací studia a reportéry, jelikož se některé z nich dají použít jako rekordéry. Neexistuje pouze jeden druh, stejně jako ostatní přehrávače se stále aktualizuje. Minidisky propojitelné s počítačem se nazývají NetMD. Propojují se pomocí optického kabelu. Velkou výhodou je jeho možná přenosnost. Je malý, skladný a není těžký. Nenahrává se ve formátu MP3, ale ve formátu ATRAC. Což je velká nevýhoda pro kompatibilitu s ostatními přehrávači, včetně PC. Na jeden disk se vejde 74 nebo 80 minut nahrávky. Ve formátu ATRAC3, se na disk vejde až dvakrát více hudby, ale je nutné k tomu mít novější druh přehrávače. Nejnovější model disku disponuje až 1GB paměti a je též kompatibilní s PC.[38] [39] Na Japonském trhu, jsou ceny v rozmezí 12 až po 100 dolarů za výkonné přehrávače.[40]

2.1.5 Playaway

Playaway není v České republice známý výrobek. Jedinou možností jak ho sehnat je objednat si ho přes zahraniční internetové stránky. V Americe je naopak velice známý. Stal se velkým pomocníkem ve 20 000 knihovnách a je oblíben u dětí i mládeže. Zajímavé je jeho využití v armádě. Přes 25 000 kusů tohoto přehrávače je dopraveno vojákům po celém světě.[41]

---

[38] *Minidisk.org : What are MiniDiscs?* [online]. [1997] [cit. 2011-30-01]. Dostupný z: http://www.minidisc.org/part_What_are_MiniDiscs.html.

[39] Minidisk.org : *Technology* [online]. [cit. 2011 -30-01].Dostupný z: http://www.minidisc.org/part_MD_technology.html

[40] Tamtéž

[41] GARTNER, Angela. Sonlon firm´s „Playaway" a runaway hit at libraries. *Sun News* [online]. © 2012, 14. 11. 2009 [cit. 2012 -03-10]. Dostupné z: http://www.cleveland.com/sun/all/index.ssf/2009/11/solon_firms_playaway_a_runaway.html.

„Playaway vznikl v americkém Ohiu. Je to spojení přenosného přehrávače a digitálního média. Největší výhodou je fakt, že obsah celé knihy, a to bez ohledu na její délku, je možno přehrát na jednom médiu - uvádí se délka až osmdesát hodin. Dalším důvodem, proč by Playaway mohl prorazit do světa, je malá velikost, hmotnost, a tak i možnost poslouchat kdykoliv a kdekoliv. K jejich poslechu jsou nutná jen sluchátka a napájení z jedné AAA baterie.“[42]

Je to přehrávač primárně zaměřený na poslech audioknih. Je dokonce vybaven 5 rychlostmi vyprávění, možnost zrychlení nebo zpomalení řeči interpreta je záležitost mimo playaway často nedostupná. Data se do něj dají nahrát přes mobil nebo počítač. V poslední době se výrobce začal zabývat i malými videopřehrávači. [43]

2.2 Podle délky a předlohy audioknih

Audioknihy se mohou nahrávat dle knižní předlohy nebo jiného scénáře. Když má audiokniha svou předlohu, vyrábí ve zkrácené nebo původní verzi. Posluchač sám ví nejlépe kolik času má na poslech audioknihy a zdali ji potřebuje či chce slyšet celou slovo od slova, nebo bude důvěřovat nakladateli a spokojí se se zkrácenou verzí.

2.2.1 Nezkrácené audioknihy

Nezkrácené audioknihy (známé pod anglickým názvem UNABRIDGET) jsou ty, které jsou načteny striktně podle literární předlohy slovo od slova. Nikdo do nich nezasahoval, zachovávají stylizaci jazyka. Na nahrávce může být uveden název nakladatelství. Jsou vhodné pro lidi, kteří nevěří zasahování do textu. Zkrácení popisných pasáží nebo celých kapitol nemusí být každému příjemné. Nevýhodou je časová náročnost poslechu a možná vyšší cena než u zkrácené verze.

[42] ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.
[43] Our Products [online] © 2012 [cit. 2012- 03-10]. Dostupné z: http://www.findawayworld.com/what-we-do/our-products/.

2.2.2 Zkrácené audioknihy

Zkrácené audioknihy (v angličtině známé jako ABRIDGED audiobooks) jsou takové verze, které přišly o nějaké úseky původní knihy. Většinou jde o dlouhé popisné pasáže. Nikde není předem dáno, které části jsou vhodné pro vyškrtnutí, každé nakladatelství si zkrácenou verzi navrhuje samo. Velký pozor si musí dávat na to, aby nevyškrtli důležitou část pro pochopení děje. Takový člověk, který zkrácení připravuje, musí mít původní knihu dobře načtenou a znát všechna dějová propojení. Zkrácená verze nevzniká z audioknižní nezkrácené verze, nahrává se samostatně. Menší finanční i časová náročnost je velice pozitivním faktorem při koupi.[44]

Zkrácené knihy jsou známy i v psané podobě. Často se takové knihy používají ke zdokonalování gramatiky, nebo zapamatování si ustálených frází v cizím jazyce. Kupříkladu projekt British Council spolupracující s deseti knihovnami v České republice nabízí zkrácené knihy v anglickém jazyce v různých stupních náročnosti. Čtenář si ve zjednodušeném, neboli zkráceném textu lépe poradí s překladem.[45]

2.2.3 Ostatní

Do této kategorie patří nahrávky, které nemají nic společného s knižní předlohou. Můžou to být různé rozhovory, nahrávky přednášek, projevů státníků. Patří sem též rozhlasová dramatizace díla. Tato kategorie nepatří mezi klasické audioknihy, liší se hlavně tím, že ve většině případů není namluvena jedním interpretem.[46] Zařadila bych sem ještě nahrávky, kde původní text je psán třeba starou češtinou a pro lepší pochopitelnost je namluven do spisovné češtiny.

[44] ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.
[45] British Council. Partnerské knihovny [online] © 2012 [03-09-2012]. Dostupné z: http://www.britishcouncil.org/cz/czechrepublic-about-us-partner-libraries.htm.
[46] ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.

2.3 Proces vzniku audioknih

Když proces vzniku audioknihy zestručním, bude to znít stejně jednoduše, jako třeba dojít si nakoupit. Není tomu tak, v podrobnějším zkoumání vyplouvá na povrch pravidlo, že nic není zadarmo a dobrá práce něco stojí. Ve velkém měřítku stojí hlavně hodně času. A čas jsou peníze. Je to koloběh jako v jakékoli jiné ekonomické produkci výrobku.

Vše začíná v nakladatelství výběrem nové audioknihy. Kritériem výběru je prodej knižní předlohy, nebo oblíbenost u čtenářů. Nakladatelství uvažují více méně racionálně nad vydávanými žánry, aby trh nebyl omezen ve výběru pouze detektivkami a romancí, ale aby se našly i životopisy, populárně naučné a odborné knihy. Z právního hlediska je nejdůležitější vyřešit otázky autorského práva. Volné nahrání je možné minimálně 70 let po smrti autora. Předtím spadají autorská práva díla do rukou tvůrce díla, jeho nakladatele či producenta, partnera nebo potomků. S nimi se pak řeší finanční vyrovnání za použití výtvoru, v tomto případě knihy.[47]

Posléze se schází tým z nakladatelství a diskutuje se nad režisérem audioknihy, interpretem a případným zkrácením předlohy. Nad interprety je uvažováno nejen z hlediska zvučnosti jména, ale hlavně aby jejich hlas odpovídal a pasoval ke knize.

František Špergr při své práci na audioknize Žáči Kopyto a Mňouk vybíral podle interpretů povídky, které se k nim budou nejvíce hodit, na kterých budou moci předvést nejen sebe, ale palety hlasů. Interprety byli Pavel Liška a Tomáš Matonoha.[48] Před samotným nahráváním probíhají hlasové a mikrofonové zkoušky. Když je v knize více postav, studio si nahrává interpretovo zabarvení hlasu do počítačové mezipaměti, aby si je při dalším čtení mohl vybavit.[49]

Nakladatelství mají většinou vlastní studia, nebo si je pronajímají jinde. K dispozici jsou kupříkladu studia rádií, DAMU[50], soukromá studia hudebníku či komerčně založené společnosti pro nahrávání zvukových stop. Nahrávání části audioknihy bratrů Krasových proběhlo veřejně. Vše v rámci PR kampaně a zviditelnění se. Jednalo se o knihu *Udělej mi*

[47] O audioknihách [online] © 2012 [03-10-2012]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.
[48] „Bára“. Žáci Kopyto a Mňouk se vracejí. Pavel Liška je Kopyto a Tomáš Matonoha je Mňouk [online] 20 únor 2010, © 2010. Dostupné z: http://audioknihy.net/clanky/id/78/.
[49] O audioknihách [online] © 2012 [03-10-2012]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.
[50] Zvukové studio DAMU [online] [03-11-2012]. Dostupné z: http://www.damu.cz/fakulta/zvukove-studio-damu.

tichoučko a natáčela se v pražské Viole.[51] Každou audioknihu doprovází i znělky, které též vybírá režisér po poradě s týmem z nakladatelství. Ty se nahrávají mezi předěly nebo k doplnění atmosféry. Doba nahrání audioknihy je různá. Jedna hodina nahrávky odpovídá 4-10 hodinám namlouvání. Konečné úpravy spočívají ve vyčištění hlasu, zničení šumů a sestříhání s hudbou do formy, kdy bude připravená k vydání.[52] Na konci se řeší obal.

Obálka CD je důkladně promýšlena také. V roce 2010 dokonce čtyři nakladatelství soutěžila o to, které obálka audioknihy je nejhezčí. Zúčastněná vydavatelství byla Audiostory, Radioservis, Supraphon a Tympanum. Obal hodnotily tři týmy. Odborný, grafický a veřejnost. Odborná porota měla rozdat tři ceny. Ale na druhé místo dala obaly dva a na třetí dokonce čtyři. Za nejlepší obal vyhodnotili *Ostře sledované vlaky* od Supraphonu; Druhá místa získal Radioservis za *Pipi Dlouhou punčochu* a *Legendu Emöke* . O třetí místo se podělil Radioservis s Tympanem a Audiostory. Umístila se všechna nakladatelství. Grafická porota udílela po jednom místě. Zlatou dostala *Škola malého stromu* nakladatelství Tympanum. Stříbrnou *Bajky i nebajky* od Tympanum a bronz *Legenda Emöke* z Radioservisu. Veřejnost má dosti podobný vkus jako odborná porota. Na prvním místě skončil Supraphon s *Ostře sledovanými vlaky*, na druhém *Pán prstenů* též od Supraphonu a na třetím *Karlík a továrna na čokoládu* od Tympanum.[53]

2.3.1 Režiséři

Nejčastějšími režiséry audioknih jsou současní nebo bývalí režiséři dramatizací textu či rozhlasových čtení. Mezi aktuálně výkonné audio režiséry můžeme řadit tyto: Petr Mančal, Hana Kofránková, Aleš Vrzák, Dimitrij Dudík, Viktorie Čermáková, Miroslav Buriánek, Jan

[51] VLASÁKOVÁ, Kateřina. Jan a Ivan Krausovi budou ve Viole natáčet audioknihu [online] 02. 09. 2011[03-12-2012]. Dostupné z: http://www.mediafax.cz/kultura/3276821-Jan-a-Ivan-Krausovi-budou-ve-Viole-natacet-audioknihu.

[52] KOPÁČ, Radim. Boudou audioknihy běžnou součástí knih? [online] 21.1.2008 Portál české literatury Dostupné z: http://www.citarny.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=13:budou-audioknihy-bnou-souasti-knih--&catid=42:audioknihy&Itemid=4142.

[53] „Bety". Známe vítěze o NEJ OBAL audioknih [online] 30. 9. 2010 © 2010 [03-12-2012]. Dostupné z: http://audioknihy.net/clanky/id/351/.

Jiráň, František Špergr, Robert Tamchyna.[54] Tato jména jsou menším vzorkem, režisérů, kteří za svou kariéru natočili audioknihu je vice.

Velkou otázkou pro mne bylo, co interprety může na namlouvání tak dlouhých knížek bavit. Miroslav Donutil v jednom rozhovoru řekl: "Práce s mikrofonem mě baví, protože mimo jiné poskytuje možnost zahrát si postavy, které by mne například v divadle, nebo ve filmu minuly…“[55]

2.3.2 Interpreti

Interpretů audioknih má Česká republika mnoho. Většinu hlasů známe z dabingu, filmových či divadelních rolí, nebo z hudebních CD. Nakladatelství exkluzivní smlouvy s interprety nesepisují. Pouze v případě, že vychází celá série knih, které na sebe navazují, se předpokládá, že interpret načte vše. Každá kniha si žádá jiný typ vypravěče. Pokaždé se na to hodí někdo jiný – muž, žena, mladík, kmet. Herec, který chce interpretovat, musí mít schopnost pochopit autora a předat jeho myšlenky. Pokora k textu je důležitější než výjimečné herecké schopnosti.

Vypravěči, často též nazvaní interpreti, se dělí na různé skupiny podle typu a polohy hlasu, hloubky a zabarvení. Velkým plusem každého člověka, který knize propůjčí svůj hlas, je nezaměnitelnost jeho hlasového projevu. Jsou to lidé známí především z dabingu, ať už namlouváním celovečerních filmů nebo dokumentů, hereckých či pěveckých kruhů. Že je výběr interpreta pro audioknihu velmi důležitý, dokazuje i fakt, že na všech webových stránkách, které knihy k prodeji nabízejí, je možné si audioknihu vybrat nejen podle katalogu autorů, či seznamu děl a nabídek nejprodávanějších či nejnovějších titulů, ale i interpretů, kteří knize svůj hlas propůjčili.[56]

Nakladatelství při výběru interpreta už předem tuší koho osloví. Je pro ně důležité, aby oslovili správného člověka, který postavě v knize vdechne to kouzlo, které kniha a postavy

[54] Režiséři [online] © 2006 [03-11-2012]. Dostupné z: http://www.tympanum.cz/cs/reziseri/.
[55] BEZR, Ondřej. Nabídka číst Černé barony se neodmítá říká Miroslav Donutil IDNES [online] 9.8.2010 [03-12-2012]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/nabidka-nacist-cerne-barony-se-neodmita-rika-miroslav-donutil-pur-/literatura.aspx?c=a100809_111230_literatura..
[56] Příklad: Interpreti [online] © 2012 [03-04-2012]. Dostupné z: http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=interpreti.

v ní mají. *„Vypravěče není možno ztotožnit s autorem, ačkoli ve vypravěči je vždy něco z autora.“*[57] Kupříkladu Bára Hrzánová, hvězda mluveného slova často získává „role“ slečen, které dokonale nevypadají, jdou z průšvihu do průšvihu a musí se vypořádat se svým okolím. Jde třeba o *Hrdého Budžese, Metráčka* nebo *Čarodejnice školou povinné*. František Špergr o ní řekl: „Myslím si, že paní Hrzánová je ideální představitelka pro tyto nejrůznější figurky, pro holčičí role, protože s dívčí kategorií velmi dobře cítí. Všechny charaktery, které v knize jsou, postavila velmi hezky.“[58]

Zvučné hlasy i jména audioknihám propůjčili kupříkladu tito lidé: Jiřina Bohdalová, Michal Dlouhý, Marek Eben, Barbora Hrzánová, Zlata Adamovská, Jan Budař, Jiří Langmajer, Dana Medřická, Jitka Molavcová, Dana Morávková, Petr Nárožný, Viktor Preiss, Miroslav Donutil, Martin Dejdar, Saša Rašilov, Jiří Stěpnička, Oldřich Kaiser, Jan Tříska, Pavel zedníček, Václav Postránecký, Jaroslav Dušek, Richard Krajčo, Vojtěch Dyk, Vladimír Čech, Ivan Trojan a Jiří Ornest.

3 Distribuce

Pod pojmem distribuce je nutné si v tomto případě představit dodávání audioknih do obchodní sítě a ke spotřebitelům. Distribuce je dlouhý proces závisející na několika faktorech. Vše začíná u spotřebitele, jehož nákupní volby sleduje prodávající (nakladatel) a ten podle poptávky uzpůsobuje svoji nabídku. Na druhou stranu zase nabídka formuje vkus a tím nákupy spotřebitelů. Nákupy a preference spotřebitele se dají zjistit odbytem, žebříčky oblíbenosti, anketami, diskuzemi apod. Odbyt si každý nakladatel počítá sám, stejně tak jako si vytváří diskuze a ankety na webových stránkách nebo sociálních sítích. Stává se, že nakladatel za vidinou nejvyššího možného zisku vybírá díla spisovatelů, jež se podobají nejnovějším trendům, nebo vydává díla již osvědčených autorů.

[57] ŠTOCHL, Miroslav. *Teorie literární komunikace*. 1. Vyd. Praha, 2005. ISBN 80-86903-09-5. s. 59-64
[58] Jill Murphyová - Čarodějnice školou povinné [online] © 2012 [03-12-2012]. Dostupné z:http://www.knihynacd.cz/-c-c-/jill-murphyova-carodejnice-skolou-povinne-722.html.

