

Texty a formy: knihy vázané, brožované a elektronické pohledem českých beletristických nakladatelů // Texts and Forms: Hardcover, Paperbacks and E-books in the Use of Czech Book Publishers

Katka Kirkosová

FSS, Masarykova univerzita

ABSTRACT

Exaggerated discussions over electronic and paper books and the changes which such a modification of key communication medium could bring about for the definition of literature or the ways of reading are gradually calming down. The positions of p-book lovers and e-book lovers are defined both in their extreme and moderate variants; now, they merely peck at each other. It seems technology cannot dominate the realm of culture as straightforwardly as the proponents of techno-determinism have dreamt of. Nevertheless, these polemics are analytically highly inspiring: they may refer to some more general ruptures in the logic of contemporary literary fields and specifically, together with the discursive fights over cultural populism, snobbism or omnivorousness, call one's attention to the ambivalent relation of material and literary aspects of books. In this paper, I focus on the ways book publishers, significant gatekeepers of literary field, approach this problem. I describe how they deal with hardcover, paperback or electronic books in terms of practical use and value judgement and also, what outer factors may influence these choices. I interpret their strategies and practices in the context of dominant trends in contemporary Czech literary field and suggest whether publishers see the current material and discursive changes in book culture as symptoms of its further democratization, or banalization.

KEY WORDS

Electronic books – paperback – hardcover – book format - book culture - trade publishing – Czech literary field – sociology of literature

1. Úvod

Kněžní kritici a recenzenti málokdy do svých textů začleňují poznámky o materiálních aspektech posuzovaných objektů, knih. Snad okrajově, jsou-li výtvarná a typografická úprava literárnímu textu zvláště přílehlavé, nebo výjimečně otřesné. Ale vyjadřovat se sofistikovaně k tomu, zda prověřovaný text četli v paperbacku, na čtečce či v pevných deskách a jak tato bezpochyby nenahodilá skutečnost mohla ovlivnit jejich vyslovené kritické stanovisko, to by byl manévr tak prostoduchý, až recesistický. Rozumí se přece samo sebou, že věc – kniha – je nosičem, sluhou, prostředníkem; klíčový je text. V tomto světle se může zdát paradoxní, že v současnosti nejviditelnější a nejpolarizovanější diskurzivní bitvy s literaturou a čtením související se vedou po

linii, zda knihy papírové či elektronické, přičemž v závislosti na médiu, z nějž se čte, jsou přímočaře vyvozovány i závěry o kvalitě neseného literárního textu.

Paradox ovšem paradoxem není, spíše je připomenutím, že literárněteoretický a literárněkritický diskurz pracuje s jinými předpoklady, zkušenostmi, kritérii než diskurz čtenářský. Zatímco aktéři přisvojující si prvně jmenované diskurzy zpravidla počítají s nějakou verzí textového internalismu (srov. s Bourdieu 1984, 1996; Zima 1998, Tanner 2004), pro „amatérské“ čtenáře soud o oblíbené / dobré / špatné knize mnohdy neodkazuje výhradně k literárnímu textu, ale i ke konkrétnímu výtisku knihy, který funguje jako materializace čtenářských stop a vzpomínek (Woodward 2007, Hodder 2000). Jiří Trávníček k ambivalentnímu vnímání procesu digitalizace v souvislosti s knihami poznamenává, „*hranice, kde se kniha mění v pouhý text, v nás mobilizuje obranné reakce*“ (Trávníček 2014: 64) a dodává, že s digitálním prostorem si (my, čtenáři nikoli profesionální) asociujeme spíš texty „rychlé“ či „jednorázové“. Čistě hypoteticky: je tahle ochránářská reakce oprávněná, nebo nevidoucí? V čem? Když se vrátím ke srovnání literárněkritického a čtenářského diskurzu, neznamená skutečnost, že se kniha mění v *text*, to, že se osvobozuje od zatěžkáni materiálními, fetišizaci snadno podléhajícími aspekty (Adorno – Horkheimer 2002) a že se běžné čtení přibližuje k *podstatě* literatury? Nebo jsou naopak předpoklady literárních kritiků o výsostné pozici textu snobské a redukování knihy na text, zvýznamněné mimo jiné v procesu digitálního převedení, vede ke znevážení celistvosti literárního díla, protože rozkolísání vztahu textu a média stupňuje zaměnitelnost literárních s jinými kulturními produkty a ochuzuje čtení o smyslový rozměr (Eco – Carriere 2010)?

