

# Vizuální styl knihkupectví/nakladatelství

Christian Jánský

---

Bakalářská práce  
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav vizuální tvorby

akademický rok: 2012/2013

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Christian JÁNSKÝ**  
Osobní číslo: **K10123**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design - Vizuální komunikace**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vizuální styl knihkupectví/nakladatelství**

Zásady pro vypracování:

1. Historické pozadí
2. Analýza, Pohled na současný trh
3. Stanovení priorit a cílů
4. Sběr materiálů
5. Řešení
6. Závěr

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.



Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování  
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

LUPTON, Ellen. Thinking with Type. Princeton Architectural Press, 2010. ISBN 978-1568989693  
NEUMEIER, Marty. The Brand Gap. New Riders, 2005. ISBN 978-0321348104  
SAMARA, Timothy. Making and Breaking the Grid. Rockport Publishers, 2005. ISBN 978-1592531257  
HASLAM, Andrew. Book Design. Laurence King Publishing, 2006. ISBN 9781856694735  
MÜLLER-BROCKMANN, Josef. Grid Systems in Graphic Design. Niggli Verlag, 2008. ISBN 9783721201451

Vedoucí bakalářské práce: MgA. Václav Skácel  
Ústav vizuální tvorby  
Datum zadání bakalářské práce: 5. prosince 2012  
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. května 2013

Ve Zlíně dne 5. prosince 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
děkanka



M. A. Vladimír Kovařík  
ředitel ústavu




## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně ..... 21. 3. 2013 .....

CHRISTIAN JÁNSKÝ   
.....  
Jméno, příjmení, podpis

<sup>1)</sup> zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výtisky, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2)</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3;

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3)</sup> zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo;

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.



## **ABSTRAKT**

Tato práce se zaměřuje na knihu jakožto svébytný objekt v kontextu 21. století, v rámci návrhu vizuálního stylu knižního nakladatelství — fiktivního, avšak koncipovaného s maximálním důrazem na jednoduchost případné realizace. Teoretická část—vyjma krátkého úvodu do historie—analyzuje problematiku moderního nakladatelství a hledá existující (potenciálně) konkurenční řešení na trhu. Středobodem praktické části jsou knihy samotné; rozprostřeny do edičních (žánrových) řad, pojímající všechny prvky vizuálního stylu, kde klíčovou roli hraje typografie a práce s—dnes už nevšedními—materiály: knihařským plátnem a dýhou. Projekt je tvořen ve spolupráci s Terezou Čižmárovou, která na mou tvorbu navazuje návrhem prodejního mobiliáře pro toto nakladatelství — knihy by byly za účelem prodeje vystaveny na tomto stojanu a společně tak tvořily svéráznou, ucelenou značku na poli současných nakladatelství/knihkupectví.

Klíčová slova:

knihka, kapesní, nakladatelství, klasická literatura, typografie, plátno, dýha

## **ABSTRACT**

This bachelor thesis studies the book as a relevant object in the context of 21st century — through the process of designing a visual identity of a fine book publisher. Although fictional, the project is conceived to be as realistic as possible (in case of an actual production). The theoretical part is—apart from a brief introduction to the history of bookmaking—analysing the specifics of a modern book publishing, looking for (possibly) competing solutions on today's market. The centrepiece of the practical part is the process of designing the books themselves, including genre editions. Books being the perfect extension of the visual identity, they mainly employ typography and materials—book cloth and veneer—that have become rather rare in the recent years. The project is made in collaboration with Tereza Čižmárová whose bachelor thesis is linked to mine — her part was to design retail furniture for this fictional book publisher that would complement the books and thus together create a unique, coherent brand on today's book market.

Keywords:

book, book publisher, classic literature, typography, book cloth, veneer

Rád bych poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce panu MgA. Václavu Skácelovi za jeho užitečné, velmi přínosné rady, podněty a odborné vedení, které mi pomáhalo hledat řešení po celou dobu práce na tomto projektu. Obrovské díky také patří Tereze Čižmarové za skvělou spolupráci a vzájemnou koordinaci.

*„Bůh je v detailech.“*

Mies van der Rohe

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.



# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 KNIHA</b> .....	<b>11</b>
1.1 O KNIZE A JEJÍ HISTORII .....	11
1.1.1 Proč čteme .....	11
1.1.2 Podoby beletrie.....	12
1.1.3 Zrod spotřební knihy .....	14
1.2 ŘEMESLNÉ ZPRACOVÁNÍ KNIHY .....	15
1.2.1 Ergonomie, rozměry .....	15
1.2.2 Vazba .....	16
1.2.3 Volba papíru .....	18
1.2.4 Strukturální náležitosti krásné literatury .....	18
1.2.5 Zdobení, knihařské speciality .....	19
1.2.6 Tiskařské technologie.....	19
1.3 VÝTVARNÉ A GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ .....	20
1.3.1 Ilustrace .....	20
1.3.2 Písmo .....	21
1.3.3 Sazba .....	23
<b>2 KNIŽNÍ NAKLADATELSTVÍ</b> .....	<b>24</b>
2.1 NAKLADATELSKÁ ČINNOST V PRŮBĚHU ČASU .....	24
2.1.1 Současný stav knižní produkce .....	24
2.1.2 Brzké vyhlídky .....	25
2.2 VIZUÁLNÍ STYLY .....	27
2.2.1 Knižní edice.....	27
<b>3 ANALÝZA TRHU</b> .....	<b>29</b>
3.1 KONKURENCE NA SOUČASNÉM TRHU .....	29
3.1.1 Edice klasické literatury .....	30
3.1.2 Ostatní edice .....	31
<b>II. PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>32</b>
<b>4 KONCEPT NAKLADATELSTVÍ BUUK</b> .....	<b>33</b>
4.1 FILOZOFIE .....	33
4.1.1 Literární zaměření, ediční řady .....	33
4.2 CÍLOVÁ SKUPINA .....	34
4.3 PROPAGACE .....	34
<b>5 VIZUÁLNÍ STYL</b> .....	<b>35</b>
5.1 TYPOGRAFIE .....	36
5.1.1 Primární písmo .....	36
5.1.2 Sekundární písmo .....	37
5.1.3 Logotyp .....	38
5.2 BAREVNOST .....	38

5.3	HLAVNÍ GRAFICKÉ PRVKY.....	39
<b>6</b>	<b>ZPRACOVÁNÍ KNIŽNÍCH EDIC.....</b>	<b>40</b>
6.1	ROZMĚRY, PROPORCE .....	40
6.2	VÝROBNÍ PROCES, MATERIÁLY .....	41
6.2.1	Knižní obal .....	41
6.2.2	Vazba, knižní blok.....	42
6.2.3	Koncové zpracování .....	42
6.2.4	Sazba .....	43
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>44</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>45</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>46</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>47</b>



## ÚVOD

“Kniha v době e-booků.” — tak by mohla znít premisa této práce. Internet si každým dnem uzurpuje větší podíl našeho volného času, ekonomická lukrativnost tisku mizí — jak na to mohou knižní nakladatelé v dnešní době reagovat, respektive jaké mohou hledat východiska? Na tuto problematiku se snažím v rámci bakalářské práce reagovat návrhem—prozatím fiktivního—nakladatele s názvem BUUK. Název prozrazuje hlavní motiv konceptu — prolínání knihy (anglicky *book*) s prvotním knižním materiálem, “otcem” papíru — dřevem (česky evokující *buk*). Vizualní styl vychází z tohoto slovního, ale i obrazového střetu.

Nenazval bych se klasickým čtenářem, vyhledávající knihy jakožto výplň volného času — právě tento fakt mi však byl záminkou, abych se věnoval knize pro generaci *nás* mladých, internetových lidí; knize, která má svou formou, celkovým zpracováním a obecným konceptem co říct a ví, jak konkurovat nemateriálním soupeřům v podobě elektronických čteček, smartphonů a všech, co *chtějí* knihu vyhnat z rukou, kapes, batohů, ale nakonec i obývacích.

BUUK ztraktivňuje klasickou moderní literaturu—pro mnohé spojené s povinnou školní četbou—lidem, kteří nemusí nutně četbou žít, ale vnímají ji jako zpestření každodenní života; lidem, kteří nechtějí čtení plánovat — četli by *rádi*, avšak přes přebal knihy přejedou prsty maximálně před spaním; s politováním, že ten den jim to čtení *nevyšlo*. Tomu je přizpůsoben formát, který je veskrze kapesní (skvěle si například rozumí s kapsou v bundě či kalhotách), na druhou stranu však ne přílišně miniaturní, který by ubíral knize na údernosti a respektu.

Teoretická část osvětluje poněkud zajeté koleje knižního průmyslu, hledá cesty umožňující osobité pojetí; zkoumá řešení současných knižních nakladatelů. Navazující praktická část z rešerší vyvozuje důsledky — formuluje podobu nakladatelství, které by mohlo bez potíží na současném českém trhu svébytně fungovat a oslovit tak co nejširší spektrum lidí.

Ruku v ruce s mým návrhem knižních edic a celkové vizuální stránky jde koncept prodejního mobiliáře od Terezy Čižmárové, který plně reflektuje ideový základ projektu, navazuje na něj ve všech směrech a tvoří takřka dokonalý spojovník mezi knihou-produktem a člověkem-zákazníkem.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**



## 1 KNIHA

Přestože je prapůvod knihy datován okolo 30. století př. n. l. v oblasti Mezopotámie a starověkého Egypta a prošla různými vývojovými stádii—přes pergamen a papyrus—, víceméně se ustálila její podoba v takové formě, jakou známe dnes. Dnešní kniha je produktem více než tisíciletého úsilí o uchovávání písemných záznamů hospodářských, rituálních, politických a literárních.

### 1.1 O knize a její historii

Dovolil bych si přeskočit starověkou historii ručně psaných knih—*kodexů*—a začal až v 15. století, které je spjato s počátkem knihtisku (1448) [1, str. 9], který je přikládán za vynález Johannesi Gutenbergovi. Přínos této technologie byl zejména ve snížení ekonomických nákladů na výrobu knih a jejich reprodukci, logicky vyústující v rapidní nárůst objemu vydávaných knih. Předstupně knihařství sahající za existenci knihtisku již nejsou dnešním lidem příliš povědomé a pro tuto práci jsou klíčové souvislosti, jež se začaly formovat kolem Gutenbergovi doby — na ně místy přímo navazuje, jinde se proti nim účelně vymezuje.



Obr. 1. Gutenbergova bible, okolo roku 1450; vazba její faksimilie

#### 1.1.1 Proč čteme

Z původního majetku movitějších a intelektuálnějších se stala dnes již ve všech směrech všední záležitost, která je zdrojem nadšení, neutuchajícího zájmu a předmětem každodenních konverzací s přáteli jen pro malou hrstku lidí. S takzvanou bibliofilii se dnes—s lehkou nadsázkou—setkáme povětšinou jedině v slovníku cizích slov; láska ke knize jako takové se dnes již příliš nenosí — pro mladé lidi není dostatečně *cool*. Pro některé je ovšem kniha

jednoznačnou definicí životního stylu; objekt, díky kterému se vyhraňují vůči digitálnímu středoproudu.

Proč tedy čteme? Řečeno exaktními čísly: každý pátý od knih očekává, že mu přinesou zábavu a napětí; každý šestý až sedmý, že mu přinesou informace. Estetický zážitek jako svého druhu nejvyspělejší způsob čtení očekává od knihy zhruba každý dvanáctý. [2, str. 111]

Mimo čistě zjevnou funkci oddechovou a případné intelektuální obohacení někdy hraje kniha klíčovou roli v osobních *knihovničkách*, jelikož člověk má tendenci své okolí nad rámec užitého minima zkrášlovat a právě kniha může být klíčových *klenotem* v jeho *obývací*-depozitáři. Kniha nesmírné estetické a řemeslné kvality na kávovém stolku může být stejnou chloubou jako *Porsche* před domem. Dnešní měřítko a vznášené požadavky na knižní kvalitu trouchnivější, šedý průměr převažuje nad vytříbenými svazky, ovšem hodnota takového pokladu roste úměrně s poměrem braku, kterým je ze všech stran obestoupen.