Zhodnocení anket, nebo výsledky prodejnosti audioknih mohou uvádět nakladatelé stejně jako Tympanum nebo Radioservis na svých webových stránkách v žebříčcích oblíbenosti.[59] Slouží jako tip pro nakupující. Okem spotřebitele může být dobrá prodejnost záruka kvality. Přesto masové náklady občas působí negativně, protože narušují identitu exkluzivního spotřebitele. Stejně jako na nejprodávanější žebříčky nezapomínají nakladatelé upozorňovat návštěvníky stránek na novinky jejich produkce.(V daleko větším množství)[60] I knižní průmysl ovládají módní trendy a to se odráží v průmyslu audiokniżním, jelikož většina audioknih je vydána na základě velkého odbytu v tištěné podobě.[61]

Velmi známou celonárodní anketou v česku se stala Kniha mého srdce. Cílem této ankety nebylo pouhé zjištění výsledků, ale popularizace knih.[62] Na výsledcích ankety je dobře vidět, že i knižní průmysl se zabývá trendy a je ovlivněn zájmy čtenářů. Jako příklad možnosti změny tržní kultury bych uvedla *Stmívání* od Stephanie Mayer, které se objevilo na vysoké příčce oblíbenosti. S počtem hlasů 24 217 se dostalo na čtvrté místo, kupříkladu před díla jako je *Harry Potter*, *Egypťan Sinuhet* a *Osudy dobrého vojáka Švejka*. [63] *Stmívání* se těšilo veliké oblibě již v zahraničí a čeští čtenáři knihu též přijali s nadšením. Jeho popularita dokonce změnila knižní trh. Před ní to dokázal svět plný magie a kouzel *Harryho Pottera* od J. K. Rowlingové, poté dračí svět *Eragona* od Christophera Paoliniho. Po vydání *Stmívání* v České republice se spustila lavina prodeje předmětů s upírskou tématikou včetně knih a dříve nezajímavé upírské deníky se dostaly do popředí prodeje. [64]

Distribuce audioknih spočívá v několika krocích. Pokud přeskočím události, jako jsou výroba a propagace, je na řadě první krok prodeje. A tím může být nabídka na internetu. Lidé velice rádi nakupují z pohodlí domova. Jednou z prodejních možností nakladatele je mít e-shop, kde si zákazník knihu objedná a nakladatel mu ji pošle ze skladu, takže jediný zákazníkův pohyb může být převzetí si balíčku od doručovací služby. Snadná dostupnost

[59] Nejprodávanější [online] © 2006 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: http://www.tympanum.cz/cs/e-shop/nejprodavanejsi/; Nejprodávanější [online] © 2010 [cit. 2012-2-25]. Dostupné z: http://www.radioservis-as.cz/katalog/nejprodavanejsi.php.
[60] Novinky v naší nabídce [online] © 2010 [cit. 2012-02-25]Dostupné z: http://www.radioservis-as.cz/katalog/katalog.php?novinky=1. ; Novinky [online] [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=katalog&typ=2.
[61] Cit. Karel Černošek v rozhovoru. ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. *Český rozhlas* [online]. 5.12.2008 [cit. 2012-06-16]. Dostupné z: http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce.
[62] Kniha mého srdce [online] © 2009 [cit. 2012-02-25] Dostupné z: http://www.knihamehosrdce.cz/.
[63] Výsledky hlasování [online] © 1996-2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: http://www.ceskatelevize.cz/program/knihamehosrdce .
[64] Upíří deníky [online] © 2007-2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z: http://www.upiri-deniky.cz/.

produktů nečiní audioknihu vzácnou a kupující nemusí mít hned z nákupu radost. Pokud na ni prodejce neudělil slevu, nebo ji nákupčí nevyhrál v aukci či soutěži. Sběratelskou hodnotu audiokniha oproti tištěné knize vzhledem ke krátké historii v České republice nemá. Domácí knihovna z audioknih zatím nevzbuzuje takový zájem jako větší ediční řada tištěných knih.

Jinou možností koupě přes internet je internetový portál, kde si audioknihu můžete za poplatek stáhnout. Takovým je třeba audiotéka, prodej audioknih renomovaných vydavatelství. Dalšími projekty jsou allmusic a i-legalne. Pro stahování je nutné se registrovat na jejich stránkách, vybrat knihu, zaplatit poplatek a to je vše. Pak už se kniha objeví ve správě účtu a je možné si ji kdykoli a opakovaně stáhnout. Audiotéka nabízí i možnost kupování audioknih přes mobilní telefon, stačí si stáhnout jimi nabízenou aplikaci.[65] Třetí možností je kamenný obchod, který má jen radioservis jako reprezentační prodejnu v Praze ve Vinohradské ulici. Poslední možností, velice rozšířenou, je spolupráce s knihkupectvími a prodejnami zvukových nosičů.

3.1 Trh v ČR

Trh s audioknihami v České republice není na vysoké úrovni jako jinde ve světě. Průzkumy tvrdí, že čtení stále převažuje nad posloucháním.[66] Není jisté, že se to v budoucnu změní, ale předpokládá se zvýšení oblíbenosti audioknih, jako je tomu u jiných zemí.[67] Dříve bylo zvykem, že si lidé v rádiu pouštěli rozhlasové hry, byli to především občané staršího věku. Audioknihy jsou více nabízeny mladším občanům, protože ti především jsou schopni se adaptovat v moderním elektronickém světě.

Když se přesuneme od možnosti nákupu, dostaneme se ke skutečnému získávání knih. Knihy v tištěné podobě získáváme nejvíce z knihkupectví, od přátel, z městské knihovny, z domácí knihovny a internetu. Pro trh a výnosy je důležitá reklama a propagace. Lidé se o nových knihách nejčastěji dovídají od známých a kamarádů, z obchodů, z tisku, propagačních

[65] Mobilní aplikace [online] © 2011 [cit. 2012-02-27]. Dostupné z: http://audioteka.cz/mobilniaplikace.
[66] ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: http://audioknihy.net/oaudioknihach.
[67] JŮZLOVÁ, Petra. Přestanou Češi číst? Na trhu je 1200 audioknih. *Lidovky* [online] 28.11.2011 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/firmy-trhy.asp?c=A111128_164127_firmy-trhy_apa.

materiálů, internetu, v menší míře pak z knihoven, televize a rozhlasu.[68] Dle mého dotazníku to samé platí i u audioknih.[69]

Trh audioknih v České republice se liší od ostatních zemí. Audioknihy jsou pro nás vesměs novinkou. Náš trh na to není uzpůsobený. V oblasti kamenných obchodů se se světem nemůžeme rovnat. Zato v internetovém obchodu jsme na víceméně podobné úrovni, ale v menších číslech daných počtem populace. Propojení mezi internetovými a kamennými obchody existuje. Nejenom, že firmy vlastní oba druhy obchodu, ale i zákazníci se snaží vyzrát na prodejce. „*Dříve internet podporoval kamenný obchod. Lidé na internetu našli informaci, kde knihu najdou, šli ji koupit. Ted už většinou přes internet i nakupuji. Dokonce se stává, že si v knihkupectví knihu pohlédnou a potom koupí na internetu.*“[70] Audioknihy jsou s internetem velice propojené. A to buď přes on-line stahování v podobě audioték, nebo vysokým internetovým prodejem. Vyhledavače nakladatelstvím přejí. Při zadání názvu díla, které vyšlo v tištěné i mluvené podobě se na prvním místě objeví audioverze.

Malý rozvoj našeho trhu má na vině hned několik jevů. Prvním z nich je ten, že knihkupectví knihy upřednostňují a spíše přizpůsobují prostory v obchodu potřebám čtenářům než knižním posluchačům. Ze západu se k nám šíří nový trend týkající se knihkupectví. Už to nemá být jen místo plné knih, mnohdy působící jako skladiště, ale má se zvětšovat prostor mezi policemi s knihami a také osobní prostor a volnost nakupujících. Být benevolentnější v ohledu osahávání a začítávání se do knih je nový přístup prodejců předpokládající navýšení prodeje. Představa, že by před deseti lety zákazník v knihkupectví chodil po obchodu a tu a tam si něco přečetl a zase odešel, byla pro prodejce nepřijatelná. Se zvyšováním kvality služeb zákazníkům, marketingovými tahy a volby udělat téměř cokoli, aby si zákazník knihu koupil myšlení knihkupců a jejich manažerů postoupilo dál. Do knihkupectví se zabudovávají koutky, kde si lidé mohou knihu v klidu prohlédnout a bez výčitek se do ní začíst, ať už si ji zakoupí nebo ne. Zatímco koutek na poslouchání audioknih VOX- BOX tak častým jevem není.

[68] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3.
[69] Viz. kapitola Fenomén audiokniha, str. 53-54
[70] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 29

Nerada bych vyvolala dojem, že audioknih je v České republice jen pár. V číselných údajích si vedou takto: Dle článku v denním tisku jich bylo v listopadu loňského roku na trhu v ČR necelých 1200. Odborné publikace na toto téma ještě nevznikly, ale Google nabízí 830 000 odkazů na heslo audiokniha.[71] Velikost českého knižního trhu se počítá na pět miliard korun. A z celkových tržeb zaujímají audioknihy 1-4%. [72]

3.2 Nakladatelství a projekty

Vznik většiny nakladatelství (nebo vydavatelství, zákon mezi těmito označeními nedělá rozdíl) v ČR začal s nepříliš komerčním plánem vydávat audioknihy. Poptávka nebyla veliká a nebylo dost odběratelů. Proto byly počáteční plány skromné s možností, že se prodejnost zlepší. Některá nakladatelství vznikla nově za účelem vydávání audioknih, některá je vydávají jako posilu a alternativu své kmenové produkce.[73] I v tomto odvětví je nutná kooperace, velké množství audioknih, e-shopů a prodejen vzniklo na základě spolupráce několika vydavatelství, nebo firem i s jiným zaměřením.

Všechna vydavatelství a projekty, které zmíním, jdou s dobou a mají jak svoje webové stránky, tak stránky na facebooku, kde shromažďují své posluchače. Je to určitě dobrým krokem PR propagace pro mladší skupinu posluchačů, ale ne vždy je to jejich cílová skupina. Další společnou věcí jim je uveřejnění seznamu deseti jimi doporučovaných děl na stránkách www.ctesyrad.cz neboli Čtenářův sympatický průvodce.[74]

[71] Vyhledávání [online] ©2012 [03-04-2012]. Dostupné z: http://www.google.cz/search?q=po%C4%8Dty+audioknih&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:cs:official&client=firefox-a#hl=cs&client=firefox-a&hs=xBX&rls=org.mozilla:cs%3Aofficial&sclient=psy-ab&q=audiokniha&pbx=1&oq=audiokniha&aq=f&aqi=g4&aql=&gs_sm=3&gs_upl=15873l17779l0l17848l10l7l0l3l3l0l149l607l5.1l8l0&gs_l=serp.3..0l4.15873l17779l0l17849l10l7l0l3l3l0l149l607l5j1l8l0&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.,cf.osb&fp=79e1ba179893a41f&biw=1280&bih=611.

[72] JŮZLOVÁ, Petra. Přestanou Češi číst? Na trhu je 1200 audioknih. *Lidovky* [online] 28.11.2011 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/firmy-trhy.asp?c=A111128_164127_firmy-trhy_apa.

[73] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2012-01-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.

[74] Audioknihy – čtěte ušima [online] © 2009–2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://www.ctesyrad.cz/audioknihy.

3.2.1 Tympanum

Tympanum (oficiální webové stránky: www.tympanum.cz) je vydavatelství zaměřené na výrobu a prodej audioknih, bylo založeno v roce 2006 Josefem Burkovským a Karlem Černoškem. Zaměřují se na literaturu pro děti a detektivky. Všechny CD jsou doplněny popisem v Braillovu písmu jak na obalu, tak na samotném nosiči. Co určitě stojí za zveřejnění je jejich projekt zvaný VOX-BOX. Což jsou místa vyhrazená v kamenných knihkupectvích, kde si lidé mohou pustit ukázky z jimi nahraných děl. Jedná se o malá zařízení počítačového typu s dotykovým displejem, sluchátky a databází audioknih vydaných nejen u Tympanum. Oni sami vydali už přes šedesát titulů dostupných na e-shopu, v kamenných obchodech a také na www.audioteka.cz, kde se dá titul za poplatek stáhnout s licencí do počítače, telefonu, nebo přehrávače.

Primárně vydávají prózy. Natáčeli již se 40 interprety. Jestli je spolupráce interpretů s vydavatelstvím závazná na základě smluv se nikde neuvádí, pravděpodobně si interpreti sami vybírají, jaké dílo je zajímá, a kterému propůjčí svůj hlas. Není výjimkou, že na některých projektech spolupracuje hned několik interpretů, jako tomu bylo v případě CD *Osudy dobrého vojáka Švejk*a nebo *Deník Ostravaka* dostupných u Popron music.[75]

Tympanum má kromě VOX-BOXů i jinou kuriozitu. Vydalo totiž dílo spisovatelky Doroty Maslowské *Královnina šavle* dříve než vyšlo v pevné knižní vazbě. Ekonomicky i právně je to zcela v pořádku, jen to málokdo očekává.

Karel Černošek z vydavatelství Tympanum v rozhovoru pro Český rozhlas uvedl několik vět, které charakterizují jejich posluchače a jejich zájmy. Posluchači jsou: "Většinou střední generace, většina posluchačů jsou ženy, často třeba ženy v domácnosti, které jsou zvyklé poslouchat při nějakých domácích pracích. A myslím, že stále větší skupinou jsou řidiči. U audioknih je šance prorazit skutečně jen s těmi nejznámějšími tituly, doslova

[75] JÍCHOVÁ, Veronika. Audioknihy v pověřených knihovnách Jihomoravského kraje a jejich využití čtenáři [online]. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet Informačních studií a knihovnictví, Brno. 2010. 82 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. et Mgr. Monika Kratochvílová. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/96620/ff_b/DP_Jichova_Veronika.pdf.

s bestsellery. Proto jsme sáhli třeba po Agatě Christie nebo Paulu Coelhovi. Teď jsme zrovna vydali Anděle a démony od Dana Browna."[76]

3.2.2 AudioStory

Vydavetelství AudioStory je starší než Tympanum, vzniklo již v roce 1991. Majitelkou a producentkou je Jindřiška Nováková. AudioStory založila jako malou, rodinnou firmu, jejíž prestiží je vytvářet soukromý zlatý fond zvukových nahrávek četby, určený pro milovníky literatury a uměleckého slova na mikrofon z řad zdravých i zdravotně handicapovaných lidí.[77] Též mají oficiální webové stránky (www.audiostory.cz) a uvádějí na nich informace o vzniku, zaměření a inspiraci. Jsou průkopným vydavatelstvím zaměřující se na prózu pro děti i dospělé. Inspirovali se americkými a kanadskými nahrávkami, které audiokniżní vycházeli daleko dříve než u nás. Zaměřili se na cílového zákazníka, kterým je žena středního věku, nakupující pro sebe a svou rodinu či známé. Od roku 2006 úzce spolupracují s Popron Music. Déle spolupracují s Firmou Fonia. Jejich chytlavý slogan zní: AudioStory, *Knížky do ucha*, jmenoval se tak i jejich projekt pro podporu audioknih. V roce 2007 připravili akci v knihkupectvích – Dům knihy Kanzelsberger a Palác knihy Luxor, kde umístili stojan XPLACE poskytující stejné možnosti jako VOX-BOX[78], bohužel není více dohádatelných informací o této akci. Nevýhodou jejich webových stránek je špatná vyhledatelnost audioknih, kterých mají v katalogu necelých 100.[79] Velkou pomocí jim proto je jejich partner Popron music a Fonia, kteří mají e-shop přehlednější a nabízejí tam i knihy vydané u AudioStory.

[76] ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. *Český rozhlas* [online]. 5.12.2008 [cit. 2011-06-16]. Dostupné z: http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce.
[77] AudioStory – O nás [online] [cit. 2012-01-02]. Dostupné z: http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=onas.
[78] JÍCHOVÁ, Veronika. Audioknihy v pověřených knihovnách Jihomoravského kraje a jejich využití čtenáři [online]. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet Informačních studií a knihovnictví, Brno. 2010. 82 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. et Mgr. Monika Kratochvílová. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/96620/ff_b/DP_Jichova_Veronika.pdf.
[79] Katalog [online] © 2012 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=katalog&typ=1.

3.2.3 Supraphon

Supraphon (oficiální webové stránky: www.supraphon.cz) je nestarší ze zmiňovaných firem v této kapitole. Ani oni na svých stránkách nešetří chválou na svou hlavu. Se svou činností začali ve třicátých letech se zaměřením na výrobu gramodesek a jejich šíření. Speciálně šlo o vývoz české hudby. V průběhu let se stal výrobním podnikem a samostatným vydavatelstvím. Už před rokem 1989 se mezi jeho nahrávkami vyskytovaly i nahrávky mluveného slova. Jejich specialitou byly nahrávky „Supralong" kam se vešlo 80 minut mluveného slova. Supraphon vkládal desky jako přílohu pro Klub přátel poezie, na nichž byly antologie doprovázené interpretacemi vybraných básní. V 90. letech to byla známá firma po celém světě a nedělalo jí problém přesunout se ve správný čas z gramodesek na kompaktní disky. Velkovýrobnou byly gramofonové závody v Loděnici, kde po roce 1988 začala výroba kompaktních disků. Aktuálně vyrábí i DVD a patří společnosti GZ Digital. Akciová společnost Supraphon prošla změnou vlastníků mezi rokem 1993-2008, nyní je jejím hlavním akcionářem Bonton a.s.