Otázka nejednoduchá; odpovědi na ni i potřeba se s ní vůbec vyrovnávat nadto varují v rozsahu zkušeností a motivací, které pozice knižních kritiků, recenzentů, čtenářů, ale i dalších literárních hráčů – knižních nakladatelů, knihkupců, knižních distributorů, porotců literárních soutěží, spisovatelů, překladatelů či knižních bloggerů – zpřístupňují (Bourdieu 1996). V této studii nabídnu její prověření z pozice knižních nakladatelů. Vycházím přitom z předpokladu, že nakladatelé jsou významnými gatekeepery literárního pole, kteří bezprostředně rozhodují o materiální a diskurzivní reprodukci či transformaci knižní kultury (Thompson 2010). Například vstřícností k publikování elektronickým knih či zpěčování se mu do značné míry předkreslují, zda se o světlých a temných stránkách e-knih bude uvažovat abstraktně, nebo s vědomím, že jsou tu příklady k odzkoušení. Soustředím se na způsoby, jak se nakladatelé rozhodují, zda určitý text publikovat ve vazbě pevné, měkké či elektronickou formou, jak své volby zdůvodňují, ospravedlňují a hodnotí a jaké vnější faktory přitom zohledňují. Nakladatelskou pozici přitom nepředstavuji jako solipsistní; jako nakladatelé mohou ovlivňovat a inspirovat jednání jiných literárních hráčů, jsou jimi sami ovlivňováni či inspirováni. Rozmanité i protichůdné vnější podněty je pak třeba konfrontovat s vnitřními, z definice nakladatelského řemesla pramenícími. Čímž se dostávám ke konceptuálnímu zarámování studie.

2. Teoretická a metodologická východiska: literární pole jako sociální prostor

Francouzský sociolog Pierre Bourdieu vnímá umělecké pole – literární, výtvarné, architektonické atp. – jako specifický segment sociálního prostoru, jako svébytné, relativně autonomní sociální pole situované mezi poli jinými (politickým, náboženským, intelektuálním, právním aj.). Hranice sociálních polí, byť se mohou jevit jako petrifikované, jsou předmětem každodenního vyjednávání zúčastněných aktérů: například co bude vnímáno jako umění a co jako brak, kdo bude hýčkáán jako umělec a kdo zatracován jako pisálek, není ani rigidní, ani nezávislé na aktuálním rozložení sil a zájmů v příslušném uměleckém poli a na jeho historii. Bourdieu při modelování obecné teorie jednání odmítá předpoklad o esenciální povaze věcí a přesunuje pozornost na vztahy mezi subjekty a objekty sociální hry, jak existují a jak jsou reprezentovány. V návaznosti na to vykresluje sociální realitu jako prostor diferencí („*existovat v prostoru znamená lišit se*“, Bourdieu 1998: 16). Pro analýzu logiky a dynamiky sociálního pole navrhuje rozsáhlé a sofistické instrumentarium: rozlišuje mezi pozicemi v poli, dispozicemi aktérů, způsoby zaujímání pozic, schémata vnímání a hodnocení; jednání vysvětluje pomocí konceptů habitů a *illusie*, vztahy mezi aktéry skrze odkaz na mechanismy distinkce a strukturní homologie (Bourdieu 1984, 1996, 1998). Vzhledem k rozsahu a povaze tohoto textu přistupuji k výrazné redukci z hlediska prezentace a explikace daného rámce a rekapituluji pouze základní poznámky, s jejichž znalostí v analýze počítám.

Model uměleckého pole Bourdieu zakládá na rozboru stavu literárního, výtvarného a divadelního pole ve Francii koncem 19. století (Bourdieu 1996); vzhledem k provázanosti s obecnou teorií jednání je nicméně aplikovatelný a metodologicky velmi užitečný i v souvislosti s pozorováním logiky a dynamiky současných kulturních polí. Bourdieu určuje dva základní póly prostoru, oblast čistého umění a oblast komerčního umění. Toto rozdělení vztahuje k předpokladu o dvou hlavních principech hierarchizace sociálního prostoru, které podmiňují jeho chiasmatické, překřížené rozvržení (stabilizovaný, přesto pohyblivý systém pozic a dispozic). Jsou jimi distribuce ekonomického kapitálu (primární princip) a distribuce kulturního kapitálu (sekundární princip). Platí, že

každé pole je vnitřně diferencováno „homologickou strukturou“ ekonomicky dominantního (dominant) a kulturně podřízeného (dominated) pólu a kulturně dominantního a ekonomicky podřízeného pólu. (Swartz 1997: 140)

