

**Vydání knihy od A do Z pro autory, kteří se nechtějí doprošovat u „tradičních“ nakladatelství a inspirativní učebnice propagace knih pro všechny, kteří chtějí zlepšit prodej své knih.**



**Bez peněz, bez nakladatelství i bez zkušeností** – a už vůbec nezáleží na věku. Knihu si může vydat kdokoli. Teprve tím, že ho vydáte, dáváte svému rukopisu smysl – teprve pak si ho někdo může přečíst.

Chcete svou knihu vidět na pultech obchodů a v e-shopech? Nebo byste ji raději prodávali přes vlastní stránky a osobně, aby se vám vrátily vložené prostředky? A jak docílit toho, aby ji lidé chtěli a dobře se prodávala? Jak pro ni před vydáním vytvořit tu nejlepší „startovní pozici“?

Radami, jak psát a uspět, obohatila knihu výborná česká spisovatelka Věra Nosková, autorova matka, která si své knihy již od prvního románu Bereme, co je vydává sama.

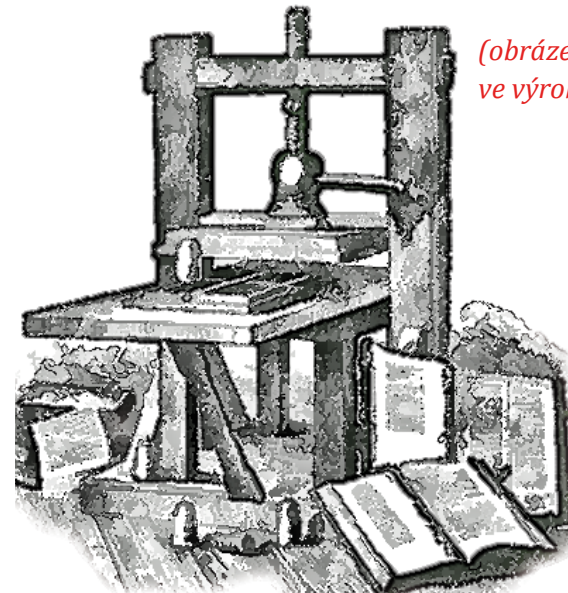
Díky této knize se dozvíte:

- jak svůj text dovést k dokonalosti a jak si ověřit, že píšete dobře
- že se kniha dá vydat i bez obětování vlastních úspor a jak to provést
- kdy vydávat na vlastní pěst a kdy si raději najít zpracovatele (a jak ho hledat)
- vše o knize, jejích náležitostech i povinných údajích a kam v knize patří
- jak knihu dostat do knihkupectví a e-shopů
- co by měl znát knižní grafik a jak pro knihu připravit ilustrace
- jak udělat obálku, která přitáhne pozornost a kde najít vhodné obrázky
- jak stanovit cenu knihy a za jakou cenu se bude reálně prodávat
- jak docílit toho, aby se vám vrátily vložené prostředky

*Jiří Nosek vydal v rodinném nakladatelství KLIKA na zakázku více než 180 knih a od r. 2014 na svém blogu vydaniknihy.cz učí začínající i pokročilé autory, jak knihu nejen vydat, ale také ji dostat k těm správným čtenářům.*

*KLIKA zahájila revoluci v podmínkách na vydavatelském trhu, když jako jediné nakladatelství začala autorům vyplácet 90 % zisku z prodaných knih.*

Ukázka:



*(obrázek je ve výrobě)*

## 2.3

### *Cesta za vlní papíru – vydání knihy*

Tato kapitola pro vás bude velmi užitečná, vydáváte-li knihu sami. Měli byste si ji však alespoň jednou přečíst i v případě, že vydáváte knihu u tradičního nakladatelství – mnohem lépe pak rozeznáte chyby nebo amatérismus a budete je moci včas eliminovat.

V této kapitole probereme detailně všechny parametry knihy: formát, vazbu, druh papíru i náklad. Řekneme si, jak je správně zvolit, protože výrazně ovlivňují výši vašich výrobních nákladů. Povíme si něco i o doplňcích, kterými svou knihu můžete vyšperkovat, jako je barevný kapitálek, záložky nebo parciální lak na obálce.

