

# OBSAH

## ÚVODEM—5

- STUDIEM VÁS BUDOU PROVÁZET TYTO IKONY—6
- KE STUDIU OPORY BUDETE POTŘEBOVAT NÁSLEDUJÍCÍ LITERATURU—7
- K DOPLŇJÍCÍM ÚKOLŮM A ROZŠÍŘENÍ KONTEXTU  
VÁM POSLOUŽÍ TYTO (TIŠTĚNÉ) ZDROJE—7

## 1. NAKLADATELSKÝ PROCES—9

- 1.1 NAKLADATELSKÁ REDAKČNÍ PRÁCE JAKO PROFESE—9
- 1.2 ÚVOD DO NAKLADATELSKÉHO PROCESU—9
- 1.3 IDENTIFIKACE KNIHY—13

## 2. STRUČNÝ VÝVOJ ČESKÉHO KNIŽNÍHO TRHU—16

- 2.1 KNIHA JAKO MÉDIUM A ARTEFAKT—16
- 2.2 VÝVOJ KNIŽNÍHO TRHU—16

## 3. MODERNÍ (ČESKÝ) KNIŽNÍ TRH—24

- 3.1 AKTUÁLNÍ PODOBA KNIŽNÍHO TRHU—24
- 3.2 SOUČASNÁ ČESKÁ NAKLADATELSTVÍ A JEJICH ČINNOST—27
- 3.3 SPECIFIKA KNIŽNÍHO TRHU (OPROTI TRHŮM S JINÝM ZBOŽÍM)—28
- 3.4 SPECIFIKA ČESKÉHO KNIŽNÍHO TRHU (V KONTEXTU ZAHRANIČNÍCH)—28
- 3.5 ČESKÝ KNIŽNÍ TRH V DATECH A ČÍSLECH—29

## 4. PRÁVNÍ REGULACE KNIŽNÍHO TRHU—30

- 4.1 OMEZENÍ DISTRIBUCE A PRODEJE KNIHY—30
- 4.2 AUTORSKÉ PRÁVO—31
- 4.3 PLAGIÁT, PARODIE A DALŠÍ PŘEPRACOVÁNÍ DĚL—36
- 4.4 OCHRANA NÁZVŮ A POSTAV—37
- 4.5 PŘÍKLADY Z PRAXE VÝKONU AUTORSKÉHO PRÁVA—38
- 4.6 JAK JE TO S COPYRIGHTEM?—42
- 4.7 ZÁKON O NEPERIODICKÝCH PUBLIKACÍCH—44
- 4.8 KOLEKTIVNÍ SPRÁVA—44

## 5. INSTITUCIONÁLNÍ REGULACE KNIŽNÍHO TRHU—45

- 5.1 MINISTERSTVO KULTURY—45
- 5.2 MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ—45
- 5.3 KNIHOVNY—46
- 5.4 ARCHIVY, PAMÁTNÍKY A MUZEA—47
- 5.5 PORTÁLY A CENTRA PROPAGACE —47
- 5.6 DALŠÍ INSTITUCE—47
- 5.7 KNIŽNÍ VELETRHY—48
- 5.8 LITERÁRNÍ FESTIVALY—49
- 5.9 KNIŽNÍ A LITERÁRNÍ CENY—49
- 5.10 GRANTY A DOTACE—50

**6. PROFILACE NAKLADATELSKÉHO PODNIKU, EDIČNÍ PLÁNOVÁNÍ—52**

- 6.1 FORMÁLNÍ NÁLEŽITOSTI VZNIKU A CHODU NAKLADATELSTVÍ—53
- 6.2 EDIČNÍ PLÁNOVÁNÍ—53
- 6.3 EDIČNÍ PROCES—54

**7. DISTRIBUCE, MARKETING, EKONOMIKA TITULU—56**

- 7.1 DISTRIBUCE A PRODEJ—56
- 7.2 PRODEJ KNIHY V ČASE—59
- 7.3 MARKETING, PROPAGACE, PUBLICITA—60
- 7.4 EKONOMIKA TITULU—63

**8. VÝROBA KNIHY—66**

- 8.1 FORMÁT—66
- 8.2 VAZBA—67
- 8.3 PAPÍR—68
- 8.4 POLYGRAFIE—70
- 8.5 BAREVNÉ MODELY—72
- 8.6 TISKOVÉ TECHNIKY—72
- 8.7 OBJEDNÁVKA TISKU—74

**9. REDAKCE TEXTU—76**

- 9.1 ROLE REDAKTORA—76
- 9.2 PŘEDTISKOVÁ (STRÁNKOVÁ) KOREKTURA—78
- 9.3 DALŠÍ TYPY REDAKTORŮ—78
- 9.4 DIFERENCIACE REDAKČNÍ PRÁCE—79
- 9.5 AUTOMATIZACE REDAKČNÍ PRÁCE (VE WORDU)—83
- 9.6 KOMUNIKACE MEZI REDAKTOREM A GRAFIKEM—84

**10. ZÁKLADY KNIŽNÍ TYPOGRAFIE A SAZBY—87**

- 10.1 PÍSMO V KNIŽNÍ PRAXI—87
- 10.2 ZÁKLADNÍ TYPOGRAFICKÁ PRAVIDLA—90
- 10.3 SAZBA—95
- 10.4 ZLOMOVÁ (STRÁNKOVÁ) KOREKTURA —100

**11. DIGITÁLNÍ PUBLIKOVÁNÍ—101**

- 11.1 STRUČNÝ ÚVOD DO DIGITÁLNÍHO PUBLIKOVÁNÍ—101
- 11.2 BOJ O DRM—104
- 11.3 PŘÍPRAVA A VÝROBA DIGITÁLNÍ KNIHY—105
- 11.4 DIGITÁLNÍ KNIŽNÍ TRH, DISTRIBUCE, PRODEJ—108
- 11.5 PŮJČOVÁNÍ E-KNIH—112
- 11.6 MARKETING E-KNIHY—113

**12. PŘÍLOHY—115**