V literárním poli je ekonomicky dominantním a kulturně podřízeným pól komerce, kulturně dominantním a ekonomicky podřízeným pól umění. Nejvýstižnějším příkladem umění v literárním poli je podle Bourdieu poezie. Z hlediska čtenářské kompetence a velikosti publika jsou to elitní, úzce profilované texty, nárokové si specifický, básníkovy ozvláštnění rozpoznávající a respektující způsob čtení (estetický mód prožívání, Ingarden 1967, srov. s Eco 2006; v terminologii Bourdieu je tento zcizující/dehumanizovaný postoj k literatuře charakteristický pro zónu legitimního vkusu, korespondující s kategoriemi kantovské estetiky, Bourdieu 1984). Odpouta-

nost od prociťovaně tĕkavého a nevĕrného ekonomického trhu se projevuje i v časovém horizontu: příprava umĕleckých textů si vyžaduje čas, nepodlĕhá vnĕjškovĕ stanoveným termínům; témata odrážejí mentální stav spisovatele spíš než módní vlny; širší uznání a ocenĕní je oĕekáváno minimálně, protože vnímáno jako efemérní, nepodstatné, s kvalitou textu nesouvisející, nerozumĕjící.

Pro oblast komerce je charakteristická obrácená logika: k dekódování textů není nutná zvláštní průprava (počítá se s praktickým, každodenním módem prožívání, Ingarden 1967; srov. s Eco 2006; v terminologii Bourdieuho konsonantní s „materialistickými“, „vulgárními“ kritérii populární vkusové zóny, Bourdieu 1984). Texty jsou principiálně široce přístupné, obecnĕ srozumitelné, ovšem časovĕ limitované: proces nahrazování aktuálně oblíbených je zde mnohem rychlejší a neúprosnĕjší. Bestsellery často zazáří, zhasnou a jsou zapomenuty, aniž by to komerční literární provoz významněji ovlivnilo. Příkladem komerce v literárním poli jsou podle Bourdieuho lidové romány nebo romány na pokračování, uveřejňované v novinách či časopisech (což souvisí s historickou situací, v níž umĕlecké pole analyzoval); jako klíčové reprezentanty současné komerční literatury lze vnímat romance, detektivky, thrillery aj. (populární / masovou / brakovou literaturu). Zdůrazňuji, že Bourdieu se slovy „umĕlecký“ a „komerční“ nepracuje nereflexivně: používá je jako deskriptivní, nikoli hodnotící označení.¹ V souladu s odmítnutím esencialismu a v intencích strukturního konstruktivismu (Fowler 1997, Swartz 1997) navíc připomíná, že udržování napĕtí mezi umĕním a komercí je pro literární pole podstatným, definitorickým prvkem, protože udržuje jeho vnitřní dynamiku a chrání jej před ustrnutím či jednorozměrností.

Pravidla komerčního či umĕleckého pólu literárního pole jsou často implicitní, ve formĕ *tacit knowledge*; rozpoznatelná a zpřítomněná jsou v jednání jednotlivých literárních hráčů – do výčtu aktérů literárního pole uvedeného výše mohou dále přidat třeba básníky, knižní ilustrátory, korektory, antikváře, literární teoretiky – a ve věcech, které tito hráči produkují (knihách, recenzích, studiích, ilustracích, rozhovorech, tedy v různých způsobech zaujímání pozic). Aĕkoli obšírnĕjší popisy jiných než nakladatelské pozice upozadují a zůstávají čtenářovu předporozumĕní literárnímu poli, opakují předpoklad, že vztahy mezi literárními hráči jsou pro dynamiku sociálního pole velmi podstatné.

Pozice knižního nakladatele patří ke kulturnĕ zprostředkovatelským. Její reprezentanti se musejí umĕt vyrovnat s požadavkem na funkční, přitom inovativní a neutlačivé zkombinování protikladných imperativů trhu a umĕní – třeba publikovat knihy, které budou nadšenĕ vychalovat literární kritici i čtenáři u knih relaxujících, jejichž oĕekávání a kritéria hodnocení / vkusové preference se mohou celkem podstatně rozcházet. Nebo: zatímco umĕlecký spisovatel si může dovolit postoj hladovĕjícího umĕlce, od umĕleckého nakladatele se oĕekává, že mezi zasnĕnými básníky a prozaiky dokáže najít ty, kteří píší skutečně skvěle (prokazuje a násobí tak svůj kulturní

¹ Způsoby hodnocení umĕleckých a komerčních textů ve společnosti Bourdieu zaznamenává, tato společenská zhodnocení nicménĕ nepřejímá nereflexivně, ale dále je analyzuje. Zkoumání umĕleckého pole je pro něj důležité primárnĕ pro možnost sledovat způsoby sociálního užití literárních textů, tedy například jak a proč jsou psány, produkovány, čteny, interpretovány, aludovány aj. Samotnými texty z hlediska literárního či estetického se zabývá minimálně.

