

# JAK ČEŠTÍ SAMOVYDAVATELÉ PUBLIKUJÍ A ŠÍŘÍ SVÉ ELEKTRONICKÉ KNIHY: VÝSLEDKY KVALITATIVNÍHO ŠETŘENÍ

PUBLISHING AND DISTRIBUTION OF ELECTRONIC BOOKS

WRITTEN BY CZECH SELF-PUBLISHING AUTHORS:

RESULTS OF QUALITATIVE RESEARCH

**Lukáš Pokorný**

*Moravská zemská knihovna*

## Abstrakt

**Účel** – Článek prezentuje metodologii a výsledky šetření zaměřeného na české autory, kteří sami (tj. bez nakladatelů) publikují elektronické knihy z oblasti beletrie. Počet beletristických děl vydaných samotnými autory v elektronické podobě v českém prostředí roste a v roce 2018 dosahuje pravděpodobně několika tisíc titulů. Studie analyzuje příčiny vedoucí k elektronickému self-publishingu, vnímání tohoto fenoménu samotnými autory, možnosti a postupy používané při self-publishingu, a také propagaci a následné šíření takto vydaných děl.

**Design/metodologie/přístup** – Kvalitativní výzkum, polostrukturovaný rozhovor.

**Výsledky** – Výsledky studie naznačují, že primárním (avšak ne jediným) důvodem pro self-publishing je odmítnutí spisovatele ze strany nakladatele. Elektronická forma vydávání je preferována nad papírovou především díky své jednoduchosti a nízkým nákladům. Zkoumaní autoři uvádějí, že jejich záměrem je v budoucnu vydat papírovou knihu u nakladatele, a že elektronický self-publishing je spíše (i když ne vždy) východiskem z momentální situace než záměrně zvoleným řešením. Při elektronickém samovydávání vykonávají zkoumaní autoři potřebné činnosti sami, případně k různým činnostem využívají blízké osoby ze svého okolí. Pohled na propagaci a šíření vydaných e-knih se mezi autory různí; někteří toto považují za důležité, jiní nikoli. Pokud autoři svoje e-knihy propagují, využívají k tomu především prostředky dostupné zdarma na internetu. Někteří zkoumaní autoři své e-knihy na internetu cíleně rozšiřují (e-knihy jsou potom dostupné na více různých webových stránkách, elektronických obchodech apod.), jiní autoři tuto činnost nepovažují z různých důvodů za důležitou.

**Originalita/hodnota** – V České republice se jedná o první výzkum zaměřený na téma self-publishingu elektronické literatury. Výzkum slouží jako zdroj informací o motivech pro elektronický self-publishing a o vnímání této oblasti ze strany samotných autorů.

**Klíčová slova:** self-publishing, samovydávání, samovydavatelé, e-knihy, nezávislí autoři

## Abstract

**Purpose** – The article presents methodology and results of a survey focused on Czech fiction writers who publish their e-books without traditional publishers. Number of Czech literary fiction texts that has been published by their authors in electronic form is growing and in 2018 it probably reaches several thousand titles. The survey deals with causes that result in electronic self-publishing, analyses perception of this phenomenon by author themselves and gives insights into options and techniques employed in self-publishing and into marketing and distribution of self-published e-books.

**Design/methodology/approach** – Qualitative research, semi-structured interview.

**Results** – Results suggest that the primary (although not the only) factor that leads to self-publishing is rejection by a publisher. E-book form is preferred over paper form primarily due to ease of the publishing process and lower costs. Surveyed authors state that, in the future, their aim is to publish paper books with publishers and that electronic self-publishing is rather (even if not in all cases) a solution of their present problems than a deliberately chosen approach. In the process of self-publishing, surveyed authors perform the necessary activities by themselves, or, in some cases, employ family members, friends and acquaintances. There are differences regarding promotion and dissemination of published e-books: some of the authors consider these activities important, others not. The authors that actually promote their e-books primarily use freely available online tools. Some of the surveyed authors intentionally disseminate their e-books which are then available on more websites, online bookstores etc., while other authors do not consider this activity important.

**Originality/value** – This survey is the first of its kind conducted in Czech Republic. It provides information about writer's motivations for electronic self-publishing and about writer's perceptions of this phenomenon.

**Keywords:** self-publishing, self-publishers, e-books, independent authors

## 1. Úvod

Studie je zaměřena na české spisovatele píšící beletrii, kteří sami (tj. bez nakladatele) vydávají své elektronické knihy. V jádru elektronického self-publishingu můžeme identifikovat různé základní prvky, avšak jsou to právě spisovatelé, kteří self-publishing aktivně konstituují a bez jejichž aktivity by tento fenomén neexistoval. Proto se tento výzkum zaměřuje právě na ně. Jejich jednání, zkušenosti, postoje a vnímání elektronického self-publishingu představují samotné základy pro poznání tohoto způsobu vydávání literatury.

Elektronický self-publishing (jinak také samovydávání elektronické literatury) je fenomén poměrně mladý. Jeho počátky můžeme sledovat v 90. letech 20. století, kdy díky dostupnosti potřebných technologií a šíření internetu začali někteří spisovatelé publikovat svá díla v elektronické podobě, aniž by přitom spolupracovali s nakladateli. Tato díla se poté šířila prostřednictvím internetu v mnoha různých formátech, jejich čtenost však byla většinou poměrně malá. Často se jednalo o literaturu určenou pro velmi úzký okruh čtenářů, která by v papírové podobě a s nakladatelem vycházela jen obtížně.

Se zlepšováním infrastruktury pro čtení elektronických knih (tj. zejména s šířením čtecích zařízení a běžnou dostupností e-knih v elektronických obchodech) se utvářely také podmínky pro masifikaci elektronického self-publishingu. V současné době, tedy v roce 2018, se v některých zemích jedná o jeden z nejčastějších způsobů vydávání literatury, přičemž např. v USA byla v roce 2017 téměř polovina prodaných e-knih publikována bez nakladatelů (Ha, 2017). Na základě různých odhadů a statistik můžeme usuzovat, že celosvětově bylo bez nakladatele vydáno v elektronické podobě několik milionů titulů (Haines, 2018).

Elektronický self-publishing se rozvíjí také v České republice, avšak omezeným tempem a spíše stranou zájmu veřejnosti. Ač v českém literárním prostředí působí minimálně několik set nezávislých elektronických autorů, jako skupina zatím nebyli nikým uchopeni a prezentováni. Neexistuje ani žádné jejich sdružení, zastřešující organizace či všeobecně respektovaný či často citovaný mluvčí. Jedná se

o skupinu poměrně širokou, nicméně pro český knižní trh z ekonomického hlediska zcela marginální: mnoho děl těchto autorů je nabízeno ke stažení zdarma či za velmi nízké ceny a většina z těchto knih není v nabídce velkých elektronických obchodů. Přesto počet legálních stažení českých nezávislých e-knih dosahuje minimálně stovek tisíc. Např. pouze na webu Ebookeater.cz, což je jeden z webů, kde se tato literatura soustředí, bylo v době realizace tohoto výzkumu publikováno přes 1000 děl, přičemž počet stažení většiny z nich se pohybuje ve stovkách, u populárnějších děl v tisících kopií. Ač se tedy stále jedná z finančního hlediska o nepodstatný segment trhu, můžeme u něj pozorovat rostoucí zájem ze strany čtenářů.