Dozvíte se, jak se definuje rozsah knihy a jak máte stanovit doporučenou cenu i s ohledem na šířku hřbetu knihy, jak je to s barevností knihy u různě velkých nákladů a jak je možné na ofsetu s barevnými stranami pracovat tak, aby vás tisk stál co nejméně.

Vysvětlím vám, jak své knize vymyslet obálku, a dostanete přístup ke vzdělávacím materiálům, které byly původně vytvořeny jen pro zákazníky našeho nakladatelství. Naučím vás napsat správně zadání pro kalkulaci a potom vám lidskou, srozumitelnou řečí vysvětlím rozdíl mezi digitálním a ofsetovým tiskem, abyste mohli pro výrobu své knihy zvolit tu nejvhodnější technologii.

Ve druhé části kapitoly si vysvětlíme, co u knih znamená „zisk“, a potom rozeberu všechny způsoby, kterými lze na knize ušetřit. To abyste dokázali zvážit, ze kterých požadavků můžete ještě slevit, a ze kterých už ne. A probereme si, co je při vydání knihy úplně nejdůležitější a které části jejího tvoření byste určitě neměli zanedbat.

Třetí část kapitoly vás upozorní na ty nejdůležitější náležitosti, které má kniha mít – ve zkratce se dozvíte, co je úplně nejdůležitější, na co nesmíte v žádném případě zapomenout.

Čtvrtá část bude užitečnými informacemi doslova nabitá: kratší statě Jak získat grafiku a Co by měl správný knižní grafik znát předchází podrobné anatomii knihy, kde si každou její část rozebereme do detailu včetně jejích náležitostí a smyslu. Zajímat nás bude žánrové ladění obálky, základy kompozice, výběr obrázků a jejich požadované vlastnosti i seznam věcí, které potřebujete zkontrolovat, než knihu pustíte do tisku.

Pátá část kapitoly je o tisku: jak tiskárnu hledat, jak to u nich chodí, jak se pak knihy rozvážejí a jak je máte uskladnit.

## **2.3.1 Plánování knihy**

### **Jasná představa**

Všechno, co kdy člověk vytvořil, vzniklo nejdřív v hlavě. Představa o tom, co chci vytvořit, je naprostý základ tvorby. Když víte, kam míříte, vždy poznáte, zda to, co právě děláte, je s žádaným výsledkem v souladu, nebo ne. Vaše rozhodnutí jsou pak snazší, rychlejší a jistější a výsledek spíše odpovídá původní představě. Což by nebylo možné, pokud byste žádnou představu neměli.

Než se do čehokoli pustíte, rozmyslete si, jak by měla kniha v ideálním případě vypadat. Začít můžete třeba tím, že zajdete do knihkupectví, budete si prohlížet jiné knihy a přitom si dělat poznámky. Dokonce si můžete vyfotit, třeba na mobil, některé dobré nápady nebo ukázky sazby, která se vám líbí.

Jakou by kniha měla mít vazbu či formát? Jaký by se vám líbil layout (sazba textu knihy)? Co by se vám líbilo mít na obálce? Jaká další vidíte u knih vylepšení, která vás třeba předtím ani nenapadla?

Představu netvoříte jen pro sebe. Ať knihu vydáváte jakkoli, můžete pak své návrhy přednést nakladateli a konzultovat je s ním. Grafik bude možná chtít vědět, jakou máte představu o obálce. Najdete-li dobré odborníky, ti vaši původní představu zřejmě ještě vylepší. Ale nejdříve si musíte udělat jasno vy sami.

Půjdete-li do knihkupectví, nechte si rovnou ukázat i různé druhy papíru a sledujte vztah mezi počtem stran a šířkou hřbetu knihy, abyste dokázali lépe odhadnout budoucí „tloušťku“ té své. Když vás při prohlížení knih něco napadne, poznamenejte si to nebo nadiktujte jako poznámku do telefonu.

