

**Martin
Kasarda**

Kniha

**NAJVÄČŠÍ VYNÁLEZ
LUDSTVA**

Ako úspešne vyrobiť
a umiestniť knihu na trhu

 **GRADA®**

Martin Kasarda

KNIHA

Najväčší vynález ľudstva

Ako úspešne vyrobiť a umiestniť knihu na trhu

doc. Dr. Martin Kasarda, PhD.
Kniha – najväčší vynález ľudstva

Vydala GRADA Slovakia s.r.o. pod značkou Grada
Moskovská 29, 811 08 Bratislava 1
www.grada.sk
Tel.: +421 2 556 451 89
ako svoju 217. publikáciu

Jazyková redakcia Anetta Letková, Eubica Hroncová
Spracovanie obálky Adrián Macho
Grafická úprava a sadzba SOFT DESIGN, s.r.o.
Zodpovedný redaktor Marcel Melicher

Vydanie 1., 2023
Počet strán 288

Recenzovali:
prof. PhDr. Jaroslav Šušol, PhD.
doc. Ing. Soňa Chovanová Supeková, PhD.
doc. Mgr. Juraj Malíček, PhD.

Tlač Tiskárny Havlíčkův Brod a.s.

Copyright © 2023 GRADA Slovakia s. r. o.
Cover design © 2023 Adrián Macho

Upozornenie pre čitateľov a používateľov tejto knihy

Všetky práva vyhradené. Žiadna časť tejto tlačenej či elektronickej knihy nesmie byť reprodukováná a šírená v papierovej, elektronickej či inej podobe bez predchádzajúceho písomného súhlasu vydavateľa. Neoprávnené použitie tejto knihy bude trestne stíhané.

ISBN 978-80-8090-653-5 (ePub)
ISBN 978-80-8090-654-2 (Mobi)
ISBN 978-80-8090-652-8 (pdf)
ISBN 978-80-8090-651-1 (print)

Motto:

*Nečítaná kniha
nemá hodnotu*

u. fond
na podporu
umenia

**Kniha vznikla vďaka štipendijnej podpore Fondu na podporu umenia.
FPU 22-371-02509 - Najväčší vynález ľudstva: kniha.**



Rukopis tohto diela vznikol s finančnou podporou Literárneho fondu.

OBSAH

Predhovor	11
1. ČASŤ	
Čo je kniha?	15
1.1 Kniha nie je jogurt	17
1.2 Definícia knihy	22
1.3 Kniha ako súčasť kultúrneho a kreatívneho priemyslu	32
1.4 Funkcie knihy	36
1.5 Písmo ako základ knihy	46
1.6 Hlina, papier, obrazovka	51
1.7 Prvá moderná kniha a prípad Gutenberg	56
1.8 Knihy a technológie	64
2. ČASŤ	
Ako vzniká kniha alebo cesta od rukopisu k čitateľovi	67
2.1 Kto tvorí knihu	70
2.1.1 Autorský uhol pohľadu	70
2.1.2 Vydavateľský uhol pohľadu	73
2.1.3 Pragmatický prístup	78
2.1.4 Spoločenský záujem	81
2.2 Cesta rukopisu	83
2.2.1 Vznik diela: autorská fáza	83
2.2.2 Spracovanie: redakčná fáza	84
2.2.3 Finalizácia: grafické spracovanie	87
2.3 Rukopis a self-publishing	90
2.4 Vydavateľstvo ako obchodná a kultúrna inštitúcia	93
2.5 Tlač a distribúcia	99
2.6 Kníhkupectvá	102
2.6.1 Korona a nakupovanie	108

2.7	Knižnice	114
2.8	Život po živote: antikvariáty	120
2.9	Domáce knižnice	124
2.10	Knižné kluby	128
2.11	E-knihy a audioknihy	129

3. ČASŤ

Ako predat knihu?

