

dočasné loajalite zákazníků, ta však bývá generační záležitostí a postupem času se mění.

Proto je důležité, aby si nezávislí autoři, vydavatelé, výtvarníci, designéři, média, knihkupci, knihovníci a nezávisle myslící čtenáři uvědomili význam vzájemné podpory.⁻²⁶

Ve vydavatelském průmyslu vládne chaos. Významní prodejci knih chtějí vydávat knihy a významní vydavatelé chtějí knihy prodávat. Konvergence neprospívá autorům ani nezávislým nakladatelům a knihkupcům. Těm, kteří jsou na samotném konci distribučního řetězce, se však nabízí jako velká výhoda: výhoda možnosti oslovit globální trh a výhoda nulových tiskových nákladů. Většina těchto „výhod“ však nemá dlouhého trvání. Jak může malý hráč oslovit čtenáře na celém světě? Jak se vyhne nákladům na design, redaktorskou práci, korektury, sazbu, marketing a distribuci? Budou číst knihy, u kterých se nemyslí na design? Bude stačit marketing a online distribuce? Takzvaná výhoda se pak používá k získání neúspěšnějších autorů, kteří své dílo vydávají vlastním nákladem, nebo ke koupi nejúspěšnějších nezávislých nakladatelství. Společnost Penguin získala v roce 2011 od skupiny REDGroup Retail (dříve části společnosti Borders a Angus & Ro-

-26

Mezinárodní sdružení nezávislých nakladatelů proto pořádá semináře pro nakladatele, včetně jednoho, který řeší výšlovně potřeby arabských vydavatelů (International Alliance Independent Publishers, 2014b). V letech 2010-2011 toto sdružení vydalo mezinárodní studii Digitální publikování v rozvojevém světě [Digital Publishing in the Developing World; Kulcsz, 2011].

66

bertson) obchod Bookworld. Jde o nejrychleji rostoucí online knihkupectví v Austrálii a nyní dceřinou společností Penguin Random House Australia. Podobné dochody existují i mezi dalšími vydavatelskými na mnoha různých jazykových trzích. Na opačném konci spektra pak knižní velkoobchody jako Amazon budují zdroje pro online publikování. Začalo to v roce 2009 společností AmazonEncore; dnes má společnost Amazon na třináct obchodních názvů.

Dalším fenoménem je autor, který vydá globální produkt online vlastním nákladem. Jako příklad uvedme Padesát odstínů šedi [Fifty Shades of Grey] E L James. Tuto třídlnou knižní sérii vydává nakladatelství Random House, které je od sloučení se společností Penguin Books největším světovým vydavatelem knih v angličtině – patří mu i společnost Goldmann, německý vydavatel Padesáti odstínů šedi. Když autorku této knihy roku 2012 časopis Publishers Weekly nazval „autorkou roku“, z některých koutů vydavatelského průmyslu, jež s úzkostí hledí na to, co se ještě považuje za „literaturu“, zazněly výkřiky zoufalství. Z kritického hlediska bibliodiverzity k tomu mají dobrý důvod. E L James prostě ve správný čas objevila recept na úspěch: převyprávěla prastarou misogynickou pohádku o dominujícím, sadistickém muži a krásné, chudé a masochistické ženě (Hawthorne, 2012b).

Dalším příkladem malého hráče, jež se zmocnila velká společnost, je (bývalá) australská firma Booki.sh. Vytvořila digitální cloudovou čtenářskou platformu a experimentovala s digitálním prodejem knih nezávislých nakladatelů prostřednictvím nezávislých knihkupců, a to velmi úspěšně.

67