### 1.1 Elektronický self-publishing: bližší popis pojmu

Samovydávání elektronické literatury je založeno na technologiích, které umožňují publikovat a šířit e-knihy komukoli, kdo má alespoň základní znalost těchto technologií a disponuje internetovým připojením. Můžeme tedy říci, že elektronický self-publishing přispívá k demokratizaci vydávání (Ogorek, 2010). Mnohá díla, která by za jiných okolností nebyla vydána, jsou nyní čtenářům dostupná právě díky elektronickému self-publishingu.

Ač to neplatí univerzálně, je možné říci, že tento způsob publikování je využíván zejména začínajícími autory, kteří nemají možnost vydat knihu u nakladatele. Dalšími skupinami samovydavatelů jsou spisovatelé, kteří se zaměřují na okrajová témata, případně spisovatelé, kteří se z různých důvodů vymezují vůči nakladatelům. Motivů pro elektronické samovydávání však můžeme identifikovat mnoho a blíže se jim věnuje např. Thomlison (2015).

Podíváme-li se na elektronický self-publishing jako na proces, můžeme jej členit na tři základní fáze:

1. Rozhodnutí spisovatele vydat elektronickou knihu bez nakladatele (zde hraje roli motivace autora a jeho informovanost o různých možnostech, které mu technologie nabízí),
2. vydání jako takové (spisovatel v optimálním případě realizuje všechny činnosti, které by běžně vykonával nakladatel; spisovatel přitom může menší či větší množství těchto činností předávat třetím stranám s tím, že on sám zůstává pomyslnou hlavou celého publikačního procesu),
3. kroky následující po vydání e-knihy (umístění na internet, propagace, prodej, ochrana autorských práv apod.).

### 1.2 Bližší informace k cílům výzkumu

Výzkumnou oblastí je český self-publishing elektronické beletristické literatury. Bez účasti nakladatelů vychází také poezie, odborná literatura a mnoho dalších žánrů, avšak proces vydávání těchto typů literatury se vzájemně natolik odlišuje, že je vhodné zkoumat je odděleně.

Výzkumný problém představuje zkušenost českých autorů beletrie s vydáváním e-knih bez nakladatele a způsob, kterým spisovatelé tuto činnost provádí.

Cílem výzkumu je především získat odpověď na následující výzkumnou otázku: proč a jakým způsobem realizují čeští autoři elektronický self-publishing?

## **2. Použitá metodologie a výzkumný postup**

Výzkum má kvalitativní charakter. Presentovaná zjištění jsou platná pouze pro zkoumaný vzorek a nelze je zobecňovat na celou populaci. Kvalitativní výzkum se často používá v situaci, kdy o zkoumané problematice máme relativně málo informací a potřebujeme získat prvotní vhled do problému; díky tomuto typu výzkumu získáme přehled o široké škále konceptů, jevů a vztahů, které se v dané oblasti objevují. Kvalitativní metody mají významnou roli v případě, že je naším záměrem pochopit, proč dochází k danému jevu, a zároveň nutně nepotřebujeme zjišťovat četnost jevu (Disman, 2000; Hendl, 2007).

Použitou výzkumnou metodou je polostrukturovaný rozhovor. Je založen na předem připravené sadě témat a na konkrétních, dopředu zvolených otázkách. Některé otázky v konkrétním rozhovoru výzkumník zcela vynechal a jiné s ohledem na nastalou situaci přidal, což je v souladu s touto metodou (Reichel, 2009). Výzkumník se k této metodě přiklonil proto, že na straně jedné dává možnost ptát se různých zkoumaných subjektů na otázky z předem daných (a pro všechny stejných) tematických okruhů, na straně druhé umožňuje určité odchylky od připraveného návodu k rozhovoru. Tím poskytuje prostor pro objevení se nových, neočekávaných, avšak potenciálně významných témat.

### **2.1 Konstrukce výzkumného vzorku**

Výzkumný vzorek je definován tímto způsobem: autoři píšící česky, kteří vydali bez nakladatele alespoň jednu elektronickou knihu z oblasti umělecké prózy. Elektronickou knihou jsou myšleny ucelené texty v délce vyšších desítek tisíc znaků publikované v některém z e-knižních formátů (typicky epub, mobi či pdf, ale i dalších). Při výběru dotazovaných spisovatelů dbal výzkumník na to, aby se jejich způsob vydávání e-knih nevyznačoval jedním významným společným znakem, tedy např. vydáváním na jediné publikační platformě či zveřejňováním e-knih na jediném webu, a aby se tak do jejich přístupu k samovydávání nepromítaly určité zvyklosti nebo postoje dané např. používáním jednoho stejného softwaru. Výzkumník nakonec oslovil 25 ze 31 získaných kontaktů.

### **2.2 Navazování vztahů s nezávislými autory**

První oslovení autorů proběhlo emailem, v jednom případě kontaktováním osoby na Facebooku. Text oslovení obsahoval krátké představení výzkumníka, základní informace o důvodech pro kontaktování a informaci o tom, že se výzkumníkovi jedná o to, aby mohl s oslovenou osobou provést rozhovor uchovaný ve formě audionahrávky. 15 spisovatelů reagovalo na žádost o účast na výzkumu pozitivně, ostatní oslovení spisovatelé nereagovali vůbec. Poté, co výzkumník spisovatelům poslal doplňující informace o rozhovoru a dokument s poučeným souhlasem, čtyři z nich nahrávaný rozhovor odmítli, případně přestali komunikovat. Rozhovorů se tedy zúčastnilo 11 spisovatelů.

Rozhovory proběhly na podzim roku 2017. Jejich přímým výstupem byly audionahrávky uložené na počítači výzkumníka pod číselnými kódy tak, aby byla zachována anonymita dotazovaných. Na počátku každého rozhovoru byl představen účel výzkumu a zopakováno právo neodpovídat na jakoukoli otázku, případně z výzkumu zcela odstoupit do doby dokončení a zveřejnění výsledků výzkumu.

### 2.3 Příprava a průběh polostrukturovaného rozhovoru

Ve zde prezentovaném výzkumu byl dotazník postaven na tématech, které jsou pro pochopení reality nezávislých autorů nejpodstatnější: důvody pro nezávislé elektronické vydávání („proč to děláte“), proces nezávislého elektronického vydávání a navazujících činností („jak to děláte“) a názory na nezávislé elektronické vydávání („co si o tom myslíte“). Významnou roli hrály také doplňující otázky, které výzkumník kladl v průběhu rozhovoru. K těmto situacím docházelo zejména tehdy, když výzkumník s respondentem dospěl k důležitému tématu mimo základní linii rozhovoru.