Kniha nie je jogurt. Marketing a marketingová komunikácia knihy	131
3.1 Kniha ako produkt	135
3.2 Knižné a spoločenské prostredie	142
3.2.1 Makroprostredie	142
3.2.2 Mikroprostredie	147
3.3 Marketingové východiská: dopyt, ponuka, cena a životný cyklus knihy	151
3.3.1 Dopyt	152
3.3.2 Ponuka	155
3.3.3 Cena knihy	160
3.3.4 Podpora knižného trhu	162
3.3.5 Životný cyklus knihy	166
3.4 Cieľové skupiny	174
3.4.1 Generácie	177
3.4.2 Čitateľská typológia	183
3.5 Trhové prostredie: Knihy v číslach	187
3.6 Kniha ako značka – značka spisovateľa, titulu a vydavateľa	190
3.6.1 Vydavateľstvo ako značka	191
3.6.2 Autor, postava a značka	197
3.6.3 Žáner a marketing	200
3.7 Grafická stránka a marketing knihy	203
3.7.1 Obsah a grafická úprava	203
3.7.2 Ilustrácie, obrázky, tabuľky, grafy	206
3.7.3 Obálka a jej osobitné miesto v tvorbe knihy	208
3.7.4 Marketing a grafická stránka knihy	212

3.8	Špecifiká knižných marketingových nástrojov	214
3.8.1	Reklama (ATL)	214
3.8.2	Recenzistika a špecializované literárne médiá	219
3.8.3	Špecifické nástroje – edičné plány, výstavy, práca s autorom a knihou	226
3.8.3.1	Edičné plány a katalógy	227
3.8.3.2	Práca s autorom	231
3.8.3.3	Uvedenie na trh	231
3.8.3.4	Veľtrhy, výstavy a ďalšie podujatia	233
3.8.3.5	Miesto predaja	235
3.9	Word of Mouth: Povedz mi, čo čítaš	242
4. ČASŤ		
Kniha v digitálnom prostredí: Najnovšie trendy komunikácie		244
4.1	Marketing vlastnou cestou: self-publishing	246
4.1.1	Vydávanie	246
4.1.2	Očakávania	247
4.1.3	Marketing pri samovydávaní	249
4.2	Magické zaklínadlá: vydavateľský marketing a digitálne univerzum	251
4.3	Newsletter	261
4.4	BOOKstagram a iné sociálne siete v komunikácii	262
4.5	Mobilné prostredie a jeho využitie	269
4.6	Zvuk: Podcast ako marketingový nástroj	271
Záver: Budúcnosť je zajtra		275
Použitá literatúra		279

Predhovor

Vyrastal som v rodine, kde som vnímal knihy ako absolútnu súčasť každodenného života. Môj otec Štefan Kasarda bol sám tvorivý spisovateľ, autor niekoľkých kníh a rozhlasových hier. Lenže ruské tanky, ktoré v roku 1968 rozprášili pokus o demokratizáciu, mu zabránili dvadsať rokov publikovať. Aj to je dôkaz, že slová a príbehy sú silnejšie než zbrane a nie náhodou od počiatkov existencie kníh to bola práve autoritárska moc, ktorá sa kníh bála. Alebo niektoré z nich vyhlasovala za sväté.

S knihami príde do styku v živote prakticky každý z nás, veď učebnice sú stále efektívny nástroj na sprostredkovanie informácií. Sú príjemným doplnkom na dovolenku i dôkazovým vedeckým materiálom, na ktorý sa patrí odvolávať. Aj keď – ako píše Miguel de Cervantes Saavedra v prvom modernom románe a zároveň paródii na knihy *Dômyselný rytier Don Quijote de la Mancha* na margo citátománie – „som už od náture človek pohodlný a lenivý vyhľadávať autorov, ktorí by povedali, čo viem povedať aj sám bez nich.“¹

Od čias prvých písaných kníh tie ďalšie rozvíjali a rozvíjajú príbehy, ktoré sa stali úžasnou súčasťou nášho civilizačného rastu. Bez príbehov by sme neboli civilizácia. A bez klebiet, ako sa píše v jednom z bestsellerov 21. storočia *Sapiens* Yuvala Noaha Harariho, by sme neexistovali: „Vďaka spoľahlivým informáciám o tom, komu sa dá veriť, sa menšie skupiny rozširovali, a sapiens tak mohli vytvárať pevnejšie a sofistikovanejšie možnosti spolupráce.“² Knižný svet, to je vlastne snaha zachytiť klebety. Veď čo iné je grécky panteón bohov