V seznamu titulů mluveného slova aktuálního k lednu 2012 se nachází 371 nahrávek.[80] Nejsou to všechno audioknihy jakožto interpretace díla. Z velké části jde o tvorbu divadla Spejbla a Hurvínka či Járy Cimmermana, pohádky namluvené Jiřinou Bohdalovou či vyprávění Jana Wericha.

Velkým krokem vpřed je Supraphonline, on-line obchod s českou hudbou, ale také s mluveným slovem. Funguje na stejném principu jako Audiotéka. K datu 1. 3. 2012 nabízejí ke stažení 383 alb mluveného slova. V zastoupení žánrů mají třináct audioknih, čtrnáct dramatizací, devadesát pět položek humor, padesát osm pohádek, sto padesát pět nahrávek pro děti a další. On-line obchod je hezky propracován ve funkci vyhledávání a mohou se pyšnit příjemným uživatelským prostředím.

[80] Katalogy a seznamy [online] © 2012 [cit.2012-02-25]. Dostupné z: http://www.supraphon.cz/cs/katalog/katalogy/.

3.2.4 Radioservis

Vydavatelství českého rozhlasu Radioservis (www.radioservis-as.cz) je jednou z částí produkce Českého rozhlasu, ten samotný začal vysílat v roce 1923. Aktuálně má 20 stanic rozdělené na zahraniční, celoplošné, regionální a speciální.[81] Stal se velkým průkopníkem v přímém přenosu, přenesl jako první koncert České filharmonie, bohoslužby a projev T. G. Masaryka. Díky navyšování koncesionářů se Radioservis neustále zvětšoval už od počátku 30. let, kdy už vysílal i do světa. Během válek a revolucí docházelo k časté cenzuře týdeníků a zákazu vysílání. Rozhlas i tisk obsahoval informace o literatuře, medailony spisovatelů a rozhovory. V 90. letech prodali práva na týdeník firmě Radioservis, s. r. o. V roce 2000 prošel rozhlas velkými digitálními úpravami, které souvisejí i s nahráváním audioknih. Rádio mělo pro kulturní vývoj České republiky veliký význam. Informovalo občany o novém dění, vzdělávalo je nenásilnou formou a bavilo je. Dramatizace textu a rozhlasové hry byly v rozhlasu „denním chlebem“ a jsou předvojem audioknihy. Radioservis na nic z toho nezanevřel a vydal 145 audioknih, které prodává jak na internetu, tak ve své prodejně.

Radioservis používá reklamu v Týdeníku rozhlas, kde na vnitřní straně obalu ukazuje zástup obalů 30 audioknih, které vydali. V zástupu mají poezii, prózu i rozhlasové hry.[82]

V Radioservisu se o reprezentační prodejnu stará Jiří Bureš a tvrdí, že zájem o audioknihy je:"Jak o cédéčka, tak teď o nový formát MP3, na kterém vycházejí jak rozhlasové dramatizace, tak načtené knihy různých českých i světových autorů. Mezi novinkami je teď velmi úspěšný titul *Směšné lásky* Milana Kundery, což je právě ten formát MP3. A co se audiocédéček týče, tak například rozhlasová dramatizace *Vojny a míru*."[83]

Projekt tohoto rádia, který nelze nezmínit se jmenuje Čtenářský deník, aneb Vem Boženu do metra. Více se o něm rozepisuji v této kapitole s podnázvem Studenti.

[81] O rozhlase [online] © 2012 [03-02-2012]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/informace/informace/.
[82] PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. *Tvar: literární týdeník*, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X.
[83] ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. *Český rozhlas* [online]. 5.12.2008 [cit. 2011-06-16]. Dostupné z: http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce.

3.2.5 Fonia

Fonia je gramofonová firma zabývající se mluveným slovem od roku 2000. Vydávají audioknihy, které sami neprodávají. Jsou nabízeny na stránkách www.fonia.cz s odkazem na příslušnou stránku, kde se dá audiokniha zakoupit, jejich partnerem je kupříkladu Popron music. Spolupracují s bratry Krausovi, Petrem Rychlým a Jiřím Lábusem. Aktuálně pravděpodobně nepřipravují nic nového, jejich aktivita na stránkách i sociální síti je mizivá. V roce 2011 vydali jen dvě audioknihy, zatímco v roce 2010 natočili čtyři, stejně jako v roce 2006. Jinak je jejich průměr dvě audioknihy ročně.

3.2.6 Popron music

Popron music je firma zabývající se nejen tvorbou audioknih, ale především její popularizací a prodejem. Byla založena již roku 1993. Nabízejí zvukové nosiče s jakýmikoli zvukovými nahrávkami. Úzce spolupracuje s Fonia a AudioStory. Jejich webové stránky jsou oblíbené a mezi všemi audiokniżními nadšenci velmi známé. Mezi audiokniżní nadšence můžeme řadit lidi pracující v oboru, ale taktéž časté posluchače nebo sběratele audioknih. Oficiální seskupení audiokniżních fanoušků nejsou. Některá nakladatelství se je ovšem snaží mezi ostatními rozpoznat a na základě dřívější objednávky jim posílají katalogy s novinkami o audioknihách kupříkladu AudioStory.

Popron music se více než o audioknihy zajímá o hudební umělce, s nimiž uzavírá exkluzivní smlouvy, na jejichž základě se snaží co nejvíce zpopularizovat jejich nahrávky a koncerty. Po zaregistrování se na stránkách nabízí ukázky jimi vydaných děl. Mají rozsáhlý e-shop (www.popron.cz), kde prodávají různorodé výrobky, od toaletních vod, přes běžecký vosk, až po audioknihy. V sekci mluvené slovo mají 325 odkazů. Jinak než přes e-shop se dají jejich audioknihy koupit v jednom ze šesti obchodů se zvukovými nahrávkami.[84]

[84] Naše prodejny [online] © 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://www.popron.cz/nase-prodejny/t-245/.

3.2.7 Audioknihy-net

Audioknihy.net je velice originální projekt skupiny studentů z Brněnské Univerzity Masarykovi, přesněji z Kabinetu informačních studií a knihovnictví. Věnují se celému audiokniţnímu trhu. Jejich cílem je poukázat na knihu jako na hodnotnou alternativu čtení.[85] Jejich skupina na facebooku, kde uveřejňují svoje novinky, má necelých tisíc fanoušků.[86] Uveřejňují zde odkazy na novinky, fotografie z akcí a pořádají soutěže. Jejich preference jsou posluchači i audioknihy. V roce 2010 pomohli, aby se nahrávky studentů DAMU dostaly do specializovaných oddělení knihoven.[87] Jejich stránky jsou velice přehledné. Mají rozcestník na všechna audiokniţní nakladatelství, odkazy na volně stahovatelné audioknihy, články o světě audioknih, především novinkách a fórum s diskuzemi. Mezi volně stahovatelnými má nejvíce odkazů český rozhlas. Na stránkách najdeme odkazy zaměřené speciálně na děti, pak na studenty (*Vem Boženu do metra* od Radioservisu), kde jsou snad všechny knihy povinné literatury pro střední školy, na nekomerční autorské namluvené povídky (italská sbírka českých povídek na dobrou noc – což je výběr toho, co vyplodí studenti píšící diplomovou práci), nebo v neposlední řadě odkazy na křesťanské texty, které jsou zastoupeny velkým počtem odkazů.

Velice originální byl jejich nápad zapojit audioknihy do celosvětové dobrodružné hry Geocaching. V Geocachingu jde o to, aby člověk dle zadaných souřadnic na internetu našel krabičku, neboli kešku, s různými předměty schovanou před oči kolemjdoucích. Jeden předmět si hledač vezme, dá tam místo toho jiný předmět, podepíše se na listinu a pak ještě na internetu napíše, že krabičku našel a jak těžce, nebo lehce se mu hledala.[88] Tvůrci audioknihy.net nějaká z těchto míst, rozmístěná po celém světě, navštívili a audioknihy do krabiček umístili.[89]

[85] Stručně o projektu [online] © 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://audioknihy.net/clanky/id/8/.
[86] Audioknihy.net [online] © 2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: https://www.facebook.com//audioknihy.net.
[87] Projekt audioknihy.net pomohl audioknihám na správné místo [online] © 2010 [03-02-2012]. Dostupné z: http://audioknihy.net/clanky/id/45/.
[88] Geocaching [online] © 2000-2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://www.geocaching.com/.
[89] Audioknihy mají svoje cache [online] © 2010 [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z: http://audioknihy.net/clanky/id/210/.

3.3 Knihovny

Knihovny jsou pro čtenáře velkou oporou. Nejen z finančních důvodů jsou často jedinou možností jak si umožnit přístup ke knihám. Knihovny své sbírky neustále rozšiřují, aktuálně ve větší míře i v oblasti audioknih. Více než ¼ lidí si nekoupí za rok ani jednu knihu, ale často si to vynahradí buď půjčením z knihovny, nebo nelegálním stažením. Je dokázáno, že návštěvníci knihoven jsou především lidé studující, nebo vystudovaní na úrovni vyššího než základního vzdělání.[90]

Síť knihoven v České republice je jedna z nejhustších na světě. Jsou nuceny v rámci modernizace být stále přeměňovány. A to on-line katalogy, elektronickým půjčováním knih, skenováním knih do PC, půjčování e-book a audiobook. Žádná z těchto věcí jim rozhodně není na škodu. Zvyšují si tím počty návštěvníků. Ještě před 30 lety jsme se nemohli české se světovými knihovnami srovnávat, teď už je to ale jinak. Na školách dokonce vznikly nové obory, nenaleznete tam jen zaměření na knihovnici, ale i na informační technologie a knihovnictví.

3.4 Prodejny

Kamenné prodejny specializované pouze na audioknihy nejsou prozatím v České republice dostupné. Pokud zákazník chce koupit audioknihu v kamenném obchodě musí zamířit do knihkupectví, prodejen CD nebo do Reprezentační prodejny Českého rozhlasu. Ne všechna knihkupectví prodej audioknih podporují. Z těch větších prodejen jsou audioknihy dostupné v Kanzelsberger, Knihcentrum, Academia nebo Neoluxor. Reprezentační prodejna Českého rozhlasu na Vinohradech na svých stránkách uvádí prodej mluveného slova na CD nosičích na prvním místě. Dále nabízí i hudební CD, DVD, knihy a hračky pro děti známé z České televize. Rozvoj kamenných prodejen nebude v České republice pravděpodobně nutný. Většina poptávajících umí pracovat s nakupováním po internetu, nebo zná někoho, kdo to za něj udělá. Je možné, že se zvýši spolupráce mezi knihkupectvími a audiokniżními nakladatelstvími, třeba už jen kvůli VOX-BOXům. Knihy na internetu jsou nabízeny za nižší

[90] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 78-88

cenu, než v kamenné prodejně. Je tomu tak i v případě jiných výrobků. Stejně jako MP3 soubory jsou levnější než CD. Je to kvůli uskladnění, placení pronájmu a pracovníků na prodejně.[91]

3.5 Internet

Nákup na internetu je zcela běžný a mnohými lidmi oblíbený. Z hlediska audioknihy se tu dokonce najde nejedna zajímavost. Při vyhledávání díla na serverech, odkazujících se dále na prodejní stránky, se při zadání názvu knihy vygenerují buď nejlépe placené odkazy, nejvíce vyhledávané, anebo ty s největším počtem návštěv. Pokud se do vyhledavače zadá název knihy, která je vydána i v audiopodobě, na 99% se objeví už na prvních odkazech Nakupování na internetu je pro uživatele daleko pohodlnější než v obchodu. Většina e-shopů je přehledná, výrobek se dá vyhledávat podle různých kritérií a díky komentářům od zákazníků se může nakupující dozvědět názory ostatních na hledaný produkt. Další výhodou hledání výrobku na internetu je možné srovnání cen v různých e-shopech.

I nakladatelství si uvědomují, že každý, kdo si prohlíží jejich stránky, je potencionální zákazník. Proto je na něj připraveno hned několik lákavých nabídek ke koupi. Různé akce, slevy, ukázky apod. jsou velkým tahem v internetovém obchodu. Za registraci na webových stránkách může zákazník dostat hned několik výhod – zlevněné audioknihy, ukázku audioknihy, odběr katalogů, e-maily s novinkami prodejce aj.

3.5.1 Volné stahování

Volnému stahování se věnují desítky stránek. Jedná se třeba i o reklamu. Firma Bausch & Lomb prodávající oční kapky Ocuvite nabízí na svých stránkách audiokniżní povídky Michala

[91] Nákupy na internetu nebo v obchodě? KDE UŠETŘÍTE [online] © 2012 [03-02-2012]. Dostupné z: http://tn.nova.cz/bin/mobile/index.php?article_id=325648 .

Viewega a Martina Kukučína. Vydala je jako symbolickou podporu pro lidi se zrakovým postižením.[92]

Volné stahování nemá určené kategorie v žánru, ale při zběžném pozorování se vyskytuje několik zařazujících faktorů. Křesťansky založené texty, pohádky pro děti, vlastní tvorba vysokoškoláků, maminek na mateřské, či jiných talentovaných lidí, reklamní akce, popřípadě vítězové literárních soutěží.

Křesťanskými texty jsou myšleny kapitoly z bible, nebo stránky Dobrý pastýř, které více popisuji v kapitole Zaměření audioknihy. Pohádky pro děti nabízejí jak rozhlasové stanice[93], tak maminky maminkám jako inspiraci pro děti.[94]

Aluze.cz revue pro literaturu, filozofii a jiné na stránky umisťuje na internet audio přílohy. V době internetu a pokroku si stránky může založit každý a namluvit si sám svoji povídku není o nic těžší. Autoři Agáta Kestřánková, Pavel Renčín a Martin Koláček se do toho sami pustili. Agáta se věnuje především příběhům z takřka detektivního prostředí, nebo povídkám v atmosféře podobající se divokému západu, ale nebojí se pustit i do jiných vyprávění s poutavými názvy. Vyhrála už několik cen amatérských spisovatelů. Má nejen audionahrávky, ale i elektronické verze knih, které nabízí Kosmas.[95] Na svých stránkách nabízí ke stažení 5 audiopovídek. Mají sice délku mezi 5 až 10 minutami, ale na 16-ti letou dívku je to nečekaný výkon. Pavel Renčín píše povídky žánru fantasy. Několikrát se umístil v českých literárních soutěžích. Jelikož chtěl svým čtenářům ulehčit, některé povídky namluvil do audiopodoby. Sám uznal, že je to těžší, než to vypadá.[96] Martin Koláček napsal dílo *GRUNT RX-10*, sám to označil za sci-fi blábol. Stejně jako označil za strašné všechny svoje knihy, které mu vydalo nakladatelství Protis. Jeho knížky jsou protkané ironií, nešťastným osudem a depresí.[97] Kniha *GRUNT RX-10 Rebellowed* neskončila jen u tištěné verze, sám jako čtenář chápe, jak může být čten náročné a proto pro posluchače svůj brakový výtvor namluvil.[98]

---

[92] Ocuvite [online] © 2012 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: http://www.bausch.cz/products/ocuvite/audiobook.htm.
[93] Český rozhlas. Jukebox [program-online]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/spektrum/default/jukebox.html.
[94] MP3 pohádky ke stažení zdarma [online] © 2006 [03-02-2012]. Dostupné z: http://www.uzlicek.cz/Pohadky-v-mp3.
[95] Agáta Kestřánková [online] [cit. 2012-02-03]. Dostupné z: http://agatakestrankova.cz/.
[96] Audiopovídky[online] © 2007 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: http://www.pavelrencin.cz/audiopovidky.
[97] Martin Koláček [online] (c) 2007 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: http://grunt-sci-fi.com/autor.
[98] Audio kniha [online] (c) 2007 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z: http://grunt-sci-fi.com/audiokniha.

Z pohledu těchto tří autorů se zdá, že jsou ochotni pro své čtenáře udělat cokoli, aby jim četbu ulehčili a pouští se do nových věcí, jelikož vědí, že heslo „Musíš jít s dobou“ je platné již dlouhou řádku let. Jejich namluvení může být chápáno jako samotné autorské čtení. Čtenář/posluchač pozná podle tónu hlasu, co autor myslel jako ironii či vážnou věc. Oni sami přesně určí jak se která jména či označení vyslovují. (To mi připomíná časté stížnosti, že Jiří Lábus v knihách o Harry Potterovi, čte jeho jméno jako „Hary“ namísto „Hery“)

4 Analýza žánrových trendů

Jedno staré rčení praví: Řekni mi, co čteš a já ti řeknu, kdo jsi. Aktuálně je největší výběr žánrů, autorů, přebalů a formátů knih v historii. Už není tak lehké odhadovat jaký člověk je, podle toho co čte. Navzdory tomu čtení toho na nás hodně prozrazuje, postoj k volnému času, vztah mezi časem volným a vázaným, hodnotovou orientaci, výchovu, vztah ke vzdělání, míru socializace, finanční situaci, víru v jiné a zakotvení ve světě.[99]

Člověk se možná dá lehce odhadnout podle toho, jestli v ruce drží dívčí román, erotickou povídku, ruralistický román, sci-fi, cestopis nebo naučnou knihu o elektronice. Předpokládáme, že dotyčný může být zamilovaný, chtivý, školní čtenář, snílek, cestovatel nebo zaměstnanec v elektronice. Je ale žánr a to, co člověk čte, v dnešní době důležité? Není důležité to, že čte aspoň něco? Média opětovně alarmují čtenáře tisku zprávami, že děti vůbec nečtou. Vidí to jak rodiče doma, tak učitelé a po výsledcích průzkumů i společnost SCIO.[100] Proč lidé nečtou, se ptal Jiří Trávníček ve svém testu. Dotazovaní se v 21% musí věnovat něčemu jinému, 17% to nebaví, 13% se ty samé informace doví prostřednictvím médií a 10% dříve četlo a teď již ne.[101]

Výsledky průzkumu z roku 2007 ukázaly, že jednu knihu ročně přečte alespoň 83% populace nad 15 let. V průměru takový člověk přečte 16 knih. A minimálně jednou za měsíc

[99] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 10

[100] PŘIBIL, Marek. Syn vůbec nečte. Dejte mi Babičku na DVD, žádá otec. Právo - Novinky, únor 2012. Dostupné z: http://www.novinky.cz/domaci/259886-syn-vubec-necte-dejte-mi-babicku-na-dvd-zada-otec.html.