a symbolický kapitál), ale i to, že spolupracovníkům (spisovatelům, redaktorům, překladatelům atd.) bude schopen zajistit za jejich práci výplatu, bez odůvodňování, že kvalitu jejich práce musí nejprve prověřit čas (tím nakladatel prokazuje schopnost akumulace ekonomického a znovu i symbolického kapitálu – ten, který se placení smluvených závazků vyhýbá, příliš dobrou pověst zřejmě nezíská). Knižní nakladatel tedy zprostředkovává literární komunikaci, zvýznamňuje preferovaná vkusová schémata vnímání a hodnocení, zajišťuje literaturu a přímo angažovaným hráčům společenskou legitimitu a ekonomickou stabilitu. Neměl by dlouhodoběji ignorovat ekonomický, kulturní ani symbolický rozměr svého konání. Bez ekonomického kapitálu dříve či později zkrachuje; bez kulturního kapitálu zůstane v úloze mechanického a okamžitě nahraditelného převaděče momentálních čtenářských nálad, které navíc mohou vyvanout dřív, než jsou ekonomicky zužitkovány. Bez symbolického kapitálu je bez šance promlouvat výrazněji do společenského diskurzu o literatuře, ovlivňovat srozumění, co je dobrá a co špatná kniha – právě to je přitom klíčová sázka v sociální hře o literaturu.²

Splní-li tento základní předpoklad nakladatelské pozice, umělečtí a komerční nakladatelé se v závislosti na svém habitu liší v důrazu, který nenutné akumulaci kulturního či ekonomického kapitálu přisuzují. Jak předznamenáno, v symbolickém řádu, v implicitních pravidlech uměleckého pólu literárního pole je zakódováno, že oceňovanou vlastností je důkladná příprava rukopisu, nikoli jeho nadšené zprostředkování čtenáři. U komerčního pólu je to naopak. To *neznamená*, že komerční texty jsou redakčně odbyté a že nakladatelé uměleckých textů se před čtenáři ukrývají. Nekoresponduje to však s uznanými pravidly obou pólů; jiní literární hráči (čtenáři, recenzenti, knihkupci) takové jednání neočekávají, nehodnotí jako žádoucí, dost možná je i přehlížejí jako podivnou, ale naštěstí neškodnou libůstku. Zajímavé je taky jiné hodnocení týchž praktik ve vztahu nakladatelů ke spisovatelům a čtenářům: například co je ze strany uměleckých hráčů vnímáno jako svoboda, překládají hráči komerční jako nezájem a aroganci; co komerční hráči hodnotí jako vstřícnou nápovědu dezorientovanému čtenáři, hráči umělečtí odsuzují jako dusivé opatrovnickví. Bourdieu dále rozlišuje jednání konzervativní a progresivní, a to opět bez hodnotícího příznaku – jde o to, zda si hráč pravidla prostředí, v němž se primárně pohybuje, osvojuje a podílí se na jejich symbolické reprodukci, nebo se pokouší o jejich transformaci. Podstatné v obou případech jsou motivace, zamýšlené cíle, uskutečněné změny.

² K vyrovnání nároků kulturního, symbolického a ekonomického trhu Bourdieu píše, že nakladatel literární text *znesvěcuje* tím, že jej činí obchodovatelným (volbou slov navazuje na opozici posvátného a profánního v Durkheimově sociologii náboženství [Durkheim 2002]; píše, že nabídnutím knihy distributorům a knihkupcům nakladatel činí z textu „posvátného“, protože vzácného, jen iniciovaným přístupného a srozumitelného, věc „profánní“, protože ordinérní, každodenní, snadno dostupnou – minimálně materiálně). Toto dílčí zneužití díla je nicméně nutným předpokladem pro otevření možnosti získat společenské uznání a umístit text do patřičné literární řady. Jakou míru obchodního „zneužití“ díla je nakladatel ochoten nést, je individuální. Asi málokdo se rozhodne své publikace na knižní trh vůbec neumístit a třeba je volně rozdávat – musel by buď mít druhé, rentabilní zaměstnání, nebo mecenáše. Ale například z hlediska zajišťování propagace už se konkrétní zaujímané pozice, jejich motivovanost a ospravedlňování se velmi liší.