Nahrávacím zařízením byl buď notebook, nebo telefon. Přímým výstupem z rozhovorů byly audionahrávky. Dalším krokem, který následoval po získání nahrávek, byla jejich transkripce, kterou provedl autor výzkumu. Přepsané rozhovory byly ponechány v takovém znění, které se co nejvíce blížilo mluvčím osobám. Při prepisu byla vypuštěna pouze slova, která se bezdůvodně opakovala, a také parazitní slova (jakoby, prostě apod.).

Aby byla zachována anonymita zkoumaných spisovatelů, byli tito označováni zástupnými jmény.

### 2.4 Vyhodnocení dat

Analýza dat získaných z polostrukturovaného rozhovoru byla zahájena otevřeným kódováním. Otevřené kódování nepracuje s předem danou sadou kódů, ale kódy vznikají na základě obsahu analyzovaného materiálu. Šedřová shrnuje otevřené kódování takto: „Jde o techniku naprosto induktivní. Pojmy a kategorie jsou vytvářeny na základě materiálu. Tak dochází k tvorbě něčeho nového, v mnoha případech nepředpokládaného a překvapujícího. Tím novým, co v průběhu otevřeného kódování vzniká, je sada pojmů, kategorií a konceptů, které jsou následně seskupovány podle podobnosti, a tak se buduje základ pro jejich další 'síťování', definování vztahů a závislostí mezi nimi.“ (Švaříček & Šedřová, 2007, s. 222).

V případě zde prezentovaného výzkumu bylo výsledkem této fáze analýzy 11 transkriptů opatřených kódy a poměrně rozsáhlá množina kódů. Tuto množinu výzkumník redukoval do kategorií, tzn. seskupil ji podle podobností nebo jiných vnitřních souvislostí. Kategorie byly dále analyzovány technikou vyložení karet, kterou blíže popisuje Šedřová (Švaříček & Šedřová, 2007, s. 66).

## 3. Primární kategorie

V průběhu analýzy bylo identifikováno těchto sedm hlavních kategorií:

1. Důvody pro elektronický self-publishing

2. Vztah samovydavatelů k nakladatelům
3. Postoj k e-knihám a papírovým knihám
4. Proces nezávislého vydání
5. Šíření (distribuce) vydaných e-knih
6. Propagace (marketing) vydaných e-knih
7. Problémy při nezávislém vydávání elektronických knih

#### 4. Důvody pro elektronický self-publishing

##### 4.1 Odmítnutí nakladatelem v souvislostech s dalšími příčinami

Z výzkumu vyplynulo, že velmi významným důvodem pro to, aby se spisovatel rozhodl publikovat svá díla sám, je odmítnutí ze strany nakladatelů (tj. spisovatel se skutečně snažil nabídnout rukopis k vydání, ale byl odmítnut), případně strach z odmítnutí (spisovatel svůj rukopis nenabídnul nakladateli k vydání, protože očekával odmítnutí). Příkladem je výpověď spisovatelky Kláry: „Samozřejmě k tomu mému nezávislému vydávání patří i to, že jsem nenašla žádného vydavatele, žádné nakladatelství, které by do toho s neznámým autorem šlo. Kdyby se mi tehdy někdo ozval s tím, že pojdte, my vás vydáme, tak bych to asi dělala jinak, ale to se děje asi jenom ve filmech, takže jsem to vydala sama.“

Dalším impulsem vedoucím k nezávislému publikování je snaha spisovatele o vytvoření okruhu čtenářů předtím, než nabídne svůj rukopis nakladateli. Spisovatel přitom doufá, že nakladatel poté bude vstřícnější a naváže s ním spolupráci. Někteří zkoumaní spisovatelé zmiňují jako důvod pro self-publishing také nezávislost, respektive svobodu – a to svobodu tvůrčí („mohu si psát, co chci a jak chci“), časovou („nejsem vázán termíny“) a finanční („mohu knihu prodat, za kolik chci, nebo ji nabízet zdarma“). Několik zkoumaných spisovatelů také uvedlo, že mají špatnou zkušenost s vydáním papírové knihy na vlastní náklady (kniha ve smyslu fyzicky uchopitelného artefaktu nebyla kvalitní) a tito spisovatelé tedy dále vydávají své knihy sami v elektronické podobě. Odmítnutí ze strany nakladatelů (případně strach z odmítnutí) však různým způsobem ve svých výpovědích zmínili všichni zkoumaní spisovatelé; výše uvedené další důvody pro elektronický self-publishing nebyly zmiňovány samostatně.

Impulzy vedoucí k nezávislému elektronickému publikování můžeme poměrně zřetelně rozdělit na dva hlavní typy:

- vydání e-knihy bez nakladatele jako reakce na určité omezení („svoboda od něčeho, co pro mě jako pro autora nebylo příjemné“ – např. odmítnutí ze strany nakladatele, špatná zkušenost s vydáním papírové knihy na vlastní náklady apod.),
- vydání e-knihy bez nakladatele jako krok slibující určitý prospěch („svoboda k něčemu, co mi jako autorovi přináší benefity“ – např. možnost vytvořit si okruh čtenářů na začátku kariéry, tvůrčí svoboda, časová svoboda, finanční svoboda).

## 4.2 Self-publishing jako reakce na špatnou zkušenost s vydáním na vlastní náklady

Mezi zkoumanými spisovateli byli autoři, kteří za sebou měli zkušenost s vydáním papírové knihy na vlastní náklady. Elektronický self-publishing poté zvolili proto, že nebyli spokojeni s výslednou podobou knihy, kterou jim nakladatelství dodalo. Vydání na vlastní náklady s sebou většinou nese kompletní financování všech nakladatelských prací ze strany autora. Nakladatel udělá jen ty činnosti, za které mu autor zaplatí, sám nevstupuje do žádného finančního rizika a vydá tedy jakékoli dílo bez ohledu na jeho kvality a další faktory. Problémy mohou vzniknout také kvůli špatné komunikaci a rozdílným očekáváním autora a nakladatele. Ilustruje to výpověď spisovatelky jménem Monika: „Ve výsledku jsem nebyla spokojená ani s výslednou cenou, která stále narůstala, ani s přístupem nakladatelství, ani s vytištěnou knihou, která prostě nevypadala dobře. Potom jsem objevila možnosti pro tu elektronickou publikaci, a to bylo zadarmo, a mohla jsem si udělat věci tak, jak jsem sama chtěla.“

## 4.3 Self-publishing jako způsob fungování na počátku kariéry

Pro některé autory může sloužit elektronický self-publishing k tomu, aby se jeho prostřednictvím pokusili zahájit svoji spisovatelskou kariéru. Tito lidé považují za důležité vytvořit si nejprve okruh čtenářů, aby poté s prokazatelnou čtenářskou přízní případně usilovali také o přízeň nakladatelů a mohli vydat papírové i elektronické knihy tradičním způsobem. Příkladem tohoto přístupu je spisovatelka Karolína: „Rozhodla jsem se, že to dám k dispozici lidem zdarma na internetu, aby viděli, jak píšu, a dál už mě budou moci shánět sami a třeba si moje další knihy i koupit. Ale tuto nezávislou cestu jsem zvolila proto, aby byla moje tvorba vidět, a aby se k ní mohl dostat kdokoli.“

Na obecné rovině platí, že vlastní aktivity autora (včetně elektronického self-publishingu) zvyšují pravděpodobnost úspěšného navázání vztahu s nakladatelem, respektive posilují pozici autora při vyjednávání o obsahu smlouvy. Nakladatelé, kteří sledují návratnost investic, raději spolupracují s autorem, který již prokázal schopnost vytvořit si na základě svých aktivit okruh čtenářů, svá díla dokázal nabízet na internetu, propagovat je, případně svoje schopnosti prokázal jakýmkoli jiným způsobem. Elektronický self-publishing tak může skutečně sloužit jako vstupní prostředek do sféry vydávání papírových i elektronických knih s nakladateli.