[101] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 25

se do knížky podívá 54,5% obyvatel.[102] V roce 2010 je čtenářů méně, a to 79% včetně těch, kteří tituly pročítají v elektronické formě.[103] Ani do jednoho z průzkumů nebyli zahrnuti posluchači audioknih.

Každý čtenář očekává od knihy něco jiného. Všeobecně by se dalo říct, že většina čtenářů touží po napětí a zábavě, nových informacích, úniku do jiného světa, nebo na stranu druhou po faktografické věrohodnosti a estetickém zážitku. Takže ačkoli se čtenáři chtějí četbou hlavně bavit, očekávají i nějaký poznávací bonus.[104]

4.1 Kategorie čtenářů/posluchačů

Čtenáře můžeme rozdělovat na kategorie – věkové, podle počtu přečtených knih, podle dosaženého vzdělání. Dle vzorce Jiřího Trávníčka je rozdělujeme do kategorií podle počtu knih přečtených za rok na: nečtenáře (0 knih), čtenáře sporadické (1-6 knih), pravidelné (7-12 knih), stálé (13-24 knih), silné (25-49 knih) a vášnivé (50 a více knih). „Čtení je kumulativní záležitost, roste geometrickou řadou, každé nové čtení staví na tom, co čtenář četl předtím.“ Předsudky vystřídá zkušenost.[105] Stejně tak Umberto Eco pracuje s myšlenkou o modelovém čtenáři, jako čtenáři poučeném. Předpokládá jeho gramatickou kompetentnost, ale i poučenost z předchozích přečtených textů.[106]

Já jsem věkové kategorie pro shrnutí rozboru analýzy roztřídila takto: První jsou děti 0-15 let. Pro tuto kategorii se připravují pohádky, školní četba, vyprávění pro děti a texty doprovodné k učebnicím nebo školní látce. Další část pojímá 15-25leté, především to jsou studenti. Takže nakladatelství počítají s odbytem audioknih vhodné k maturitě či jiným zkouškám a dále pak zájmovým knížkám. Orientované třeba na sci-fi, fantasy, dívčí románky a populárně naučnou literaturu. Střední kategorií by mohli být 26- 59. Jsou to lidé především pracující, jak duševně tak tělesně. V této věkové skupině je více čtenářek než čtenářů. V 85%

[102] Tamtéž, s. 52
[103] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 57
[104] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 111-115
[105] MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení.* 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. ISBN 978-80-7294-231-2. s. 35
[106] ECO, Umberto. *Lector in fabula: role čtenáře, aneb, interpretační kooperace v narativních textech*. Praha, 2010. ISBN 978-80-200-1828-1

čtou beletrii. Většina nakladatelů se zaměřuje na prodej audioknih právě jim, protože jsou finančně výdělečně činní a nakupují nejen pro sebe, ale i pro děti, rodiče či známé.[107] Poslední skupina jsou starší, 60let a výš. Tato skupina je z většiny ekonomicky neaktivní, proto jsou častější návštěvníci knihoven a nakupují knihy méně než skupina pod nimi. Už nejsou tolik přizpůsobení možnosti čtení na elektronických přenosných zařízeních vzhledem k narůstajícím zrakovým potížím a problémy při manipulaci s technikou.

4.2 Trendy, móda

Literatura se může rozčlenit do odlišných pásem. Mezi jedno takové patří dělení na knihy utilitární, odpočinkové a statkové.[108] Pojem odpočinkový je nezastřený a neskrývá pod sebou nic, co by si člověk neodvodil. Řadí se do něj knihy, u kterých není nutné mnoho přemýšlet**,** a to jak nad obsahem textu, metaforami tak i na těžkopádným literárním a stylistickým stylem. Odpočinkové knihy jsou psané pro lehké čtení, což v podstatě znamená bez cizích slov a těžkých obratů, které se musí někde dohledávat. Dále nejsou stylisticky náročné, často se obejdou bez dlouhých souvětí a jsou určeny širokému čtenářstvu. Mezi tuto literaturu se řadí některé knihy z žánrů romance a detektivky.[109] Slovo některé bych zdůraznila, existuje nepřeberné množství romance a detektivek neodpočinkového pásma. V tomto pásmu se vyskytuje nejvíce audioknih.

Další pásmo je utilitární. Slovo utility v překladu z angličtiny do češtiny znamená užitečnost, přínosnost. Po překladu je již jasné, že tyto knihy člověku pomáhají při různorodých činnostech. Snaží se čtenáře dovést k řádnému výsledku. Řadí se sem kuchařky, manuály a průvodce. V audioverzích vychází poskromnu, v daleko větším množství jsou k dispozici ve video formátech. Nelze opomenout, že tištěné verze jsou vždy doprovázeny názornými ukázkami ve formátu obrázků nebo fotografií.

Třetí je pásmo statkové a možná nejzajímavější. Tyto knihy jsou takové, které se čtou, aby se dala udržet konverzace. Liší se tedy člověk od člověka. A to hlavně v ohledu věku,

[107] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 63-94
[108] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 27
[109] Tamtéž.

studia, práce (včetně ucházení se o ní), zájmů (žánrů) a potřeby. Knihy jsou jednou z mnoha konverzačních otázek. Něco jiného čte student snažící se udržet krok v konverzaci během zkoušky na dějiny umění a jiný na výpočetní techniku. Dalším příkladem mohou být pracovní a přijímací pohovory, kde se často na přijímacím řízení ptají na knihu, kterou uchazeč četl naposledy. Dále se těžko fanoušek nějakého sci-fi žánru bude orientovat v konverzaci při sešlosti fanoušků (tzv. Sci-fi con), pokud nečetl nic z tvorby autorů moderních či starších, nezná sfi-ci fóra, zkrátka se neorientuje v této oblasti.

Kniha je nejen zdrojem informací, lidé ji rádi a často považují za artefakt. Artefaktem stejně dobře může být i kompaktní disk. Není to tak dávno, kdy ve většině domácností měla CD a DVD vlastní vitrínku, či poličku. V interiérech je aktuálně moderní japonský styl, kdy v bytě vyhrává volný prostor nad nábytkem. Tudíž se tyto CD uschovávají do krabic či jiných skrytých prostor. Knihy jsou na tom ještě o trošku hůře, ty skončí ve většině případů na půdě. A ačkoli elektronické knihy jsou nejskladnější, díky jejich „velikosti" člověk lehce zapomene, že je má. Elektronické knihy rozhodně nejsou určeny každému jako audioknihy. Omezují čtenáře potřebou čtečky, dobrým zrakem, peněžním kapitálem a dovednostmi s novými technologiemi.

Rok co rok se mění móda v oblasti oblečení a doplňků. Sezonu od sezony se zase mění trendy v literatuře. Na knižním trhu nejsou změny tak časté, nebo násilné, hlavní proud zůstává stejný. V Čechách je z 98% nejoblíbenější beletristická literatura, dále pak preferujeme zahraniční autory a to v poměru 62% k 38% autorům českým a upřednostňujeme romány z 20. a 21. století nad těmi staršími v poměru 83% k 17%.[110]

Podle několika posledních průzkumů v oblasti audioknih by se dalo říct, že i v této oblasti Češi preferují beletrii, především oddechovou a humornou. Dále pak poslouchají příběhy a osudy lidí, kteří již nejsou mezi živými, a v neposlední řadě si nechávají poradit jak se zbytečně nestresovat okolním světem. Mezi nejprodávanější tituly v Česku patří tyto:[111] [112]

- Cormac McCarthy, ***Cesta*** - čte Jiří Ornest
- Irena Dousková, ***Hrdý Budžes*** - čte Barbora Hrzánová

[110] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 118

[111] Nejprodávanější tituly za posledních 14 dní – audioknihy – mluvené slovo [online] [03-10-2012]. Dostupné z: http://www.kosmas.cz/bestsellers/1/10/404/audioknihy-mluvene-slovo-na-cd/.

[112] JŮZLOVÁ, Petra. Přestanou Češi číst? Na trhu je 1200 audioknih. *Lidovky* [online] 28.11.2011 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/firmy-trhy.asp?c=A111128_164127_firmy-trhy_apa.

- Don Miguel Ruiz, ***Čtyři dohody*** - čte Jaroslav Dušek
- Paulo Coelho, ***Alchymista*** - čte Lukáš Hlavica
- Jaroslav Hašek, ***Osudy dobrého vojáka Švejka*** - čte Josef Somr, Bohumil Klepl, Petr Nárožný a další
- Jiří Voskovec, Jan Werich – ***Poslední forbína***
- Adam Drda, Mikuláš Kroupa – ***Příběhy 20. Století*** – rozhovory
- Galina Miklínová, Pavel Šrut – ***Lichožrouti*** – čte Barbora Hrzánová
- Markéta Baňková – ***Straka v říši entropie*** – čte Jiří Lábus, Ivan Trojan, Barbora Hrzánová, Libuše Šafránková

4.3 Oblíbení autoři

Oblíbení autoři mezi audioknihami se moc neliší od těch klasických knižních titulů. Především proto, že nakladatelství nahrávají hlavně knihy, u kterých vědí, nebo přinejmenším předpokládají, že budou mít velký odbyt, jako měli jejich předchůdci v tištěné verzi. Nejoblíbenější autoři v Čechách jsou dle průzkumu Jiřího Trávníčka a ankety Kniha mého srdce tito: Michal Vieweg, Agatha Christie, Karel Čapek, Erich Maria Remargue, Vlasta Javořická, Betty MacDonald, Jaroslav Hašek, Bohumil Hrabal, Alois Jirásek, Božena Němcová, Zdeněk Jirotka, J.K. Rowling, Daniela Steel, Dick Francis, J.R.R. Tolkien, Robert Fulghum, Arthur Hailey, Ernest Hemingway, Jules Verne, Paulo Coelho, Jaroslav Foglar, Ed McBain, Halina Pawlowská.[113]

Tento výběr autorů ve velké míře dokazuje to, co bylo napsáno o pár odstavců výše. Lidé se při četbě chtějí bavit, oddechnout si, zapomenout na skutečnost a odreagovat se ve smyšleném světě. Seznam oblíbených je doplněn autory patřících do školních osnov, často označované za klasiky. Jednotlivá nakladatelství kromě Audiostory neuvádí, na jakého modelového posluchače se zaměřují. Produkce ostatních nakladatelství mají natolik různorodou tvorbu, že nevidím jakýkoli náznak vyčlenění se na specifického knižního posluchače. Dle tvorby to všeobecně shrnu do několika žánrů – povinná literatura, pohádky, krimi příběhy, humorné knížky, povídky, sci-fi a fantasy, naučné a vzdělávací, retro a

[113] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 116

moderna. Audiostory sice má modelového posluchače, pravděpodobně odpovídá i empirickému posluchači, ale i tak je velice univerzální. Tímto zaměřením pokryje velkou část cílové skupiny. Jejich cílem je totiž žena středního věku, nakupující pro celou rodinu. Pravděpodobně neexistuje žánr, kterému by se audioknihy vyhýbaly úplně, jen se vydávají v menším zastoupení.[114]

4.4 Hodnotové struktury českého audioklubu

V prvé řadě bych ráda vysvětlila slovo audioklub. V tomto případě jsem tak označila všechny posluchače audioknih. Ve skutečnosti žádná taková skupina formálně neexistuje. Neoficiálně se posluchači přihlašují jako fanouškové různých odkazů na facebooku (nakladatelství, audioknih zvlášť) a fórech na internetu. Hodnotovými strukturami jsou myšleny předpoklady podle čeho si posluchači audioknihy vybírají a následně nakupují. Začnu otázkou, podle čeho posluchač pozná dobrou audioknihu?

I) Knižní předloha

Velmi často se může spolehnout v otázce kvality na její knižní předlohu. V nezkrácené verzi si může být stoprocentně jistý obsahem, ve zkrácené verzi může být spokojený s omezeným množstvím popisných pasáží, nebo naopak nespokojen se ztrátou detailů.

II) Interpret

Dalším znakem kvalitního výběru je určitě hlas interpreta. Důvěra k interpretovi, že svůj hlas nepropůjčí braku, může být veliká. Nekomerčním interpretům by člověk mohl věřit, ale v době kdy 6 vajec stojí co litr benzinu, by jim to propůjčení hlasu na nekvalitní audioknihu za větší peníze pravděpodobně i odpustil. I v tomto odvětví má jedinec své oblíbence. Kolekce audioknih jednoho interpreta je taky možnost sbírky sady audioknih. Hlasy můžeme propojovat s knižními postavami, například Báru Hrzánovou a Helenku Součkovou

[114] Audiostory - O nás [online] © 2012 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=onas.

v dramatizaci knihy Hrdý Budžes. Harry Potter též není znám jinak než v podání Jiřího Lábuse.

III) Reklama

Reklama dokáže člověka upozornit na novinku, ošálit, utvrdit v názoru či znechutit. Reklama v audiokližním odvětví je na velice nízké úrovni. Na reklamních místech u zastávek MHD spíše potkáme politika, nebo akci mobilního operátora než audioknihu. Jedinou reklamou jsou plakáty v prodejnách zvukových nosičů, nebo blikající bannery na internetových stránkách. Svou popularitu si získávají často v soutěžích, přes sociální sítě a v drobné míře v geocatchingu. Setkání s první audioknihou je rozhodujícím činitelem pro koupi/nekoupi knihy další**,** a proto první zadarmo získaná audiokniha může být podpůrným prostředkem koupě následující.

IV) Obálka

Všechny výrobky mají přebaly a obaly navrhované tak, aby se cílové skupině zalíbily. Produkty určené dětem mají pestrobarevné obaly s roztomilými obrázky zvířátek, kytiček a hrdinů z televize. Upoutat zákazníka může fotografie, obrázek shodující se s knižním přebalem, palčivé titulky nebo portrét interpreta.

V) Nakladatelství

Specializovaná nakladatelství se nacházejí nejen na českém trhu. Specializují se podle cílové skupiny. V audiokližním průmyslu prozatím specializovaná nakladatelství ve velké míře nejsou, ale jsou specializující se stránky nebo fóra, kde se řadí nahrávky dle různých žánrů a společných znaků.

4.5 Popularita

Jako každá novinka mají audioknihy své zastánce i odpůrce. Odpůrci poukazují především na zjednodušení aktu čtení a audioknihu berou jako další impuls, jak nahradit četbu knih méně náročnou aktivitou. Stačí se však na tento jev podívat z jiného úhlu a projeví se řada kladů, jímž může být nevšední umělecký zážitek z profesionálního přednesu poezie, doplněk při literární výchově ve školách, školkách i knihovnách.[115]

Audiokniha má velkou výhodu před knihou tištěnou. Protože knihám se můžeme věnovat pouze ve volném čase, zatímco audioknize se může člověk věnovat během cestování, řízení, domácích prací, běhu, cyklistice, oblíbeném prohlížením internetu, před spaním, při zahrádkaření, relaxaci apod. Existují teorie, třeba Evy Joachimové, že pro zefektivnění času je dobré některé aktivity rychle střídat, nebo je prokládat.[116]

4.6 Audioknižní desatero

Je už takovým zvykem, že pokud má něco nějaké podmínky, řád, výhody atd. je toho hned desatero. I autoři webového portálu audioknihy.net mají své desatero audioknihy. Nafotili k němu snímky zobrazující výhody, některé z nich naleznete v příloze.[117]

1) **Audioknihy šetří náš čas (jelikož se při nich můžeme oddávat nejrůznějším činnostem)**

Viz. jak jsem popsala výše. Není nutno se v jedné chvíli věnovat jen jediné aktivitě.

2) **Audioknihy šetří naše oči (a tudíž chrání naše zdraví)**

To, že při špatném světle se kazí zrak, je vtloukáno do hlavy už dětem na základní škole. Zrak se ničí nejen častým zaostřováním, ale stejně jako vše ostatní chátrá s věkem. Šetřit oči je vždy na místě, zvlášť pokud je to takto jednoduché.

3) **Audioknihy vylepšují naše vnímání, soustředění a pozornost**

[115] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2011-06-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.
[116] JOACHIMOVÁ, Eva. *Cesta bílého jestřába*. Praha, 1998. 244 s. ISBN: 9788090472013
[117] Viz. Příloha číslo 3, str. 70, 71.

