úvod

„Být dnes zaměstnaný jako nakladatelský redaktor, asi bych si celkem bezodkladně začal hledat novou práci. Něco aspoň trochu perspektivnějšího… papíroví nakladatelé končí, to je přece evidentní,“ řekl mi zhruba před rokem jeden můj kamarád s mile potměšilým úsměvem u rozhovoru nad tématem mé dizertace. Papíroví nakladatelé že končí?

Pravděpodobně se nezmýlím, řeknu-li, že v současné době prochází český knižní trh, jehož jsou nakladatelské domy neopominutelnou součástí, obdobím nejcitelnějších proměn od své hořkosladké transformace po roce 1989 (viz Halada 1996, Šmejkalová 1998, Šmejkalová 1999). Je třeba se důstojně vypořádat s dalším zvyšováním snížené sazby DPH, týkajícího se i knih, z 10% na 14% a připravit se na jeho potenciální důsledky. A za druhé: je třeba důkladně promyslet, jak se postavit k fenoménu elektronických knih.

Vzhledem ke skutečnosti, že v české společnosti je kniha stále vnímána především jako kulturní objekt (Šmejkalová 2000, Trávníček 2008), místy sakralizovaný až zfetišizovaný, nikoli jako „obyčejné“ tržní zboží, je celkem pochopitelné, že mediální reprezentace obou kauz se vyznačovala nutkavou tendencí pracovat i s mechanismy morální paniky. Odpůrci zvyšování DPH, oficiálně prezentovaní Svazem českých nakladatelů a knihkupců, formulovali své argumenty velice emotivně, kdy například ve „Výzvě na obranu knih“[[1]](#footnote-1) píší:

České knihy byly od konce druhé světové války postiženy dvěma pohromami. V roce 1948 byla vyvlastněna nakladatelství a knihkupectví, zavedena tuhá cenzura a řada autorů umlčena či vystavena perzekuci. Během normalizace po roce 1968 pak byly z knihoven staženy další statisíce svazků zakázaných autorů. Zvýšení DPH na knihy chystané vládou tentokrát demokratickou bude znamenat pohromu novou, neboť výrazně zredukuje knižní produkci. A tisíce dalších knih nebudou moci vyjít. (citováno z Výzvy na obranu knih, online dostupné z <http://sckn.cz/index.php?p=vyzva>)

Ani protistrana sporu (především vláda České republiky) nezakládá - možná překvapivě - svou argumentaci na relativizování či zpochybňování premis, že by stát měl kulturu podporovat a že knihy významně přispívají ke vzdělanosti národa[[2]](#footnote-2). Prohlašuje však, že v aktuální ekonomické situaci je třeba zohledňovat i jiné priority a že situace je jistě dočasná. „Boj“ o výjimku z DPH pro knihy byl i navzdory vypjaté prezentaci krátký – žádné zásadní veřejné diskuze o vztahu státu a literatury nepodnítil.

Téma elektronických knih je v tomto ohledu slibnější. Ačkoli ani zde pravděpodobně nelze očekávat hlubokomyslné celospolečenské polemiky o tom, jak se s elektronickou formou proměňuje idea literatury a čtenářské zvyky, nevyřešené otázky, zda e-booky nahradí tištěné knihy, jestli to nepovede k sms-románům či která z nabízených čteček prosadí dominantní formát pro elektronické knihy, mohou rezonovat v myslích lidí i na stránkách novin podstatně déle – přechod není okamžitý ani nevyhnutelný (není nařízen „shora“). Pozornosti hodné je, že současně se stoupající oblibou čtení na tabletech a e-readerech jako by končilo ostré rozdělení diskuze o nové technologii na nadšené obhájce a neméně zuřivé odpůrce. Hrany argumentů těch, kdo vyznávají ideologii „print is dead“, i těch, co přísahají na „Gutenberg forever“ jsou obrušovány v procesu zevšedňování novinky, s pronikáním e-booků do každodennosti širokého spektra uživatelů (Striphas 2009).