Uzavírám expozici teoreticko-metodologického rámce a uvádím základní údaje k designu studie, jejímž dílčím segmentem předkládaný text je. Výzkum koncipuji jako kvalitativní, jako sondu do fragmentárně prozkoumaného terénu, do běžného pracovního prostředí knižních nakladatelů.³ Neaspiruji na reprezentativní šrafování pole, jde mi o zachycení rozmanitých přístupů k nakladatelskému řemeslu, úkolů, povinností, privilegií, kterými toto povolání své reprezentanty zavazuje, oborově slučuje a vnitřně diferencuje (srov. s Szczepanik a kol. 2015). Akcentuji primárně diskurzivní vymezování prostoru, reflexi běžných strategií a praxí v současném českém literárním poli dominantních a marginalizovaných, jak ji nakladatelé jako významní účastníci a mediátoři literární hry poskytují. S produkty jednání, o nichž nakladatelé mluví, jejich výpovědi částečně konfrontuji, zaznamenání přímých zkušeností pro mne nicméně při návrhu výzkumu bylo podstatnější než systematické porovnávání s materializovanými výsledky práce. Zatímco jisté, byť omezené informace o české knižní produkci pravidelně zachycují reporty Svazu českých knihkupců a nakladatelů, referování o běžných aspektech práce v kulturních profesích je i ve srovnání s tím minimální. V této studii se tak dostávám do trochu hraniční pozice, kdy diskutuji *materiální* aspekty knihy skrze to, jak o nich nakladatelé *mluví* – nicméně právě o diskuzi propojující až nerozlišující věcné a hodnotové aspekty knižní kultury mi šlo (srov. s Franssen 2015, Franssen – Velthuis 2014).

Do výzkumu jsem zahrнула nakladatelství publikující českou a/nebo zahraniční beletrii, umělecká a/nebo komerční, malá, střední i velká. Postupovala jsem v intencích účelového výběru (jak psáno, klíčová byla rozmanitost vzorku, nikoli reprezentativnost, srov. s Ezzy 2002). Vycházela jsem z databázi České národní knihovny (<http://aleph.nkp.cz>), pracovala jsem sází NAK, která eviduje registrované nakladatele včetně uvedení jejich žánrové profílace, a sází ČNB, která umožňuje prohlédnout si kompletní záznamy o publikační činnosti nakladatelství.

Klíčovou technikou sběru dat byly polostrukturované rozhovory s 24 nakladatelskými profesionály. Kde to bylo možné, obracela jsem se na nejvyššího reprezentanta nakladatelství; prosila jsem o případné postoupení žádosti jinému ze zaměstnanců nakladatelství, redaktorovi či pracovníkovi propagace, nemá-li sám zájem, ale nevadí-li mu zahrnutí nakladatelství do výzkumu. Uvádím abecedně setříděný seznam nakladatelství: Akropolis, Argo, Brána, Domino, Druhé město, dybbuk, Host, Garamond, Ikar (součást Euromedia Group), Kniha Zlín, Knižní klub (součást Euromedia Group), Metafora, Mladá fronta, Moba, Odeon (součást Euromedia Group), Paseka, Plus (součást Albatros Media), Práh, Prostor (Eroika), Torst, Triáda, Triton, Vyšehrad, XYZ (součást Albatros Media). Krom rozhovorů jsem pracovala s dostupnými zpravodajskými a publicistickými články, jež se vztahovaly k tématům českému knižnímu trhu, nakladatelské práce či jednotlivým nakladatelstvím. Do výzkumného korpusu jsem zahrнула poznámky týkající se produkce vybraných nakladatelství, jejich prezentace na webu, sociálních sítích, v knihkupectvích či festivalech.

³ Tématu českých nakladatelství se věnují Jaroslav Císař, Jan Halada, Michal Jareš, Vladimír Pistorius, Jiřina Šmejkalová, Aleš Zach. K dispozici jsou studie mapující různé časové fáze knižního trhu a nakladatelského řemesla, práce zaznamenávající ediční skladbu publikovaných titulů, příručky a učebnice shrnující základní funkce a fáze nakladatelské práce.

3. Dokreslování modelu: knihy v pevných deskách, měkkých deskách, elektronickém formátu a pravidla uměleckého a komerčního pólu literárního pole

Postoje knižních nakladatelů vůči tématu materiálních a literárních aspektů knih, respektive přímo k druhům knižních vazeb, Bourdieu explicitně nezaznamenává. Přestože doporučuje do sociologických analýz zahrnout zkoumání subjektů, objektů a vazeb mezi nimi, sám se nejdůkladněji soustředí na interpretaci symbolických procesů v poli, méně podrobné popisy a kontextově věcné výčty probádaného prostředí.⁴ Na základě charakteristik literárnímu poli přisuzovaných je ale možné jeho modelování domýšlet a takto konstruované úvahy empiricky prověřovat. Důležitá v tomto procesu dokreslování jsou popsána pravidla uměleckého, respektive komerčního pólu literárního pole, dále zpřítomnění myšlenky konzervativní a progresivní povahy sociálních strategií; dále zohlednění funkce pozice knižního nakladatele. Jednotlivé body proberu postupně a posléze je integruji v diskuzi o nakladatelských postojích vůči knihám v tvrdých a měkkých deskách či v elektronické podobě.⁵