## 4.4 Self-publishing jako cesta k větší kontrole nad vydáním

Nezávislé vydávání elektronické literatury nemusí být pouze reakcí na potíže (nebo předpokládané potíže) ve vztahu autor – nakladatel, ale může se jednat také o krok záměrně zvolený, od kterého si spisovatel slibuje zlepšení své situace. Vůbec přitom nevyhledává nakladatele. Spisovatelé přitom zmiňují, krom jiného, větší uměleckou, časovou a finanční svobodu.

Záměry a představy spisovatele ohledně jeho textu, stejně jako způsobu jeho práce s časem, nacenění knihy, vnější podoby knihy apod. je při vydávání s nakladatelem často předmětem sporů, respektive nutnosti hledání kompromisu mezi postojem nakladatele a spisovatele. Pokud chce mít spisovatel svoji

tvorbu plně ve svých rukou, řešením může být právě self-publishing, přesněji řečeno takový způsob self-publishingu, kdy autor kontroluje veškeré kroky prováděné při transformaci výchozího textu v elektronickou knihu.

## 5. Vztah zkoumaných spisovatelů k nakladatelům

Ve všech jedenácti rozhovorech, které výzkumník vedl, projevovali zkoumaní spisovatelé silnou tendenci nějakým způsobem tematizovat svůj postoj k nakladatelům. Otázku nakladatelů sice nadnesl samotný výzkumník, když se tázal na důvody vedoucí k self-publishingu (a očekával, že zkušenost s nakladateli bude při tomto hrát roli a spisovatelé o nich budou hovořit), ale spisovatelé samotní se v průběhu rozhovorů k nakladatelům opakovaně vraceli a projevovali značnou ochotu na toto téma konverzovat. Výzkumník tedy zcela přirozeně využil situace a doptával se na zkušenosti, které zkoumaní spisovatelé s nakladateli mají, stejně jako na jejich názory a postoje k nakladatelům. Jak již bylo uvedeno, odmítavé reakce nakladatelů hrají významnou roli při konstituování elektronického self-publishingu jako takového. Zkušenosti a postoje k nakladatelům však mohou autory ovlivňovat vždy, ať se nachází v jakékoli fázi spolupráce s nimi, případně také pokud s nimi nikdy žádnou spolupráci nenavázali a nevychází tedy z vlastní zkušenosti, ale z různých předpokladů, úsudků, domněnek apod.

Zkoumaní spisovatelé uváděli, že jejich záměrem je vydávat knihy s nakladateli „tak, jak se to běžně dělá“, nebo by tuto možnost alespoň zvažovali – až na jednoho spisovatele, který si po zkušenostech s elektronickým self-publishingem založil vlastní malé nakladatelství. Uváděli to i přesto, že nakladatele mnohdy dosti nevybíravě kritizovali nebo si všímali jejich negativního dopadu na vlastní sebevědomí.

V mnoha případech byl určitý aspekt vztahu s nakladateli komentován některými zkoumanými spisovateli jako pozitivum, zatímco jinými jako negativum. Určitý faktor může tedy být jak impulsem, který vede spisovatele spíše k samovydávání, tak impulsem, který ho směřuje ke spolupráci s nakladatelem. Příkladem tohoto jsou redaktorské zásahy.

### 5.1 Kritika obsahů smluv s nakladateli

Někteří zkoumaní spisovatelé upozorňovali na problémy vycházející z obsahu smluv s nakladateli, tzn. na práva a povinnosti, které spisovatelům ze smluvního vztahu vyplývají. Co se týče obsahu smluv autorů s nakladateli, situace může být u různých spisovatelů a nakladatelů dosti odlišná. Záleží jak na vyjednávacích schopnostech spisovatele, tak na postoji nakladatelství a jeho ochotě vyjít konkrétnímu autorovi vstříc; situaci může také ovlivnit ochota spisovatele nést část nákladů na vydání a sejmut tak z nakladatele určité finanční riziko. Z obecného hlediska platí, že autoři noví, neznámí, komerčně nepřilíživí nebo neověření mají při vyjednávání o obsahu smluv menší možnosti prosadit svoje požadavky než autoři komerčně (či jakkoli jinak) zajímaví, kteří jsou schopni fungovat s nakladatelstvím spíše v rámci partnerského vztahu.



Pro spisovatele, kteří pocítují obsahy smluv s nakladateli jako problém, představuje elektronický self-publishing jednu z možností, jak vydávat literaturu, a přitom nebýt vázán žádným smluvním vztahem, respektive být zadavatelem práce, kterou má odvést jiný subjekt (najatý korektor, grafik apod.).

## 5.2 Redaktorské zásahy

Redaktorské zásahy ze strany nakladatelů jsou faktorem, o kterém výzkumník obdržel jak kritické, tak pozitivní výpovědi. Kritický pohled akcentuje ztrátu kontroly spisovatele nad jeho vlastním dílem a interpretuje redaktorské zásahy jako negativum, což je patrné např. z výpovědi Ondřeje: „Ti lidi, kteří vydávají ty knihy, už jich vydali většinou tolik, že mají jasnou představu o tom, jak má dobrá kniha vypadat. A tam může docházet k určitým nesrovnalostem, kdy například nakladatelství může říct, abych něco přepsal, protože je to třeba moc tvrdé, a další věc přepsal, protože to se mu nelíbí, a tak dál, a ve finále se může stát podle mě, že autor tak trošku ztrácí kontrolu nad svým vlastním dílem, přestože je to stále jeho vlastní dílo. To původní sebevyjádření už vlastně není původní, což je škoda.“

Opačný názor vychází ze stejné počáteční situace, tedy že nakladatel, respektive redaktor, má určitý názor na to, jak by měla kniha vypadat, a vede spisovatele k úpravám jeho díla. V případě tohoto opačného názoru jsou však redaktorské zásahy chápány jako pozitivum; spisovatel má díky redaktorovi možnost napsat lepší dílo. Ilustruje to výpověď spisovatele Pavla: „Nakladatelé mají většinou hodně silný názor na to, co je podle nich dobré a co není dobré. A když už teda řeknou, že do toho se spisovatelem půjdou, tak ten jeho text hodně kriticky čtou. A třeba toho spisovatele donutí něco vyškrtnout, něco přepsat a tak, a tím ho vedou k tomu, že nakonec ta jeho kniha je lepší.“

V zemích, kde je elektronický či papírový self-publishing chápán spíše jako norma, se k tématu redaktorských zásahů vyjadřuje v médiích mnoho spisovatelů, nakladatelů, komentátorů a dalších osob, kteří jsou nějakým způsobem angažováni v oblasti literární produkce. Objevují se jak velmi radikální a kritické hlasy hovořící o nepotřebnosti těchto zásahů či rovnou o jejich škodlivosti, tak hlasy tuto činnost obhajující. V českém prostředí tato veřejná diskuze, do které by byli zapojeni také nezávislí autoři, zatím chybí.