Já—jakožto prudce digitální dítě, *odchované* internetem—si přiznávám, že kouzlo knih mě zatím do jisté míry mýjelo, střed s tímto médiem se většinou odehrával ve školních lavicích, diktován povinnou četbou, s napevno nalinkovanými autory a světovými díly, čímž má nevěle k četbě přirozeně rostla. Jen postupem času jsem—zprvu plaše a ostražitě—zpětně nahlížel do klasické literatury, naplněn přesvědčením, že přeci není způsobu, jak by mě mohla obohatit kniha bezmála 3 století stará. Pomalými krůčky jsem byl nakonec vyveden z omylu — kolikrát se v optice dnešního světa pointa klasických titulů prohlubuje, poukazuje na stále přetrvávající, či vzniknuvší neduhy — vytvářející prostor pro sebereflexi, iniciátora dialogu o jakémkoli tématu, kterého se kniha může dotýkat. Věřím, že znalost a respekt k literárním archetypům—dílům, které se do značné míry sžily s naší kulturou—jsou klíčové a značně přispívají k intelektuálnímu bohatství společnosti.

Kombinaci obou faktorů—cennost, nadčasovost historických titulů a absenci jejich důstojného zastoupení v knihkupectvích (viz. kapitola 3)—považuji za pádný argument, proč se k těmto knihám navrátit a usilovat o jejich obrození.

### 1.1.2 Podoby beletrie

Zprvu doménou náboženských, mytologických a akademických textů, knihy v průběhu času také začaly zastávat nám důvěrně známou aktivitu volnočasovou — slovo dostal humor či komentář soudobé společnosti; dnes možno označit za oddychové čtení.

Rozvolnění obsahových hranic a rozšířením působnosti knih z klášterů do domácností vznikaly nové prozaické žánry, které by se daly rámcově rozdělit na román, novelu a povídku — především co se rozsahu týče.

Román bývá zpravidla považován za nejdelší; dolní hranice počtu stran nebývá stanovena (obvykle však 40 tisíc znaků a více), mnohem přesnější definice je podle více dějových linií (často různě větvené a prolínající se), vývoje hlavní postavy napříč knihou a v neposlední řadě také přítomností více postav — zejména vedlejších, které se podílí na komplexním vykreslení knižního světa a celkové atmosféry.



Obr. 2. Jan Drda – *Němá barikáda*, povídky; E. M. Remarque – *Tři kamarádi*, román

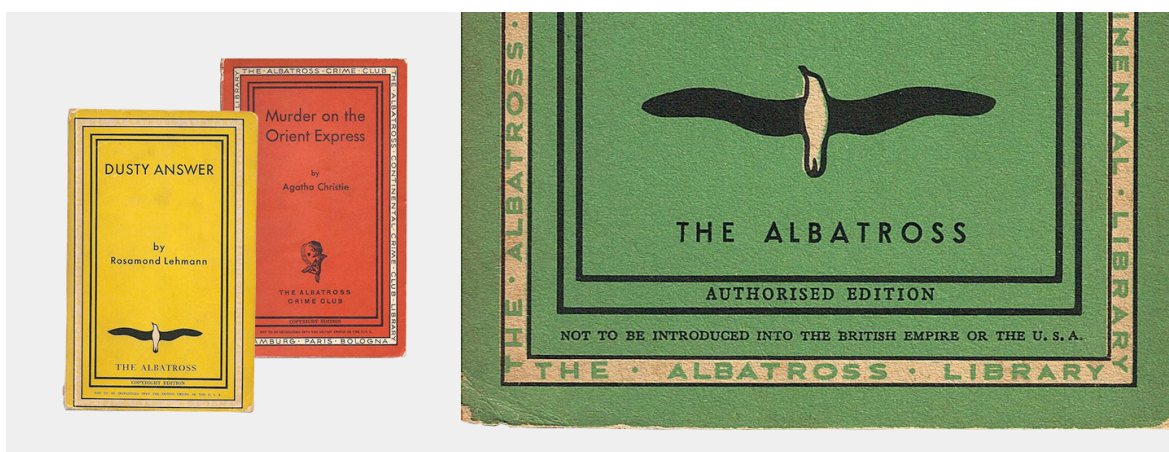
Povídka je rozsahem střídmější, klasicky se jedná o krátký příběh (jedna dějová linie), kde se hlavní postava – z pohledu psychologického či osobnostního – nevyvíjí; ilustruje zcela konkrétní děj, v němž figuruje menší počet postav. Vyznačuje se rychlým spádem a údernou pointou. Dle definice americké literární ceny Nebula je povídka omezena počtem 7500 slov [3], přirozeně to není podmínkou či světově uznávaným standardem.

Novela zastává mezikrok dvou výše uvedených prozaických žánrů, rozsahově je to proto *delší povídka*. Její původ bychom našli v povídkách italských; jasně definovaná hranice, která by ji však od povídky dělila, neexistuje a proto má v konečném důsledku většinou rozhodující slovo sám autor, jak se svou knihu rozhodne prezentovat.

Přestože je někdy velmi zavádějící knihy dále kategorizovat s ohledem na tematiku a celkové vyznění, je možno definovat satiru, bajku, mýtus atd. — zcela samostatnou kategorií vytvářejí žánry stavějící na smyšlených příbězích, namátkou *science fiction* nebo *fantasy*. Takové žánry se mimo jiné v dnešním světě těší mimořádné popularitě a proto je správné označení pro spoustu lidí při koupi jeden z rozhodujících faktorů.

### 1.1.3 Zrod spotřební knihy

Vůbec první masově tištěné spotřební knihy (měkké vazby, velmi skromného–někuli chudého–grafického i materiálového doprovodu) byly vyráběny za využití možností technického pokroku v polovině 19. století. Původně se zpravidla jednalo o přetisky již existujících titulů; následujících po vydání variant v tuhé vazbě, jakožto jejich umírněnější, pomíjivější sourozenci. Prodávaly se nekonvenčními způsoby: na nádražích a novinových stáncích a svými rozměry (110×175 mm) se podřizovaly nárokům častých drážních cestovatelů.



Obr. 3. Knihy nakladatelství Albatross; detail obalu

Přestože měl německý nakladatel Albatross v roce 1931 s masovou produkcí *paperbacků* (levnější knihy měkké vazby, obvykle s lepeným blokem) velké plány, druhá světová válka udělala jeho podnikání čáru přes rozpočet. Proto máme spotřební knihy většinou spojené s anglickými Penguin Books, které z poznatků (např. barevný klíč definující žánrové edice) Albatrosse do jisté míry vycházely a od svého vzniku v roce 1935 se staly již kulturní ikonou (dodnes je v Anglii leckdy pojem *Penguin* lehce zaměnitelný s *paperbackem*).

Komerční knihy s měkkou vazbou znamenaly radikální změnu vnímání četby, postupnou rezignaci na knihařské řemeslo a s tím spojenou odpovídající kvalitu svazku. Valná většina vydávaného oddychového čtení v dnešní době spadá právě do kategorie *paperbacků*.



## 1.2 Řemeslné zpracování knihy

Člověku lahodí smyslový zážitek z čtení: haptická struktura papíru, vůně inkoustu, jemný reliéf po ražbě na deskách, tvrdost vazby, která reaguje na náš stisk atd. To vše jsou devízy, kterým—proti tomu umělý a prchlivý—shluk pixelů na obrazovce nemůže konkurovat.

Za posledních 200 let se však veřejný konsenzus na to, co konstituuje kvalitní knihu, dramaticky změnil. „Masová produkce, po které tolik volali všichni modernisté a pokrokové mozky ze začátku dvacátého století, s sebou nepřinesla jen větší dostupnost knih, ale v mnoha případech také chvat, nekvalitní materiály a lajdáctví.“ [4, str. 24]

### 1.2.1 Ergonomie, rozměry

Knihy má především sloužit, až potom můžeme teprve ocenit její kvality vyplývající ze skvostné rukodělné práce. „Číst román tištěný na formát A4 je stejně nesmyslné jako nosit o tři čísla větší boty.“ [4, str. 85] — jde to, ale neobejde se to bez skřípání zubů. Rozměr knižního bloku se zpravidla odvozuje od generických formátů, vyplývajících z normalizovaných řad (A, B). V případě obou řad platí, že výška a šířka papíru jsou v poměru  $1:\sqrt{2} = 1:1.414$  [5, str. 70], jež byl v dvacátých letech 20. st. vybrán za optimální a lidskému oku nejpříjemnější. Zvláště výhodný je z pohledu ekonomie: jediné u tohoto formátu získáme přepůlením archu dva archy se stranami stejného poměru, jako měl ten původní. Ve výsledku proto nevzniká takřka žádný zbytkový odpad při řezání na menší formáty.

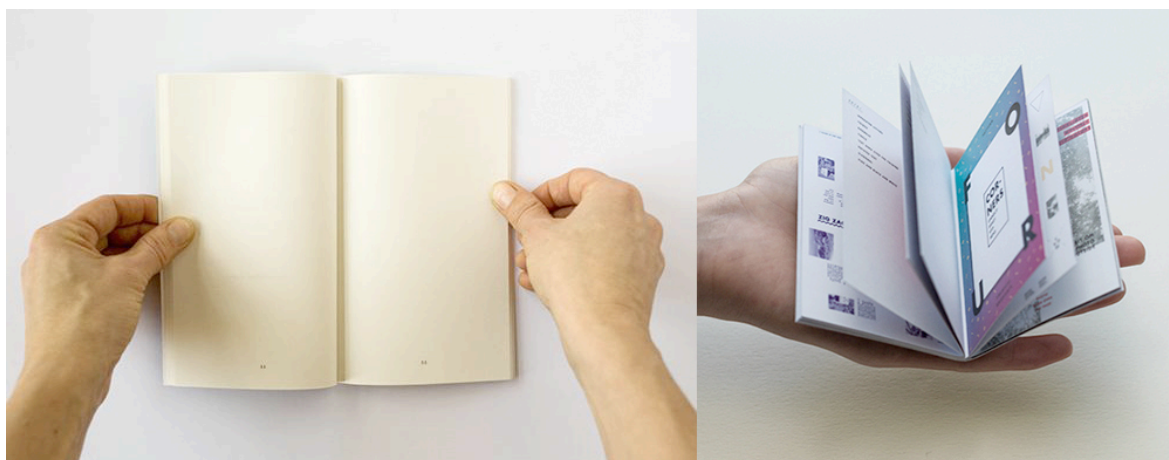
Řada A je odvozena od základního archu A0 s plochou  $1\text{ m}^2$ , proti tomu u řady B je základem B0 o šířce 1 m — menší formáty (A1, A2, ...) vznikají vždy rozpůlením toho předchozího.

Pro beletrii je nasadě použít formát odvozený od A5, A6, popř. z těchž variant B řady. Přesto ve většině případů knize přidává na eleganci, pokud je formát mírně vyšší; mezi nejkrásnější patří formáty 2:3, 5:8 a jemu podobný 1:1.618 (zlatý řez) či 3:5. Výjimka potvrzuje pravidlo, formátu však širšímu než vyššímu beletristický textový blok nesluší — délka řádku je neúnosná, počet znaků přesahuje optimálních 66 [6, str. 26] a čtenáři proto působí menší útrapy při navazování na řádek nový.