Trénování pozornosti není med. Udržet pozornost v některých situacích může být nadlidský úkol. Pokud vyprávění člověka baví, vydrží déle soustředěný. Vnímání se dá zřejmě vylepšovat taky. I při hodinách cvičení instruktorka občas houkne na své svěřence, aby dávali pozor a nepřepínali z programu cvičení na program dumání, co musí nakoupit na večeři.

4) Audioknihy můžeme sdílet (můžeme je poslouchat s někým jiným zároveň)

Pro některé čtenáře je důležité mít soukromí během čtení. Obal knihy okolí vidí a čtenář rozvažuje jakou knihu si vzít na cestu. Toho jsou posluchači audioknih ušetřeni. Nikdo nepozná co mají ve sluchátkách, nikdo neslyší to co posluchač sám, nikdo neví co si posluchač z audioformátu odnese. Nicméně pokud se chce posluchač pochlubit kamarádům tím co čte, stačí zapnout magnetofon či jiné podobné zařízení a nemusí jim začít předčítat.

Sdílení je možno vnímat i v ohledu půjčování. Půjčení audioknihy není tak intimní jako výpůjčka jiné knihy. Nikdo nevidí poznámky, jaké si posluchač ke knize udělal a nikdo nepozná, co člověk jedl, když knihu „četl“, jelikož mu potraviny nemůžou spadnout třeba na stranu 48. „Ve vlastnictví knihy je zkrátka skryta historie jejích předchozích čtení“ [118].

5) Audioknihy se nám vejdou do kapsy (ve formátu MP3 na našem přehrávači)

Snad největší výhodou audioknih a elektronických knih je jejich váha, takřka nulová. V knihách je velké množství moudra co dokáže unést hlava, ale záda při cestě z knihovny mohou skuhrat.

6) Audioknihy nás vracejí do dětských let (kdy nám předčítali naši rodiče nebo kdy jsme si pouštěli gramofonové desky)

Zavzpomínat si na dětství je melancholické. Děti narozené v posledních deseti až patnácti letech na své dětství jako dobu předčítání nevzpomínají. Průzkumy dokazují, že rodiče na to nemají čas a vymlouvání se je zaběhlým stereotypem. Přitom je předčítání pro děti velice přínosné.[119] A co je dobré pro děti, je dobré i pro nás.

7) Audioknihy mohou poslouchat všichni (i nevidomí a negramotní)

[118] MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení.* 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. ISBN 978-80-7294-231-2. s. 30.
[119] RIEBAUEROVÁ, Martina. Mámo, táto, čtěte mi na dobrou noc. *MF DNES* [online] 28. 1. 2010 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/deti.aspx?c=A100128_120950_ona_deti_jup.

Trend audioknih vzešel ze zvukových nahrávek pro nevidomé**.** Lidé s problémy se zrakem, nebo úplně nevidomí nemají tolik možností si knihu přečíst, audiokniha je jedna z mála možností, jak se k literatuře dostat. Další skupinou lidí, kteří tištěnou knihu číst nemohou jsou negramotní. Mluvené slovo jim cizí není, tomu rozumí perfektně.

8) Audioknihy můžeme poslouchat všude (v metru, v posteli, v autě, na zahradě, ve vlaku, v kuchyni či na toaletě…)

Asi by se hodilo dodat, že je můžeme poslouchat pohodlně všude, protože číst se na těchto místech dá taky, jen to přináší ždibec komplikací. Takže už víme, kdo audioknihy poslouchá, proč je poslouchá, jaké nahrávky si pouští do ucha, ale kde a kdy ještě objasněno nebylo. Téměř protikladem toho kde čtenáři čtou knihy, jsou místa, kde posluchači „čtou" ušima. Podobně tomu je i s časem kdy čteme- 46% čtenářů o víkendu, 40% v pracovní dny, 27% během noci, 24% o dovolené. Knížky čteme v 69% doma v klidu, 50% v posteli, 27% na dovolené, 17% v dopravních prostředcích, 12% v práci/škole, 9% u jídla.[120] Naproti tomu audioknihy nejčastěji posloucháme v autě, na cestách v jiných dopravních prostředcích, během domácích prací, méně pak doma v posteli natož v úplném klidu. Pro knížky platí, čím jsou lidé mladší, tím spíše čtou v MHD, starší zase na dovolené. Čím větší čtenář, tím větší ochota číst všude.[121]

9) Audioknihy nám mohou přinést umělecký zážitek (či osvícení potmě)

Papírovou knihu může buď člověk hltat, nebo si ji vychutnávat. Cizí interpretace textu posluchače napíná, protože „nemůže přeskočit" ani stránku. Na druhou stranu být závislý na tempu vypravěče může být nepříjemné. Existují různé druhy čtení, které audiokniha vylučuje, nebo alespoň omezuje. Pochopitelně vynechání různých pasáží je možné „přetočit", ale posluchač se může v textu ztratit. Podobné nepříjemnosti mají i elektronické knihy, které jsou často jen tokem textu. Je takřka nemožné si v textu dělat poznámky, nebo zakládat stránky, které si chce čtenář později znovu prohlédnout.

Průměrný člověk zcela určitě nemá umělecký přednes jako interpreti audioknih. Hlavně co se básní týče. Mezi audioknihami se ve velkém množství nachází i ty, které jsou zařazeny

[120] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 125
[121] Tamtéž

do povinné školní četby a je mezi nimi i několik básnických sbírek jako je Erbenova Kytice, Shakespearovy sonety a Hrubínova Romance pro křídlovku.

10) **Audioknihy jsou jediné knihy, které umějí mluvit (a proto díky nim můžeme "číst se zavřenýma očima") - Poslední bod jsme trochu pozměnili a nahradili za slogan: "Audioknihy jsou jediné knihy, které se čtou samy"**

Na světě neexistují oceňovanější vynálezy, než ty které nahrazují práci za člověka a ten má pak více energie a času zvládat činnosti, které za něj prozatím nikdo neudělá. Vše začalo pákou, která mu pomohla při zvedání těžkých závaží, pokračovalo to jízdním kolem, které mu ulehčilo krok, pak přišly parní stroje, jež ulehčili rukám, přešlo to k telefonům, mobilním telefonům a internetu až k relativně novému automatickému vysavači. I knihy si donedávna jedinec musel číst sám, nyní to za něj s chutí udělá někdo jiný.

5 Zaměření audioknihy

Velkým pojmem v oblasti čtenářství, literatury a především zaměření knihy je modelový čtenář. Při psaní textu autor předpokládá určitého čtenáře, neboli modelového, který knihu bude číst a podle této představy používá stylistické, lexikální a literární prostředky.[122] „Podstata svazku autor- dílo – čtenář je celá založena na důvěře: čtenář očekává od autora, že mu poskytne hodnotné, srozumitelné sdělení, autor očekává od čtenáře vůli porozumět."[123]

Občas se stává, že sami autoři mění časem status cílového čtenáře. Vzniká tady otázka: Jaký je rozdíl mezi modelovým a cílovým čtenářem? Já osobně si myslím, že modelového čtenáře si představuje během psaní autor, zatímco cílového nakladatel. Modelovým čtenářem je pro spisovatele jeden člověk, zatímco cílový je celá skupina lidí se stejným specifikem. Vztah autora a cílového čtenáře ukážu na Julesu Vernovi. Nejdříve byl řazen mezi tvůrce zábavné literatury, pak byl uznán za tvůrce klasické literatury a nyní ho v knihovně i v knihkupectví najdeme v regálu s knížkami pro děti. Sám autor na tomto faktu nemůže nic

[122] ECO, Umberto. *Lector in fabula*: role čtenáře, aneb, interpretační kooperace v narativních textech. Praha, 2010. ISBN 978-80-200-1828-1s. 68-73
[123] ŠTOCHL, Miroslav. *Teorie literární komunikace*. 1. Vyd. Praha, 2005. ISBN 80-86903-09-5. s. 57

změnit, jedná se pouze o vývoj žánru. Změna zaměření v tomto případě nemusí hned znamenat zrušení předchozího statusu.

Tímto zaměřením však ještě není pravý čas se zabývat u audioknihy. Hlavním důvodem je, že většina vzniká z již světem objevených tištěných knih, především z řad bestsellerů. Do popředí vydávaných audioknih se v hodnotových systémech literatury přiklání spíše k natáčení masových než elitních děl. Vydávány jsou audioknihy jak epické, tak lyrické. Různorodost žánrů a zaměření se liší nakladatelstvími. Kupříkladu Tympanum se aktuálně soustřeďuje na detektivní žánr, mezi nejnovějšími nahrávkami jsou díla E. A. Poea a Agathy Christie. AudioStory se soustřeďuje na povídky a knihy, které v sobě skrývají duchovní ponaučení moudrost i humor. Popron music se specializuje na mluvené slovo v podobě vlastních vyprávění slavných osobností, dále interpretace bájí a pověstí a české bestsellery staršího i novějšího data. Na českém trhu je audioknih zatím lehce přes 1200, což je o 16 000 méně než u nás vyjde tištěných knih ročně.[124] Velkým kladem našich nakladatelství je kvalitně odvedená práce, jak tvrdí Marie Dočkalová: „Počty titulů jednotlivých nakladatelství se dnes počítají na stovky a je z čeho vybírat jak pro děti, tak pro dospělé. Kladem českých audioknih je ve velké většině právě vynikající umělecké zpracování, které mnohdy pomůže doplnit a povýšit „četbu“ na zajímavý umělecký zážitek.“[125]

O některých rozdělení čtenářů/posluchačů jsem se již zmiňovala. V případě zaměření audioknihy mezi početné skupiny posluchačů patří děti, slepí, studenti, dospělí (kategorie pojímající největší spektrum lidí) a na závěr dost specifická křesťanská skupina.

Audiokniha nepožaduje více schopností uživatele než jakýkoli jiný průměrný elektronický přístroj. Elektronické čtečky, přehrávače, hudební nosiče i počítače jsou čím dál složitější, pracovníci ve výzkumu přináší řadu novinek a mezi všemi těmito výrobky se může vyznat jen profesionál nebo v této oblasti vzdělaný amatér. Ale každý občan s troškou vůle se může naučit manipulovat s právě tím jeho zařízením. Všechny tyto elektronické pomůcky podle staršího obyvatelstva odhánějí mladší od čtení a to následně upadá.

[124] Základní fakta o produkci knih v ČR za rok 2010 [online] ©2009 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://www.cz/index.php?p=fakta2010.
[125] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2

5.1 Děti

U dětí (0-14let) se nikdy nezkoumalo, kolik knížek si přečtou nebo poslechnou ročně. a to jich je v České republice 13,5%.[126] Nebylo pro ně vždy tak velké množství titulů, jako je tomu teď. Dlouhou dobu se nakladatelé zaměřovali na jiný typ literatury. Stejně jako se zvyšují náklady věcné a odborné literatury, posílila i literatura pro děti.[127] Narůstají nejenom náklady, ale i počty vydaných titulů. Možná se tím rozšíří i počet knih v domácnostech s dětmi, jelikož domácnosti bez dětí mají větší knihovnu přibližně o 25%. Řídí se to rovnicí více dětí = méně času, méně financí = méně knížek.[128]

Jediný program zabývající se průzkumem četby (čtenářská gramotnost, efektivní čtení) dětí se nazývá PISA. Je to program pro mezinárodní hodnocení žáků.[129] V České republice zatím nepřinesl kladné výsledky. Jeho výzkumy dokázaly, že čtenářská gramotnost dětí klesá. Děti mají jen malou schopnost efektivního čtení.[130] Efektivní čtení znamená, že děti rozumí přečtenému textu. Vinu ovšem vědci a psychologové nedávají jen učitelům, vztah ke knihám vybudovávají hlavně rodiče.[131] Pro efektivní čtení je podstatné slova přečíst, přičemž hlavním úkolem je pochopit jejich význam.[132] Na základních ukázkách textů se toto učí na školách. Instrukce a pokynu učitelům se neustále aktualizují dle nových metod, učebnic, pro lehčí pochopení dětmi. Problém je ten, že děti v průběhu posledních let ztrácí dovednost efektivního čtení. Věta ze slabikáře: Ema mele maso sice přijde hloupá Quidovi z Báječných let pod psa, ale generace našich rodičů problém s efektivním čtením neměla.

Vztah ke knihám tudíž nemůže vznikat u dětí, které textu nerozumí. Pomoci tomu by mohli rodiče. Není nutné dítě do čtení nutit, jen si číst s ním. Tato skutečnost se nalézá jak v majetných tak nemajetných společenských vrstvách. V nemajetných vrstvách často sami

[126] The World Factbook [online] [03-10-2012]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ez.html.
[127] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 68-69
[128] Tamtéž s. 75-76
[129] Podrobný popis výzkumu [on-line] © 2011 [cit.2012-03-10]. Dostupné z: http://www.pisa2012.cz/?a=podrobny_popis_vyzkumu.
[130] PROCHÁZKOVÁ, Irena. Co je čtenářská gramotnost, proč a jak ji rozvíjet? *Metodický portál*[online] 18. 01. 2006 [03-10-2012]. Dostupné z: http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/446/CO-JE-CTENARSKA-GRAMOTNOST-PROC-A-JAK-JI-ROZVIJET.html/.
[131] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 168
[132] Celá Evropa čte dětem [online] [cit. 2012-03-11]. Dostupné z: http://www.celeceskoctedetem.cz/cz/menu/464/cela-evropa-cte-detem/.

rodiče nemají ke knihám vztah a v nízkém rodinném rozpočtu je ani nenapadne novou knihu koupit. Naopak majetné vrstvy i se značným finančním kapitálem nemusí vždy disponovat knihami a i dispozice knih a kapitál nezaručí, že se má dítěti kdo věnovat při čtení. Dá se předpokládat, že rodiče, vytížení z práce raději dítěti pustí pohádku, dovolí mu hrát si na počítači, nebo mu koupí novou hru do playstationa a doufají, že si odpočinou alespoň doma.[133]

Neschopnost porozumění textu je velkým problémem v životě lidí. Čím více student chce postoupit, tím větší znalosti textu musí prokazovat. Čtení je kompetence spojená s vyšší kvalifikací. To, že čtení upadá, může být názor jen velice zaslepeného člověka, jak napsal Jean-Claude Carriére v knize *Knih se jen tak nezbavíme:* „Nikdy jsme nepociťovali takovou potřebu číst a psát jako v dnešní době. Když neumíme číst a psát, nemůžeme používat počítač. A dokonce složitějším způsobem než dříve, protože jsme zavedli nové znaky, nové klíče. Naše abeceda se rozšířila. Naučit se číst a psát je stále těžší.“[134]

PISA provádí výzkumy 15letých žáků o jejich vědomostech v oblasti matematiky, čtení a přírodních věd. Při srovnání pouze čtenářské gramotnosti jsme dopadli takto: Mezi rokem 2000 a 2009 se úroveň zhoršila. Větší podíl na těchto negativních výsledcích mají chlapci, tak je tomu ve všech zemích. Ve srovnání s ostatními zeměmi jsme skončili s podprůměrnými výsledky. V roce 2009 byl průměrný výsledek ČR 478 bodů, což je o 13 méně, než v roce 2000. Průměr všech zkoumaných zemí byl 493. [135]

Samotní žáci jsou během hodin jazyka českého a literatury nabádání ke čtení a předčítání. Často je učitel vyvolává, aby mu v knize něco přečetli. Takové čtení nahlas pro ně znamená nutnost více se soustředit, protože nesmí přeskakovat, neměli by se zakoktávat a hlavně jim to pomáhá k lepšímu ústnímu projevu.

Mnoho audioknih je zaměřené na děti, nakladatelé spoléhají na to, že rodiče nemají čas předčítat dětem pohádky a je pro ně jednodušší jim pustit nějakou na přehrávači. Audioknihy u dětí mají dlouhou tradici. Již mnoho gramofonových desek bylo nahráno s písničkami, vyprávěními, recitacemi knih a dalších věcí zaměřené na nejmenší publikum.

[133] NAJVAROVÁ, Veronika. Čtenářská gramotnost žáků 1. Stupně základní školy [online]. Brno: Masarykova Univerzita, Pedagogická fakulta, Katedra pedagogiky, 2008. 224 s. Vedoucí disertační práce Doc. PhDr. Tomáš Janík, Ph.D. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/14647/pedf_d/VN_disertace.pdf.
[134] CARRIERE, Jean-Claude. ECO, Umberto: *Knih se jen tak nezbavíme*. 1. Vyd. Praha, 2010. IBN 978-257-0266-6. str. 17
[135] PALEČKOVÁ, Jana. TOMÁŠEK, Vladislav. BASL, Josef. Hlavní zjištění výzkumu PISA 2009: Umíme ještě číst?. Praha, 2010. ISBN: 978-80-211-0608-6. s. 9-21

5.2 Dospělí

Dospělí jsou nejpočetnější skupinou obyvatel České republiky (70,2%.[136]), jsou největšími nákupčími knih i audioknih, mají rozmanitou škálu výběru těchto produktů a zároveň i jako jednotlivci specifický výběr. Nedá se tudíž shrnout do jednoho vzorce jako u dětí. Každý čtenář této skupiny potřebuje individuální přístup. Jsou to jedinci dost staří na to, aby si uvědomili, co je baví číst, na druhou stranu se pravděpodobně nechtějí upnout na jeden žánr. Více než studenty je zajímají historické romány, populárně naučné knihy a odpočinková literatura. Častým faktem je, že studenti čtou jen to, co musí, jako důvod jsem vypozorovala ztrátu nadšení ke čtení kvůli odborné literatuře, nebo nedostatek času kvůli jinému koníčku.