Za prvé: lze předpokládat, že hráčům uměleckého pólu je v posuzování literatury (knih) blízké hledisko označené výše jako internalistické: interpretačně podstatný je především text jako autonomní estetický objekt, důležité málo či zcela nepodstatné jsou vnější okolnosti jeho vzniku, distribuce, recepce. Paralelně lze předpokládat, že hráčům komerčního pólu je v posuzování literatury (knih) blízké hledisko označené jako externalistické: význam textu pro interpretaci se nevyklučuje, nezanedbatelné a místy zásadnější jsou však souvislosti, v nichž je umístován: například kdo jej napsal (spisovatelova historie, popularita, rychlost psaní), kdo jej smí číst (čtenářská gramotnost, interpretační subtilnost, historie), kdo a jak jej zpřístupňuje (nakladatel, knihkupec, antikvář, archivář, knihovník, prestiž jejich profese i konkrétních lidí), kdo a jak jej doporučuje (literární kritik, divadelní herec, oblíbená kadeřnice, relevance přisuzovaná jejich soudů znovu podle profesní a individuální důvěryhodnosti). Na základě těchto úvah získávám první závěr k ověření: aktéři uměleckého pólu literárního pole jsou *indiferentní* vůči otázce knižní vazby. Ta totiž zprostředkovává text, není samostatným objektem zájmu. Dále: aktérům komerčního pólu literárního pole na podobě, tedy i vazbě knihy záleží. Protože v intencích přijatého modelu posuzuji relačně, nikoli absolutně, to, zda to znamená preferenci knih v pevných či měkkých deskách, v elektronické či audiální verzi, je třeba prosvětlit ve vztahu ke konkrétnímu literárnímu poli. Naneštěstí se tím spor nevyjasňuje zcela: na jednu stranu je tu přežívající přesvědčení, že komerční literatura patří do paperbacku (srov. s Janáček 2004). Na druhou stranu, v souladu se zažitými praxemi knižní kultury, lze vyvozovat, že hráči – nakladatelé, čtenáři – českého komerčního pólu literárního pole preferují knihy

⁴ Za takové rozvržení úkolů sociologa bývá občas kritizován, srov. s Latourovým (2006) odmítnutím „kritické sociologie“ a vymezením „teorie sítí aktérů“ (actor-network theory).

⁵ Přesněji je možné zaznamenat základní rozdíly ve zpracování knihy jako objektu takto: může být v pevné či měkké vazbě, přičemž vazba může být lepená či šitá, poloplátěná, papírová či laminovaná, vybavena jednou či několika barevnými lacetkami, záložkami. Pro účely analýzy budu nicméně používat banálnější, zato zkušenostně běžně zaznamenané rozdělení na knihy v pevných deskách, měkkých deskách, elektronickém formátu.

v pevných deskách (srov. s Pistorius a kol. 2015). Zůstávám tedy u konstatování, že v rámci komerčního pólu jsou vnější faktory spjaté s knihou, včetně materiální podoby, posuzovány jako velmi podstatné. Zkonkrétnění poskytne analýza.

Druhý bod je precizováním prvního. Lze předpokládat, že přístup konzervativních hráčů uměleckého, respektive komerčního pólu literárního pole do značné míry odpovídá typům popsaným výše: umělecky konzervativní aktér je k faktorům textu vnějškovým, tedy i knižní vazbě, indiferentní. Komerčně konzervativní aktér je zvýznamňuje, těší se z nich, rozšiřují mu bezpečný prostor k promlouvání o knihách. Progresivní hráči uměleckého, respektive komerčního pólu literárního pole se tyto strategie pokoušejí nějak různosměrně narušit: umělecky progresivní aktér může požadovat zlepšení péče o formální úpravu knihy (jsa třeba sám knižním grafikem) či prosazovat knihy v paperbacku (jsa třeba literárním těшитelem: měkká vazba je výrobně levnější a kvalitní literatura tak bude snadněji šířitelná a přístupná); komerčně progresivní aktér může plédovat za zintenzivnění pozornosti věnované textu (jsa třeba volnočasovým korektorem) nebo požadovat patřičné inovace zaběhnutých výrobních postupů (jsa třeba fanouškem sci-fi a zároveň příznivcem naivní formy technologického determinismu). Navrhnuté možnosti nejsou striktně závazné, synonymní a předznačující strategie reálně zaujímané; jde o modelový, jen náповědný výčet. Varianty postojů dosud vyjmenované jsou principiálně platné i pro jiné literární hráče, kdy jsou dál konfrontovány s funkcemi konkrétních pozic a individuálními habitusy.