Dnešní klasicky vydávané spotřební knihy měkké vazby mají nejčastěji formát  $108\times 180$  mm [5, str. 71], odpovídající poměru 3:5. Pro kapesní čtení je záhodno vybrat formát menší než A5, tam se ovšem dostáváme do problému, kdy s každým zmenšením rozměru



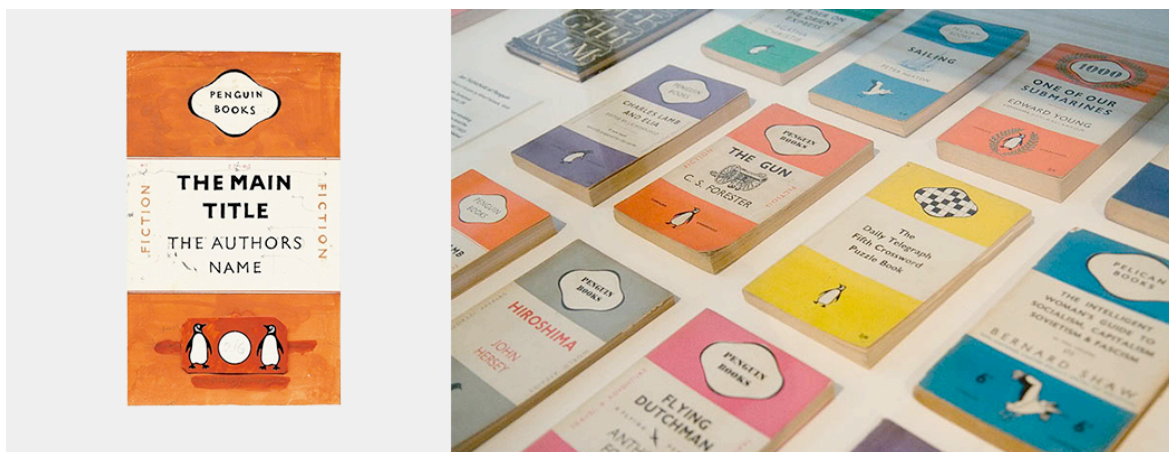
stránky se logicky krátí její textová kapacita, která obratem navyšuje počet stran, čili tloušťku výtisku.



Obr. 4 Formát  $108 \times 180$  mm (poměr 3:5); miniaturní formát  $80 \times 120$  mm (3:2)

### 1.2.2 Vazba

S příchodem prvního *paperbacku* v druhé polovině 19. století a přeměny knihy na ryze utilitární, konzumní záležitost se setkáváme s neustálou redukcí použitých materiálů na nejelementárnější prvky v zájmu snížení nákladů na výrobu, potažmo maximalizaci zisku. Již otec dnes legendárního–konceptně novátorského–nakladatele Penguin Books při jeho vzniku roku 1935 proklamoval, že jeho cílem je prodávat levné, dostupné *paperbacky* za cenu jednoho balíčku cigaret [7]. A to už je, s přihlédnutím na hodnotu knihy ve středověku v řádu několika domů, pozoruhodný pokrok!



Obr. 5. *Paperbacky Penguin Books*

Středověké knihy–dnes bychom je nazvali *hardcover* (knihy tuhé vazby, obvykle s šitým blokem)–byly původně šity na motouzy, kožené vazy, konopné šňůry či tkanice; položené

jen v několika místech přes hřbet knihy, jež tak vytvořily charakteristické výstupky na hřbetě. Taková vazba se vyznačuje výbornou odolností a skvělou otevíratelností. Desky bývaly celokožené, opulentně reliéfně zdobené a kolorované; ovšem postupně se uchylovalo k střídmejším: vazbám polokoženým a poloplátěným. Nutno poznamenat, že dnes je pro nás vrcholem přepychu právě vazba poloplátěná, jež by se přes pár století dala bez rozvah považovat za podřadnou.

Přestože je vazeb nespočet, nejčastěji se setkáváme s česky kategorizovanými typy V1 (měkké desky, sešité drátěnou sponkou), V2 (taktéž měkké desky, lepené přímo s knižním blokem, který je oříznut po 3 stranách), pokročilejší variantou V4 (měkké desky, ke kterým je přilepen šitý blok) a V8 (pevné desky, do nich je šitý blok zavěšen). Z pohledu beletrie, která má mít trvanlivější charakter, přichází v úvahu v zásadě jen vazba V8 (která se těm středověkým nejvíce *podobá*) — V1 je doménou levných katalogů, brožur; V2 v dnešním světě zastává již univerzální volbu pro náklad (vyjma luxusnějších, sběratelských) každodenních knih a konečně V4 je vhodná pro kvalitnější katalogy a odborné publikace.



Obr. 6. Tuhá vazba s papírovým přebalem

U tuhých vazeb často narazíme na přidání papírový přebal, jež se sice šalamounsky tváří, že knihu chrání proti újmě, ta však už potažena plátnem (respektive jakýmkoliv potahovým materiálem) nadbytečnou ochranu věru nepotřebuje. Pravda je taková, že papír klade primitivní překážky potisku (dnes je jednoznačně nejlevnější tisk právě na něj); proto jen za-

hlazuje stopy po tom, že nakladatel na polygrafické řešení desek neměl peníze či energii. Po svléknutí přebalu tudíž uvidíte pravou tvář knihy — povětšinou jen chudší (černobílou) variantu přebalové grafiky, v krajních případech obligátní udání názvu titulu a jména autora (podtrženo v případech tragických umístěním pateticky pouze na hřbet) bez jakýchkoliv příkras a okolků.

### 1.2.3 Volba papíru

Knihu zamýšlenou pro serióznější čtení tiskneme na kvalitní nenatíraný papír menší gramáže (80–120 g/m<sup>2</sup>), vše s ohledem na poměr mezi textem a záležitostmi celoplošného charakteru, které by na tenčím papíru a hlavně s menší opacitou–neprůsvitností, důležitým parametrem papíru–nepěkně kolidovaly s textem na opačné straně, respektive ho zastiňovaly — při průzoru na světle by se o to víc text mohl stávat nečitelným. Volíme papíry přírodní, nebělené, které svou nepřírozenou jasností čtenářovo oko nadbytečně nevysilují.

Je nezbytné, aby vazba (a papír v ní obsažený) respektovala dráhu papíru — to jest směr vláknů, aby byl zásadně rovnoběžný se hřbetem. Tím zajistíme lepší manipulaci s papírem — klade méně odporu při ohybu, respektive listování v knize. Dráhu zjistíme jemným ohybem v obou stranách; u benevolentnějšího prohnutí je dráha kolmá na ohyb. Kvalitní tiskárna si ovšem správnou orientaci tisku pohlídá sama.

### 1.2.4 Strukturální náležitosti krásné literatury

„Třebaže zůstávají už dnes zapomenuty, metody a pravidla–které už je nemožné dále vytříbit–se utvářela během staletí. K vytvoření dokonalé knihy musíme tyto kánony přivést zpět k životu a aplikovat.“ [8]

Správná kniha respektuje svou strukturou ustálené pořadí, které čtenáři napomáhá k orientaci a postupně jej připravuje na samotnou četbu — začínal by úvod na první, levé straně předsádky, člověk by se neubráníl pocitu ukvapenosti úpravce. Setkáváme se s tímto pořadím: signet (identifikace nakladatelství), patitul (název knihy na liché straně), hlavní titul (opticky nejvýraznější vstupní strana — název díla, jméno autora, nakladatelství, případně název edice apod.), jež může být spojen s protititlem (frontispis, ilustrovaná sudá strana). Dále následuje impresum (nakladatelský záznam — copyright a mezinárodní standardní číslo knihy čili ISBN), ke kterému se může připojit věnování (dedikace).



U krásné literatury není obsah podmínkou, zvláště u strukturou triviální beletrie, u které nemají názvy jednotlivých kapitol sebemenší výpovědní hodnotu (Kapitola první, druhá, ...). Proto jej často dáváme až ke konci knihy, za samotné dílo.

Zpravidla poslední sekcí bývá tiráž (kolofon), jež obsahuje mimo základní informace (kopírující hlavní titul) také ty technické — autora grafické úpravy, sazby, odpovědného redaktora a (poly)grafická specifika (jméno tiskárny, použitý papír, písmo, náklad atd.).

### 1.2.5 Zdobení, knihařské speciality

Ačkoli spoustu výtvarných výdobytků konzum a masová výroba smetla ze stolu, některé jsme si naštěstí zachovali dodnes. Čest památce zlacení hřbetu, barvení ořízky a mnoho dalším. Proto buďme rádi za ty přeživší — kapitálek: textilní proužek zakončující horní a spodní okraj hřbetu, lepený na blok, plnící estetickou funkci (mimo skrytí rozhraní a spojení složek); treska (textilní stužka-záložka); tu a tam se také setkáme s barevnou ražbou či slepotiskem, vytvářející působivý reliéf na deskách knih.



*Obr. 7. Kapitálek a slepotisk; ražba na plátěné vazbě*

Moderní doba vzala, ale také dala — do rodiny polygrafických libůstek přibyl parciální lak (lokální vrstva průhledného laku s haptických, blyštivým charakterem) či možnost míchat speciální přímé barvy (fosforeskující, reflexní, metalické atd.).

### 1.2.6 Tiskařské technologie

Ještě do roku 1981 byl trh dominován knihtiskem — 56 % celkové české polygrafické produkce, podíl ofsetového tisku byl pouze 32 %. Dnes už se u tisku většího nákladu (cirka tisíce výtisků a více) knih nesetkáme s jinou než ofsetovou technologií. [5, str. 60] Vyznačuje se vysokými vstupními náklady (potřeba vytvořit tiskové desky pro všechny stránky),

náklad na každý další výtisk je však následně zanedbatelný. Stále vzrůstá konkurence ze stran tisku digitálního, který v posledních letech doznává značného pokroku, čímž kvalitativně i ekonomicky ofset dohání — pro menší náklady a zejména individualizované (lišící se kus od kusu) výtisky volíme proto tisk digitální.

### 1.3 Výtvarné a grafické zpracování

„Výtvarníci a designéři rádi skuhrají, že vkus většiny je pokleslý, ale s tím se patrně nedá dělat nic lepšího než se osobně zasadit, aby láci a kýč přebila kvalita.“ [4, str. 22] S technickým (potažmo polygrafickým) pokrokem se pojí také motivace udržet náklady na existenčním minimu knihy, proto ačkoliv máme dnes k dispozici tiskárny se sedmi barvami, možnost míchat přímé barvy prakticky dle nálady a akcentovat grafiku barvami speciálními (reflexní, s plastickým efektem apod.), v drtivé většině výtisků krásné literatury se setkáme s barvou jedinou — černou. Pokud je tisk *luxusní*, je možno výpravu doplnit o barvu doplňkovou; to je krajní mez, přes kterou většinou nakladatel u spotřební četby nejde, plnobarevný tisk by ho *zlikvidoval*, ostatně je vcelku nadbytečný — knihu čteme, neprohlížíme; jedna, vyznačovací barva naprosto bohatě stačí, navíc mimoděk knize propůjčuje určitou eleganci a soudržnost.