Stejně jako jsou konsekvence čtení na e-readerech podstatné z hlediska literární teorie (jak se formálně a obsahově promění literární texty?) i z pohledu recepční teorie (jak budou modifikovány dosavadní čtenářské návyky?), fenomén elektronických knih má nepochybně zásadní význam pro producenty knih. Pro knihkupce, typografy, ilustrátory - a pro knižní nakladatele, tvořící pomyslné centrum řetězce fungujícího v kontextu knižního trhu (Pistorius 2003). V České republice je jako nakladatel definován ten, kdo si zažádá o přidělení čísla ISBN[[3]](#footnote-3). Tím je zařazen do evidence vedené Národní knihovnou České republiky; na základě jejích údajů lze říci, že v současné době (ke konci roku 2011) figuruje na českém knižním trhu 5074 nakladatelských subjektů[[4]](#footnote-4). Knižní trh je charakteristický tím, že jde o „*specifické odvětví hospodářství s velkou nehomogenitou svých jednotlivých segmentů*“ (Balaštík – Císař 2009: 87). Kromě toho, že je tu inherentně obsaženo napětí mezi ekonomickou a kulturní hodnotou prodávaného zboží, platí, že ačkoli technologie publikování knih je v základních aspektech standardizována, klíčovým diferencujícím prvkem je druh literatury (např. literatura pro děti, poezie, self-help literatura, mapy a turistické průvodce atp.) a cílová skupina čtenářů (třídění podle věku, vzdělání atp.).

Jestliže akceptujeme výše uvedenou poznámku o percepci knihy jako komodity sui generis a zkusíme od ní na moment odfiltrovat její ekonomickou hodnotu, lze knižní trh modelovat jako literární komunikaci, kde by na klasické literárně-teoretické linii autor – text – čtenář byl nakladatel v pozici autora[[5]](#footnote-5), producenta. Protože o knižním průmyslu lze zároveň teoretizovat jako o průmyslu kulturním, resp. kreativním a mediálním (Thompson 2010), předpokládám, že nakladatel plní zároveň funkci **gatekeepera**, hlídače u brány (selektuje, které tituly publikovány budou a které ne) a funkci **opinion leadera**, názorového vůdce (disponuje potenciálem podílet se na konstituování specifického diskurzu o literatuře, kdy implicitně, v souladu se svým edičním profilem, definuje, co je za literaturu považováno a co je ve stanoveném rozpětí vnímáno jako dobré a co jako špatné. Vedle literárních teoretiků, kritiků a recenzentů pak knižní nakladatelé jednoznačně patří mezi ty, co přispívají k formování literárního kánonu dané společnosti.

Vrátíme-li se k tématu elektronických knih, je to i tato „nezasloužená“, privilegovaná pozice nakladatele aktivně utvářet literární kánon, co rozpaluje vyznavače digitální revoluce v knižním průmyslu a co je podněcuje předpovídat tištěným knihám brzkou a rychlou smrt. Že v literatuře nejde výsostně o nezainteresované odhalování utajených, předdefinovaných struktur metafyzického krásna, ale o sociální konstruování polarity mezi vysokou a nízkou (resp. masovou, resp. populární) kulturou (viz např. Hall 1994) je názor v širší veřejnosti zastávaný relativně krátkou dobu a kromě víc jak dvacetiletého směřování republiky k modelu západní demokratické společnosti zřejmě souvisí s anarchismem postmodernismu či trendem fragmentarizace publik spjatým s příchodem „nových médií“ (Alasuutari 1999). Je v čemsi výmluvné, že digitální revolucionáři většinou začínají a končí s poněkud vágním prohlášením, že publikovat dnes může každý, tak proč zachovávat tak tradiční a nepřizpůsobivou instituci jako „kamenné“ nakladatelství. Připouštím, že parafrázované východisko je relevantní, jeho implikace však nejsou tak přímočaré a prostinké kauzální vysvětlení, které je nabízeno, redukuje sociální realitu na limitovaný soubor mechanických, bezpečně predikovatelných úkonů. Je sice zřetelné, že nakladatelova role gatekeepera je marginalizována tím, že rozpětí nabízených textů ke čtení je skutečně široké. Naproti tomu jeho funkce opinion leadera skrze předešlý trend může snad i posilovat, protože důležitým se nyní stává nikoli knihu vydat, ale protlačit ji k publiku, ideálně pak garantovat jí zájem jak čtenářů, tak literárních recenzentů. V tomto ohledu jsou tradiční nakladatelské domy ve srovnání s digitálními proto-nakladatelskými subkulturami v relativně výhodné pozici a jejich šance na udržení statusu opinion leadera ve věcech literatury jsou i při minimální porci snahy nezanedbatelné. Zkusme se podívat proč.

logika pole

Francouzský novinář Jean-Philippe de Tonnac zahajuje svou knihu rozhovorů s italským medievalistou, sémiotikem a spisovatelem Umbertem Ecem a s francouzským scénáristou Jeanem-Claudem Carrierem známým citátem z Hugova románu Chrám Matky Boží v Paříži: "*Jedno zabije druhé. Knihy zahubí stavby*.[[6]](#footnote-6)“ Jeho interpretace uvedených slov je příkladně těšitelská: jak všichni víme, architektura nezanikla, „*jen ztratila svou funkci vlajkonoše transformující se kultury*“. De Tonnac pokračuje podobně smířlivě a nepříliš objevně:

Nejrůznější praktiky a zvyklosti prostě existují vedle sebe a nic nám nečiní větší radost než rozšíření palety možností. Zabil snad film malířství? Nebo televize kino? Přivítejme tedy elektronické čtečky a další zařízení, jež nám na jednom displeji zajistí přístup k digitalizované světové knihovně. (de Tonnac 2011: 10?)