## 5.3 Ztráta kontroly nad podobou knihy

Tématem, které navazuje na výše popisovanou ztrátu kontroly nad obsahem knihy, je ztráta kontroly nad tím, jak bude publikovaná e-kniha vypadat po vizuální stránce – především tedy ztráta kontroly nad podobou obrázku, který u elektronických knih plní roli obálky, nad použitým fontem a dalšími faktory ovlivňujícími výslednou podobu e-knihy.

Zde je nutné si opět uvědomit, že možnosti autorů ovlivnit podobu knihy mimo vlastní text jsou různé. Záleží na tom, jak nakladatelství obecně k autorům přistupuje, zda jde o vztah partnerský, nebo nakladatel vystupuje v dominantní roli. Někteří zkoumaní spisovatelé však vnímali vedoucí roli nakladatele v této

oblasti jako pozitivum a upozorňovali na to, že díky nakladateli se nemusí vizuální stránkou knihy vůbec zabývat.

Co se týče vizuálního ztvárnění elektronické knihy, můžeme si dovolit spisovatele rozdělit na dvě skupiny: zatímco některé tato problematika velmi zajímá a skutečně mají relativně konkrétní představu o tom, jakou podobu má hotová e-kniha mít, jiní spisovatelé tuto představu nemají, respektive je pro ně tato oblast méně významná. Záleží také na tom, zda je spisovatel informován o možnostech, které mu elektronické vydání nabízí. Aby byl nezávislý elektronický spisovatel schopen sám plně kontrolovat vnější podobu e-knihy, předpokládá to znalosti mnoha různorodých činností od sazby po grafiku; alternativním řešením potom může být předání těchto činností najatým profesionálům, respektive komukoli, kdo je autorovi ochoten v těchto věcech poskytnout pomoc.

Je známým faktem, že zpracování obálky může mít silný vliv na pozornost, kterou e-kniha v elektronickém obchodě vyvolává; stejně tak např. písmo (jeho velikost apod.) může ovlivňovat spokojenost čtenářů s e-knihou. Je také důležité upozornit na to, že u některých formátů e-knih nelze garantovat jednotný vzhled na různých čtecích zařízeních a spisovatel s tím musí počítat. Jinými slovy, elektronická kniha jako taková v mnoha případech neumožňuje spisovatelé úplnou kontrolu nad svým vzhledem bez ohledu na to, zda ji spisovatel vydává sám, nebo se o vydání stará nakladatel.

#### **5.4 Nakladatel jako šířitel e-knih mezi čtenáři**

Zkoumaní spisovatelé na nakladatelích oceňovali jejich roli šířitele vydaných e-knih, stejně jako jejich roli v marketingu e-knih. Jedná se o dvě různé oblasti, přičemž samotnou distribuci knih neoznačujeme jako marketingovou aktivitu. Přítomnost e-knih v elektronických obchodech však může mít pozitivní vliv na prodej, respektive na šíření povědomí o e-knihách.

Nakladatelé mají v typických případech uzavřeny smlouvy s distributory, kteří zásobují knihkupectví, a to i ta internetová. Bez distributorů může být často složité či nemožné dostat knihu do prodejní sítě, a smlouvy s nezávislými spisovateli uzavírají jen některé elektronické obchody. Jinými slovy, spisovatel vydávající elektronickou knihu sám, ji v některých knihkupectvích vůbec nemůže nabízet.

Další rovina, kde zkoumaní spisovatelé spatřují přínos nakladatele, je jeho pomoc v propagaci knihy i autora. Významným faktorem je již to, že nakladatelství jako takové zaštituje autora svým jménem a případným implicitním příslibem kvality, který je s konkrétním nakladatelstvím spojen. Nakladatelství samo může iniciovat různé marketingové aktivity za účelem šíření povědomí o knize, případně může podporovat spisovatele při jeho vlastních propagačních aktivitách (autorská čtení, autogramiády apod.), zařizovat recenze atd. Je nepopíratelným faktem, že nakladatelství poskytují významnější marketingovou podporu jen zlomku publikovaných knih, ale samotný fakt vydání pod určitou značkou a viditelná přítomnost knihy v obchodech je významným předpokladem prodejnosti knihy.

### 5.5 Vliv nakladatelů na sebevědomí autora

Pokud nakladatel odmítne knihu vydat, může to mít negativní dopad na sebevědomí autora. Zkoumaní spisovatelé uváděli své osobní zkušenosti s odmítnutím, stejně jako možný pozitivní vliv na vlastní sebehodnocení v případě, že nakladatelství jejich knihu přijme k vydání. Klára k tomu říká: „Když by se za mě postavilo nějaké nakladatelství, tak rozhodně bych z toho měla mnohem lepší pocit. Ono možná i to sebevědomí autora stoupne, protože si uvědomí, že to dělá dobře, tu práci. Že to, co ho baví, nese nějaké ovoce.“

Otázka schopnosti nakladatele posoudit literární kvality díla je velmi složitá a neexistuje na ni jednoznačná odpověď. Nakladatel na jedné straně disponuje zkušenostmi a měl by být schopen kvality knihy posoudit s určitým odstupem; jeho cílem je přitom vydávat literaturu, u níž je vyšší pravděpodobnost dosažení komerčního či jinak definovaného úspěchu. Na druhé straně je pravda, že nakladatel ne vždy odhadne potenciál knihy u čtenářů, a ne vždy věnuje knize patřičnou pozornost, takže odmítnutí nakladatelem ještě neimplikuje nutný neúspěch nezávislého vydání. Jako příklady ze zahraničí mohou sloužit bestsellery *The Martian* nebo *50 Shades of Gray*, které jejich autoři vydali nezávisle poté, co tato díla odmítli vydat nakladatelé. S nakladateli začali jejich autoři spolupracovat až poté, co díky nezávislému vydávání dosáhli komerčního úspěchu a sami byli nakladateli osloveni s nabídkou spolupráce (Dickerson, 2015).

### 5.6 Vydávat s nakladatelem, nebo bez něj?

Diskuze se spisovateli ohledně nakladatelů nakonec zcela přirozeně vyústila v otázku, jaký by byl preferovaný způsob jejich vydávání, pokud by si mohli svobodně vybrat a nakladatel by jejich knihu přijal. Výzkumník na základě výpovědí zkoumaných spisovatelů identifikoval tři hlavní postoje k vydávání s nakladatelem.