1 CERVANTES, M. (2021), s. 16

2 HARARI, Y.N. (2018), s. 31

než súbor rozprávání, kto koho podviedol s kým a čo robili ich spoločné deti v žiarlivej hre o nadvládu? A prvé európske literárne dielo? Keby dnes nejaký vládca a kráľ ukradol krásnu manželku premiérovi inej krajiny, skôr ako Trójska vojna by z toho bola výdatná porcia informácií pre bulvárne médiá. Napriek tomu sa prvé veľké európske literárne dielo, podpísané slepým bardom Homérom, stalo základom našej vzdelanosti a kultúry.

Nuž, poďme sa teda vydať na výskum toho, čo je to vlastne kniha dnes. Kniha ako súčasť trhu, produkt kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Aj keď sa často zdráhame hovoriť o knihe ako súčasti práve obchodu a trhu, knižný svet dnes predstavuje vitálnu a rozvíjajúcu sa oblasť podnikania. Svedčia o tom predaje kníh, neutíchajúce vydávanie noviniek, knižné veľtrhy, globálny úspech viacerých autorov, ale aj špecializované nízkonákladové vydania, ktoré tiež patria do knižného univerza a svojím spôsobom robia tento svet zaujímavým a pestrým. U nás sa akoby nepatrí v odbornej a vedeckej reflexii hovoriť o tom, že kniha je priemyselný výrobok a ako produkt potrebuje aj svoj marketing. Tu však dochádza k zaujímavému stretnutiu „vysokého“ sveta kultúry, poznania a vedy a pragmatického prístupu vychádzajúceho z pravidiel súčasného trhu.

Poďakovanie za pomoc pri príprave tejto knihy patrí viacerým ľuďom, ktorí mi venovali svoj vzácny čas a ochotne konzultovali viaceré otázky. Ďakujem Gabriele Belopotockej, Valérii Malíkovej a Marekovi Némovi z vydavateľstva Ikar, Jurajovi Hegerovi, majiteľovi vydavateľstva Slovart a predsedovi Združenia vydavateľov a kníhkupcov Slovenska, Danielovi Kollárovi, majiteľovi vydavateľstva Dajama a bývalému predsedovi Združenia vydavateľov a kníhkupcov Slovenska, Alexejovi Fulmekovi, generálnemu riaditeľovi Petit Press, vydavateľom ako Koloman Kertész Bagala, Filip Ostrowski, Ján Gregor, Albert Marenčin, kníhkupcom ako Ladislav Bődök, Michal Meško, Vladimír Michal a mnohí ďalší, ktorých som pre vlastnú nedôslednosť nespomenul. Rovnako ďakujem aj pracovníckam a pracovníkom knižného a kníhkupeckého marketingu ako Lucia Čarná, Lucia Mládeková, Lucia Lackovičová, Mário Gešvantner, Lukáš Bonk, Lubo Šulko, Michal Brat a ďalší. Zabudnúť nemôžem na Roberta Kotiana, dlhoročného kolegu z Magazínu o knihách. Za cenné rady o fungovaní knižníc ďakujem Vierke Némethovej z knižnice v Petržalke. Za marketingové konzultácie ďakujem Soni Chovanovej Supekovej.

Nepochybne v tomto zozname nemôže chýbať vydavateľstvo Grada, ktoré sa vydania ujalo, a redaktor knihy Marcel Melicher, ktorý prispel dôležitými pripomienkami a radami pri finalizácii textu.

Na záver tohto osobného úvodu jedna poznámka. Nápad na túto knihu nie je môj, ale mojej manželky Aničky. Raz večer v spálni, áno, to je miesto, kde tiež máme veľa kníh, sme sa rozprávali o tom, že vlastne neexistuje u nás kniha, ktorá by sa zaoberala témou produktu zvaného kniha. Tak mi povedala: „Napíš takú. O živote knihy dnes, jej produkcii aj marketingu tohto krásneho objektu i produktu, ktorý mnohé marketingové poučky ak priamo nepopiera, tak ich riadne spochybňuje.“

Takže vďaka za to, že je na svete práve táto kniha, patrí v prvom rade jej trpezlivosti, pochopeniu pre knižný neporiadok a láske k človeku, ktorý radšej ako chodiť s kamarátmi na futbal leží pod slnečníkom s knihou.