## Formát

Formát knihy nemusí být „obligátní“ A5. Daleko spíš by jej měly určovat dvě věci: obsah knihy a předpokládaný způsob jejího použití.

Obsahem myslím jednak poměr stran a orientaci fotek či ilustrací a jednak strukturu textové části. Co tím míním?

Dejme tomu, že bude kniha obsahovat větší množství fotografií a většina z nich je orientována na šířku. V případě, že zvolíte například formát A5 na výšku, vejdou se vám na jednu stranu jen dvě fotografie. Můžete ale také zvolit „bezodpadový“ formát 165×230 mm a orientovat ho na šířku – a to už se vám na jednu stranu vejdou čtyři fotky. Pokud mají být barevné, je to i finanční úspora, protože tak budete barevných stran potřebovat jen polovinu a plocha papíru jimi bude lépe využita.

Pokud kniha obsahuje tabulky, záleží opět na tom, jak jsou orientovány – zda mají hodně sloupců. Pokud ano, bude asi opět lepší využít horizontální formát, aby se tabulka nemusela rozdělit na dvě. Dát ji do knihy otočenou o 90° je také varianta, když horizontální formát z nějakých důvodů nevyhovuje, ale je dobré orientaci knihy na šířku alespoň zvážit.

Dalším faktorem, který je třeba brát v potaz, je předpokládaný způsob užívání knihy. Má-li být nošena v kabelce, bude lepší zvolit nějaký menší formát, například 110×180 mm, a naopak u knihy, která se zřejmě nebude často přenášet, jako kuchařka nebo příručka, bych volil formát pouze podle obsahu, a na prostorovou úspornost bych se vůbec neohlížel.

Pro inspiraci je dobré navštívit větší knihkupectví.

## Vazba

Nejznámější knižní vazby jsou tvrdá (vázaná, odborně V8) a měkká (brožovaná, odborně V2). Obě mohou být lepené nebo šité, přičemž šitá je dražší.

„Tvrdá“ se vazbě říká pro její vnější neohebné desky. Ty, na rozdíl od vazby brožované, o několik milimetrů přesahují vnitřní „blok“ (listy mezi nimi) a tím ho chrání před poškozením. Vnější desky mají tvrdé kartonové jádro, které je potaženo tenčím potisknutým, zpravidla křídovým papírem, na kterém je natištěna obálka knihy – proto se mu říká „potah“. S vnitřním „blokem“ jsou pak vnější desky spojeny takzvanými „předsádkami“, které se tisknou zvlášť, a jsou proto levnou variantou, jak dostat do černobílé knihy barevný obrázek, například logo sponzorů.

Po špatných zkušenostech s nekvalitními lepidly, běžnými za socialismu, kdy se občas kniha rozpadla na jednotlivé listy, autoři v Česku někdy požadují šitou vazbu. Dnešní lepidla jsou však velmi kvalitní a šití knihu prodražuje. Na druhou stranu, když je třeba kniha mimořádně tlustá, je šití sázka na jistotu a přidá vazbě na odolnosti.

„Tvrdá“ vazba sice vychází draž při výrobě, ale obecně ji lidé právem považují za tradiční a jaksi „lepší“, takže její prodejní cena může být klidně i trochu vyšší.

„Měkká“ vazba má ohebné desky z tužšího jednovrstvého papíru o stejném formátu, jako má vnitřní „blok“. Kvůli měkkým deskám a chybějícímu přesahu je náchylnější k poškození.

Existuje také takzvaná „flexovazba“, která je zhruba na pomezí mezi oběma výše zmíněnými. Desky tvoří opět potah, který je s blokem spojen předsádkami, ale na rozdíl od tvrdé vazby tu chybí kartonové jádro, takže

desky zůstávají částečně ohebné. Jsou ale bytelnější než u měkké vazby a blok také nepatrně přesahují, takže jej opět lépe chrání. Výroba flexovazby vyžaduje speciální technologii, kterou ne každá tiskárna vlastní, a ta, která ji má, musí hledět na návratnost této investice, takže flexovazba vychází v ČR většinou cenově velmi podobně jako výroba tvrdé vazby.