Tonnacův způsob rámování rozhovorů s Carrierem a Ecem se soustředí na dvě ze tří základních oblastí spjatých s literární komunikací, naznačených výše. Totiž, co znamená příchod e-booků pro literaturu jako takovou (je *Vojna a mír* vhodným textem pro čtečku?) a co pro čtenáře (je možné číst na čtečce ve vaně?). Dovolím si nastolenou argumentaci prodloužit: jak rozumět výroku „kniha zabije budovu“ z hlediska nakladatele? Odpověď-hypotéza: varování před příchodem nového média signalizuje, že je třeba připravit se ne na absolutní vytlačení starého média novým, ale počítat s jistou rekonfiguraci mocenských vztahů v poli. Jinými slovy, lze očekávat, že do nakladatelského pole budou chtít vstupovat nové subjekty, které mohou modifikovat zavedené struktury pole a strategie v něm používané.

Tím se dostávám k základnímu teoretickému východisku práce: k pojetí sociálního prostoru u francouzského sociologa Pierra Bourdieu, v aplikaci pak konkrétněji k jeho modelu uměleckého pole (Bourdieu 1996), který je bez problémů použitelný[[7]](#footnote-7) i pro charakterizování prostoru, v němž operují knižní nakladatelé, proto na jeho základě koncipuji základní obrysy „pole nakladatelského“. Bourdieu sociální prostor konceptualizuje primárně jako prostor diferencí („*existovat v prostoru znamená lišit se*“), jako strukturovaný prostor sociálních pozic, které mohou být obsazovány aktéry či institucemi a v němž je konkrétní pozice aktéra dána typem a celkovým objemem **kapitálu**, jímž tento disponuje. Jak potvrzuje Martucelli ve své interpretaci Bourdieuho teorie,

moderní diferencovaná společnost není součtem polí, ale souborem různých polí s relativně autonomními pravidly, která nemohou být založena na jediné logice, i když pozice uvnitř těchto polí odkazují k nějaké homologii s polem moci (Martucelli 2007: 94)

Každé **pole** disponuje vlastním systémem pravidel a předpokladů (logikou pole). Podle Bourdieua existuje určitý vztah mezi sociálním postavením, dispozicemi (habitusy) a zaujímáním postojů, jež se vzájemně ovlivňují. Jak uvádí na příkladu literárního pole (mikrosvěta),

strategie aktérů a institucí zapojených do literárních bojů, to jest jejich postoje (specifické, tj. například stylistické, i nespecifické, tj. politické, etické apod.), závisí na jejich postavení ve struktuře pole, neboli v rozdělení specifického symbolického kapitálu, ať už institucionalizovaného či ne (vnitřní uznání nebo vnější proslulost), postavení, které je prostřednictvím základních (a na postavení relativně nezávislých) dispozic jejich habitusu vede buď k uchovávání struktury onoho rozdělení, nebo ke snaze ji změnit, to znamená buď k pokračování v zavedených pravidlech hry, nebo k jejich zvrácení. Protože je však boj mezi aktéry v dominantním -postavení a těmi, kdo o toto postavení usilují, veden vždycky o něco, protože se střetají nad určitými otázkami, závisí jejich strategie také na stavu uzákoněné problematiky, to jest na prostoru možností zděděných z bojů předchozích, který do určité míry prostor možných postojů definuje a tím ovlivňuje snahy o řešení, čili i vývoj produkce. (Bourdieu 1998: 49)

Avizovaný vztah mezi pozicemi a postoji tedy podle autora není determinován nijak mechanicky – jinými slovy, zdánlivě bezrozporná argumentace digitálních revolucionářů, že se vstupem elektronických knih na trh stará struktura jednoduše zanikne a bude vytvořena síť zbrusu nová, se i ve světle citovaného příkladu jeví jako poněkud simplifikovaná. O něco více tak lze spoléhat na hypotézu o rekonfiguraci sil v nakladatelském poli s objevením nového média. Více či méně totiž platí, že tradiční nakladatelé disponují znalostí historie pole, osvojili si již strategie potřebné ke změně či k uchovávání hlavních struktur pole, uplatňované v souladu s jeho logikou, a míra naakumulovaného kapitálu, který potřebují ke zviditelnění svých manévrů v poli, je potenciálně vyšší než ta, jíž disponuje začátečník do pole vstupující.