#### 1.3.1 Ilustrace



Obr. 8. Ilustrovaný obal, předsádky

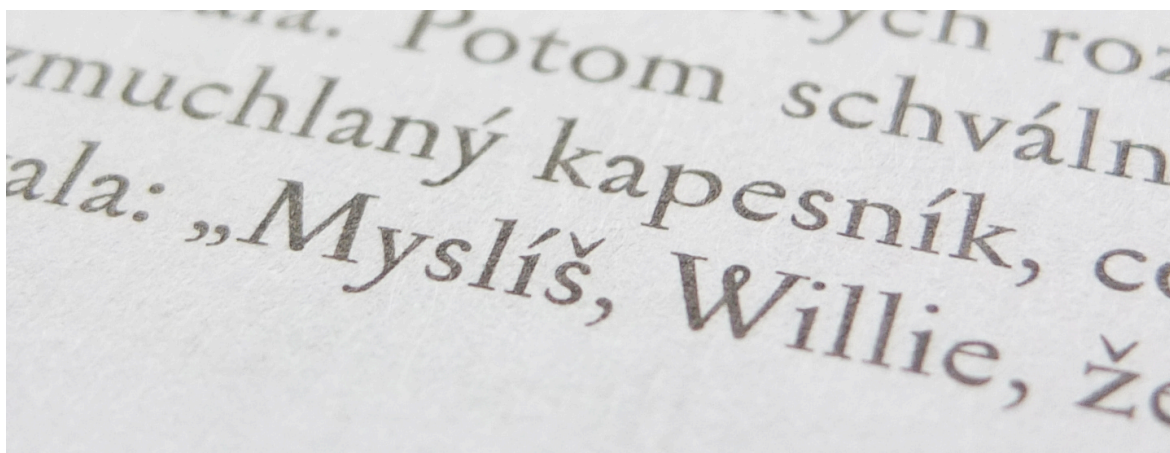
Zrak nejvíce času upínáme na samotný text díla, nicméně máme možnost jej citlivě a vhodně doplnit okolní grafikou, nejčastěji ilustracemi. Z mého pohledu není děj (pokud se samo sebou nejedná o knihu dětskou) potřeba dokreslovat polopatickými nákresey a dokazovat čtenáři oč právě běží — největší sílu má totiž kniha právě v kulisní poloze,



kdy čtenáři jen dává podněty pro jeho fantazijní rozlet. Nejpamátnejšími momenty jsou ty, kdy je člověk v ději doslova přítomen a s každým dalším přečteným slovem posouvá mentální obraz scény o snímek dopředu; kniha s jeho myslí souzní jako kinofilm s plátnem. Toto hledisko však nevylučuje možnost tu a tam text doplnit o náznakovou kresbu, tah, který děj nastiňuje, podporuje a dává čtenáři prostor pro oddech. Spolu s vakáty (prázdnými, nepotištěnými stranami) tvoří dvojici starající se o to, abychom čtenáře všudypřítomným textem *neupsali* a aby pro něj byly vyhrazeny *odpočinkové zóny*, které četbě dodávají správnou dynamiku a rytmus.

Ke zkrášlení se vysloveně vybízejí předsádky, jež slouží jako přechodná stanice spojující vnější obal a vnitřní blok do jednoho (nejlépe celistvého) celku. Z dávné historie známe předsádky honosně mramorované, dnes je však vkusnější předsádky mít zřetelně jednodušší, odrážející barevnost obálky a jemně neutralizující přechod k obsahu díla. Logicky se hlásí grafické prvky z exteriéru knihy, aby sehrály další inscenaci na předsádkách — v lehce pozměněné (zjednodušené) a utlumené formě.

### 1.3.2 Písmo



Obr. 9. Antikva Serapion – František Štorm

„Hlavně ať je to čitelné, vše ostatní je vedlejší.“ [9, str. 8] Tak svou více než dvacetiletou praxi shrnul český typograf František Štorm. Čitelnost (a od toho odvislá čtivost) je pochopitelně kromě perfektně vyladěné bodové velikosti a řádkového prokladu – kriticky závislá na volbě patřičně skvostného textového písma, které je pro dlouhé čtení náležitě uzpůsobeno přiměřenou mírou diferenciací znaků (urychlující čtenářovi je podvědomě mezi sebou rozeznat), zvětšenou střední výškou (výška písmene  $x$ ), menší mírou kontrastu (střídání tlustých a tenkých tahů v kresbě), která by mohla na stránce nevídaně rozptylovat,

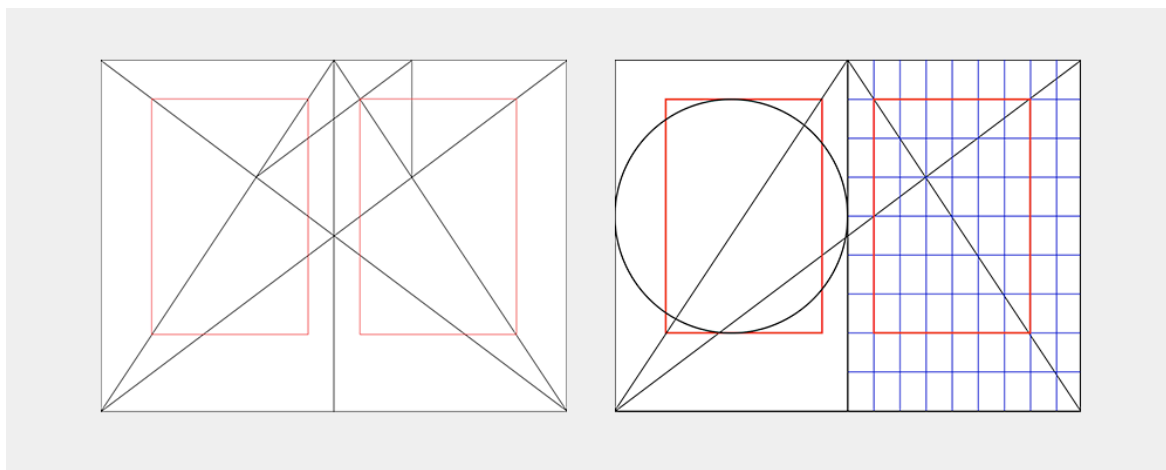
jiskřit; a v neposlední řadě šířkovou proporcí, která napomáhá jednotlivé znaky rozlišovat, ale zároveň opticky vyrovnává glyfy příliš rozkročené (C, G, M, O). Splňujíc zároveň tyto podmínky a požadavek ten, aby písmo na sebe zbytečně neupozorňovalo více, než musí (excentrické, do sebe zahleděné kousky nebrat), můžeme písmo vesele považovat za vhodného kandidáta pro sazbu literatury.

Donedávna panoval názor, že textový typ by měl být patkový (neboli antikva, anglicky *serif*), za pomoci jehož patek je urychlen horizontální pohyb—četba—na řádku, nemůžeme to však už dnes považovat za nezpochybnitelné dogma. Existuje nespočet kvalitních, pro chlebový text litých, bezpatkových písem (grotesků, anglicky *sans-serif*), které původně zaužívané písmo patkové plnohodnotně nahradí. Pro volbu je proto ve výsledku rozhodujícím faktorem zamýšlené vyznění, zaměření a koncepce knihy.

### 1.3.3 Sazba

Málokdy působí nahodilé usazení textového obrazce na stránce dobře. Zrcadlo sazby by nemělo bezmyšlenkovitě kopírovat rozměrové poměry stránky, na které se nachází — výsledek by byl repetitivní a mdlý.

K pomoci nám může posloužit technika protínajících se uhlopříček (Van de Graafův kanón, obr. 10), které nám okraje textového bloku samy předpoví. Přidaným bonusem nám budiž hřejivý pocit, že vycházíme ze starobylé techniky prověřené zubem času — již od počátků knihtisku. Pokud vsadíme na vlastní invenci, vyplatí se systematicčnost a jasně si stanovit, které dvě strany budou mít okraje největší (tradičně vnější a spodní); zaužívaná praxe je poměr velikostí 5:8 (aproximující zlatý řez) u protilehlých okrajů vertikálních, 3:5 horizontálních. [1, str. 19]



Obr. 10. Van de Graafův kanón; Tschicholdův kanón

Důležitým znakem kvalitní sazby je stránkový—respektive náročnější řádkový—rejstřík zaručující dodržování stejného zrcadla sazby a krytí všech okrajů (levého a pravého přirozeně jen u sazby do bloku) při pohledu na stránku proti světlu. U řádkového rejstříku navíc sedí jednotlivé řádky na všech stranách knihy na stejných účařích, tím pádem se při průhledu krásně setkávají.

## 2 KNIŽNÍ NAKLADATELSTVÍ

Na úvod je důležité umět rozlišit dva pojmy — nakladatelství a vydavatelství. První pojem se váže zpravidla na produkci knih, tj. výtisků časově nevázaných (neperiodických), proti tomu se u vydavatelské činnosti většinou pomýšlí na produkci časopisů, sborníků a dalších artiklů, které mají pravidelnost v krvi. Podle autorského zákona sice nemá taková diference význam, přeci jenom se někdy v praxi s takovým odlišením setkáme.

Příprava, výroba a prodej knih je byznys–činnost motivovaná především ziskem—jako každý jiný. Nakladatelství je obchodní společností (fyzická či právnická osoba), která je k vydávání knih oprávněna na základě živnostenského listu. Registrace u České agentury ISBN není povinná, bez unikátní identifikace—jež je součástí ISBN čísla daného subjektu—však nelze mluvit (v moderním slova smyslu) o nakladatelství. O správný chod podniku a jeho vydavatelskou politiku se stará nakladatel, jazykovou a obsahovou náplň jednotlivých knih spravuje redaktor; a konečně samotnou grafickou úpravu a přípravu knihy pro tisk má na starost grafik (výtvarný redaktor), většinou mu však s celkovou, rutinní sazbou knihy pomáhá sazeč — grafik vzhled knihy a zrcadlo sazby navrhne, v souladu s tím sazeč knihu pilně vysází.

### 2.1 Nakladatelská činnost v průběhu času

Za prvního knižního nakladatele by se dal považovat Cambridge University Press, založen anglickým králem Henrym VIII v roce 1534 (fungujíc nepřetržitě od roku 1584). Dnes je to jedno z největších akademických nakladatelství na světě s průměrnou produkcí dvou tisíc knih—většinou vzdělávacích—ročně. Nemalý podíl na kvalitě Cambridgeské literatury měl také John Baskerville, neoklasicistní tiskař a typograf dnes již nedostižných kvalit žijící v 18. století. Ostatně autorem jedné z nejkrásnějších (a nejčitelnějších) patkových abeced není nikdo jiný než on.

Historie v současnosti největšího knižního producenta, britské nadnárodní společnosti Pearson PLC, sahá do roku 1844. [10] Dnes sídlí v Londýně a každým rokem vydá přes 4 tisíce titulů.

#### 2.1.1 Současný stav knižní produkce

Dvacáté první století přineslo—co se publikování knih týče—několik razantních změn. Elektronické publikace naprosto mění koncept distribuce knih: z řetězce nakladatel—tiskárna—

knihkupec–čtenář prakticky vymazává prostřední dva mezičlánky; kniha se nemusí vyrábět tradičním způsobem, dopravovat do prodejních míst, ani býti skladem. Dostává se během několika vteřin rovnou od nakladatele do rukou čtenáře. Tisk na požádání umožňuje tituly dotisknout podle potřeb a momentální poptávky — knihy dnes zřídka vznikají v objemných nákladech (desítkách tisíc), spíše v menších sériích, kterými je možno reagovat na náhle vzniklý zájem ze strany knihkupectví či internetových obchodů (knihu je možno dnes digitálně dotisknout v řádu několika dní a ke klientovi se dostane dříve, než vůbec pozná, že nebyla na skladě). Minimalizuje se tak riziko, že by kniha nešla na odbyt a s tím spojená vzniklá ztráta z její produkce, potažmo skladovací náklady.