Nějakou knihu v tvrdé i v měkké vazbě obsahuje většina domácích knihovniček, flexovazba už je v ČR obvyklá mnohem méně.

Nejste-li si jisti, nechte si kalkulaci spočítat pro obě vazby. Nezapomeňte, že za tvrdou můžete požadovat o něco vyšší částku, ale pokud prodej půjde přes distributora, zbude vám z ní jen 42 % minus podíl nakladatelství, které distributora zprostředkovalo.

Existují i další druhy vazeb, ale ty se pro knihy používají zřídka: sešitová V1 a V3, šitá měkká V3, polotuhá V5, leporelová V6, poloplátěná V7 nebo „plastová“ V9. Také kroužková, hřebenová...



vázaná kniha  
(tvrdá vazba) – V8



▲ brožovaná kniha  
(měkká vazba)  
– V2



flexovazba ►

## Náklad

To, kolik kusů vydáte, nejvíce ovlivňuje náklady na výrobu jednoho kusu, a tím i váš potenciální zisk. Většina autorů nevydává své knihy pro zisk, což ale neznamená, že by neměli své výrobní náklady alespoň znát. Že na knize nic nevyděláte, by mělo být vaše vědomé rozhodnutí, nikoli překvapení.

Při rozhodování bude hrát roli hned několik faktorů.

### 1. Nejprve něco o vztahu nákladu a výrobní ceny knihy:

Čím méně knih tisknete, tím je tisk dražší. Zatímco výroba knihy v nákladu 100 ks může stát 150 Kč na kus, při stejném zadání vyjde na 115 Kč při 300 kusech, 70 Kč při 500 kusech, 45 Kč při 1 000 kusech a 39 Kč při 2 000 kusech (bez grafiky, jen tisk a knihovnění). Pro každé zadání samozřejmě vyjdou ceny jinak, je to jen příklad pro vaši přibližnou představu. Ještě jeden příklad – 100 kusů knihy vás může vyjít přibližně na polovic toho, co zaplatíte za výrobu 500 kusů.

### 2. Další věcí, kterou musíte brát při stanovení nákladu v potaz, je cena sazby (grafiky).

Sazba dá vždycky stejné množství práce bez ohledu na to, zda vydáváte 10, nebo 10 000 kusů, takže její cena bude ve všech případech podobná. Při počítání výrobních nákladů na jednu knihu se ale rozpočítá pokaždé na jiný počet kusů. Kniha v nákladu pouhých 20 ks tak může po přičtení sazby vyjít na mnoho stovek korun, když cenu sazby rozpočítáte na jeden kus.

### 3. Při nízkém nákladu, zpravidla do 300 kusů, se tiskne „digitálně“, vyšší počty se tisknou na „ofsetových“ tiskárnách.

Digitální tisk je skoro vždy dražší než ofsetový. Při ofsetovém tisku klesá výrobní cena (v přepočtu na jeden

kus) nejrychleji mezi 500 a 1 000 kusů, pak už se rychlost klesání ceny snižuje.

Pokud chcete vydat méně než 500 kusů, pravděpodobně se vám sotva vrátí náklady, i kdybyste prodali všechny výtisky. Záleží samozřejmě na konkrétních výrobních nákladech, prodejní ceně a způsobu prodeje, ale zcela určitě na tom nezbohatnete. To by ostatně nemělo být vaším cílem, protože na to jsou český knižní trh i prostor pro zisk na knize příliš malé.

*4. Dalšími faktory, které budete chtít při určování nákladu zvážit, je to, jakým způsobem budete knihu šířit, to, jak je atraktivní, a také to, kolik úsilí jste ochotni vložit do propagace.*

Využíváte-li služeb distributora, dostanete se sice do knihkupectví po celé republice, ale zároveň přijdete o 58 % z doporučené ceny. Záleží na tom, zda potřebujete, aby se vám náklady vrátily, a pak si musíte hlídat výrobní náklady a vydat spíš více kusů. Anebo vám na tom nezáleží (například v případě, že máte sponzory, že jste vybrali na Startéru nebo že jste částku prostě odepsali). Chcete-li knihu prodávat přímo, z ruky do ruky nebo přes vlastní web, nebudete se sice muset s nikým dělit, ale nemáte-li vlastní početnou fungující komunitu, může být šíření knihy komplikované.