Nejprve je však nutné uvést, že někteří ze zkoumaných spisovatelů již tuto zkušenost v době konání výzkumu měli. Některým z nich se povedlo vydat u nakladatele své dřívější knihy a elektronický self-publishing zvolili u novějších knih proto, že konkrétně pro tato díla nakladatele nenašli. Jiní zkoumaní spisovatelé vydávali e-knihy bez nakladatelů dříve, a v době konání rozhovorů již s nakladatelem spolupracovali. Další zkoumaní spisovatelé vydali u nakladatele papírovou verzi knihy, zatímco elektronickou verzi vydávali sami. Jiní pak neměli s nakladateli žádné zkušenosti a na případné vydání s nakladatelem teprve čekali. Je zajímavé, že zkušenost s vydáváním nebo její absence neměla u zkoumaných spisovatelů žádný pozorovatelný vliv na představy o případné budoucí spolupráci s nakladatelem.

První skupinou spisovatelů, kterou bylo možné na základě postojů k nakladatelům identifikovat, byli ti, kteří by k vydání s nakladatelem přistoupili okamžitě a pravděpodobně bez podstatnějších výhrad, a to přesto, že v průběhu rozhovorů nakladatele z různých hledisek třeba i velmi silně kritizovali. Jedinou překážkou, která těmto autorům brání v kýženém vydáváním elektronických (a případně také papírových) knih s nakladateli, jsou tedy nakladatelé samotní. Je potřeba zdůraznit, že kladně se k případné spolupráci

s nakladatelem vyslovili také někteří ze spisovatelů, kteří jako důvod pro elektronický self-publishing uváděli potřebu svobodné tvorby. I pro ně by bylo vydání s nakladateli nakonec atraktivní a žádané. Příkladem je Jitčina výpověď: „S tradičním nakladatelem bych spolupracovala prakticky ihned, kdyby samozřejmě byl zájem i z jeho strany. Takto se musím řadit k nezávislým autorkám a vydávat e-knihy.“

Druhou skupinou zkoumaných spisovatelů byli ti, kteří se k případnému vydávání u nakladatele stavěli rezervovaněji. Důvodem k tomuto postoji byla tvůrčí svoboda, kterou stavěli do protikladu spolupráce s nakladatelem. Tito spisovatelé uváděli, že by spolupráci s nakladatelem zvažovali, ale krom pozitiv na ní vnímají také negativa. Příkladem tohoto postoje je Aleš: „Neříkám, že bych s nakladatelem vydávat nechtěl. Kniha má pak u lidí větší šanci na přečtení. Ale jak už jsem vám říkal před chvílí, ten autor má často přistřižená křídla. Takže je to tak půl na půl. Spolupráci bych hodně rozmýšlel.“

Třetí možností, kterou výzkumník ve výpovědích identifikoval, bylo jednoznačné odmítnutí spolupráce s nakladatelem. Tento vyhraněný postoj však artikuloval jediný zkoumaný spisovatel. Tento spisovatel jménem Milan se od ostatních výrazně odlišoval v tom smyslu, že si po několika letech zkušeností s elektronickým self-publishingem (a dosažení několika tisíců stažení svých e-knih) založil vlastní malé nakladatelství a v současnosti v něm vydává jak knihy svoje, tak knihy dalších autorů. Lze tedy říci, že také on preferoval vydávání „tradičním“ způsobem, jen k tomu zvolil jinou cestu než ostatní zkoumaní spisovatelé: „Já vlastně teď už úplně nevydávám jako nezávislý autor. Založil jsem si to nakladatelství, kde dělám primárně e-knihy, a ty tištěné k tomu dělám jako doplněk teda taky. Nejsem zdaleka tradiční nakladatel, no ale nakladatel jsem.“

### **5.7 Self-publishing jako řešení momentální situace**

Na základě uvedených výpovědí můžeme vidět, že pro určitou část českých spisovatelů vydávajících beletrii je elektronický self-publishing jakýmsi řešením momentální situace či východiskem z nouze spíše nežli a priori preferovaným způsobem, jak vydat knihu. Nezávislé vydávání e-knih nestojí u zkoumaných spisovatelů v konfliktu s tradičním vydáváním u nakladatele, ani není pro zkoumané spisovatele samo o sobě hodnotou nebo životním postojem. Zkoumaní spisovatelé jsou se svými nezávisle vydanými díly spokojeni a někteří z nich plánují vydávat tímto způsobem i své příští knihy. Přesto, kdyby dostali šanci vydat knihy v papírové či elektronické formě s nakladatelem, volili by v některých případech tuto možnost. Učinili by tak i přesto, že na nakladatelích a spolupráci s nimi spatřují krom pozitiv také mnoho negativ (obsahy smluv s nakladateli, ztráta kontroly nad obsahem a vzhledem svého díla aj.).

## **6. Postoj k e-knihám a papírovým knihám**

Tématem, kterého se rozhovory přirozeně dotýkaly, respektive které se v jejich průběhu ukázalo jako významné, byl vztah nezávislých autorů k elektronickým a papírovým knihám. Zkoumaní spisovatelé vyjadřovali k papírovým knihám pozitivní postoj; někteří z nich nadřazovali papírové knihy knihám elektronickým a uváděli, že jejich cílem (pokud se již tak nestalo) je vydání papírové knihy. Některé

výpovědi na téma papírových knih byly silně emocionálně zabarveny, což bylo patrné jednak z volby slov, která respondenti používali, tak z intonace jejich hlasu. Příkladem je výpověď Moniky: „Papírová kniha má pro mě osobně větší literární hodnotu. S knihami jsem vyrůstala, miluji jejich vůni a miluji knihovny plné knih.“

Zdá se, že hlavním důvodem, proč část zkoumaných spisovatelů upřednostňuje papírové knihy před elektronickými je jejich prosté přesvědčení o tom, že „správná kniha by měla být papírová“. Spisovatelé mezi klady papírových knih uváděli jejich fyzickou podobu (možnost se jich dotknout), vůni, šustění papíru či fyzickou přítomnost papírových knih v domácí knihovně. Někteří spisovatelé však upozorňovali také na výhody elektronických knih, a to hlavně na jejich snadnou přenositelnost a pohodlnost při čtení na elektronickém zařízení.

Je zřejmé, že pro určitou část zkoumaných spisovatelů představuje jejich dosavadní elektronické publikování nikoli preferovaný způsob vydání knihy, ale východisko z momentální nepříznivé situace. Pokud spisovatelé vyjadřovali kladný postoj k elektronickým knihám, nebylo to v rozporu s kladným postojem ke knihám papírovým. Zkoumaní spisovatelé viděli smysl ve vydání jak knihy elektronické, tak papírové; případně měli takové vydání již za sebou.

## **7. Proces nezávislého vydávání**

U zkoumaných spisovatelů můžeme pozorovat dva primární přístupy k publikačnímu procesu:

1. vydávání bez zapojení třetích stran,
2. vydávání s pomocí různých jedinců či skupin lidí.

Typickými činnostmi, při nichž zkoumaní autoři vyhledávají asistenci, jsou korektury, grafické práce a posouzení kvality textu jako takového (tj. v podstatě redaktorské činnosti).