Obr. 11. Česká nakladatelství a jejich knižní obaly v čase – Český spisovatel (1960), Baronet (2008), Odeon (2012)

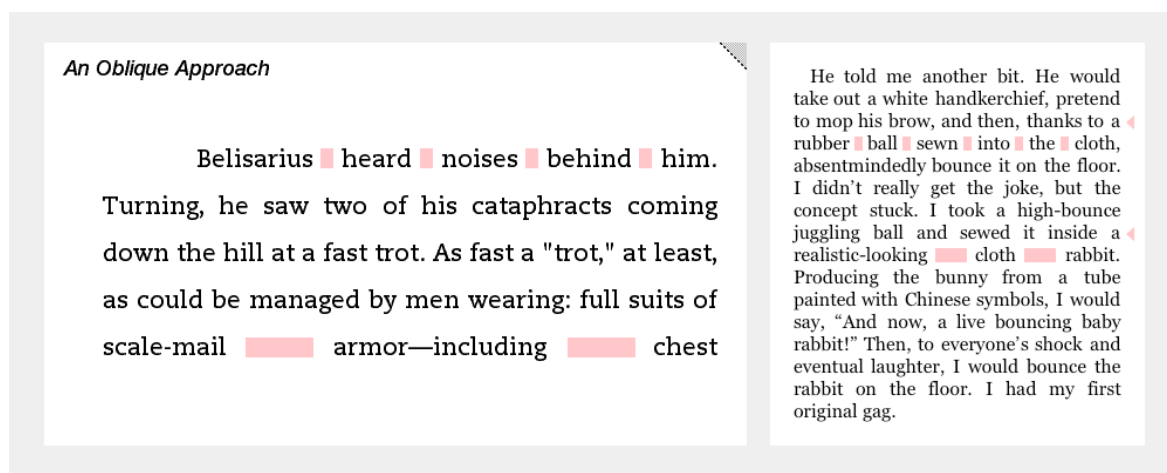
Roční obrat nakladatelství se v celé Evropské unii odhaduje na 24 miliard eur, což odpovídá knihám za 44 miliard v koncových cenách. [5, str. 9] Porovnáním s filmovým průmyslem zjistíme, že evropský knižní průmysl má zhruba obrat dvojnásobně vyšší než ten filmový, tudíž zaujímá první příčku v oblasti tzv. kreativního průmyslu.

### 2.1.2 Brzké vyhlídky

V roce 2011 nakladatelé pro fanoušky literatury vydali téměř 19 tisíc titulů, nejvíce od roku 1993 [11], tudíž v kontrastu se všeobecným očekáváním, že budou knihy co nevidět na ústupu, fakta naznačují, že se k ničemu takovému neschyluje. Osobně bych si však přál, aby se produkce profilovala na vydávání kvalitnějších, sběratelských kousků, které skutečně *má smysl tisknout*, jelikož tipuji, že kdyby se zítřkem počínaje přestala tisknout červená



knihovna v měkké vazbě a na toaletním papíře, Česko nezhloupne, jen pár nebožáků přijde o chleboďárce. Ostatně lidé budou ochotně kupovat to, co jim nakladatel naservíruje.



Obr. 12. Sazba na elektronické čtečce Amazon Kindle 2

Elektronické čtečky a e-publikace obecně zatím postrádají vůli dodržovat elementární typografická pravidla, tudíž kultura jejich sazby je—alespoň z pohledu ostříleného odborníka—přínejmenším tristní. Doufejme, že se situace v brzkých letech změní, přesto je dnes nevděčným standardem, že textový blok je plný ohyzdných řek, obrazovka se jen velmi těžko a místy neomaleně vypořádává s dělením slov a přítomností vdov a sirotek. Nakonec i zvolená velikost a písmový proklad leckdy působí nahodile v poměru k fyzické velikosti displeje. Všechny tyto faktory—přičteme-li absenci jednotného formátu, na kterém by se veškerá zařízení shodla, že ho budou podporovat a dále usilovat o jeho rozvoj—se podílejí na tom, že delší čtení na displeji čtenáře unavuje, plete a v tom nejhorším případě i irituje. Vyvést z toho závěr můžeme ten, že v dohledné době se ještě stále musí počítat s médiem potištěného papíru jako králem typografie, kde je veškeré mikrotypografické prvky možno odladit na úrovni jednotlivých, specifických slov i znaků, což je v těkavém, neprověřeném prostředí elektronického publikování prozatím utopii.

S příchodem elektronických knih bude průměrný náklad—včetně objemu výroby—klesat a velmi pravděpodobně se postupně přelévát právě do digitálních forem. Konzumní knihy (současné oddychové čtení) budou migrovat na displeje, na tradičním trhu vykrytalizují a zůstanou sběratelská vydání s důrazem na kvalitu a trvanlivost svazku, naučná literatura s rozsáhlým obrazovým materiálem (encyklopedie, biografie atd.), zkrátka vše to, co bude *hodno tisku* — to ostatní, určené k rychlé spotřebě, půjde rovnou do elektronických čteček.

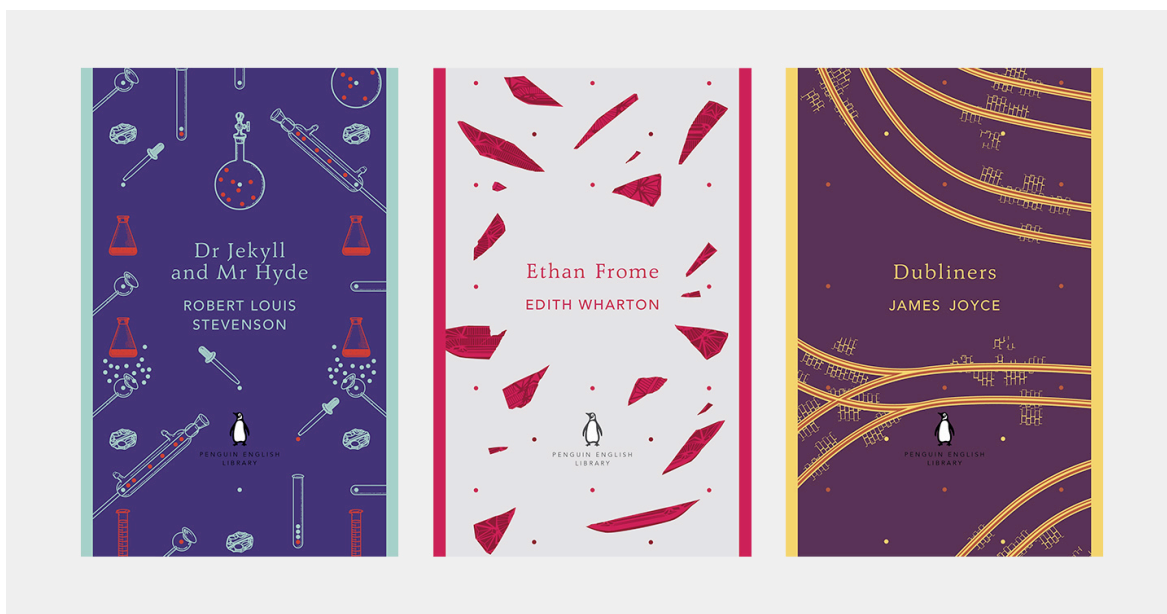
Se zjednodušováním a zpřístupňováním procesu publikace knih bude také přibývat (tematicky) úzce specializovaných, velmi malonákladových subjektů, které budou tituly vydávat prakticky na bázi jednotlivých svazků pro konkrétní zákazníky (tržní nika, anglicky *niche market*).

## 2.2 Vizualní styly

Na českém trhu se nepohybují nakladatelé, kteří by svou produkci podřizovali pevně stanoveným pravidlům svého grafického stylu; ve výsledku by totiž taková snaha mohla být kontraproduktivní ve snaze odlišit jednotlivé knižní edice.

Určité nakladatelství mají svůj *rukopis*, způsob uchopení knižních obalů a celkové polygrafické zpracování, ve většině případů však pohled na celkovou šíři sortimentu nakladatelů působí zmatečně, nesystematicky — pochopitelná skutečnost s přihlédnutím na dobu existence některých subjektů na trhu.

### 2.2.1 Knižní edice



Obr. 13. Podoby vizuálního stylu, edice Penguin English Library

Klíčovou roli v komerčním úspěchu knihy sehrává její rozpoznatelnost a spolehlivost v očích spotřebitele. Ta bývá nejlépe podpořena povědomou tváří (zde není nutně myšlen autorův portrét, který se stal doménou bezvýhodně neoriginálních přebalů), konzistentním výtvarným zpracováním, které pro čtenáře signalizuje, že se jedná o člena určité ediční řady (určitého žánru, odpovídající kvality) a má proto u něj vyšší šanci uspět nežli titul pro

něj dříve neviděný, ke kterému si teprve cestu musí najít. Čtenáři tak pomáhá v okamžité orientaci v sortimentu daného nakladatelství.

Pro samotného nakladatele může být edice způsobem etablování se na trhu, definující určitou kvalitativní úroveň, doslova stavit edici jako značku vzbuzující ve čtenáři důvěru, čímž se stává velmi dobrým stabilizačním příjmem (přispívající k ekonomice nakladatelství).

Žánrová náplň dané edice jde velmi jednoduše definovat barevností (zářným příkladem jest Penguin Books, u kterého jsou dramata červená, detektivky zelené, fikce oranžová, eseje fialové apod., viz. obr. 5). Barevná kompatibilita sousedících edic a samotný výčet titulů v dané edici může v čtenáři vzbuzovat tzv. sběratelský efekt — koupí knihy ke kompletaci jeho domácí sbírky, potažmo k doplnění barevného valéru v jeho osobní knihovničce.



Obr. 14. Nakladatelství Vintage Books, edice James Joyce

Úspěšnost edice závisí na péči o její výtvarnou podobu — dbaní na čitelnost společných edičních znaků spolu s důrazem na rozlišitelnost jednotlivých svazků (aby zákazník poznal, že byla jeho oblíbená edice rozšířena o nový titul). Mezi úspěšné české edice se například řadí Světová četba (nakl. Odeon), Klasická knihovna (Svoboda), Květy poezie (Mladá fronta), OKO (Albatros) a mnohé další.

### 3 ANALÝZA TRHU

Krátký pohled do čísel ukazuje, že jsme na tom velmi dobře — Česká republika se (spolu se Skandinávií) řadí v Evropě k zemím s nejsilnější čtenářskou kulturou. [11] Každý Čech přečte ročně v průměru 17 knih a rozšíří svou sbírku o 5 nových kusů; z toho je možno usoudit, že vydávat nové knížky smysl bezesporu má. Kvantita nepředznamenává kvalitu; většina lidí již nevnímá knihu jako *cennost*, nýbrž stoh papíru určený k rychlé spotřebě a následnému zahození. Proto bych usiloval o návrat k ušlechtlejším materiálům—které byly v minulosti s knihou spjaty téměř v synonymním vztahu—a vymetly tak z trhu využívané křídové papíry a zbrklé, nedůstojné přebaly.

Největším českých producentem knih je společnost Euromedia Group, schraňující nakladatelství Knižní Klub (česká i světová literatura), Ikar (literatura pro ženy), Odeon (díla laureátů Nobelovy ceny) a Universum (naučné, encyklopedické publikace). K dnešnímu dni má na kontě přes 30 tisíc publikovaných titulů (s nárůstem o cirká 400 každým rokem). [12]

Klasickou literaturu čte 26 % české čtenářské obce, s tím, že se zájem o tuto kategorii zvyšuje s čtenářskou vášní a obecnou vzdělaností. [2, str. 110–111]

Je naprosto zřejmé, že s velikostí země úměrně roste objem knižní produkce. Pokud to tedy přepočteme na 10 tisíc obyvatel, vyjde nám, že prvenství si drží Slovinsko se zhruba 27 novými tituly ročně; Česká republika patří k zdravému evropskému průměru s bezmála 15. [5, str. 18] Beletrii z toho u nás v roce 2009 činila téměř třetina, s průměrnou cenou 210–290 Kč (v závislosti na lokalitě a majiteli knihkupectví). [5, str. 34] Současně s růstem počtu vydávaných titulů klesá jejich průměrný náklad, což odpovídá spotřebitelským tendencím na trhu.