Tištěnou knihu si v roce 2007 nekoupila více než ¼ dospělých. Téměř 1/3 koupila 1-3 knihy, každý pátý 4-7 knih a každý devátý 8-11 knih. V témže průzkumu se došlo k závěru, že dospělí knihy nakupují poměrně ve velkém množství, ale na trhu se špatně orientují a preferují nákupy v knihkupectví.[137] V průzkumu z roku 2010 povýšilo nakupování na internetu. Co zůstává stejné, jsou návštěvy knihoven, dospělí mezi 25-55 je navštěvují nejméně. Při práci nemají dostatek času na čtení. Práce je omezuje i v jiných činnostech, třeba v různých formách dalšího vzdělávání, zúčastňuje se ho pouze 5,6% populace.

Na většině internetových stránek se audioknihy nerozlišují na kategorie pro děti a pro dospělé. Spíše na: Pro děti, Pro mládež, Do školy a pod tím už jsou vypsané žánry jako Detektivka, Romance, Komedie, Sci-fi, Dramatizované čtení apod.[138] Jak jsem psala, je nutné věnovat se těmto posluchačům individuálně podle jejich zájmů a ne je hodit do jednoho pytle s odkazem: Dospělí, jako jsem to udělala v tomto řazení já.

[136] The World Factbook [online] [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ez.html
[137] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 77
[138] Srovnání hlavních českých nakladatelství: Tympanum, Audiotory, Radioservis, Supraphon

5.3 Slepí

Mluvená kniha, načtená kniha, zvuková kniha, audiokniha – v češtině se tyto pojmy i jejich další kombinace a variace nijak zásadně neliší, běžný uživatel je schopen při nákupu nebo výpůjčce tohoto média použít všechny termíny, aniž by mezi nimi dělal rozdíl. V podstatě je to tak správné, ale v praxi knihoven, především těch, které v průběhu let založily zvuková oddělení, se pro tyto pojmy vydělil poměrně odlišný obsah a především odlišné určení cílových uživatelů.[139]

Většině uživatelů audioknih tyto pojmy splývají v jeden. Zákony a nařízení knihoven, vytvořené v souladu se „Smlouvami o spolupráci" mezi Knihovnou a tiskárnou pro nevidomé K. E. Macana a jakoukoli jinou knihovnou, musí řešit rozdíly mezi audioknihou a knihou zvukovou. Označení zvuková kniha se totiž odedávna používal pro audioknihy určené pro zrakově postižené návštěvníky knihoven. Dále si i zdravotně postižení, jejichž postižení jim znemožňovalo číst, mohli půjčit zvukovou knihu. Upravují to zákony o autorských právech (zákon č.216/2006 Sb. A 121/2000 Sb.). Tyto zvukové pásky mohla knihovna podle potřeby rozmnožovat, ale zásadně jen pro svou potřebu.[140]

Pod pojmem zvuková kniha se zásadně rozuměly jen magnetofonové pásky, které distribuovala po celé republice Knihovna a tiskárna pro nevidomé Karla Emanuela Macana v Praze. V roce 2007 vyměnila magnetofonové pásky za CD, nebo soubory ve formátu MP3. Tyto pásky si mohli v knihovně půjčit zásadně jen zrakově nebo jinak postižení lidé.[141] Není to žádná omezující věc ze strany zákona, že si člověk bez postižení nemůže pustit zvukovou nahrávku, ale nahrávky, o které se zde jedná, knihovny půjčují zdarma.

Audiokniha se v knihovně považuje za označení komerční, zvukově vydanou nahrávku, která je volně k dispozici na běžném obchodním trhu. Patří do jiné skupiny půjčování zvukových nahrávek. Nejsou výhradně pro zrakově, či jinak postižené, jsou určeny všem, přesto se jim nemůžou účtovat. Naproti tomu „zdravému zákazníkovi" může být jejich půjčení zpoplatněno, to vše dle řádu jednotlivých knihoven. Audiokniha se rozmnožit nesmí v žádném případě.

---

[139] DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2011-06-16]. Dostupné z: http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279.
[140] tamtéž
[141] Historie [online] [03-10-2012]. Dostupné z: http://www.ktn.cz/history.

Posluchači audioknih, se často může stát, že se setká se zkrácenou verzí audioknihy, ale všechny zvukové knihy pro zrakově či zdravotně postižené nejsou nahrávány zkráceně.

Kolika lidí se toto týká? Světová zdravotnická organizace nevidomých uvádí, že na světě žije 150 mil. osob s těžkým zrakovým postižením, z čehož je 38 mil. nevidomých. Rok od roku se tato čísla zvyšují s prodlužováním délky života a s vyšší mírou výskytu zrakových onemocnění osob starších. V Evropě má problémy se zrakem zhruba každý 60tý člověk. V České republice je takových lidí 150 - 200 tisíc.[142]

5.4 Studenti

Studenti jsou specifickou skupinou v oblasti audioknih. Očekává se, že pro ně audiokniha může být velkým přínosem, zároveň je velký předpoklad, že ke koupi knih, které by jim usnadnily studium, nemají dostatek financí. Nahrávají se pro ně knihy vhodné k povinné školní četbě a zápiskům do čtenářských deníků a to jak na škole základní, tak na té střední. V roce 2008 dokonce Český Rozhlas spustil projekt s názvem Čtenářský deník. Na jejich webových stránkách si studenti mohli a stále mohou stáhnout dílo v mp3 formátu podle vlastního uvážení. V nabídce jich je hned několik desítek. Nejedná se jen o prózu, ale i poezii z bohatých rozhlasových archivů. Ke každému autorovi, jehož dílo tam bylo umístěno, je napsán úvod v podobě stručného životopisu.

Škoda jen, že se projekt tolik neproslavil. Učitelé českého jazyka a literatury by určitě zaplesali, kdyby jejich žáci napsali něco sami, než si stáhli úvod, obsah i informace o autorovi z webových stránek. Jak už bylo napsáno, vztah mezi knihou a vzděláním je přímě úměrný, studenti vědí, že je to důležitá součást při rozvíjení budoucí kariéry.[143]

[142] O zrakových vadách [online] © 2005-7 [cit 2012-01-29]. Dostupné z: http://www.tyfloemploy.org/o-zrakovych-vadach.
[143] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 42

5.5 *Křesťané*

Velice zajímavou a specifickou skupinou posluchačů jsou křesťané. Rozhodně to není zanedbatelná položka lidí, poslouchající v audioverzích křesťanskou tématiku. Ve verzi vydané na CD najdeme jen Bibli a několik málo tematických povídek. Při zkoumání na internetu je na první pohled vidět, že biblické texty nebo povídky s tímto nádechem posluchači vyhledávají často a opakovaně.

Na stránkách Zvukové knihy je kolem padesáti souborů ke stažení, které se skládají ze tří nerozdělených částí: pověsti, pohádky a křesťanské texty. V popisu se sice píše, že to jsou tradiční pohádky pro děti, ale názvy typu: *Boží soud*, P*an Ježíš kovářem* a *Prolhaný Jidáš* vypovídají mnohé.[144] Další stránky Bible 21. století má ke stažení celý *Nový zákon*.[145]

Velkým specifikem, kterým křesťanské audiokniżní stránky Dobrý pastýř oplývají, je um, jakým umí zvukovou stopu nabídnout. Ačkoli jsou neziskové, je vidět, že se o stránky starají a ke každé nahrávce nechávají popisek s upřesněním o čem povídka je, respektive jakému posluchači je určena. Zapřisáhlé ateisty může odradit, od stažení si povídky, úvodní slovo o ovečkách a pastýři. Zatím nabízí 19 audioknih.[146]

6 Fenomén audiokniha

Pokud hledáme slovo fenomén ve slovníku, nabízí nám hned dvě možná vysvětlení. Tím první je představa mimořádného člověka s mimořádnými schopnostmi. Pod druhým výkladem se skrývá slovo jev. Jev audioknihy se dá zkoumat na mnoha místech světa a v každé zemi by zkoumání přineslo jiné výsledky.

V České republice audiokniha není ani novinkou, ani všeobecně oblíbeným produktem. Ačkoli většina lidí ví, co pojem audiokniha nebo zvuková kniha znamená, nikdy ještě žádnou

[144] Tradiční české pohádky ke stažení v MP3 [online] © 2008 [03-02-2012]. Dostupné z: http://www.zvukoveknihy.cz/.
[145] Audio nahrávka Nového zákona [online] © 2010 [cit 2012-03-11]. Dostupné z: http://www.bible21.cz/preklad_bible/audio_NZ.
[146] Audio knihy [online] © 2011 [cit 2012-03-09]. Dostupné z: http://dobrypastyr.cz/audioknihy.htm.

neslyšeli.[147] Je vnímána několika pohledy. Skeptickým vůči přínosu a konkurenci, pozitivním pohledem z řad zrakově postižených, nebo časově vytížených lidí. Nechápavým pohledem milovníků tištěných knih, a na konec progresivním od fanoušků modernější civilizace.

Zkoumání tohoto jevu nemůže přinést žádné ucelené závěry. Už jen proto, že členové nakladatelství audioknih delší dobu mluví o tom, že očekávají jejich růst a navýšení popularity. Čísla ukazující nějaké hodnoty dnes, se hodně liší od těch, které byla spočtena dříve, a s přesností nikdy nelze určit, co bude následovat. Neexistuje žádná rovnice, ani algoritmus prodejnosti. Samotné výzkumy čtenářstva knih (a hlavně výsledky) se dosti mění a to je přitom kniha výrobek starý již několik staletí.[148]

6.1 Lze čtení/poslouchání zkoumat, měřit?

Čísla a písmena stojí v lidském povědomí svým způsobem proti sobě, obdobně jako psaní a počítání nebo matematika a literatura. Proto si možná v první chvíli nemůžeme představit, jak by se dalo čtení či literatura a to i v podobě audioknihy měřit. Navíc, jedna audiokniha je v mnoha ohledech odlišná od druhé, stejně tak každý audioknižní posluchač je jiný. Můžeme se průměrem dat z dotazníků a anket dostat k nějakému výsledku? Přesněji řečeno výsledkům odpovídajícím skutečnosti? Nebo je jedinou možností jak se něčeho dopátrat hromadná veřejná diskuze? I tato disciplína, nebo spíše koníček, jakým je čtení či poslouchání knih se počítat dá. Údaje z průzkumů a anket jsou pro mnohé lidi směrodatné. Myslím tím nakladatele, spisovatele i samotné čtenářstvo. Díky výsledkům anket se literatura stává silnější. Těžko se dá říci, jestli kvalitnější, protože ne každý čtenář vyžaduje nejvyšší kvalitu a většina populace čte oddechovou beletristickou literaturu a ne náročné romány.[149] Takže i tady stojí kvantita a kvalita v magnetickém poli, kde se její póly přitahují, občas se setkají, lehce dotknou, nebo spojí a někdy se vyloženě odtahují a podle síly magnetů se jejich vzdálenost zvětšuje.

Nesmí se zapomenout na to, že knihu prodává nejenom její vzhled a obsah, ale především kvalitně zpracovaná mediální kampaň. Již dlouho neplatí, že dobrý výrobek se

[147] Viz můj průzkum, kapitola 7 Fenomén audiokniha
[148] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti*: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010). Brno, 2011. ISBN 978-80-7294-515-3.
[149] Tamtéž,. s. 119

prodá sám. V oblasti prodeje audioknih ještě není takový kapitál, aby měly kampaně velký boom, nebo se do nich mohlo investovat více peněžních prostředků. Proto musí nakupující sám, bez reklam, možná s radou přátel rozhodnout, jakou knihu si pustí do uší. Průkopníkem jsou nové VOX-BOXy vydavatelství Tympanum. Jedná se o pultíky, s počítačem s dotykovou obrazovkou a sluchátky, umístěné na čtyřech místech v Praze. Tři z nich jsou prodejny knih, kde si může kdokoli do uší pustit audioknihu vydanou nejenom u nakladatelství Tympanum.[150]

Otázkami o měření a zkoumání čtení se zabýval Jiří Trávníček. Zabýval není možná to pravé slovo, jelikož neustále aktivně přispívá novými informacemi a také publikuje nové knihy věnující se zkoumání čtenářů a knih. Jiří Trávníček nedokázal debatovat nad otázkou kolik lidí čte, v jakém věku apod., pustil se do výzkumu, který mu měl výsledky ukázat. Nebál se spojit matematiku a literaturu. Napsal nejednu knihu zabývající se průzkumy čtenářstva. A dokázal, že v přibližném průměru se můžeme dostat i k nějakým výsledkům. I on sám napsal, že: *„Čtení nelze zkoumat jako objektivní data.“*[151] Proto výsledky dělil do různých kategorií.

Různorodost a možnosti recepce knih jsou veliké. Lydia I. Beĺajevvová rozdělila recepci na tři roviny – úplnost, celistvost a citlivost, ty se liší dle vnímání jedince. Často se stává, že si čtenáři smyšlený svět přenáší do skutečného, hledají spojující prvky, převádí si metaforické typy postav apod. Interpretace i recepce záleží na dvou kontextech, vnitřním a vnějším. To, že čtení nelze zkoumat objektivně nepodporují jen různé možnosti recepce, ale i pozdější nakládání s dílem jako je šíření informací o díle propojené s propagací. Čtení se měřit a zkoumat dá, problémem může být interpretace výsledku lidem mimo sociální mikrosvět literární kultury. Přístupy k výsledkům a závěrům posledních let nejsou ochuzeni o nové možnosti nahlížení a rozbor, tak jako v dřívějších letech bez nových teorií.[152]

Studie Jiřího Trávníčka se ještě netýkají audioknih, které jsou velice novým přístupem k literatuře, jím zjištěná a shrnutá data pomohla k údajům zmíněným v této bakalářské práci. Ve své poslední knize se soustředil na vztah uživatelů internetu a čtenářů. Další rozsáhlé průzkumy realizuje Svaz českých knihkupců a nakladatelů, avšak zatím jen v oblasti

[150] Poslechová místa VOX-BOX [online] © 2006 [2-23-2012]. Dostupný z: http://www.tympanum.cz/cs/aktuality/11-poslechova-mista-vox-box/.
[151] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1. s. 20-22
[152] POSLEDNÍ, Petr. Spisovatelé jako čtenáři. 1. vyd. Praha: CZ Books, 2006. 267. s. ISBN 80-86947-20-3. Fenomenologie četby, s 21-34

vázaných knih. Přinášejí základní fakta o produkcích knih za posledních jedenáct let, aktuální žebříčky prodejnosti a nové zprávy z předávání literárních cen a soutěží. [153]

6.2 *Anketa a její výsledky*

Sama jsem se pustila do malé ankety, která měla přiblížit odpovědi na to, kolik lidí má vůbec o audioknihách nějaké informace, co pro ně audiokniha znamená a kolik jich vlastní. Oslovila jsem přibližně 100 lidí, snažila jsem se vyrovnat studenty a pracující k poměru 50 na 50 procent. Anketní otázky jsem pokládala vždy sama a to buď ústně na ulici ve městech Doksy, Hradec Králové a Pardubice, nebo pomocí internetu přes mailovou poštu.

Anketní otázky:

1) Víte co je audiokniha?
2) Kolik audioknih jste si poslechl/a?
3) Kolik jich vlastníte?
4) Kde jste si audioknihu pořídil/a?
5) Kdy je nejčastěji posloucháte?
6) Čím pro vás audiokniha je?

Anketa měla šest otázek. Z nichž první tři jsou vyřazovací. První se ptá na to, jestli lidé vědí co to audiokniha je. Věděli to ve valné většině případů. Ti co nevěděli, se nesnažili tipnout, rádi si však nechali pojem audiokniha vysvětlit. Mezi kladnými odpověďmi bylo většinou strohé ano, nebo vysvětlení, že se jedná o převyprávění již napsaného díla na zvukový nosič.

Druhá otázka je už hodně specifická. Jedná se o to, kolik audioknih dotazovaný slyšel, pokud možno celých a ne jen útržků. 36 procent lidí odpovědělo, že žádnou. Zbytek

[153] Svaz českých knihkupců a nakladatelů [on-line] ©2009 [cit. 2011- 02-20]. Dostupný z http://www.sckn.cz/index.php?p=ckt_soucasnost.

odpověděl mezi jednou až několika desítkami audioknih. Průměr byl 3 audioknihy. Tento výsledek shledávám velice pozitivním.

Třetí otázka přinesla zajímavé výsledky. Většina lidí (73%) odpověděla, že audioknihu nevlastní žádnou a pokud ano, nezakoupili si ji sami, ale vyhráli v soutěži, nebo stáhli na internetu bez autorského poplatku. (Brzy se ovšem může stát, že zákony tyto možnosti stahování zruší, což neznamená, že se budou audioknihy prodávat více, spíš „fér" jednání ze stran zákazníků). Přesto počet vlastněných a poslechnutých audioknih je v nepoměru. Lidé audioknihy vlastní, na druhé straně ne všechny si poslechnou. Audioknihu si koupilo, ať už na internetu nebo v obchodě, pouze 9 procent dotázaných.