Za třetí: lze předpokládat, že sociální aktér v pozici knižního nakladatele bude srovnávat výhody a nevýhody formální úpravy knih z hlediska kulturního a ekonomického kapitálu. Z hlediska kulturního kapitálu v *objektivní*⁶ formě (Bourdieu 1986) lze navrhnout, že nakladatel si je – nehledě na osobní preferenci – vědom předpokladu, že kniha v pevných deskách je častěji asociována s literárními kvalitami, lepším čtenářským zážitkem. Důležité rovněž je, zda jsou v rámci společnosti, v níž nakladatel působí, knihy běžně hodnoceny jako kulturní objekty, či spotřební artefakty. Výhody a nevýhody posuzovány skrze ekonomický kapitál: pro nakladatele může být orientující cena licencí pro různé formáty knihy, očekávaná prodejnost a zcizitelnost knihy v různých formátech (třetí bod významný v souvislosti s e-knihami; při poměrování možných prodejních úspěchů knih v pevné vs. měkké vazbě nakladatel zvažuje, zda se mu investované peníze vrátí spíše při nižší ceně, vyšším nákladu a očekávané vyšší prodejnosti – kniha v paperbacku, či vyšší ceně a očekávané nižší prodejnosti – kniha v tvrdých deskách; k tomu výborné ilustrativní příklady viz Pistorius 2003). Ukončuji dokreslování modelu a komentuji: možná se zdá polopatistickým, zatěžujícím, nicméně interpretaci by měl spíše podepřít než utlouci. Dovoluje totiž vidět absence, nerealizované možnosti a pomoci tak vybalancovat, prohloubit porozumění, odsunout bariéru zažitých samozřejmostí.

⁶ Jde o vazbu sociálním jednáním – používáním knih vytvořenou, nikoli objektivní determinovanost.

4. Analýza: dominantní logika současného českého literárního pole, paperbacky a hardcovery

Komerční a umělecký pól literárního pole, různé strategie a praxe jeho hráčů, implicitní pravidla, pokusy o jejich udržování či reformulace Bourdieu popisuje v momentu historického ustavování pole, v procesu jeho autonomizace a legitimizace vůči jiným sociálním polím. Při pokusu přesunout a aplikovat je na stav literárních polí na sklonku 20. století Bourdieu zapisuje: pravidla dominantní v komerčním pólu pohlcují a nahrazují ta, jež jsou respektována v rámci pólu uměleckého. Hypoteticky je možné změnu interpretovat paralelně k diskurzivnímu zlomu mezi kulturním snobismem a kulturním všežravectvím jako obohacující, i když někdy zkratkovitě prolnutí dvou dříve oddělených systémů pravidel (srov. s Peterson 1996, Šafr 2008). Podle Bourdieuho nejde o smíření, ale pravděpodobněji o kolonizaci usilující o potlačení jednoho způsobu myšlení a hodnocení a jeho vytěsnění druhým. Zaznamenaná tendence přitom nezasahuje výhradně umělecká pole. Souvisí s vnitřními rozpory a ambivalence-mi modernity, jež se manifestují ve všech sférách společenského žití (Bourdieuho poznámky lze v tomto ohledu dobře komparovat třeba s Habermasovými úvahami o vztahu instrumentální a komunikativní racionality či Weberovou diagnózou odkouzlování modernity, viz např. Keller 2005, nebo s Giddensovou koncepcí reflexivní modernity, budující nové mechanismy udržování ontologického bezpečí, Giddens 2003). Významný v této souvislosti je postulát, že literární pole celosvětově se stále těsněji přibližují k jiným oblastem kulturního průmyslu (Flew 2013, Hesmondhalgh 2007, Wirtén 2009, Thompson 2010).

Kritické posouzení změny rovnováhy mezi pravidly uměleckého a komerčního pólu literárního pole a jejích důsledků pro relativní autonomii daného sociálního prostoru zatím odkládám stranou; vrátím se k němu v závěrečné diskuzi. Nyní ji jako deskriptivní konstatování přibližuji k nakladatelským výpovědím o povaze současného českého literárního pole. Na tomto základě symptomy paralelní avizovanému přepsání potvrzuji. Nakladatelé z obou stran literárního pole hovoří o marginalizaci gentlemanství jako principu jednání v literárním poli, o konci pohodlné ledabylosti i o bohémské rozevlátosti při promýšlení edičního plánu, o rozdělení a kontrole úkolů spojených s dílčími fázemi přípravy knih, při jednání s jinými literárními hráči (především literárními agenty a knižními distributory). Zmiňují zesílení tlaku na výkon, efektivitu a měřitelný zisk; častěji zdůrazňují koncepci nakladatelství jako fungující firmy, jednotky obchodu, další potenciální funkce (garant kulturních hodnot, podněcovatel veřejné diskuze) odsouvají, problematizují či odmítají.