Představené Bourdieuho pojmy „pole“ a „kapitál“ byly v průběhu času mnohými autory aktualizovány a doplňovány: pro mou práci je klíčové jejich upravení britským sociologem Johnem B. Thompsonem, jenž si je nedávno vypůjčil do konstrukce svých výzkumu nakladatelské sféry (Thompson 2010, Thompson 2005). Významnou modifikaci provádí u pojmu „kapitál“, respektive ve výčtu jeho druhů. Aby pojem fungoval jako stabilní analytický nástroj, mění Thompson původní Bourdieuho výčet – ekonomický, sociální, kulturní, symbolický, politický – a jako pro nakladatelské pole charakteristické druhy uvádí kapitál ekonomický, lidský, sociální, intelektuální a symbolický. Popis nyní jen telegrafický: ekonomický kapitál odkazuje k finančním zdrojům nakladatele, koncept lidského kapitálu pak k pracovníkům nakladatelství (zde se Thompson soustředí především na sledování úrovně redaktorů a editorů, neboť právě ti tvoří „*kreativní jádro nakladatelské firmy*“). O sociálním kapitálu píše Thompson v souvislosti s kultivací literárních a společenských konexí; intelektuální kapitál nakladatelství spočívá ve vlastnictví autorských práv k textům; konečně symbolický kapitál lze pregnantně zpodobnit jako prestiž nakladatele. Ačkoli Thompson zkoumal anglo-americký nakladatelský trh a ne veškeré jeho poznatky nutně platí i pro trh český, stojí jistě za povšimnutí, jak silný důraz je v kontextu uspokojivého provozu nakladatelství kladen na jeho lidské účastníky a jejich vzájemné vazby. Například téma paperbookové revoluce ve Velké Británii a USA Thompson nesleduje izolovaně, s výhradním zaměřením na otázky, zda a proč je lepší kniha v pevné či měkké vazbě, ale přibližuje ji v souvislosti s příběhy britského nakladatele Allena Lanea a jeho amerického kolegy Roberta de Graafa, kteří publiku dokázali prezentovat důvody změny téměř umělecky, přesvědčivě a bezchybně – laicky řečeno, uměli přesun k paperbookům i takto přepisovaná pravidla čtení čtenářům prodat. Lze to vnímat jako další malou cihličku podpírající konstrukci hypotézy, že změna média pravděpodobně nebude mít nutně za důsledek absolutní zhroucení dosavadních struktur nakladatelského pole, jak navrhují technologičtí deterministé.

boj o diskurz

Třetím důležitým pojmem vypůjčeným od Pierra Bourdieua je **illusio**. Synonymně jej označuje rovněž jako zájem, vsazení či prostě vztah k poli; je vyjádřením aktérova přesvědčení, že má smysl účastnit se hry-aktivity rozehrané uvnitř určitého pole. Bourdieu typicky obšírně vysvětluje:

Ano, být chycen, zaujat hrou, věřit, že hra stojí za námahu, nebo prostě že stojí za to hrát, to je illusio. A přesně toto znamená ve svém prvním smyslu slovo zájem, totiž skutečnost, že se sociální hře přisuzuje důležitost, že těm, kdo jsou v ní, kdo se na ní podílejí, záleží na tom, co se v ní děje. Interesse znamená "být v", účastnit se, čili souhlasit, že hra stojí za to, aby se hrála, a že stojí za to usilovat o vsázky, které ve hře a hrou vznikají; znamená to uznávat hru a uznávat vsázky. (Bourdieu 1998: 106)

Jedním dechem Bourdieu dodává, že mezi habitusem a polem existuje vztah ontologické souhry, což zpochybňuje případné snahy redukovat illusio na vědomou, racionální kalkulaci aktérů. Zaujetí přisuzuje autor specifické kvality; říká, že zatímco zainteresovanými je illusio žito jako samozřejmé, tomu, kdo je vně pole – nepodílí se na dané hře – se totéž zdá být iluzí.

Pro účely zamýšlené práce můžeme opatrně zkusit zkombinovat illusio Bourdieua a **diskurz**, kdy budeme čerpat z textů Michela Foucaulta. Jistě nelze dané pojmy vnímat jako dokonale se překrývající, nicméně proces hledání možných společných styčných míst potenciálně skýtá zajímavé nálezy, než aby byl rovnou vyloučen jako nevhodný. Protože „diskurz“ je jeden z nejprofanovanějších pojmů současných sociálních a humanitních věd, zkusme jej nejprve ukotvit v základní, kompletující definici: diskurz jako „*uspořádaný soubor vět o daném předmětu, konkrétní podoba vědění*“ (1996).