Poslední dvě otázky byly určeny už jen pro posluchače audioknih. Pátá se ptala na to, kde lidé audioknihy poslouchají. Odpovědi nebyly nečekané, ale velice různorodé. Počínaje školou (a to i včetně přehlušení přednášejících) v dopravních prostředcích, doma, při relaxaci, během cvičení, při nakupování, během cestování autem, v knihovnách a na zastávkách.

Po položení šesté otázky jsem se dozvěděla, že audiokniha je zábavou, nutností, zpestřením jízdy v autě, relaxací, ozvláštněním, zpříjemněním domácích prací a na druhé straně i trestem shůry. Každý vztah k audioknize, i ten negativní, se počítá, protože aspoň máme dokázáno, že je lidé mají v povědomí. Je to jako s popularitou, o člověku se nemusí mluvit zrovna hezky, důležité je, že víme, že existuje.

Nemůžu s jistotou říct, zda lidé odpovídali pravdivě, neměli sice důvod lhát, nicméně odpověď: Ano, vím co je audiokniha, slyšel jsem už minimálně tři, zní vždy lépe než: Nevím co to je, nechci to vědět a i kdybych věděl, nic takového mi do domu nesmí. Anketa určitě neukazuje celkový vztah lidí k audioknihám, ukazuje aktuální stav mezi drobným výběrem obyvatel České republiky z mého okolí. Mimo anketu mi i pár lidí vysvětlilo proč si audioknihy nepořizuje, nebo proč je neposlouchá a jsou to zdůvodnění téměř univerzální. Jsou nápadně podobné jakýmkoli jiným důvodům proč člověk něco (cokoli) nedělá. Není čas, nejsou peníze, a když už tyto dva faktory jsou, není chuť a nálada. Ty samé výsledky pocítil i Jiří Trávníček ve svých dvou výzkumech v roce 2007 a 2010. [154] [155] To, že není čas, beru jen jako výmluvu, protože doba fandí kombinování činností a není vždy do určité míry těžké dělat

[154] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1.
[155] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3.

dvě věci zároveň. Třeba ležet a poslouchat, nebo dělat domácí práce a mít zapnutý přehrávač, nebo někde čekat, či sedět ve vlaku a mít u toho v uších sluchátka. Argumentace penězi je vždy tou nejsilnější, jelikož je uvěřitelná a pochopitelná.

6.3 Ohrožení?

Audiokniha se řadí do třetí a zatím poslední vlny informační revoluce. První spočívala ve vynalezení písma mezi 6000 a 5700 př. n. l., druhá ve vynálezu knihtisku v polovině 15. století a tím třetím je digitalizace, která je aktuální posledních pár let.[156] Stejně jako s každou novinkou přichází otázka, jestli nová věc nenahrazuje věc starou. Jestli nám stará věc, ačkoli sloužila dobře, nezmizí z dohledu. Je známo, že po vynálezu knihtisku a denního tisku obzvlášť lidé trošku zpohodlněli, začali přeskakovat texty, čtou nepozorně a hlavně si zvykli na to číst kratší úseky, ale knihy se vydávat nepřestaly. Dokonce se vydávají ve větším množství více než kdy jindy. [157]

Spousty nových výrobků lidem ulehčuje život, i když na první pohled při kouknutí na manuál takový pocit mít nemusí. Není hnedka důvod se novinek bát. Audiokniha nenahrazuje nic starého. Přirovnala bych to k tyčovému mixéru, tyčový mixér s třetím vrutem nahrazuje mixér s vruty pouze dvěma, ale nikdy nenahradí ruční šlehač. Audiokniha přináší nový pohled na věc. A pokud tedy opravdu přistoupíme na teorii, že ohrožuje tištěné knihy, rozhodně ne více než elektronická verze knih. Ani v tomto případě nehrozí jejich blízký zánik. Je to ten samý případ jako u knih psaných a tištěných.

V úvodu knihy s názvem: *Knih se jen tak nezbavíme*, složenou s korespondence dvou významných lidí v oblasti literatury a zároveň bibliofilů Jeana Clauda Carriera a Umberta Eca se vedoucí rozhovorů Jean-Philippe de Tonnac zmiňuje o tom, že staré věci se nedají nahradit novými, speciálně pokud jde o knihy: „Totéž bude platit pro elektronickou knihu, pokud se nakonec prosadí na úkor knihy tištěné – není moc pravděpodobné, že klasickou knihu vypudí z našich domovů a vytlačí ji z našich zvyklostí. E-book knihu nezahubí, stejně jako se poté, co

[156] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 32
[157] Tamtéž, s. 29

Gutenberg představil svůj geniální vynález, nepřestaly se ze dne na den používat kodexy a ty zase nezastavily prodej papírových svitků, volumin.“[158]

Další údajnou hrozbou, která potkala knihu, je internet. V průzkumu z roku 2010, je však ve shrnutí jedné kapitoly napsáno, že tomu tak není. Internet není oponent, mění sice čtenářské návyky, ale ne víc než noviny. „Internet jako čtenářské médium staví v naší populaci především věkovou bariéru. Čteme na něm hlavně krátké texty. Čím jsme silnější čtenáři, tím jsme i častější uživatelé internetu. Představa, že bychom četli knihy jenom digitálně, je pro drtivou většinu naší populace nepřijatelná (79% [159]).“[160] Internet je zatím posledním civilizačním vynálezem. I on podporuje v lidech čtení kratších textů, zároveň přináší masové šíření textů včetně těch knižních. Kniha a digitální kultura spolu nesoupeří, jsou ve fázi hledání optimálního způsobu soužití.[161]

Ve stejném principu jako vydavatelé audioknih netvrdí o vázaných knihách, že jsou špatné, není důvod, aby nakladatelé tištěných knih mluvili zle a audioknihách a o e-knihách. Zatím si nikdo nevšiml, že by se tomu tak dělo. Ačkoli je pravda, že lidé už nenakupují vázané knihy tolik jako před několika lety, přesto ve čtení a v navštěvování knihovny nepolevili.[162] Možná za to může nová sazba DPH na knihy, které přes všechny protesty byla navýšena na 14 procent (což je jen tak mimochodem snížená sazba) oproti původním 5 procentům. A není všem zvyšováním daní konec, za rok to bude procent 17,5.

Nejvyhraněnější a nejradikálnější názory vůči budoucnosti knih a jejich zachování mají lidé nepracující v knižním průmyslu. Audiokniha je jen další formát knihy, který nabízí mnoho výhod pro zrakově, tělesně, časově nebo jinak omezené lidi. Formátů knih je několik, pokud je budu počítat podle největšího internetového prodejce knih, je jich pět až šest. Vázaná verze, brožovaná verze většího formátu, brožovaná s masovou distribucí, elektronická verze, audiokniha a audiokniha, která se dá stáhnout na webové adrese.[163] To co lidi ovlivňuje při výběru formátu knihy, jakou si chtějí koupit, bude pravděpodobně na žebříčku hodnot i její cena. Elektronické verze knih se prodávají skutečně podstatně levněji než jiné formáty.

[158] CARRIERE, Jean-Claude. ECO, Umberto: *Knih se jen tak nezbavíme*. 1. Vyd. Praha, 2010. IBN 978-257-0266-6. s. 7
[159] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3. s. 81
[160] Tamtéž, s. 84
[161] Tamtéž, s. 38
[162] Tamtéž, s. 52
[163] Tamtéž, s. 32

„Na Amazonu se elektronické knihy do čteček Kindle prodávají zhruba o čtvrtinu levněji než knihy papírové: například román Danielly Steelové Rodinná pouta se na podzim 2010 nabízel za tyto ceny: elektronická verze – 13,79USD, vázaná kniha – 18,48 USD, audiokniha ve formátu mp3 – 17,99 USD.“[164] U Českého prodejce Kosmas jsem hledala titul pro podobné srovnání. Vybrala jsem dílo zpracované ve všech verzích, *Hobit* od J. R. R. Tolkiena. Elektronická verze stojí 98Kč , tištěná verze bez ilustrací 253 Kč, s ilustracemi 331 Kč, audioverze na třech CD stojí 339 Kč a komiksovou verzi nabízí za 338 Kč.[165]

Je tedy nová audiokniha hrozbou něčeho stávajícího? Na tuto otázku není správná odpověď, rozhodně ji neznáme nyní. Hrozbou se může zdát cokoli a v podstatě se může jednat o nevinnou věc, nebo naopak, něco nevinného může mít nečekané a fatální následky. Není důvod hned být skeptický. To, že přijde věc nová, hned neznamená zánik nějaké staré. Jean-Philippe de Tonac v knize Knih se jen tak nezbavíme píše, že se novinek nebojí. Stejně jako film nezabil malířství a televize nezabila kino, se nemusíme bát, že digitalizace knih zabije knihy vázané a nabádá, ať přivítáme nové čtečky knih a další zařízení, do kterých určitě zařazuje i audioknihy. [166]

[164] Tamtéž, s 32
[165] I Internetové knihkupectví KOSMAS [online] © 2012 [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: http://kosmas.cz/.
[166] CARRIERE, Jean-Claude. ECO, Umberto: *Knih se jen tak nezbavíme*. 1. Vyd. Praha, 2010. IBN 978-257-0266-6. str. 7

Závěr

Bakalářských a diplomových prací vzniklo na téma audioknihy málo. Autoři na audioknihy pohlíží jako na pomoc slepým či jinak zdravotně postiženým občanům. Dále pozorují vliv na dětské čtenářství, nebo vybavenost knihoven zvukovými knihami. Práce jsou si vesměs dosti podobné. Já jsem audioknihy pozorovala z pohledu tvůrčího, tržního, užitečného, spotřebitelského, perspektivního, dle možnosti rozdělení i jako artefakt.

S audioknihami se veřejně setkáváme na internetu, v kamenných prodejnách s knihami, či zvukovými nosiči. Očekává se, že audioknižní nakladatelství, jejichž popis a specifikace v mé práci též naleznete, budou mít na veletrhu Svět knihy četnější zastoupení než minulý rok. Pravděpodobněji se v našem okolí vyskytují častěji než tušíme, jen je nevidíme. Možná ji má kolemjdoucí puštěnou v uších, nebo řidič v projíždějícím autě si ji zapíná v autorádiu.

Audiokniha je v České republice zatím považovaná spíše za pomocníka, než za plnohodnotnou náhradu čtení. Tento stav se pochopitelně může časem změnit, především po vydaní většího množství titulů, zvětšením spektra žánrů a vybočením z beletrie i do odborných knih. Těžko říci, jakou variantu čtení by si lidé vybrali, kdyby se každé dílo dalo sehnat v tištěné, elektronické i zvukové verzi. Nejpopulárnější je stále kniha. Audiokniha se dostala do povědomí veřejnosti a čeká se, jestli se stane oblíbeným artiklem. Je potřeba brát audioknihy jako novou alternativu čtení, ne jako konkurenci tištěných knih.

Počátkem historie audioknihy může být vnímáno již jako předčítání. To provází člověka celým životem, teď dokonce i na profesionální úrovni. Interpreti audioknih mají nejenom zvučné hlasy, ale i jména. Aktuálně je nejčastějším nosičem mluveného slova kompaktní disk nebo zvukový soubor. V zahraničí jsou audioknihy populárnější, tudíž mají více formátů i možnosti přehrávání, konkrétně v USA a Japonsku. „Technologie jsou náročnější a zároveň podobné našim smyslům, vyžadují nyní takovou souhru a souvztažnost, aby umožnily racionální koexistenci.“[167]

Audioknihy se nahrávají ve studiích pod dohledem režisérů několik dní, než se upraví včetně hudebního doprovodu do finální podoby. Konečná verze může mít podobu zkrácené či

[167] MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000. ISBN 80-7217-128-3. s. 109

nezkrácené knihy, často se za audioknihu pokládá jakékoli mluvené slovo včetně rozhlasové dramatizace, nebo vyprávění.

Komu je audiokniha určena? Nevidomým, jinak zdravotně postiženým, dětem, studentům, dospělým, důchodcům, časově vytíženým lidem, vlastně komukoli. Nevymezuje se vůči ničemu a nikomu. Nic neváží, vejde se kamkoli, je zdrojem zábavy v MHD, na ulici, v autě, při domácích činnostech, ve vlaku. Má tolik výhod a přitom není v oblíbenostech žebříčcích na předních příčkách. Důvod proč u nás nejsou audioknihy natolik populární je několik. Prvním je malá spolupráce s knihkupectvími, dalším je malá propagace. Vinu má i vysoká cena audioknih. Velkým krokem vpřed je VOX-BOX nakladatelství Tympanum, což je počítač s dotykovým displejem umístěný v několika knihkupectví, kde si kdokoli může úryvek audioknihy pustit a nekupovat zajíce v pytli. Dalšími nakladatelstvími jsou kupříkladu AudioStory, Radioservis, Supraphon, Fonia a Popron music.

Audioknihy posluchači nemusí kupovat jen v knihkupectví, ve větším množství jsou dostupné v internetových prodejnách, audiotékách (stránky prodávající, nebo zadarmo nabízející soubor s nahrávkou), knihovnách či volně na internetu. Mluvené slovo rozdělují knihovny na dva druhy nahrávek. Audioknihy a zvukové knihy. Zvukové knihy jsou nekomerční nahrávky objednávané z Knihovny a tiskárny pro nevidomé Karla Emanuela Macana, určeny primárně pro hendikepované návštěvníky knihoven půjčované bez poplatku. Ostatní posluchači poplatky platí. Audioknihy jsou komerční, tudíž si je knihovny obstarávají sami.

Moderní trend a znak naší doby je přechod od intenzivního k extenzivnímu čtení, což audiokniha velice podporuje a proto určitě slaví úspěch. Šetří lidem čas, zrak, ale hlavně je zdrojem inteligentní zábavy. Čtení slov se zpracovává v jiné části mozku než jejich poslouchání a je pro mozek náročnější.[168] „Když jsou slova napsána, stávají se samozřejmě součástí vizuálního světa. Jako mnoho prvků vizuálního světa jsou statická, a jako taková ztrácejí dynamiku, která je obecně tak charakteristická pro sluchový svět, a pro mluvený svět zvláště.“[169]

Velikost českého knižního trhu se počítá na pět miliard korun. Celkové tržby audioknih jsou mezi 1-4%. Audioknih je vydáno kolem 1200 a každý měsíc jejich počet

[168] MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení.* 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. ISBN 978-80-7294-231-2. s. 57.
[169] MCLUHAN, Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura*. 1. vyd. Brno: Jota, 2000. ISBN 80-7217-128-3. s. 124

stoupá.[170] Sledovat novinky můžou zájemci na stránkách nakladatelství, na stránkách projektu audioknihy.net, nebo se stát odběrateli novinek na sociálních sítích. Na téma audioknihy existují ankety vytvořené pouze knihovnami, nebo nakladateli. Odpovědi hledají většinou na to, jestli lidé mají o audioknihy zájem, či jak se jim která líbí. Mě spíš zajímalo, kolik lidí z dotázaných je bude znát, poslouchat a vlastnit. Oslovila jsem 100 lidí, z nichž 88 vědělo co audiokniha je, 64 lidí už minimálně jednu slyšelo a pouze 27 lidí nějakou vlastní. Většina z nich byla dar, nebo výhra v soutěži. Vypadá to, že Češi vědí, jak se čte ušima.

Někdy vzniká falešná představa, že čtení knih je out, je pro lidi bez zábavnějších koníčků, pro samotáře. Světová móda dokazuje, že tomu tak není. Návrhářka Olympie Le-Tan přišla na trh se sadou kabelek vypadajících jako knihy. Po červeném koberci tímto stylem prošlo již několik knih. Mít v ruce knihu ať už falešnou nebo pravou, vypovídá leccos o čtenáři, okolí vidí obal, může si přečíst název a o čtenáři si udělat obrázek. Nechat si pouštět knížku do uší je soukromější a mít sluchátka na uších je osvobozující. Nakladatelé věří, že se audioknihám blýská na lepší časy a já věřím, že ano. Mluví se o nich čím dál tím častěji a mají výbornou dostupnost jak pro internetové fajnšmekry, tak pro nakupující v kamenných obchodech.

[170] JŮZLOVÁ, Petra. Přestanou Češi číst? Na trhu je 1200 audioknih. *Lidovky* [online] 28.11.2011 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: http://byznys.lidovky.cz/firmy-trhy.asp?c=A111128_164127_firmy-trhy_apa.

Seznam literatury

Prameny

Agáta Kestřánková [online] [cit. 2012-02-03]. Dostupné z <http://agatakestrankova.cz/>.

Audio knihy [online] © 2011 [cit 2012-03-09]. Dostupné z <http://dobrypastyr.cz/audioknihy.htm>.

Audio nahrávka Nového zákona [online] © 2010 [cit 2012-03-11]. Dostupné z <http://www.bible21.cz/preklad_bible/audio_NZ>.

Audiopovídky[online] © 2007 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z <http://www.pavelrencin.cz/audiopovidky>.

Český rozhlas. Jukebox [program-online]. Dostupné z <http://www.rozhlas.cz/spektrum/default/jukebox.html>.

Literární doupě: *Mlčení s T.G. Masarykem* [online] © 2001-2009 [2-21-2012]. Dostupné z < http://ld.johanesville.net/capek-11-mlceni-s-t-g-masarykem?page=28>.

Martin Koláček [online] (c) 2007 [cit. 2012-03-03]. Dostupné z <http://grunt-sci-fi.com/autor>.

MP3 pohádky ke stažení zdarma [online] © 2006 [03-02-2012]. Dostupné z <http://www.uzlicek.cz/Pohadky-v-mp3>.