■ 1. ČASŤ

■ Čo je kniha?

Písanie o knihách má v dejinách spoločenských vied veľa rôznych podôb a foriem. Rovnako ako samotné knihy: od posvätných textov, v ktorých *Knih*a sama seba vníma ako zrkadlo Božej mysle či priam vnuknutia vesmírnych síl, až po brakovú literatúru, ktorou sa vedecká literárna história ani nechce zapodievať. Od pamfletov či politickej propagandy, ktorej nekonečné tóny sa menia po zmenách politických režimov na makulatúru, cez praktické návody, ako niekoho milovať alebo navariť aspoň cesnakovú polievku, až po vzácne limitované série určené pre milovníkov s vycibreným vkusom. Knihy nie sú „obyčajné produkty“, ale sú neodmysliteľnou súčasťou rozvoja ľudskej civilizácie, neraz aj sprostredkujúcim katalyzátorom jej premien (v dobrom aj v zlom).

Písanie o knihách nie je vôbec jednoduchou disciplínou, keďže o knihách sa napísalo veľa, a to nielen z pohľadu literárnej histórie. Tá bola a je súčasťou vytvárania národnej identity prakticky vo všetkých spoločenstvách sveta, ktoré majú písanú podobu svojho jazyka. V literatúre o knihách nájdeme štúdie, ktoré sa venujú ako histórii písma, tlače, tlačiarenskeho remesla, ale rovnako aj knihy zaoberajúce sa ideologickým vplyvom kníh na spoločnosť, históriu čítania i dejiny pálenia kníh. Zdalo by sa, že knižný svet vníma a reflektuje svoje dejiny a prítomnosť z viacerých aspektov vyčerpávajúco.

Čo vlastne reprezentuje kniha dnes v rámci spoločenského kontextu, čím je – ako kultúrna hodnota, ale aj ako bežná trhová komodita? Kniha nie je totiž

len posvätný objekt (aj keď aj to), nie je len nositeľ poznania či dokumentácie (aj keď aj to platí), nie je len súčasť kultúrneho diskurzu (aj keď je aj súčasť budovania kultúrneho spoločenstva) a dominantná nie je len jej zábavná a relaxačná funkcia. Je však zároveň všetko spomenuté v predchádzajúcej vete, ale je aj tovarom, ktorý sa produkuje, kupuje, predáva.

Uchopiť knihu vcelku nie je možné, už len preto, že je to obsahovo jeden z najvariabilnejších predmetov, ktoré ľudstvo stvorilo. V našej knihe sa pozrieme na fenomén knihy najmä ako na produkt, ktorý má veľmi špecifické postupy tvorby, spracovania a následného umiestnenia na trh a do predaja. O knihe ako *produkte* príliš neuvažujeme, dokonca niekedy to pôsobí ako tabuizovaná téma či téma spoločensky nevhodná, keďže posvätnosť knihy a profánosť ekonomických či marketingových vied sú akoby z rôznych poschodí, ak nie úplne rôznych budov nášho sveta. Obrat knižného trhu na Slovensku pritom pravidelne ročne presahuje 110 miliónov eur a knižný sektor zamestnáva niekoľko tisíc ľudí priamo vo vydavateľskej, v distribučnej či kníhkupeckej sfére.

■ 1.1 Kniha nie je jogurt

Kniha je vstupenkou do obrovského sveta poznania a fantázie. Denne sa podľa údajov najväčšej svetovej bibliografickej inštitúcie Bowker (prideluje aj ISBN pre USA a Austráliu) publikuje približne 5- až 7-tisíc knižných titulov.³ Inštitút štatistiky pri UNESCO⁴ zasa uvádza, že na svete pribudne ročne 2,2 milióna knižných publikácií. Hovoríme o počte *titulov*, nie počte *vytlačенých kníh*.