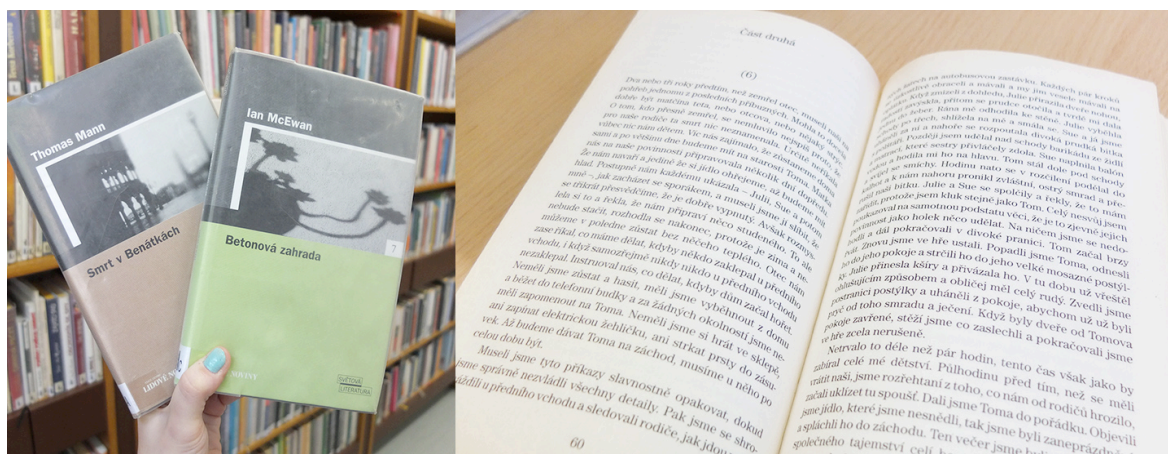
#### 3.1 Konkurence na současném trhu

Po podrobné rešerši a hledání (potenciálně) konkurenčních řešení musím shledat, že osobně vnímám na dnešním trhu propastnou mezerou mezi klasickou literaturou a její náležitou prezentací; existuje sice pár knižních edic rozličných nakladatelství, nemyslím si však, že by plnohodnotně prezentovaly a nabízely skutečnou atraktivitu moderní literatury tak, aby mohla vést rovnocenný souboj s favority na dnešního trhu.

### 3.1.1 Edice klasické literatury

Přestože je klasická beletrie stabilně nedílnou součástí knižního trhu, nedá se říct, že by se jakékoli nakladatelství aktuálně na takovou tvorbu exkluzivně zaměřovalo a zakládalo na ní svou existenci, respektive vizuální styl. V minulosti existovalo nespočet edic klasické literatury, kupříkladu Galérie klasiků (Odeon, 1975–1990), Galérie moderních autorů (Odeon, ukončeno roku 1989), Edice světových autorů (Levné knihy, 2000–2006), Kořeny (Argo, poslední výtisk 2003).

V dnešní době je k dostání edice Knihovna klasiků (Odeon, od roku 2011 vydáno 6 titulů, viz. obr. 11). Tu a tam narazíme na vydání klasiky-solitěru, zpravidla se nejedná o systematictější vydání v rámci stanovené edice. Z tohoto pohledu se proto otvírá velmi perspektivní příležitost pro nového nakladatele, který by tuto trhlinu v nabídce zacelil.



Obr. 15. Edice Světová literatura, Nakladatelství Lidových novin

Edice Světová literatura z produkce Lidových novin řeší obaly titulů poněkud šablonovitě — variují se barevné akcenty a černobílá fotografie. Typografie je nevýrazná: statický grotesk sice není špatnou volbou, absentuje však podpoření nosným kompozičním principem — jméno autora a titulu jsou mechanicky zarovnány na levý prapor, logo edice jej opticky vyvažuje z pravého dolního okraje... výsledek je přinejlepším uspokojivý.

Vnitřní úprava je plachá, bez estetické úpravy nad rámec nutnosti, na druhou stranu však nerozptyluje. Sazební obrazec takřka maximalistický v duchu *úspory* papíru; stránka tak postrádá dynamiku a nádech elegance. Přečtová antikva (Times) splňuje elementární nároky na čitelnost — neurazí, ale ani nenadchne.



### 3.1.2 Ostatní edice



Obr. 16. Edice D, nakladatelství Artur

Sice se nejedná o edici soustředující se na klasickou beletrii, D edici divadelních her od nakladatelství Artur nicméně považuji za odvážnou v jasném grafickém projevu, oproštěného od vizuálních klišé, kterými je trh přeplněn. Z toho pohledu je její výtvarná podoba zdařilá, přesto v současném měřítku působí lehce zašle, neodrážející grafické tendence a estetiku dnešní doby.

Křehkost statické antikvy na obalu hravě kontrastuje s abstraktními geometrickými tvary — kombinace vcelku povedená. V sazbě je použito písmo Palatino—z dílny německého typografa Hermanna Zapfa—původně vydané v roce 1948. Jedná se o dobře čitelnou modernistickou antikvu parafrázující renesanční typy, dle mého subjektivního názoru však písmo svým tvaroslovím a některými detaily v dnešním světě zhoła vyčerpané a přežitě.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 KONCEPT NAKLADATELSTVÍ BUUK

BUUK je nové české nakladatelství vyplňující palčivou tržní mezeru — kvalitnější vydání klasické moderní literatury. Zaměřením nikterak neomezuje své budoucí publikum, vzhledem je však cíleně mladistvé a *současné*, čímž se striktně odlišuje od předešlých konkurenčních edic beletrie, které se svým edičním programem mohly podobat.

Respektujíc současný trh a jeho specifika, jedná se o nakladatelství menšího rozměru, jež by fungovalo za pomoci svého ojedinělého, designového prodejního stojanu (realizován Terezou Čizmárovou) nejen v knihkupectvích, ale také v designových obchodech, galeriích či kavárnách. Stojan je navržen přímo pro potřeby nakladatelství, vychází z rozměrů knih a celkové produktové skladby. Hlavním *brandovacím* prvkem společnosti jsou knihy samotné, stojan je však doplňuje nabízenými reklamními předměty v podobě plátěné tašky (s praktickou kapsou na knihu BUUK), tužkami a knižními záložkami (plnící funkci vizitky) — prakticky vzato věcmi denní potřeby, které si s četbou rozumí a taktně ji doplňují.

### 4.1 Filozofie

Knihy nakladatelství BUUK jsou cíleně koncipované jako kvalitnější, nákladnější protipól současné spotřební beletrie — *paperbacků* nevalné kvality, od použitých materiálů po kulturu grafické úpravy.

Vyšší cenová hladina (cirka nad 350 Kč) je vyvážená použitím ušlechtilých materiálů, které už dnes na trhu takřka nejsou k nalezení. Knihařské plátno—nejvyšší jakosti a jemnosti—spolu s netradiční dřevěnou dýhou tvoří osobitou kombinaci, jež poctivě prostupuje celou podobou sebe prezentace a trefně reaguje na název nakladatelství.

Z mých rešerší vyplynulo, že nejvíce v Česku čtou mladí lidé (věk 15–24 let, vysokoškoláci) a lidé žijící ve velkoměstech (využívající MHD) [11], proto je nakladatelství nakloněno nejvíce právě jim, to však pochopitelně neznamená, že by nemohli nalézt v knihách BUUK zalíbení i lidé starší. V souladu s tím jsou knihy kapesní, nepřehlédnutelné svou barevností a určitou svěžestí, která je u dnešních knih mnohdy pohřbena nánosem nadbytečné grafiky.

#### 4.1.1 Literární zaměření, ediční řady

Skladba vydávaných titulů má společného jmenovatele — jedná se o tradiční, dobou prověřenou beletrii z 19. a 20. století, kterou všichni důvěrně znají—at' už ze školních lavic či

osobní sbírky–, a chtěli by si ji buď oživit nebo pořídit kvalitnější a trvanlivější zpracování pro sebe, respektive přátele.

Edice jsou 4 (konvenující s počtem písmen v názvu značky), identifikované specifickou barvou — romány (rozsahem delší tituly), povídky (kratší), humorná literatura a science fiction (včetně žánrů podobných, např. fantasy). Z mého pohledu tato žánrová kategorizace pro okamžitou orientaci zákazníka bohatě postačuje, detailnější dělení (romány psychologické atd.) by bylo nadbytečné a mnohdy zavádějící (obsah edic by se mohl překrývat).

## 4.2 Cílová skupina

Demografickým zaměřením nakladatelství jsou mladiství lidé — ve věku 18–35 let, jež nemusí být nutně zapálenými čtenáři, kniha pro ně však má své místo a četbou by si rádi zpestřili svůj každodenní život, ať už na cestách (vlakem, ...) nebo i při každé volné příležitosti (káva, při obědě, ...), pro rozměrné knihy nicméně nenalézají místo a proto buď četbu jednoduše opomíjejí nebo přesedlávají na četbu na elektronických zařízeních.

Knihy jsou určeny především kulturně založeným lidem se slabostí pro designové produkty — nevádí jim připlatit si za vyšší kvalitu promítající se do celkového zážitku ze čtení.

## 4.3 Propagace

Je dnes již všeobecně známé, že se firma na trhu neobejde bez sebevědomé prezentace (respektive prezence) na internetu, potažmo sociálních sítích. V případě skutečné realizace projektu by na takovou extenzi značky jistě došlo; s cílem, aby byli lidé motivováni setkat se s knihami BUUK osobně, přímo v místech prodeje — podbízivost, reklamní slogany a rozsáhlé digitální prezentace by odbíhaly od jádra projektu, knihy samotné.

Dlouhodobým posláním propagace je proto zjednodušit cestu potenciálního zákazníka ke knize (do knihkupectví, ...); zkrátka tam, kde může její skutečnou kvalitu náležitě ocenit — interaktivní aplikace či digitální reprodukce knih by totiž výsledný efekt oslabovaly a soupeřily s ním. Nezbytnou složkou propagace je jistě web, ten však není pro koncept vizuálního stylu v současném pojetí směrodatný a z toho důvodu není součástí bakalářské práce. Přednostně by obsahoval kompletní mapu všech míst, kde by byly knihy BUUK k dostání; doplněnou o jednoduché, ale efektní fotografické detaily knížek, které by člověka podnítily k navštívení jeho nejbližšího knihkupectví a přesvědčit se tak o kvalitách produktu osobně.

## 5 VIZUÁLNÍ STYL

Vizualita značky BUUK—uplatněná v knižních edicích—je inspirována samotnou hrou a interakcí mezi slovy *book* (kniha) a *buk* (druh dřeva), z nichž ostatně vyplynul také samotný název nakladatelství. Následkem tohoto obrazového střetu je použití dřevěné dýhy jakožto ideálního nosného prvku značky — dýha je na knižních obalech takřka nevídaným materiálem, proto má v této souvislosti skvělý potenciál utvářet silnou zapamatovatelnost knih BUUK.



*Obr. 17. Principiální základ identity – plátno a dýha*

Podoba vizuálního stylu je výsledkem snahy *vzkřísit* hodnotu poctivého knihařského řemesla—pamatovaného generacemi před námi—a obohatit jej použitím moderních technologií a grafických postupů. Grafické zpracování se proto odvíjí od aplikace (kombinace) dýhy a knihařského plátna. Usiluje o zvýraznění jejich charakteristik a pohledových kvalit; aby s nimi fungovalo v symbiotickém vztahu poukazující na kvality obou světů — fyzického povrchu a digitálního potisku.