Diskurz je pro svého aktéra podobně samozřejmý a neviditelný, jako to Bourdieu popisuje u pojmu illusio – analogicky, taky pocit umělé konstruovanost či iluzornosti diskurzu a zaujetí z pozice vnějšího pozorovatele je podobná. Podstatně rozdílná u obou autorů jsou myšlenkové postupy a teoretické principy vedoucí k takovému konstatování: zatímco Bourdieu, jak bylo výše uvedeno, spoléhá na *ontologickou* souhru mezi aktérovým habitusem, definovaným jako „*generativní a jednotící princip, který z charakteristických vztahových rysů vlastních určitému postavení, vytváří jednotný životní styl, to jest celek, v němž se sjednocuje volba osob, statků, i praktických činností“* (Bourdie 1998: 15) a polem, Foucault hovoří o anonymitě a autonomii diskurzu, rozptýlené a všudypřítomné moci a subjekt víceméně znehybňuje. Pro formulování předpokladů o zkoumaném nakladatelském poli z tohoto střetu vybírám následující: pro knižní nakladatele zainteresované a aktivně jednající v daném poli je charakteristické specifické *zaujetí*, spočívající v jejich vášni pro hru a akceptování jejích pravidel včetně znalosti historických trajektorií, které přispívaly k jejímu ustanovení a proměnám. Hypotézu o přítomnosti ontologické vazby mezi strategiemi uplatňovanými v poli a habitusy účastníků nicméně vnímám jako pro zamýšlený výzkum irelevantní a preferuji Foucaultovými texty inspirovaný předpoklad o autonomii diskurzu, kdy člověk je percipován jako produkt diskurzivních praxí.

Lze uvažovat o modelování vztahu obou pojmů (illusio a diskurz) i tím způsobem, že si představíme diskurz jako podmnožinu illusio. Zhruba takto: v rámci nakladatelského pole mohu uvažovat o existenci těšitelského diskurzu (nakladatelé spoléhající na dobrý vkus čtenáře a na falešnou konstruovanost hranice mezi vysokou a populární kulturou), diskurz technologického deterministy (který bezvýhradně spoléhá na elektronické knihy a radostně ruší své kontakty s dodavateli a tiskárnou) či diskurz obrozeneckého vychovatele (nakladatel cítící morální povinnost publikovat nadčasovou literaturu, byť by na tom měl prodělávat). Trochu jinak profilované diskurzy, avšak stejné illusio v tomtéž poli. Protože jeho elementům – vášeň pro hru, znalost pravidel a historie, touha uchovat nebo změnit stav pole – mohou různí jedinci rozumět různými způsoby, diskurzy se liší. Hypoteticky vzato, po oddálení perspektivy by mělo být možné vnímat diskurz a illusio jako homologické pojmy (soustředit se na hlavní prvky diskurzu nakladatelského pole). Nosnost obou těchto návhu zkusím prověřit v analytické části práce.

S pojmem illusio spojuje Bourdieu otázku „o co se hraje, co je v sázce?“, tj. co je předmětem soustředěného zájmu aktérů participujících v poli. S Foucaultem můžeme odpovědět: o dominantní postavení v poli, o ustavení privilegovaného diskurzu. Jestliže tyto výpovědi zkonkrétníme a převedeme na situaci v nakladatelském poli, lze v souvislosti s diskutovaným fenoménem elektronických knih a očekávanou transformací pole odpovědět: hraje se o to, kdo prosadí svůj postoj k e-bookům jako vůdčí, orientující a pro ostatní hráče implicitně závazný. Podrobněji se pak můžeme ptát, zda si své privilegované pozice udrží stávající nakladatelé, nebo to bude nový hráč, kdo získá moc určovat trendy; dále, jestli zvítězí konzervativní, nebo progresivní postoj a proč; či dokonce, zda není výchozí předpoklad mylný a k signifikantnímu překreslení struktur pole nakonec nedojde. V souvislosti s výše vzpomenutou inklinací čtenářského publika k rozmazání hranic mezi vysokou a populární kulturou a obecnější, kulturálními studii iniciovanou tendencí k demokratizaci vkusu se lze ptát, zda se nehraje o samotnou pozici nakladatele jako opinion leadera. Funkci gatekeepera již víceméně ztratil, funkci morální autority, vychovatele a mluvčího národa rovněž (Balaštík – Císař 2009: 94); můžeme se tedy tázat, zda si uchová dosavadní status kulturního arbitra, případně s jakými modifikacemi a ústupky.