### **7.1 Vydávání bez asistence třetí strany**

Někteří spisovatelé uváděli, že při tvorbě e-knihy a navazujících činnostech nevyužívají asistenci žádných dalších subjektů. Z jejich výpovědí není patrné, že by tento způsob vydávání považovali za problematický; svoje schopnosti považují za dostatečné k tomu, aby e-knihy vydávali skutečně sami.

Kompletní převzetí všech činností, které jsou obvykle prováděny při vydání e-knihy, je ze strany spisovatele jako jedince možné, ale velmi náročné. Nezávislý spisovatel musí v optimálním případě co nejkvalitněji provést veškeré práce, které v nakladatelství zastává více různých – často specializovaných – profesí. Pokud tyto práce spisovatel provést nedokáže, e-kniha pravděpodobně nebude dosahovat jisté standardní úrovně kvality, kterou čtenáři očekávají. Právě z tohoto důvodu část nezávislých autorů vyhledává při self-publishingu asistenci svého okolí či odborníků.

## 7.2 Využití beta čtenářů

Beta čtenáři jsou pojmem, který v posledních letech v českém jazyce zdomácněl, a který ve svých výpovědích použili také někteří ze zkoumaných spisovatelů. Za beta čtenáře se označuje kdokoli, komu autor předá text k posouzení jeho významu, smysluplnosti, logického členění apod. ještě předtím, než ho pošle nakladateli, případně než ho vydá sám. Předpokládá se, že beta čtenáři jsou amatéři, tedy nikoli profesionální redaktori. Často se jedná o první a jediné osoby, které text dostanou do rukou před jeho publikací, a jejich kritika či doporučení mohou mít poměrně silný vliv na výsledný obsah textu.

Někteří spisovatelé uváděli, že beta čtenáře našli až pro svoje pozdější knihy; zapojení betačtenářů přitom vnímají jako přínosný krok.

## 7.3 Pomoc s korekturami

Pravopisné a gramatické chyby v textu jsou jedním z největších problémů nezávisle vydaných elektronických knih. Fakt, že je spisovatel schopen napsat knihu, ještě neznamená, že bezchybně ovládá svůj jazyk, respektive že je schopen vidět v textu překlepy či jiné chyby. Mnozí nezávislí spisovatelé si toto uvědomují a vyhledávají při vydávání e-knih asistenci osob, které jsou schopny provést korekturu textu. Těmito osobami jsou v praxi jak lidé z okruhu autorových příbuzných a známých, tak profesionálové, které si autoři najímají na tento typ práce.

## 7.4 Grafika

Jak již bylo uvedeno v části věnované vnějšímu ztvárnění e-knihy, grafika – a to především grafická podoba obálky – může mít podstatný vliv na pozornost, kterou e-kniha na internetu budí, a s tím také na počet stažení, respektive prodejů. Část zkoumaných spisovatelů uvedla, že se snaží grafické práce nějakým způsobem zvládnout sama, byť s vědomím toho, že se nejedná o profesionální práci. Další skupina autorů se obrací na grafiky, které zná ze svého okolí, a konečně poslední skupina nepovažuje otázku grafiky za natolik významnou, aby se jí věnovala. Výsledkem je e-kniha bez graficky ztvárněné obálky či jiných grafických prvků, nebo e-kniha, jejíž podoba obálky je dána použitou publikační platformou.

## 7.5 Služby pro nezávislé autory

Subjekty nabízející asistenci nezávislým autorům existují i v České republice. Typicky jsou to nakladatelství nabízející vydávání literatury na autorovy vlastní náklady (autor si tedy zaplatí za to, že nakladatelství transformuje rukopis do podoby tištěné či elektronické knihy), případně jednotlivci – profesionálové, které si může nezávislý autor najmout k provedení jednoho konkrétního typu práce (korektura, sazba, grafika apod.). Dalším typem služby jsou různá školení, semináře a návody pojednávající o tom, jak vydat knihu či e-knihu bez nakladatele, a jak tímto způsobem vydělávat peníze.

Zkoumaní spisovatelé uváděli, že takové služby spíše neznají a neví, na koho se obracet, nebo jak a kdo by jim mohl s vydáváním pomoci (nepočítáme-li rodinné příslušníky či okruh známých); několik zkoumaných spisovatelů uvedlo, že o nějakých službách ví, ale ve svých výpovědích nebyli příliš konkrétní. Příkladem je Ondřejova výpověď: „Pokud se nemýlím, takových webů, co by autorům pomáhaly, je docela hodně, ale já si teď nevzpomenu na to jméno... byla to taková červeno-oranžová stránka, je tam strašně hodně amatérských spisovatelů, kteří spadají pod určitou skupinu, která se většinou rozděluje na žánry. Tam někdo napíše vlastní báseň nebo úryvek svého nějakého projektu a tam to dá, a tam dostane ten feedback. Takže ono to... nevím, jestli existují přímo nějaké firmy, které by v tondlenctom někomu pomohly. Spíš existují firmy, které to po vás opraví, ten blábol, který jste napsal, a tím to končí. Takže já si myslím, že buďto máte kamarády, kteří vám s tím pomohou tady v tondlenctom, anebo si zaplatíte za službu s tím, že po vás tu knihu opraví a případně vám dají určité redakční doporučení, a tím to končí podle mě.“

## 8. Šíření (distribuce) vydaných e-knih

Šíření nezávisle vydávané elektronické literatury označuje aktivity směřující k tomu, aby byla tato literatura dostupná na internetových stránkách, kde ji chce spisovatel nabízet potenciálním zájemcům.

Zkoumaní autoři uváděli, že svá díla poskytují čtenářům na publikačních platformách, elektronických obchodech nebo vlastních či cizích osobních webových stránkách. Zatímco někteří spisovatelé ponechávají svoje e-knihy např. právě jen na jedné publikační platformě a nešíří ji na další weby, jiní autoři projevují snahu umístit knihu na větší množství různých elektronických obchodů či jiných internetových stránek. Z publikačních platforem byly zmiňovány české Ebookeater.cz či Bezvydavatele.cz, ale také Smashwords nebo Google Play Books (publikační platformy jsou weby, které umožňují autorům nahrát soubor s textem, který je automaticky převeden do některého z e-knižních formátů a nabídnut k prodeji či k bezplatnému stažení ve formě e-knihy).

Nabízení vydaných e-knih v elektronických obchodech předpokládá navázání smluvních vztahů se subjekty, které tyto elektronické obchody provozují, což může být problematické. Mnoho elektronických obchodů, respektive stránek nabízejících elektronickou literaturu zdarma, neumožňuje přijetí e-knih vydaných samotným autorem. Na straně druhé, i v České republice postupně roste počet elektronických obchodů, které smlouvy s nezávislými autory navazují a nabízejí zákazníkům i knihy vydané bez nakladatele, byť v relativně omezeném počtu – což je však dáno i tím, že ne každý autor má vůli e-shopy kontaktovat a pokusit se s nimi dohodnout na spolupráci.