Je třeba zvážit i to, do jaké míry je vaše kniha atraktivní. Jestliže je to kuchařka nebo kvalitní učebnice, bude se zřejmě prodávat dobře. U beletrie bude dost záležet na vaší ochotě ji propagovat, a nejhůř se vám pravděpodobně bude prodávat poezie.

Ve vztahu k atraktivitě knihy může vaše nasazení při propagaci znamenat, že se od slušných prodejtů dostanete ke skvělým nebo od nulových k ucházejícím. Na vašem nasazení záleží vždy. O propagaci knih je celá kapitola 3.2.

Rozhodnutí, jaký náklad vydáte, je určitě jedním z nejdůležitějších rozhodnutí, když vydáváte knihu. Do rozhodování vstupuje mnoho proměnných a je potřeba mu věnovat náležitou pozornost.

### **Rozsah textu (počet stran knihy)**

Rozsah textu se měří na takzvané normostrany (NS). Jedna NS je 1 800 znaků včetně mezer. Kolik má text znaků, zjistíte v OpenOffice v menu Nástroje > Počet slov a ve Wordu 2016 v menu Revize > Počet slov.

Abyste zjistili, kolik bude mít vaše kniha stran, musíte znát ještě formát knihy a druh a velikost písma, které bude použito. Záleží také na tom, jak je váš text členěn. Tomu, kdo udělá jeden či dva odstavce na jednu stránku, kdo svůj text nečlení do kapitol a kdo použije drobné písmo, vyjde text na úplně jiný počet stran než tomu, kdo má průměrně deset odstavců na stránku, písmo velikosti 14 b a text rozčleněný do třiceti kapitol.

Při písmu Times velikosti 11 b vychází jedna normostrana (1 800 znaků) přibližně na tři čtvrtiny stránky knihy formátu A5.

Pokud máte jasno ve formátu, můžete si rozsah budoucí knihy přibližně spočítat sami. Nastavíte si v textovém editoru požadovaný formát stránky a velikost okrajů, vložíte text, nastavíte správný typ a velikost písma a případně připočítáte další strany, pokud v knize mají být obrázky. Podrobně jsem tento postup popsal ve svém bezplatném eBooku „Výroba knihy SAMODOMO“ (str. ZDROJE).

### **Šířka hřbetu a cena knihy**

S počtem stran knihy úzce souvisí to, jakou šířku bude mít hřbet knihy. Existují knihy, které jsou tenké, a přece si je lidé rádi koupí, protože je známa jejich vysoká



hodnota. U neznámých publikací však spíše platí, že lidé neradi kupují tenké knihy, pokud není „tenká“ i jejich cena.

Potřebujete-li hlídat návratnost vložených prostředků, spočítejte si rozsah podle uvedeného návodu a potom zjistěte, jaké výrobní náklady budete mít v přepočtu na jednu knihu. Pokud hodláte využít distribuce, znásobte ji hodnotou 2,38. Vyjde vám minimální DPC, za kterou můžete knihu prodávat, abyste „byli na nule“.

Pak si zajděte do knihkupectví, najděte knihy s podobným formátem, vazbou a počtem stran a zjistěte jejich DPC. Uvidíte sami, zda byste byli konkurenceschopní. Berte přitom v úvahu i žánr a atraktivitu dané knihy.

Pokud zjistíte, že by byla vaše cena moc vysoká, zvolte jinou strategii: vyberte peníze na Startéru (strana SSS), sežeňte si sponzory (strana SSS) nebo se smiřte s tím, že budete trochu tratit, a svou DPC snižte.

To, že by vaše kniha byla moc tenká a příliš drahá, není důvod, abyste ji nevydali. Je to jen důvod zvolit jinou strategii financování, a pak můžete zvolit i nižší cenu.