cíle práce

Plánovaný výzkum je koncipován jako kvalitativní, kdy ke sběru dat bude použito metody polostrukturovaných rozhovorů s vybranými českými knižními nakladateli, kteří vydávají beletrii. Toto nakladatelské zaměření bylo vybráno z následujících důvodů: za prvé, pojem *literatura* je nejčastěji asociován s krásnou literaturou, tj. beletrií[[8]](#footnote-8), pro niž je charakteristické estetické prožívání textu a specifické čtenářské návyky[[9]](#footnote-9) - váhavost spjatá s nerozhodnutým postojem k elektronickým knihám se zde pravděpodobněji bude projevovat v nejrozmanitějších variacích, neboť přijetí či odmítnutí technologie v souvislosti s beletrií je dáno hlavně osobní volbou[[10]](#footnote-10).. Za druhé, segment nakladatelského pole koncentrovaný okolo beletrie má nejblíže k původnímu modelu uměleckého pole Bourdieua. Data získaná z výzkumných rozhovorů budou posléze interpretována s využitím nástrojů a možností kritické diskurzivní analýzy.

Cílem práce je pokusit se na základě diskurzivních strategií vybraných nakladatelů konstruovat hranice pole a rozložení a orientaci sil v něm. Výzkum je zamýšlen jako prvotní hloubková sonda do nepříliš prozkoumaného terénu[[11]](#footnote-11), neklade si proto za cíl vybraný segment nakladatelského pole popsat co nejpodrobněji a vzhledem k velikosti vzorku nemohou být jeho závěry reprezentativní pro celou populaci. Jako limitaci plánovaného výzkumu je třeba rovněž vnímat určitou dekontextualizaci pozic nakladatelů, s nimiž budou rozhovory vedeny – příslušné nakladatelské pole nebude zkoumáno z hlediska jeho nesčetných interakcí s jednotlivými články řetězce knižního trhu. Namísto exaktní mapy však, jak věřím, můj výzkum nabídne subtilní a barevný pohled na nakladatelské pole, jeho společenskou roli a způsob komunikace se čtenáři, průhledy očima jeho aktivních participantů, při jejichž komparaci a překrývání mohou plastičtěji vyvstat určité skryté jevy, neviditelné souvislosti, neuvědomované motivace. Práce si dále klade za cíl přiblížit proces ospravedlňování a vyjasňování si postoje k novému médiu, které provokuje narušení zaběhaných rutin – či možná jen bezhlavý pád do prázdného prostoru, kde kniha ztratí svou výjimečnost…

literatura

Alasuutari, Pertii (ed.). 1999. *Rethinking the Media Audience. The New Agenda.* London: Sage Publications.

Anderson, C. 2007. *The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*. Random House Business Books.

Balaštík, Miroslav - Císař, Jaroslav. 2009. „Transformace knižního trhu a literatury po listopadu 1989.“ In *Studie současného stavu podpory umění. Sv.I. Definice, historie, transformace, reflexe, vzdělávání a výchova.* Praha: Institut umění - Divadelní ústav.

Bourdieu, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.

Bourdieu, Pierre. 1996. *The rules of art: genesis and structure of the literary field*. Cambridge: Polity Press.

Foucault, Michel. 2002. *Archeologie vědění.* Praha: Hermann a synové.

Halada, Jan. 1996. *Transformace české knižní kultury v letech 1990-1996: problematika interpersonální a masové komunikace v procesu mezi autorem a čtenářem*. Praha: Univerzita Karlova.

Hall, Stuart. 1994. „Notes on Deconstructing ‚the Popular‘“. In: Storey, John (ed.). 1994. *Cultural theory and popular culture: a reader*. New York, Harvester Wheatsheaf.

Hugo, Victor. 1956. *Chrám Matky Boží v Paříži.* Praha, Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění.

Martucelli, Danilo. 2007. *Sociologie modernity: itinerář 20. století.* Centrum pro studium demokracie a kultury.

Pistorius, Vladimír. 2003. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Praha: Paseka.

Striphas, Ted. 2009. *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control.* Columbia University Press.

Šmejkalová, Jiřina. 2000. *Kniha: (k teorii a praxi knižní kultury)*. Brno: Host.

Šmejkalová, Jiřina. 1999. „Marketing silence: on the transformation of the czech book“. *Cultural Policy* 5 (2): 199-218.

Šmejkalová, Jiřína. 1998. „Unbinding books: publishing in the czech republic“. In Boorsma, Peter – van Hemel, Annemoon – van der Wielen, Niki (eds.). 1998. *Privatisation and Culture: Experiences in the Arts, Heritage and Cultural Industries.* Kluwer Academic Publishers.

Thompson, John B. 2010. *Merchants of Culture.* London: Polity.