## 5.1 Typografie

### 5.1.1 Primární písmo



Obr. 18. Primární písmo – geometrický grotesk

Ústřední složkou vizuálu je typografie — vědomě kontrastující s organickou strukturou dřeva a plátna. Proto vybrané primární písmo nezapře geometrické tendence inspirované prapůvodními bezserifovými typy z 10. a 20. let minulého století (Johnston, Erbar, Futura, Super Grotesk), svou interpretací těchto tezí však vychází jako velmi *současné*, jelikož se odpoutává od dobou zvětralých konstrukčních principů a typických detailů, které jsou s geometrickým písmem tak úzce svázané. Písmo Brown je proto ve výsledku poctivé a klidné, zbytečně se nepředvádí. Tím však dává prostor pro menší zásah do stavby určitých znaků, čehož jsem využil — ve snaze písmu propůjčit unikátní hlas jsem vybral litery *r*, *k*, *x*, *z*, u kterých jsem vytvořil alternativu nahrazující jeden tah za tečku stejné optické váhy. Důvody jsou dvojí — prvním je vyzdvižení tečky jako nejdůležitějšího syntaktického prvku literatury (sloužící pro strukturalizaci a oddělení vět, tvorbu dynamiky), bez kterého by beletrie nemohla existovat. Druhým důvodem je jasný odkaz na tvorbu vizionářetypografa Paula Rennera, autora dnes již legendárního geometrického písma Futura, pro něhož vytvořil sadu alternativních glyfů, ty však digitální kopie dnešní doby většinou neobsahují, proto se z dnešního pohledu jedná o ojedinělé tvarosloví, na které jsem navázal.

### 5.1.2 Sekundární písmo



Obr. 19. Sekundární písmo – egyptienka

Doplňkové písmo získává hlavní slovo zejména v knižní sazbě, proto byla volba podřízena požadavku na skvělou čitelnost i v menších velikostech (diktováno kapesním formátem knih). Logicky se pro tuto úlohu nabízí antikva, ta má však určité historické konotace (ostatně navrhuji *nové* nakladatelství), humanistický grotesk by v sazbě nepůsobil špatně, nicméně by nepříjemně kolidoval s již zvoleným titulkovým bezpatkovým písmem, které sehrává ve vizuálu centrální úlohu. Vybráno bylo tudíž písmo Foro, novější realizace humanisticky modelované egyptienky (lineární serifové písmo), které se zručně vypořádává s obvyklými neduhy takového písmového žánru — přílišného dodržování geometrických principů a špatného optického vyvážení, což mívá za následek písmo mechanické a pochybně čitelné.



Obr. 20. Porovnání obou písem

Kombinace písem Brown a Foro vytváří příjemnou a osobitou dvojici—vědomě se hlásící k historickým ikonám písařského řemesla—, přesto bez přílišných excentricit, které by mohly značku redukovat na *módní*, lehce stárnoucí záležitost.

### 5.1.3 Logotyp



Obr. 21. Hlavní logotyp značky

Hlavní značka nakladatelství je odvozena od použitého písma, je však ručně překreslena do tučnější podoby odpovídající zhruba *supertučnému* (anglicky *extrabold*) řezu, který se u použitého typu nevyskytuje—končí klasickým tučným řezem—a tudíž se jedná v rámci vizuálního stylu o ojedinělý prvek. Barvou může zůstat neutrální—černé—, popřípadě ho lze akcentovat barvou dle konkrétní knižní edice (viz. obr. — uveden příklad pro edice sci-fi a humor).

## 5.2 Barevnost

Dominantní postavení v barevnosti sehraávají knihařská plátna, od kterých jsou následně odvozeny odpovídající barvy tiskové. Výběr byl do jisté míry omezen dostupným sortimentem výrobce knihařských pláten a zároveň ovlivněn motivací jasně sdělit, že se jedná o knihy *moderní*, odlišující se od historických produkcí mimo jiné svou barevností.

Výběr—čtyř, podle počtu edic—barev byl definován snahou skloubit svěží a mladistvé bez zbytečné křiklavosti a agresivity. Proto se barvy pohybují napříč spektrem od tónů pastelových až po téměř signální — zvoleny byly odstíny žluté, sytě zelené, tyrkysové a losové.



Obr. 22. Ústřední barevnost

Dalšími barvami jsou—poněkud *samozřejmě*—černá (barva textu v sazbě) a bílá (nepotištěný papír, kontrastní barva na knižních obalech), obě sloužící jako jasně ukotvení (uklidnění) celé zvolené palety vůči oběma koncům barevného spektra.

### 5.3 Hlavní grafické prvky



*Obr. 23. Koncept propojení písma s letokruhy*

Mimo již popsanou úlohu použité typografie pracuje vizuální styl také s geometrizovanými vzory, k nimž jsem dospěl postupnou stylizací a abstrakcí letokruhů stromu. Přímou navazují na prvky teček-*suků* v písmu a spolu tak utvářejí klíčové jádro vizuálního stylu vyznačující se hladkým přechodem mezi písmem (suky) a okolním prostorem (letokruhy).

Suky v písmu lze barevně variovat, jejich umístění volit dle možností (a potřeb) v textu — každý větný celek má z toho důvodu jiné uskupení suků a tím vyplývající možnosti umístění (respektive volbu středu) letokruhů. Tímto způsobem je stanoven systém grafického zpracování, ten však otevírá možnost modulárnímu/individuálnímu pojetí každého grafického materiálu.

## 6 ZPRACOVÁNÍ KNIŽNÍCH EDIC

Proces navrhování knih BUUK byl od začátku spojen s úsilím navázat a navrátit se k hodnotám skutečné, ryzí knihy, ale zároveň se proti ní—ve jménu postmoderní doby—v některých místech vymezit a pokusit se zpochybnit zaseté zvyklosti se čtením spojené. Touto optikou jsem se rozhodl nahlédnout na bezmála nevinný princip otevírání knih — co se stane, když zažité dogma naruším a orientaci knihy o 90 stupňů otočím?

Knihy BUUK jsou svým specifickým (vertikálním) otevíráním—na poli beletrie—ojedinelé a v důsledku se z nich stává unikátní objekt, jež má potenciál propagovat nakladatelství už v prvním momentu hned tím, že je držen v ruce.



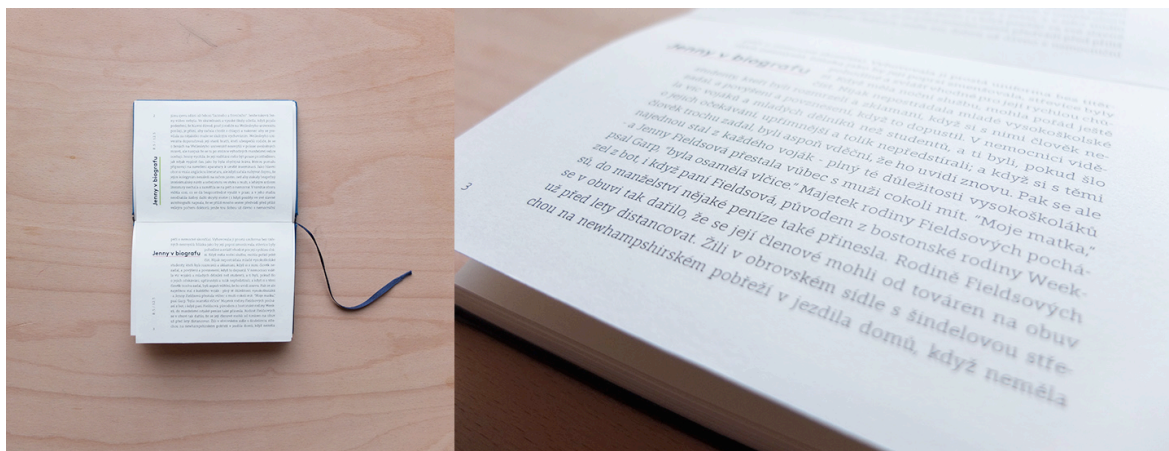
Obr. 24. Návrh knižních obálek – schéma

### 6.1 Rozměry, proporce

Rozvaha nad rozměrem knihy byla determinována kapesními podmínkami — stanovil jsem horní mez 111 mm pro výšku knihy, aby šla—v případě potřeby—pohodlně vsunout do zadní kapsy u klasických kalhot. Naveden netradičním otevíráním knihy, rozhodl jsem se pro *nejušlechtilejší* rozměrový poměr 2:3 celé otevřené dvoustránky — pokud musí být výška strany 105 mm (v souvislosti s celkovým rozměrem 111 mm), logicky proto vychází šířka strany na 140 mm. Souhrnem je rozměr knižního bloku 140×105 mm, při otevření pak 140×210 mm (odpovídající stanovenému poměru 2:3). Kniha je natolik kompaktní,



aby se dala velice pohodlně držet pouze v jedné ruce, zároveň je nicméně její sazba přizpůsobena i pro pevnější úchop z obou stran.



Obr. 25. Fotografie knihy; detail vnitřní úpravy

## 6.2 Výrobní proces, materiály

### 6.2.1 Knižní obal

Drtivá většina knih dnes běžně k dostání je výhradně papírových — proto použití—v porovnání—unikátních materiálů může být skvělým výchozím bodem, jak se znatelně odlišit. Zvoleno bylo knihařské (textilní) plátno pro svou výraznou barevnost a strukturu (použito je plátno podlepené papírem, nejvyšší dostupné jakosti a jemnosti). Plátno pokrývá bezmála tři čtvrtiny knižního obalu, parciálně je na přední straně obalu narušeno výseky dýhou, vzadu pak sousedí s potahovým papírem, který je k nátisku popisu knihy a čárového kódu mnohem otevřenější.

Desky jsou zhotoveny z tlustší lepenky (2,1 mm), do které je za pomoci laserového gravírování vypálen prostor—za účelem zahlazení materiálové přechodu—určený pro vsazení dýhy — dýha a plátno jsou díky tomu navzdory různé tloušťce takřka v rovině. Lepenkový hřbetník je—kvůli optickému odlehčení—z nepatrně slabší lepenky (1,8 mm). V duchu tradice kapesních knih jsou vnější rohy obalu nepatrně zaobleny (rádius 3 mm) pro snadnější manipulaci, potažmo úschovu do kapes.

Grafická úprava obalu vychází z propojení dvou složek — informací zasazených do racionální mřížky odvozené z Van de Graafového kanónu (viz. obr. 10) a dynamické struktury zásahů dýhy do plátna, jež tvoří abstraktní obrazy ilustrující tematiku žánrů (klíčová slova — román: hloubka, povídka: spád, sci-fi: energie, humor: smích). Tvarosloví vsazené dýhy

je cíleně abstraktní, člověk si tak může sám rozhodnout, zdali v ní něco rozpoznává. Záměrně nejsou použity podpůrné grafické motivy—letokruhy—, které by mohly tuto hru materiálů zbytečně zastiňovat.

Polygrafické zpracování je řešeno sítotiskem — použita je textilní, vysoce krycí barva. Barva vůči plátnu a dýze zřetelně vystupuje a představuje tak kontrastní vrstvu nad materiálem, přispívající k celkové efektnosti obalu.