Neexistuje kniha, ktorá je určená pre všetkých, knižná produkcia zahŕňa aj školské učebnice a poéziu, vedecké monografie, kuchárske knihy či best-sellery. Len časť kníh sa predáva priamo v kníhkupectvách, veľkú časť knižnej produkcie tvoria učebnice pre rôzne stupne vzdelávania a vlastnými distribučnými cestami (cez vzdelávacie inštitúcie), samostatnú knižnú publikačnú činnosť tvorí vedecké publikovanie vrátane medicíny a práva. Naša kniha sa bude primárne zaoberať bežným spotrebiteľským knižným trhom, aj keď na príslušných miestach sa nevyhneme ani zmienkam o iných typoch knižných publikácií.

Stále najúspešnejšou publikáciou sveta je doposiaľ Biblia, ktorá podľa British and Foreign Bible Society a Guinnessovej knihy rekordov vyšla doposiaľ v neuveriteľnom náklade 5 – 7 miliárd kusov.⁵ Mimochodom, Biblia je jednoznačne najprekladanejšou knihou do všetkých jazykov a veľkého množstva dialektov.⁶ Ďalším knižným bestsellerom je nepochybne Korán, ktorého doterajší náklad sa odhaduje na vyše 800 miliónov až 1 miliardu kusov. No tak, ako je to v prípade Biblie, aj v prípade Koránu sa vlastne číslo nedá presne odhadnúť, keďže sú to knihy s veľmi dlhou históriou publikovania. Zároveň sú to publikácie náboženského charakteru a ako také predstavujú aj predmet uctievania, kultu. Všetky tri svetové monoteistické náboženstvá (judaizmus, kresťanstvo, islam) majú knihu ako jeden z posvätných predmetov a centrálnych náboženských pilierov. Práve táto úcta ku knihe a k textom našich predkov dáva celému knižnému trhu istú mieru posvätnosti a úcty. Aj symbolické pálenie kníh, ktoré sprevádza kultúrne, spoločenské a politické zvraty celú históriu

3 <https://www.bowker.com/en/products-services/bowker-book-data/>

4 <http://uis.unesco.org/>

5 <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/best-selling-book-of-non-fiction>

6 <https://www.bible.com/sk/versions>

ľudstva, je ukázkou dôležitosti a vážnosti knižnej kultúry ako zachovávanie istého typu myslenia. A horiace knihy sú aj výrazom strachu totalitných systémov pred slobodou myslenia.

Ak budeme hľadať najpopulárnejšiu svetskú knihu, podľa dostupných údajov je ňou román, ktorého prvé vydanie uzrelo svetlo sveta už v roku 1605: *Dômyselný rytier Don Quijote de la Mancha*. Jeho tvorca Miguel de Cervantes Saavedra ho napísal počas svojho pobytu vo väzení po značne dobrodružnom živote a pretavil do nej aj svoje životné skúsenosti. Odhaduje sa, že Dona Quijota doposiaľ vydali v náklade viac než 500 miliónov kusov a vo viac než 145 jazykoch sveta.⁷

No nie všetky tituly majú ambície stať sa bestsellermi, napriek tomu však vedeli významným spôsobom ovplyvniť naše myslenie o svete. Dnes sú knihy ako *Philosophiae Naturalis Principia Mathematica* sira Isaaca Newtona vlastne širšiemu publiku nezrozumiteľné a čítajú ich naozaj len jednotlivci venujúci sa histórii prírodných vied. V princípe je však táto Newtonova kniha dôležitá, lebo definovala východiská modernej matematiky a fyzikálnych výpočtov, s ktorými sa dnes stretávame bežne v školských laviciach ako so základom poznania. Práve kniha ako najlepšie pamäťové médium sa stala nositeľom vzdelania a sprostredkujúcim mechanizmom šírenia informácií.