Thompson, John B. 2005. *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States.* London: Polity.

De Tonnac, Jean-Phillipe. 2011. „Předmluva“. In Carriere, Jean-Claude – Eco, Umberto. 2011. *Knih se jen tak nezbavíme.* Praha: Argo.

Trávníček, Jiří. 2008. *Čteme?: obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize*. Brno: Host.

1996. Velký sociologický slovník. 1, A-O. Praha: Karolinum.

Zaid, Gabriel. 2004. *So many books: reading and publishing in an age of abundance.* Sort of Books.

1. Dokument „Výzva na obranu knih“ je petice iniciovaná Svazem českých knihkupců a nakladatelů v reakci na avizované zvyšování nižší sazby DPH v únoru 2011 a sloužila mimo jiné jako argument při vyjednávání SČKN s vládními představiteli. Výzvu bylo možné podepsat online, podpisové archy byly k dispozici rovněž v knihkupectvích či knihovnách. K 31. Prosinci 2011 byla Výzva uzavřena, čítajíc celkem 163 136 podpisů. [↑](#footnote-ref-1)
2. „‘Pan ministr [financí, t.č. Miroslav Kalousek] naše argumenty nezpochybňoval, ale zároveň nám řekl, že se nedá nic dělat a knižní produkci je potřeba obětovat na oltář shody v koalici a jednotné sazby daně z přidané hodnoty,‘ řekl iDNES.cz Pistorius [předseda SČKN]." Dostupné online z <http://zpravy.idnes.cz/kalousek-nakladatelum-a-knihkupcum-neustoupil-budou-demonstrovat-1f3-/domaci.aspx?c=A110526_165028_domaci_hv> [↑](#footnote-ref-2)
3. ISBN, International Standard Book Number, je třináctimístný (původně desetimístný) numerický kód určený pro jednoznačnou identifikaci jednotlivých knižních vydání. Vznikl koncem 60. let ve Velké Británii jako národní systém, postupně se rozšířil a začal používat celosvětově; v České republice funguje od roku 1989. [↑](#footnote-ref-3)
4. Toto číslo však může být zavádějící. Nekontroluje se, zda snaživý adept na nakladatele přiděleného ISBN skutečně využije, případně nerozmyslí-li si své nové řemeslo po publikování jediné knihy. Podobně neexistuje žádná oficiální povinnost pro ty, kteří chtějí knihy vydávat, se registrovat. Číslo 5074, jakkoli působivé může být, je tedy ne zcela přesným údajem, protože na jednu stranu zahrnuje i ty, jejichž podnikání v knižní branži je ukončeno, a na druhou stranu nutně nepočítá se všemi, kdo by potenciálně mohli být zařazeni do škatulky knižní nakladatel.

   Proč je nutné brát uvedený údaj s patřičnou rezervou se pokusím demonstrovat na příkladu nakladatelů, kteří vydávají beletrii (tj. jsou uvedeni u zaměření „Fiction“ v katalogu Národní knihovny České republiky, online dostupné z <http://aleph.nkp.cz/F/>, báze NAK: Adresář nakladatelů v ČR): při zadání dotazu „Fiction“ v kolonce „zaměření“ má čtenář k dispozici seznam s 694 nakladatelskými subjekty, které vydávají mimo jiné beletrii. Po dalším hledání, zda příslušní nakladatelé vydali v roce 2010 alespoň jednu knihu a jsou tedy v současnosti aktivní, jich zbývá 269. Z toho u 150 subjektů čítá roční produkce pět a méně knih. Identifikované nakladatelské pole tedy rozhodně není tak diverzifikované či přeplněné, jak by se na první pohled mohlo zdát. [↑](#footnote-ref-4)
5. Toto platí i v případě, zvážíme-li námitku, že takovou komunikaci zakládá vždy autor textu a role mluvčího by proto měla být přiřknuta jemu. Platí totiž, že na finální podobě textu se tu více, tu méně podílí příslušný nakladatelský redaktor, text může být doplněn ilustracemi, na jeho vzhledu se podílí typograf a grafik a tak dále. Text určený k publikování proto s jistou mírou zjednodušení budeme chápat jako produkt nakladatelství a jako mluvčího tedy nakladatele. [↑](#footnote-ref-5)
6. Úplná formulace myšlenky shrnuté ve dvou krátkých výrocích zní takto:

   „Naše čtenářky nám odpustí, zastavíme-li se na chvíli, abychom vypátrali, jaká asi myšlenka se skrývala v záhadných slovech arcijáhna: "Toto zabije ono. Kniha zabije budov**u**."