### **6.2.2 Vazba, knižní blok**

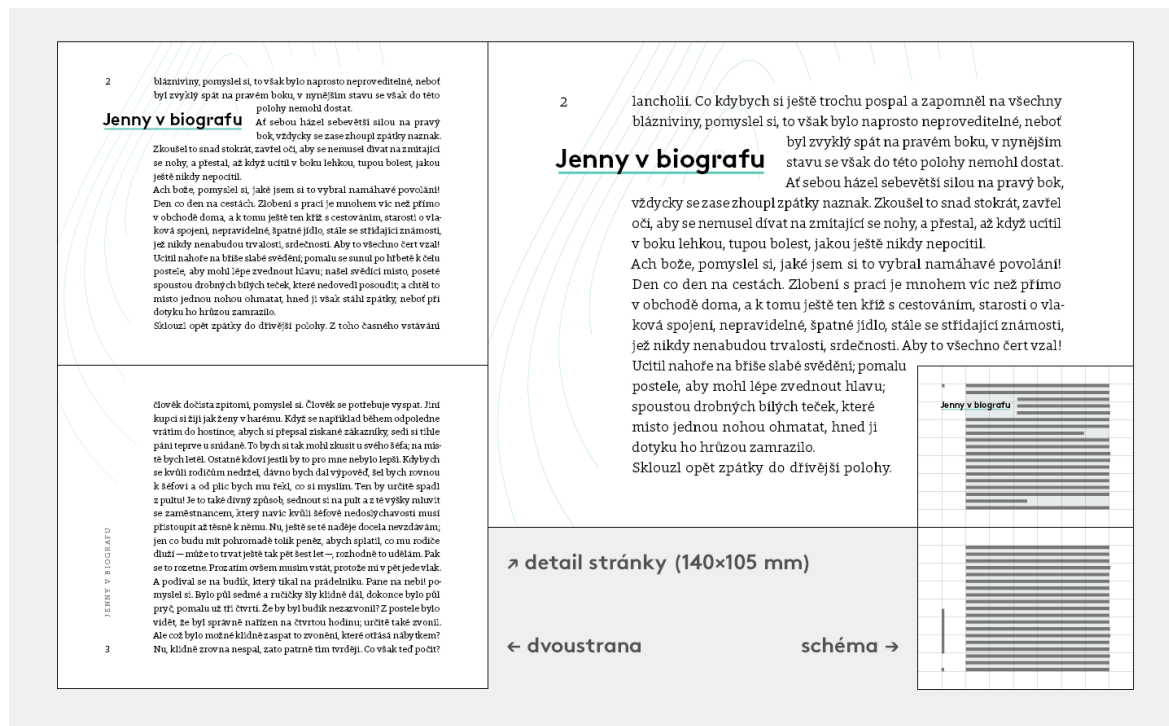
Vazba (V8 bez papírového přebalu) je šita na dva tkalouny — blok je velmi pevný, pohodlně otevíratelný. Rozestup a odsazení stehů koresponduje se zrcadlem sazby a okraji stránky. Interiér knihy obsahuje dva typy papíru — předsádky jsou zhotoveny z tužšího papíru ( $160 \text{ g/m}^2$ ) šedé barvy, zjemňující přechod z barevného exteriéru do klidného textového bloku. Samotná sazba je tištěna na bezdřevý nenatíraný papír Munken Print White přírodní béžové barvy o gramáži  $90 \text{ g/m}^2$ . Charakteristikou papíru je jeho příjemná nehlazená struktura a vysoká opacita (neprůsvitnost při průhledu na světlo).

### **6.2.3 Koncové zpracování**

Knih je ozdobena vlepením textilního kapitálku a tresy (obojí neutrální barvy za účelem konzistentnějšího vzhledu napříč knižními edicemi) a decentním slepotiskem logotypu na přední straně obalu — reliéf tak kontrastuje s plošným charakterem potisku, plátna a dýhy.

## 6.2.4 Sazba

Jelikož se nejedná o tradiční knihu vrozené vertikální orientace, dovolil jsem si pravidla zrcadla sazby upravit dle potřeb tohoto projektu.



Obr. 26. Řešení sazby – náskres

Chlebový text je vysázen již zmíněnou egyptienkou Foro, ve velikosti 8.5 bodů s řádkováním 12.5 bodů — hodnota, kterou jsem shledal jako nejlepší kompromis mezi správnou čitelností a ekonomii sazby (sám jsem byl mimo jiné překvapen nečekanou kapacitou dvoustrany, která je rozměrově značně menší než bývá u beletrie zvykem).

Okraje sazby jsou—v rámci úspory místa, ne však za cenu stísněnosti—vymezeny principem rozdělovací stránku na 9 stejných dílů v obou směrech, jež vychází z kánonů o konstrukci sazebního obrazce (viz. obr. 10). Vertikální okraje stránky (horní, dolní) jsou ponechány stejně veliké, vnitřní totiž bude působit menším dojmem — zákon optiky zde nechávám vyznít. Zato levý okraj je rovnou dvojnásobně šířky pravého, v rámci udržení délky řádku na optimálnější hodnotě napomáhající čtení. Přesto je levý okraj vyvážen umístěním paginace a místy vnořeným nadpisem nové kapitoly, čímž do sazby vstupuje dynamický prvek — velmi efektně řešící navigaci knihy bez potřeby vyhrazování rozsáhlého, *plýtvajícího* prostoru pro odsazení nadpisu.

Knihy je místy ozdobena prvky letokruhů, jež vstupují do hry při příchodu nové kapitoly.

## ZÁVĚR

Cesta do cíle tohoto projektu byla delší, za to však příjemnější trasou. Své silné stránky vnímám spíše v digitálních končinách grafického designu. Vývoj interaktivních aplikací, animací či webů má nicméně jeden negativní příznak — ačkoliv je u nich ochoten člověk strávit existenční maximum svého času, odměnou mu může být ve většině případů fakt, že mu na pevném disku *roste* soubor. Proto, když jsem se rozhodoval nad volbou tématu bakalářské práce, tušil jsem, že nechci, aby se má snaha ve finále *zhmotnila* v soubor o velikosti 15 kilobytů, nýbrž v něco hmatatelnějšího, zřetelnějšího a konec konců také trvanlivějšího.

Knihavždyť to je jasné—je prakticky ztělesněním těchto tří faktorů. Současným přihlédnutím k možnostem aplikování typografie—jakožto mé velké vášně—u tohoto média jsem věděl, že vizuální styl nakladatelství je právě to, čemu budu čas obětovat s radostí.

Při pohledu na celý pracovní proces jsem nesmírně rád, že mě pobídl k vyzkoušení jiných—pro mě dřív neznámých—technik tiskařských (sítotisk) a řemeslných (slepotisk), potažmo knihařiny obecně — předsádka, natož přídeští pro mě byly ještě před pár měsíci naprosto abstraktní pojmy, které bych hledal ve výkladovém slovníku.

Rád bych si myslel, že mě tento projekt značně obohatil ve směrech, na které jsem si za celou dobu bakalářského studia *poctivě* nenacházel čas a ukázal mi tak další možnosti, jak své grafické výstupy posouvat dál, případně kombinovat právě s technikami *pěstování souborů*.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] DOLEŽAL, Jaroslav. *Vazby knih*. Praha: Nakladatelství technické literatury, n. p., 1987.
- [2] TRÁVNÍČEK, Jiří. *Čteme?* Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-270-1
- [3] SFWA, INC. *Nebula Rules* [online]. ©2011 [cit. 2013-05-12]. Dostupné z: <http://www.sfwaweb.org/awards/rules/>
- [4] PECINA, Martin. *Knihy a typografie*. 2. vyd. Brno: Host, 2012. ISBN 978-80-7294-813-0
- [5] PISTORIUS, Vladimír. *Jak se dělá kniha*. 3. vyd. Příbram: Pistorius & Olšanská, 2011. ISBN 978-80-87053-50-8
- [6] BRINGHURST, Robert. *The elements of typographic style*. 2. vyd. Point Roberts (USA): Hartley & Marks, 2002. ISBN 978-0881791327
- [7] TRUBEK, Anne. *How the Paperback Novel Changed Popular Literature* [online]. ©2010 [cit. 2013-05-12]. Dostupné z: <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/How-the-Paperback-Novel-Changed-Popular-Literature.html>
- [8] HENDEL, Richard. *On book design*. New Haven (USA): Yale University Press, 1998. ISBN 978-0300075700
- [9] ŠTORM, František. *Eseje o typografii*. Praha: Revolver Revue, 2008. ISBN 978-80-87037-15-7
- [10] PEARSON PLC. *Our History* [online]. ©2013 [cit. 2013-05-12]. Dostupné z: <http://www.pearson.com/about-us/our-history.html>
- [11] BUX.CZ. *Češi přečtou 17 knih ročně* [online]. ©2012 [cit. 2013-05-12]. Dostupné z: <http://www.bux.cz/literarni-kavarna/aktuality/cesi-prectou-17-knih-rocne.html>
- [12] EUROMEDIA GROUP, K.S. *Euromedia* [online] ©2009 [cit. 2013-05-12]. Dostupné z: <http://www.euromedia.cz/index.html>
- [13] HAMANOVÁ, Pavlína. *z dějin knižní vazby*. Praha: Orbis, 1959.
- [14] LUPTON, Ellen. *Thinking with Type*. New York (USA): Princeton Architectural Press, 2010. ISBN 978-1568989693
- [15] HASLAM, Andrew. *Book design*. London (Anglie): Laurence King Publishing, 2006. ISBN 9781856694735



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1. Gutenbergova bible, okolo roku 1450; vazba její faksimilie.....	11
Obr. 2. Jan Drda – Němá barikáda, povídky; E. M. Remarque – Tři kamarádi, román.....	13
Obr. 3. Knihy nakladatelství Albatross; detail obalu.....	14
Obr. 4 Formát 108×180 mm (poměr 3:5); miniaturní formát 80×120 mm (3:2) .....	16
Obr. 5. Paperbacky Penguin Books .....	16
Obr. 6. Tuhá vazba s papírovým přebalem.....	17
Obr. 7. Kapitálek a slepotisk; ražba na plátěné vazbě .....	19
Obr. 8. Ilustrovaný obal, předsádky.....	20
Obr. 9. Antikva Serapion – František Štorm .....	21
Obr. 10. Van de Graafův kanón; Tschicholdův kanón .....	23
Obr. 11. Česká nakladatelství a jejich knižní obaly v čase – Český spisovatel (1960), Baronet (2008), Odeon (2012) .....	25
Obr. 12. Sazba na elektronické čtečce Amazon Kindle 2.....	26
Obr. 13. Podoby vizuálního stylu, edice Penguin English Library.....	27
Obr. 14. Nakladatelství Vintage Books, edice James Joyce.....	28
Obr. 15. Edice Světová literatura, Nakladatelství Lidových novin .....	30
Obr. 16. Edice D, nakladatelství Artur .....	31
Obr. 17. Principiální základ identity – plátno a dýha .....	35
Obr. 18. Primární písmo – geometrický grotesk.....	36
Obr. 19. Sekundární písmo – egyptienka.....	37
Obr. 20. Porovnání obou písem .....	37
Obr. 21. Hlavní logotyp značky.....	38
Obr. 22. Ústřední barevnost.....	38
Obr. 23. Koncept propojení písma s letokruhy .....	39
Obr. 24. Návrh knižních obálek – schéma.....	40
Obr. 25. Fotografie knihy; detail vnitřní úpravy.....	41
Obr. 26. Řešení sazby – nákres.....	43

## SEZNAM PŘÍLOH

[P I] Obsah datového CD

## **PŘÍLOHA P I: OBSAH DATOVÉHO CD**

Přiložené CD obsahuje:

- tuto práci ve formátech PDF a DOC (Adobe Acrobat a Microsoft Word)
- ukázkou aplikací vizuálního stylu
- fotografie dokumentující vznik knižních edic