## 9. Propagace (marketing) nezávisle vydaných e-knih

Šíření e-knih je úzce spojeno s jejich propagací – tedy se způsoby, kterými spisovatelé informují potenciální čtenáře o existenci knihy. Část zkoumaných spisovatelů se propagací svých e-knih nevěnuje vůbec: knihu napíšou, sami ji publikují, umístí na internet a dále jí nevěnují pozornost. Pokud zkoumaní spisovatelé nějakou propagaci realizují, tak především bezplatně pomocí Facebooku a YouTube, což

ilustruje např. Tomášova výpověď: „Snažím se dělat těm svým knihám taky nějakou tu propagaci, nějak to šířit mezi lidi. Mám facebookovou stránku, a také mám YouTube kanál, který není sice přímo spojený s mojí spisovatelskou tvorbou, ale často ji tam zmiňuju. Takže takhle se to snažím dostat mezi lidi, kteří sledují moje videa, takže takto se to snažím přesměrovat i na tu svoji spisovatelskou tvorbu.“ Mezi další způsoby propagace patří audio nahrávky částí knih umístěné na internet nebo účast v literárních soutěžích.

Názory zkoumaných autorů na možnost placené reklamy byly negativní. Vzhledem k tomu, že nezávislí spisovatelé nabízejí své e-knihy zdarma nebo za relativně malé částky, finanční investice do marketingu se jim nevyplácí.

Jak již bylo zmíněno, někteří spisovatelé se marketingu nevěnují. Důvodem pro toto rozhodnutí je absence touhy být známý, negativní postoj k marketingu jako takovému, případně pochybnosti o kvalitě vydaných e-knih, což prohlašuje např. Kamil: „Marketing vnímám jako dobrou věc, když je co propagovat. Ale to si nejsem jistý, zda ty moje knihy by stálo za to propagovat, a tak to nedělám. Píšu tak nějak kvůli sobě, ale abych to potom nějak tlačil do médií nebo na sebe upozorňoval na internetu, to ne.“

## 10. Problémy při nezávislém vydávání elektronických knih

Problémy elektronického self-publishingu jsou potenciálně velmi závažným tématem i pro české autory, respektive pro český elektronický self-publishing jako takový. V průběhu interview každý ze zkoumaných spisovatelů zmínil jeden či více problematických aspektů elektronického samovydavání. Za pozornost stojí, že ve výpovědích o problémech se zkoumaní spisovatelé velmi různili; téměř každý autor uvedl odlišný problém. Mnohými odpověďmi se však vyřčeno či nevyřčeno neslo jedno spojující téma: autor se při self-publishingu musí postarat o publikaci a následné činnosti sám. Samotný princip self-publishingu byl tedy uváděn jako problematický bod. V některých případech autoři zmiňovali nakladatelství jako řešení tohoto problému.

Zkoumaní autoři pocítují při nezávislém elektronickém vydávání následující potíže:

- pravopisné a gramatické chyby,
- transformace rukopisu do vhodných e-knižních formátů,
- negativní vnímání self-publishingu ze strany čtenářů,
- potíže s navazováním smluvních vztahů s elektronickými obchody,
- nepříjemná administrativa spojená s prodejem knih,
- nedůvěra spisovatele v elektronické obchody (obava z toho, že reálný počet prodejů je ve skutečnosti vyšší než počet prodejů reportovaný autorovi),
- nespokojenost s výslednou podobou e-knihy vydané přes publikační platformu,
- ochrana autorských práv,
- neznalost marketingu.



## 11. Závěr

Z výzkumu vyplývá, že spisovatelé se pro self-publishing rozhodují především proto, že jsou na počátku své tvůrčí cesty odmítáni nakladateli (případně se o navázání vztahu s nakladatelem ani nepokusí) a self-publishing je způsob, jak rukopis proměnit v existující, šířitelné dílo. Elektronický self-publishing vítězí pak nad papírovým díky své jednoduchosti a nízké ceně.

Self-publishing, respektive nezávislost, však není pro zkoumané spisovatele definující charakteristika či hodnota. Zkoumaní spisovatelé mají kladný postoj k vydávání u nakladatelů a mnohdy doufají v to, že se jim tento záměr v budoucnu podaří realizovat.

Pro zkoumané spisovatele není definující charakteristikou ani fakt, že své knihy vydávají elektronicky. Zkoumaní spisovatelé vydávající elektronické knihy mají kladný vztah k papírovým knihám, a pokud již papírovou knihu nevydali, vyjadřují záměr vydat ji v budoucnu. Zdá se, že možnost „držet fyzickou knihu v ruce“ je pro zkoumané spisovatele velmi významná.

Při nezávislém vydávání vykonávají zkoumaní spisovatelé jednotlivé přípravné práce sami, případně využívají nahodilě asistence lidí ze svého okolí. Pomoc vyhledávají zejména v oblasti korektury a editace.

Zkoumaní spisovatelé své publikované e-knihy ponechávají buď na jednom webu (publikační platformě, elektronickém obchodě či jiném webu) a dále je nešíří, nebo se snaží o jejich umístění na větším počtu různých webů nebo elektronických obchodů.

Pokud zkoumaní spisovatelé své e-knihy propagují, činí tak především pomocí Facebooku a YouTube, a to zdarma.

Získat funkční kontakty na české nezávislé autory elektronické beletristické literatury se v době konání výzkumu ukázalo velmi obtížné. Pokud by v budoucnu bylo možné těchto kontaktů získat dostatečné množství, bylo by logickým krokem navázat na tuto kvalitativní výzkumnou studii výzkumem kvantitativním. Ten by mohl přinést bližší informace o zastoupení jednotlivých postojů, motivací a názorů v celkové populaci zkoumaných autorů a dále tak přispět k porozumění elektronickému self-publishingu u nás.

### Seznam použité literatury

- Dickerson, K. (2015). *The surprising story of how Andy Weir's self-published book 'The Martian' topped best seller lists and got a movie deal*. Dostupné z <http://www.businessinsider.com/how-andy-weirs-the-martian-became-so-successful-2015-6>
- Disman, M. (2000). *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum.
- Ha, T.-H. (2018). *Are ebooks dying or thriving? The answer is yes*. Dostupné z <https://qz.com/1240924/are-ebooks-dying-or-thriving-the-answer-is-yes/>
- Haines, D. (2018). *There Are Now Over 5 Million Kindle Ebooks On Amazon*. Dostupné z <https://justpublishingadvice.com/there-are-now-over-5-million-kindle-ebooks/>
- Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Ogorek, K. (2010). *Democratization or Be Damned*. Dostupné z <http://www.theindependentpublishingmagazine.com/2010/12/democratization-or-be-damned.html>
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada.
- Švaříček, R. & Šedřová, K. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách: pravidla hry*. Praha: Portál.
- Thomlison, A. (2015). *Digital Self-publishing as Planned Behaviour: Authors' Views on E-book Adoption* (Diplomová práce). Dostupné z [https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/32512/1/Thomlison\\_Adam\\_2015\\_thesis.pdf](https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/32512/1/Thomlison_Adam_2015_thesis.pdf)