   Podle našeho mínění měla tato myšlenka dvojí význam. Především to byla myšlenka kněze. Vyjadřovala hrůzu duchovního z nové moci, knihtisku; zděšení a závrať sluhy Božího nad zářným lisem Gutenbergovým. To se kazatelna a rukopis, slovo mluvené a slovo psané, zalekly slova tištěného; bylo to něco podobného úžasu vrabce, kdyby spatřil, jak legie andělů rozepjala svých šest milionů křídel. Byl to křik proroka, jenž už slyší šumění a hemžení osvobozeného lidstva, jenž vidí, jak rozum v budoucnosti podryje náboženství, jak úsudek sesadí s trůnu víru, jak svět třese Římem. Byla to věštba filosofa, jenž vidí, jak lidská myšlenka okřídlená tiskem prchá z theokratícké nádrže. Byla to smrtelná úzkost vojáka, který si prohlíží ocelový beran a říká si: "Věž se zhroutí." Znamenalo to, že jedna moc vystřídá druhou. Znamenalo to: Tisk zabije církev.

   Ale za touto první myšlenkou, nepochybně velmi prostou, byla podle našeho mínění ještě jiná, původněiší myšlenka, důsledek oné první, myšlenka méně zjevná a snadněji popiratelná, rovněž filosofický názor, ale ne již jen kněze, nýbrž učence a umělce. Byla to předtucha, že lidská myšlenka, když změní formu, změní také způsob vyjadřování; že se základní myšlenka každého pokolení nebude již psáti touž látkou a týmž způsobem; že kamenná kniha, tak pevná a trvanlivá, ustoupí knize papírové, ještě pevnější a ještě trvanlivější. S tohoto hlediska měla nejasná formule arcijáhnova druhý smysl; znamenala, že jedno umění svrhne s trůnu druhé umění. Říkala: Tisk zabije stavitelství.“ (Hugo 1956: 168) [↑](#footnote-ref-6)
7. Možnost vytvořit tuto paralelu je usnadněna především skutečností, že jak pro umělecké, tak pro nakladatelské pole je charakteristická ekonomie kulturních statků, jež je v kontextu moderní (kapitalistické) společnosti specifická tím, že se „*vyznačuje skoro všemi rysy ekonomie předkapitalistické*“, tj. popírá ekonomický zřetel, je jakousi ideovou pokračovatelkou ekonomie daru. Bourdieu píše: „Bestseler není automaticky uznáván za skutečné dílo a komerční úspěch může dokonce platit za odsouzení. A naopak zase prokletý umělec (což je vynález dějin, prokletý umělec, stejně jako ani samotný pojem umělec, neexistoval vždycky) může ve své proklatosti, jíž ho stíhá jeho století, vidět známku budoucí vyvolenosti.“ (Bourdieu 1996: 138)

   Podle Bourdieua dnes pole kulturní produkce ztrácejí svou autonomnost – důraz na ekonomickou hodnotu začíná pronikat i sem. Lze říci, že odpudivost mezi ekonomickou a kulturní hodnotou uměleckého objektu, jak o ní Bourdieu v citované pasáži píše, je dnes transformována v tu více, tu méně prociťované napětí mezi oběma (je zásluhou především kulturálních studií, že na komerčně úspěšnou (masovou) tvorbu se přestalo automaticky pohlížet jako na podřadnou). K tomuto tématu a konkrétním nakladatelským strategiím, jak toto pnutí vyřešit, se dostaneme později. [↑](#footnote-ref-7)
8. Škatulka „beletrie“ je v kategorizaci České národní bibliografie vymezena celkem vágně – patří sem například tzv. červená knihovna, fantasy či to, co může být označeno jako „umělecká tvorba“ – jinými slovy, produkty vysoké i populární kultury zde koexistují. [↑](#footnote-ref-8)
9. Na rozdíl od kuchařek, turistických průvodců, ale třeba i odborné literatury, u kterých je akcentována jiná literární funkce. [↑](#footnote-ref-9)
10. U jiného typu literatury – například právnických sbírek a spisů, jak uvádí Eco v rozhovoru s Carrierem a de Tonnacem, mohou být rozhodující praktické faktory: sbírku v elektronické podobě je možno snadněji aktualizovat, uživatel nemusí domů vláčet těžké balíky právnické dokumentace atd. Zde znovu upozorňuji na důležitou diferenci v emocionálním vztahu čtenáře k „praktickým“ textům (i zmiňované kuchařky) a beletrii a v jeho čtenářských zvycích a rituálech. [↑](#footnote-ref-10)
11. České nakladatelské pole bylo v polistopadové době předmětem dvou velkých výzkumů (Halada 1996, Šmejkalová 1998), jinak je dění v něm mapováno spíš nahodile. [↑](#footnote-ref-11)