Nezapomínejte, že cena je jen hodnota zboží v očích zákazníka. Pokud jste šikovni a dokážete hodnotu knihy čtenáři náležitě popsat, můžete si dovolit požadovat vyšší cenu.

Přesnou šířku hřbetu vám pak vypočítá tiskárna podle počtu stran, použitého papíru a druhu vazby.

## **Papír**

Existují papíry „obyčejné“ – nejčastěji používané – a papíry speciální.

Nejčastěji používanými druhy papíru jsou bílý, křídový a takzvaný „volumen“.

Bílý dřevitý papír (označovaný v kalkulaci BO) má

nejčastěji plošnou hmotnost 90 nebo 80 g/m<sup>2</sup>. Text vytištěný na něm je kontrastní a vycházejí na něm dobře černobílé i barevné fotky.

Kdo chce vyšší kvalitu a je ochoten si připlatit, volí papír křídový, nejčastěji v gramáži 115 nebo 135 g/m<sup>2</sup>. Na křídovém papíře vypadají dobře zvláště fotky a barevné ilustrace, a pokud chce autor ušetřit a mít „na křídě“ jen obrazovou část, může nechat textovou část vytisknout na bílý papír a fotky sdružit v takzvané „příloze“, která bude na křídovém papíru.

Třetím používaným papírem je voluminězní, někdy barevně tónovaný (bývá často mylně považován za recyklovaný). Dobře na něm vypadají zpravidla knihy historické, kroniky, básně a podobně a jeho výhodou je, že tloušťka jeho listů je větší, a vytvoří tedy o něco širší knižní hřbet než bílý papír. Je-li barevně tónovaný, nemusí na něm dobře vypadat barevné fotky.

Jestliže tiskárna nemá speciální papír skladem, musí ho objednat, a to nebývá v kusovém množství moc výhodné. Navíc je potřeba počítat s tím, že tato vaše jediná zakázka nebude znamenat, že bude celá dodávka papíru využita plně, a další zakázka nemusí ještě dlouho přijít, což může tiskárna také zohlednit v ceně. Speciální papír může tedy knihu velice prodražit. Dokonce i pouhá obálka na speciálním papíru mi před pár lety cenu výroby knihy zvýšila hned dvojnásobně.

Pokud si potřebujete papír osobně „osahat“, existují vzorkovny papíru, případně si můžete domluvit návštěvu přímo v nejbližší tiskárně. To, jaký papír byl na kterou knihu použit, se totiž mohou v knihkupectví jen domnívat podle vzhledu, protože v knize samotné to napsáno není.

## Barevnost

Tiskárně je jedno, zda jde o text, nebo o obrázek. Pro ni je stránka buď černobílá, nebo barevná, a pak záleží na tom, kolik barev najednou je při tisku použito.

Aby bylo dosaženo kvalitního plnobarevného tisku, používají se čtyři barvy: azurová (cyan, C), purpurová (magenta, M), žlutá (yellow, Y) a černá (black, K). Proto se tato technologie tisku nazývá CMYK. Z těchto barev lze namíchat jakoukoli barvu ze CMYK spektra (které je o něco menší než RGB, takže ne všechny barvy, které vidíte na monitoru, lze i fyzicky vytisknout).

Někdy můžete mít požadavek na přesně namíchaný odstín barvy (typicky třeba firemní loga) nebo se v publikaci kromě černé vyskytuje pouze jediná další barva, a pak je možné použít takzvanou „přímou“ barvu. Pro výběr přesného odstínu slouží například vzorníky Pantone. Naprostá většina autorů však asi využije pouze černobílý nebo plnobarevný tisk, soustředím se proto na ně.

Dvě základní moderní technologie tisku, malonákladový digitální a velkonákladový ofsetový tisk, se v nakládání s barevným tiskem liší, což vychází z podstaty fungování těchto technologií.