Čítanie dnes vnímame ako samozrejmy akt, bez ktorého si ani nevieme predstaviť fungovanie v každodennom živote. Hoci samotná spoločenská gramotnosť a jej svetové rozšírenie nie je staršie ako niekoľko málo storočí. Nie každý, prirodzene, číta knihy, ale schopnosť pracovať s textom, písmenami, dekódovať malé značky a vnímať ich zmysel – teda bazálna čitateľská gramotnosť – je očakávaným a vyžadovaným predpokladom pre úspech v spoločnosti. Gramotnosť dosahovala v roku 2021 celosvetovo úroveň 86 %⁸, pričom najmenej gramotnými sú regióny s najnižšou ekonomickou úrovňou v oblasti subsaharskej Afriky a juhovýchodnej Ázie, kým rozvinuté krajiny, ktoré tvoria Európsku úniu, ďalej USA, Austrália, Japonsko a niektoré krajiny Južnej Ameriky dosahujú viac než 97 % gramotnosť.

Vzdelávanie a schopnosť čítať sú aktivity, ktoré spolu veľmi úzko súvisia a zároveň predstavujú akýsi pomyselný rebrík k úspešnejšej spoločnosti

7 <https://www.worldatlas.com/articles/best-selling-books.html>

8 <https://en.unesco.org/sites/default/files/ild-2021-fact-sheet.pdf>

i úspešnejšiemu životu jednotlivca. Gramotnosť sa vyžaduje prakticky pri výkone všetkých povolání, čím náročnejšie a zložitejšie procesy súvisia s ich výkonom, tým vyššia miera porozumenia symbolického jazyka je na výkon takýchto povolání nevyhnutná. Aj keď je audio-vizuálna kultúra dominantná pri šírení množstva informácií v dnešnom mediálnom prostredí (televízia, internet), bez znalosti dekodovania textu by sme prakticky nemohli v spoločnosti existovať.

Písmo a knihy sa stali dôležitou extenziou ľudskej pamäti. Keď v starovekých kultúrach pochopili význam písomného záznamu pre ekonomiku, moc (svetskú i náboženskú) a vytvorili prvé záznamové systémy, dali tak základ pre vytvorenie nového sveta. Externá pamäť v podobe hlinených tabuliek tvorila ekonomické a legislatívne základy pre vytvorenie prvých systematizovaných spoločenstiev a štátov.

Našou úlohou nie je celkom pátrať po histórii knihy, aj keď sa do niektorých aspektov života kníh budeme vracáť. Svet knihy, o ktorom v tejto práci hovoríme, je svetom knihy dnes, v 21. storočí. Nie je to len ich písanie, ale aj redakčná príprava, grafická úprava, tlač a následne distribúcia do rúk čitateľov. Je to svet prípravy knihy, obchodovania, ponuky a predaja. A práve táto cesta odrazu premieňa náš pohľad na knihu zo spoločensko-kultúrneho, literárneho a civilizačného fenoménu na pohľad na knihu ako *produkt, výrobok*. Niečo, čo sa predáva v obchodoch podobne ako ponožky. Dokonca si v časoch Vianoc s ponožkami aj hovie pod ozdobeným stromčekom.

A práve týmto produktovým, marketingovým, mediálnym aspektom knižnej kultúry sa budeme primárne venovať. Nebudeme sa podrobne zaoberať dejinami literatúry či históriou knihy, naším cieľom je viac sa venovať aktuálnemu stavu vnímania knižnej kultúry ako súčasťi spoločenského života. Aké miesto má kniha v našich životoch, ako sa dnes vyrába a predáva. Na začiatku našej práce budeme hovoriť o tom, akým objektom je vlastne dnes kniha, ako ju môžeme definovať, čo dnes kniha v súčasnej kultúre a spoločnosti reprezentuje. Nie je to pohľad na obsahovú stránku literatúry, umeleckého písania, filozofie a myslenia, ale pohľad na tovar, ktorý sa vyrába a predáva.

Kniha nie je jogurt, ponožky alebo auto. A predsa je to dnes produkt. Taký, ktorý sa vyrába štandardizovanou cestou, je produkováný ako iné priemyselné výrobky. Ale predsa len je diametrálne odlišný od štandardných produktov.