

## 2 / Jeden produkt pro všechny

Nakonec jsem redaktory přesvědčila, že zmínka o mém rasovém původu je pro celé vyznění následujícího textu klíčová a že bez informace o tom, že jsem černoška, se z mého příběhu stává příběh o extrémní paranoi nebo příběh, ve kterém si čtenář musí řadu věcí domýšlet na základě předpokladů, domněnek, předsudků či zaujatosti. Na této zkušenosti pro mě bylo nejzajímavější, jak slepé uplatňování principů neutrality pomocí vynechávání informací vede buď k tomu, že vypadám jako blázen, nebo k tomu, že čtenář praktikuje starý zvyk kulturní předpojatosti.

Patricia J. Williams, *The Alchemy of Race and Rights*\*

Přechod ke globalizovanému vydávání a distribuci knih se vyznačuje touhou po homogenizaci. Stranou globálního průmyslu stojí nezávislí knihkupci a nakladatelé, kteří fungují jinak. Každý z nich je vnímavý k místnímu prostředí a zná místní společenské, politické a kulturní poměry. Knihkupectví uprostřed velkoměsta má jinou klientelu než knihkupectví na předměstí či na venkově. I knihkupectví, které slouží velké multikulturní či konkrétní sociální skupině, bude mít na skladu tituly, jež uspokojují místní poptávku. Velký knižní dům bude obvykle nabízet zhruba stejný sortiment ve všech svých pobočkách. Na přání zákazníka sice objedná nezvyklé tituly, na místní poptávku však pravděpodobně reagovat nebude. Dalším problémem je vytváření „monopso-

nu“, tedy situace, kdy má nákupčí trh tak pevně v ruce, že může stlačovat ceny (opak monopolu, kdy může jediný prodejce vyhánět ceny nahoru). Výsledkem je falešná úspora na straně zákazníků, protože nakladatelé s vysokým procentem neživotaschopné produkce přestávají existovat.

Je tedy zřejmé, že biodiverzita odráží biodiverzitu: Biodiverzní ekologické prostředí reaguje na místní podmínky, tedy na srážky, půdní typ, teplotu, povětrnostní vlivy a podobně. Ekologické prostředí s víceméně stejnými vstupy (například takové, v němž pěstitelé nedbají na místní srážky a plodiny zavlažují, přhnojují na úroveň průměrného půdního typu nebo používají pesticidy) bude produkovat homogenizovanou úrodu, která se snadno prodává na globálním trhu (pro homogenizovanou komoditu lze totiž všude použít stejný marketing). Nadnárodní společnosti a stoupenci volného trhu prohlašují, že celková kvalita je vyrovnanější a maloobchodníci a zákazníci vědí, co kupují. Nežádoucí účinky pesticidů, geneticky modifikovaných organismů (GMO) a dalších nadbytečných vstupů pak tito lidé v rámci marketingu zlehčují a tvrdí, že produkty jsou levnější. Dlouhodobé dopady možných externalit, například rakovinu, poškozené imunitní systémy či nárůst alergických reakcí, neberou v potaz. Mezitím finančně podporují vlastní výzkum, jehož cílem je dokázat, jak prospěšný je každý jejich krok.

Na stejném principu funguje globální vydavatelský průmysl. Knihy, které neohrožují status quo a politicky ani imaginativně nezpochybňují běžný světónázor, vycházejí v ohromných nákladech a kupí se v obrovitých hromádách u vstupů do maloobchodních prodejen (v nichž