Ocuvite [online] © 2012 [cit. 2012-03-12]. Dostupné z < http://www.bausch.cz/products/ocuvite/ audiobook.htm>.

Tradiční české pohádky ke stažení v MP3 [online] © 2008 [03-02-2012]. Dostupné z <http://www.zvukoveknihy.cz/>.

Literatura

Tištěné zdroje

CARRIERE, Jean-Claude. ECO, Umberto: *Knih se jen tak nezbavíme*. 1. Vyd. Praha, 2010. IBN 978-257-0266-6.

ECO, Umberto. *Jak napsat diplomovou práci*. První vydání. Olomouc: Votobia, 1997. 271 s. ISBN 80-7198-173-7.

ECO, Umberto. *Lector in fabula: role čtenáře, aneb, interpretační kooperace v narativních textech*. Praha, 2010. ISBN 978-80-200-1828-1

JOACHIMOVÁ, Eva. *Cesta bílého jestřába*. Praha, 1998. 244 s. ISBN: 9788090472013

JURIGA, Tomáš. Jak se čte ušima. *Literární noviny*, 2009, roč. 20, č. 14, s. 11. ISSN 1210-0021.

KLUSÁK, Pavel: Proč se vracejí kazety. *Lidové noviny* 12. března 2011.

MANGUEL, Alberto. *Dějiny čtení.* 1. vyd. Brno: Host, 2007. 480 s. ISBN 978-80-7294-231-2

MARTINCOVÁ, Olga. KOLEKTIV. *Nová slova v češtině: slovník neologismů*. 1. vyd. Praha, 1998. ISBN 80-200-0640-0.

MARTINCOVÁ, Olga. KOLEKTIV. *Nová slova v češtině: slovník neologismů2*. 1. vyd. Praha, 2004. ISBN 80-200-1168-4.

PALEČKOVÁ, Jana. TOMÁŠEK, Vladislav. BASL, Josef. Hlavní zjištění výzkumu PISA 2009: Umíme ještě číst?. Praha, 2010. ISBN: 978-80-211-0608-6.

PAVLOVSKÝ, Petr. Audiokniha: médium mezi literaturou a rozhlasem. *Tvar: literární týdeník*, 2009, roč. 20, č. 8, s. 10. ISSN 0862-657X.

POSLEDNÍ, Petr. *Spisovatelé jako čtenáři*. 1. vyd. Praha: CZ Books, 2006. 267. s. ISBN 80-86947-20-3. Fenomenologie četby.

ŠTOCHL, Miroslav. *Teorie literární komunikace*. 1. Vyd. Praha, 2005. ISBN 80-86903-09-5.

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztahy ke knize* (2007). 1. vyd. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1.

TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čtenáři a internauti: Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení* (2010). 1. vyd. Brno: Host, 2011. 191 s. ISBN 978-80-7294-515-3.

Elektronické zdroje

And 25 Years Ago Philips Introduced the CD [online] ©2002-2012 [04-03-2012]. Dostupné z < http://www.geekzone.co.nz/content.asp?contentid=7304>.

Audioknihy – čtěte ušima [online] © 2009–2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <http://www.ctesyrad.cz/audioknihy>.

Audioknihy mají svoje cache [online] © 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <http://audioknihy.net/clanky/id/210/>.

Audioknihy.net [online] © 2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <https://www.facebook.com//audioknihy.net>.

AudioStory – O nás [online] [cit. 2012-01-02]. Dostupné z <http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=onas>.

British Council. Partnerské knihovny [online] © 2012 [03-09-2012]. Dostupné z <http://www.britishcouncil.org/cz/czechrepublic-about-us-partner-libraries.htm>.

Celá Evropa čte dětem [online] [cit. 2012-03-11]. Dostupné z <http://www.celeceskoctedetem.cz/cz/menu/464/cela-evropa-cte-detem/>.

DOČKALOVÁ, Marie. Zvukové knihy a audioknihy v České republice. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2010, roč. 10, č. 2 [cit. 2012-01-16]. Dostupné z <http://kzv.kkvysociny.cz/Default.aspx?id=1279>.

GARTNER, Angela. Sonlon firm´s „Playaway" a runaway hit at libraries. *Sun News* [online]. © 2012, 14. 11. 2009 [03-10-2012]. Dostupné z <http://www.cleveland.com/sun/all/index.ssf/2009/11/solon_firms_playaway_a_runaway.html>.

Geocaching [online] © 2000-2012 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <http://www.geocaching.com/>.

Historie [online] [03-10-2012]. Dostupné z <http://www.ktn.cz/history>.

Internetové knihkupectví KOSMAS [online] © 2012 [cit. 2012-03-17]. Dostupné z < http://kosmas.cz/>.

JÍCHOVÁ, Veronika. Audioknihy v pověřených knihovnách Jihomoravského kraje a jejich využití čtenáři [online]. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet Informačních studií a knihovnictví, Brno. 2010. 82 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. et Mgr. Monika Kratochvílová. Dostupné z <http://is.muni.cz/th/96620/ff_b/DP_Jichova_Veronika.pdf>.

JŮZLOVÁ, Petra. Přestanou Češi číst? Na trhu je 1200 audioknih. *Lidovky* [online] 28.11.2011 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z <http://byznys.lidovky.cz/firmy-trhy.asp?c=A111128_164127_firmy-trhy_apa>.

Katalog [online] © 2012 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z <http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=katalog&typ=1>

Katalogy a seznamy [online] © 2012 [cit.2012-02-25]. Dostupné z <http://www.supraphon.cz/cs/katalog/ katalogy/>.

KLIMEŠ, Tomáš. Co je MP3? [online] ©2004 [03-10-2012]. Dostupné z <http://nullsoftwinamp.sweb.cz/winamp/mp3.htm>.

Kniha mého srdce [online] © 2009 [cit. 2012-02-25] Dostupné z <http://www.knihamehosrdce.cz/>.

Knihovna a tiskárna pro nevidomé K.E. Macana [online] [cit. 2012-02]. Dostupné z <http://www.ktn.cz/history>.

KOHŮTEK, Petr. Zvuk – formáty [online] © 2001 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z <http://medard.soc.cas.cz/digidat/zvuk_formaty.htm>.

Měsíc autorského čtení: O festivalu [online] [2-20-2012]. Dostupný z <http://www.autorskecteni.cz/2011/cz/o-festivalu>.

Minidisk.org : Technology [online]. [cit. 2011 -30-01]. Dostupné z <http://www.minidisc.org/part_MD_technology.html>

Minidisk.org : What are MiniDiscs? [online]. [1997] [cit. 2011-30-01]. Dostupné z <http://www.minidisc.org/part_What_are_MiniDiscs.html>.

Mobilní aplikace [online] © 2011 [cit. 2012-02-27]. Dostupné z <http://audioteka.cz/mobilniaplikace>.

NAJVAROVÁ, Veronika. Čtenářská gramotnost žáků 1. Stupně základní školy [online]. Brno: Masarykova Univerzita, Pedagogická fakulta, Katedra pedagogiky, 2008. 224 s. Vedoucí disertační práce Doc. PhDr. Tomáš Janík, Ph.D. Dostupné z <http://is.muni.cz/th/14647/pedf_d/VN_disertace.pdf>.

Naše prodejny [online] © 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <http://www.popron.cz/nase-prodejny/t-245/>.

Nejprodávanější [online] © 2010 [cit. 2012-2-25]. Dostupné z < http://www.radioservis-as.cz/katalog/nejprodavanejsi.php>.

Nejprodávanější [online] © 2006 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z <http://www.tympanum.cz/cs/e-shop/nejprodavanejsi/>.

Nejprodávanější tituly za posledních 14 dní – audioknihy – mluvené slovo [online] [03-10-2012]. Dostupné z <http://www.kosmas.cz/bestsellers/1/10/404/audioknihy-mluvene-slovo-na-cd/>.

Novinky [online] [cit. 2012-02-25]. Dostupné z <http://www.audiostory.cz/www/index.php?page=katalog&typ=2>.

Novinky v naší nabídce [online] © 2010 [cit. 2012-02-25]Dostupné z <http://www.radioservis-as.cz/katalog/katalog.php?novinky=1>.

Our Products [online] © 2012 [cit. 2012- 03-10]. Dostupné z <http://www.findawayworld.com/what-we-do/our-products/>.

O zrakových vadách [online] © 2005-7 [cit 2012-01-29]. Dostupné z <http://www.tyfloemploy.org/o-zrakovych-vadach>.

Podrobný popis výzkumu [on-line] © 2011 [cit.2012-03-10]. Dostupné z <http://www.pisa2012.cz/?a=podrobny_popis_vyzkumu>.

Pohádkový obchod [Online] © 2009-2011 [2-20-2012]. Dostupný z <http://www.pohadkovyobchod.cz/pohadkovyobchod/eshop/5-1-Knihy/29-3-Skolaci-do-9let/5/384-Detem-Zdenek-Miler-a-Krtek>.

PROCHÁZKOVÁ, Irena. Co je čtenářská gramotnost, proč a jak ji rozvíjet? *Metodický portál*[online] 18. 01. 2006 [03-10-2012]. Dostupné z <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/446/CO-JE-CTENARSKA-GRAMOTNOST-PROC-A-JAK-JI-ROZVIJET.html/>.

Projekt audioknihy.net pomohl audioknihám na správné místo [online] © 2010 [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z <http://audioknihy.net/clanky/id/45/>.

Próza – Předčítač [online] © 2012 [03-15-2012]. Dostupné z <http://www.prostor-nakladatelstvi.cz/cz/zanry/proza/predcitac.aspx>.

PŘIBIL, Marek. Syn vůbec nečte. Dejte mi Babičku na DVD, žádá otec. Právo - Novinky, únor 2012. Dostupné z <http://www.novinky.cz/domaci/259886-syn-vubec-necte-dejte-mi-babicku-na-dvd-zada-otec.html>.

RIEBAUEROVÁ, Martina. Mámo, táto, čtěte mi na dobrou noc. *MF DNES* [online] 28. 1. 2010 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z <http://ona.idnes.cz/deti.aspx?c=A100128_120950_ona_deti_jup>.

SMÝKAL, Josef. PhDr. Josef Smýkal [online] ©1999–2012 [cit. 2012-02-15]. Dostupné z <http://smykal.ecn.cz/>.

Stručně o projektu [online] © 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z <http://audioknihy.net/clanky/id/8/>.

Svaz českých knihkupců a nakladatelů [on-line] ©2009 [cit. 2011- 02-20]. Dostupný z <http://www.sckn.cz/index.php?p=ckt_soucasnost>.

Svět knihy Praha: Katalog vystavovatelů 2011 [online] © 2006 [cit. 2.29.2012]. Dostupný z < http://sk2011.ns2.greep.cz/cz/menu/vystavovatele-2011/>.

ŠKYTOVÁ, Alžběta. Audioknihy a jejich vliv na dětské čtenářství [online]. Brno: Masarykova univerzita. Filozofická fakulta. Ústav české literatury a knihovnictví. Kabinet Informačních studií a knihovnictví, 2009. 77 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Petr Škyřík. Dostupné z <http://is.muni.cz/th/217795/ff_b/bakalarka_audioknihy.pdf>.

ŠKYTOVÁ, Alžběta. O audioknihách [online]. © 2010, poslední revize 08. 11. 2009 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z <http://audioknihy.net/oaudioknihach>.

ŠOŠKOVÁ, Andrea. Audiobooks aneb knížky do ucha [online] © 2010 [cit. 2012-03- 14]. Dostupné z <http://www.radioservis-as.cz/archiv08/36_08/36_tema.html>.

ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. Český rozhlas [online]. 5.12.2008 [cit.2011-06-16]. Dostupné z <http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce>.

ŠTRÁFELDOVÁ, Milena. Audioknihy se v Česku neprosazují lehce. *Český rozhlas* [online]. 5.12.2008 [cit. 2012-06-16]. Dostupné z WWW: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/udalosti/audioknihy-v-cesku-se-neprosazuji-lehce>.

The World Factbook [online] [cit. 2012-03-10]. Dostupné z <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ez.html>

Tympanum. Poslechová místa VOX-BOX [online] © 2006 [2-23-2012]. Dostupné z <http://www.tympanum.cz/cs/aktuality/11-poslechova-mista-vox-box/>.

Upíří deníky [online] © 2007-2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z <http://www.upiri-deniky.cz/>.

Výsledky hlasování [online] © 1996-2012 [cit. 2012-02-25]. Dostupné z <http://www.ceskatelevize.cz/program/knihamehosrdce> .

Základní fakta o produkci knih v ČR za rok 2010 [online] ©2009 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z <http://www.cz/index.php?p=fakta2010>.

Přílohy

1) Ukázky odpovědí anketních otázek a,b
2) Výsledky ankety
3) Fotky audioknižního desatera

Příloha 1a

Pohlaví : Žena

Věk: 21

Místo oslovení

a) Internet b) Pardubice c) Hradec Králové d) Doksy

1) Víte co je audiokniha? (stačí ano/ne)

   Ano

2) Kolik audioknih jste si poslechl/a?

   Myslím, že pouze dvě.

3) Kolik jich vlastníte?

   žádnou

4) Čím pro vás audiokniha je? (povinnost, koníček, zábava, zdokonalování)

   Myslím, že především otevírá větší šance na literární znalosti i pro ty, co nejsou vášnivými čtenáři. Takže asi zdokonalování.

5) Kdy audioknihy posloucháte (cestování, domácí práce, v autě, apod.)

   Rozhodně doma.

6) Kde jste si knihu pořídil/a (kamenný obchod, internetový obchod, kopírování z internetu, dárek)
   Obě dvě jsem měla půjčené od známých.

Příloha 1b

Pohlaví muž

Věk 31

Místo oslovení

a) Internet b) Pardubice c) Hradec Králové d) Doksy

1) Víte co je audiokniha? (stačí ano/ne)

Ano

2) Kolik audioknih jste si poslechl/a?

přes 20

3) Kolik jich vlastníte?

2

4) Čím pro vás audiokniha je? (povinnost, koníček, zábava, zdokonalování)

koníček, zábava, zpříjemnení volného času

5) Kdy audioknihy posloucháte (cestování, domácí práce, v autě, apod.)

v autě, doma při modelaření

6) Kde jste si knihu pořídil/a (kamenný obchod, internetový obchod, kopírování z internetu, dárek)

kopírování z internetu.
dáreh od známých

Příloha 2

Výsledky ankety

Počet zúčastněných: 118

Vybráno vzorků: 100

Počet mužů: 43

Počet žen: 57

Zastoupení míst:

a) Internet 48

b) Pardubice 23

c) Hradec Králové 13

d) Doksy 16

Počet, který ví co je audiokniha:

Počet, kdo neslyšel ani jednu: 36

Počet, kdo nevlastní ani jednu audioknihu: 73

Kolik lidí si audioknihu koupilo: 9

Průměrné hodnoty:

Počet poslechnutých audioknih: 3

Počet vlastněných audioknih: 2,18

Příloha 3

Audioknižní desatero

Ukázky fotek vytvořených lidmi z projektu audioknihy.net

Audioknihy
nám
přinášejí
umělecký
zážitek
audio knihy
Photo by Jindřich Nejedlý

Audioknihy lze poslouchat
všude
audio knihy
Photo by Jindřich Nejedlý

Resumé

In my bachelor thesis I compiled the topic "Phenomenon of the audiobook in present Czech literary culture". The aim of my work was to describe the audiobook from all points of view. The points of view are: The audiobook`s history, production, classification, distribution, analysis of genre trends, orientation and phenomenon. Part of my thesis is a survey that studies the relation of people with the audiobook. For example how many audiobooks have people heard, how many audiobooks do they own and when do they listen to them.

We don´t know whether the history of Audiobooks begins by spoken culture, or by the first recorded audiobook. Reading books aloud is a constant part of our lives and has been the theme of several films and books. The most popular reading method in Czech Republic is still reading a printed book. E-books or audiobooks are not yet in the spotlight. The books chosen to become an audiobook are usually only the Czech and world bestsellers. Publishers divide audiobooks into children books, student books, and adult books. The audiobook is basically meant for everyone. It was first produced as a help for blind people, but in America, Japan or Scandinavia it became a regular part of life. People play it in cars, libraries, at their homes, etc.

It’s possible to buy audiobooks in musicshops, bookshops, or on the internet. They are sold on CD’s or in MP3 format. They used to be sold on vinyl records or on audio tapes. The sale of audiobooks is not easy – for example the price is a concern. Publisher Tympanum came up with the idea that audioreaders could listen to the book before they buy it in the shop. This is why they established VOX-BOXes. These are PC devices with touch display and headphones where anyone can listen to the audiobook published not only by Tympanum publishing. Other publishers sometimes offer samples to listen to on the internet.

The size of Czech book market is estimated to be roughly around five bilion Czech crowns. Total sales of audiobooks are between one and four percent. There are aproximately 1200 audiobooks published and the number grows every month. People who are interested in the topic can follow news on publisher´s website, on the website of the project audioknihy.net, or they can become subscribers on social networks.

Carrying a book tells us some facts about the reader – anyone can see the book´s cover, read its title and make assumptions about the reader. Listening to a book is more private and wearing headphones is a relieving feeling. The publishers believe that audiobooks will soon see better times and I agree with them. According to my survey and to a growing number of articles it seems that Czech people know how to read with their ears.