U digitálního tisku se tiskne (a je počítána) každá strana zvlášť, a barevné strany tudíž mohou být v knize řazeny nepravidelně, na přeskáčku. Pokud byste chtěli toho samého dosáhnout na ofsetu, museli byste barevně vytisknout celou knihu – platili byste tedy barvu i tam, kde je pouze černobílý text. Na ofsetu se totiž tiskne vždy 8 stran najednou (ofsetový tisk, strana SSS).

Ekonomickou alternativou, kterou ale nemůžeme použít u každé knihy, je sdružit barevné stránky do takzvané „barevné přílohy“. Ta musí mít minimálně 8 stran nebo jejich násobek, tedy 16, 24, 32 a více stran, a může

být zařazena vždy za šestnáctou černobílou stranu v knize.

Například – po 64 stranách následuje 16 barevných, pak 32 černobílých a za nimi 8 barevných. Aby to nebylo moc jednoduché, má-li být půlarch (8 stran) na kraji „bloku“, je třeba konzultovat s tiskárnou, zda s tím nebude mít problém.

Ve většině případů nebývá potřeba žádná kontrola věrnosti vytištěných barev a výsledek bude i tak dostatečně dobrý. Ve výjimečných případech, kdy zadavatel požaduje naprostou přesnost barevného výstupu, jako jsou vzorníky, loga či citlivé barvy jako růžová nebo fialová, je potřeba předem udělat v grafickém studiu certifikovaný nátisk a ten dát k dispozici tiskárně, aby podle něj nastavila své stroje.

## Obálka

Knížní obálka je hotová věda. Obvykle má kniha jen zlomek sekundy na to, aby zaujala potenciálního čtenáře, a obálka je přitom v první linii. Obálka musí „hrát jeden koncert“ s obsahem knihy, její barvy mohou napovědět, o jaký žánr se tu jedná, do hry vstupuje také kompozice. Hlavní motiv musí být vždy dostatečně velký, aby byl čitelný i na dvoucentimetrových náhledech na internetu, kde je – na rozdíl od situace v knihkupectví – vidět po celou dobu prodeje.

Knihu zná nejlépe autor, a on má tedy největší dispozice vymyslet námět na obálku. Tím myslím vytvoření představy, nikoli samotné obálky. Svěříte-li tvorbu obálky někomu, kdo knihu jen zběžně prolétne, možná pak budete nad obálkou kroutit hlavou a říkat si „Takhle jsem si to tedy nepředstavoval“. JAK si to tedy představujete?

Základem je udělat si rozbor knihy a sepsat si několik variant návrhu hlavního motivu. Návrhy pak předložíte nakladateli či grafikovi. Nehleďte v tom nic náročného: udělejte si čas a třeba kávu, k ruce si vezměte papír a tužku a pak si svou knihu prolistujte od začátku do konce. Vypisujte si dramatické a klíčové situace a přemýšlejte, jak by se daly ztvárnit. Vůbec nedopřávejte sluchu obavám jako „takovou fotku neseženu“ nebo „tohle nepůjde vyfotit“. Nenechte svůj mozek zaplevelit překážkami – teď máte vymýšlet možnosti, a ne obstrukce. Spousta se toho dá vyřešit koláží a obrazovou manipulací (a vyškrtnout nepoužitelné varianty můžete kdykoli později).

Určitě nedoporučuji vytvářet obálku vlastními silami bez předchozích zkušeností. To ale neznamená, že nemůžete zkusit najít i vhodný obrázek. Je ovšem možné, že tím ztratíte velké množství času a grafik vám nakonec stejně řekne, že je fotka pro obálku nevhodná. Mimo jiné proto jsem pro vás zpřístupnil návod, jak obrázek na obálku hledat. Tento návod jsem původně vytvářel jen pro autory našeho nakladatelství. Zjistíte z něj, jaké požadavky bude mít na obálku grafik, a vyhnete se tak tomu, že vám pracně nalezený obrázek, ke kterému už jste si vytvořili vztah, „hodí na hlavu“ kvůli technickým nebo kompozičním nedostatkům. Exkluzivní přístup k našim interním materiálům najdete na stránce ZDROJE.