Z hlediska úpravy běžných nakladatelských strategií a praxí, které se týkají obsahových a tematických preferencí publikovaných knih, jsou v současnosti dominantní pravidla pole implikována a zpětně reprodukována třeba častějším rozpouštěním edičních profilů (knihy jsou takto svébytně individualizovány, kontextualizující literární řady jsou vnímány jako neusledovatelné, irelevantní, nevypovídající), častějším přijímáním komerčních textů, zvláště těch korespondujících a vytěžujících sezónní literární módy, pokusy o jejich kulturní rekódování (detektivky jako novodobý sociální román; erotické texty jako doklad ženské emancipace; young adult jako signál nového zpřítomňování fantazie), zdůrazňováním novinkovosti a popularity jako svébytných a přesvědčivých kvalit textu (což souvisí s prvním bodem: individualizací

knih, vyvazováním z dřívějších souvislostí, bez významnější rekontextualizace). Z hlediska modifikace běžných nakladatelských strategií a praxí vůči formální úpravě publikovaných knih totéž znamená zintenzivnění pozornosti, kterou nakladatelé těmto dřív zanedbávanějším aspektům knih přisuzují, a související zvýšení investovaných financí. Efekt je dvojitý: zlepšení kvality knih, a větší rozmanitost formátů, v nichž jsou k dispozici. Volí se kvalitnější vázání knih (ani paperbacky už nejsou výhradně lepené, což prodlužuje jejich životnost a zlepšuje jejich pověst), tiskne se na lepší papír, volba písma je promyšlena a diskutována, obálky jsou sofistikovanější, méně prvoplánové, přitom ne nutně intelektualizované. Současně začíná být standardní, že očekávaná kniha je k dispozici v pevné i měkké vazbě, jako elektronická kniha i audioknha.

Platí, že v čím ostřeji konkurenčním prostředí je nakladatelství situováno, tím výrazněji se v jeho praxích a strategiích tyto vlivy manifestují. Přes rozdíly ve vlivu na strategie různých nakladatelství v Česku lze říci, že jmenované tendence působí dlouhodobě a celoplošně (srov. s Hesmondhalgh 2007). Proberu nyní konkrétněji nakladatelské srovnávání knih v měkkých a tvrdých deskách a posléze usouvztahnění obou vůči elektronickým knihám. Ty průběžně konfrontuji s předpoklady modelu zkonstruovaného výše a nabídnu vysvětlení pro zaznamenané podobnosti a rozdíly.

Ačkoli poměr měkkých a pevných vazeb se systematicky nesleduje, předpokládá se dominance knih v pevné vazbě (Pistorius a kol 2015).⁷ Nakladatelé ji šířeji potvrzují: v souvislosti s paperbacky upozorňují na absentující paperbackovou kulturu, situace se podle nich „postupně mění“, knihy v měkkých deskách „se začínají víc prosazovat“, nakladatelé „zkoušejí“ úspěšné knihy publikovat i v měkké vazbě, čtenáři „si zvykají“. Robert Krumphanzl, vedoucí redaktor nakladatelství Triáda, jež se soustředí na vydávání knih náročných přípravou (sebrané spisy, komentované výbo-ry), k oblibě měkké nebo tvrdé knižní vazby říká:

Nemám zvláštní preferenci. Připadá mi, že je důležitější, jestli je kniha dobře udělaná, třeba že když ji otevřete, zůstane otevřená, když ji máte v ruce, neměla byste s ní bojovat. To je myslím důležitější než to, jestli je brožovaná nebo vázaná, jestli se prostě dobře používá. Když s ní člověk pracuje, má radši vázanou, do tramvaje si zase vezmu radši brožovanou.

Srovnání s modelem: Krumphanzl z významňuje primárně souvislost mezi účelem, pro který čte, a vazbou knihy, z níž čte; nikoli mezi vazbou knihy a povahou textu v ní obsaženém. Odpovídá to celkem dobře čtenářským/interpretačním praxím, které platí v uměleckém pólu literárního pole, hledisku literárního interna-

⁷ Autoři vysvětlují: „Představu o poměru měkkých a pevných vazeb (často se o nich nepřesně mluví jako o brožurách a knihách vázaných) si můžeme udělat vyhodnocením záznamů databáze Ceskeknihy.cz. U knih, které vyšly v roce 2014, je poměr měkkých a pevných vazeb 141 : 100 (v roce 2013 to bylo 145 : 100, roku 2012 poměr činil 136 : 100). Databáze Ceskeknihy.cz ovšem obsahuje pouze záznamy o 37 % celkové titulové produkce papírových knih v roce 2014 a není vyloučeno, že uvedený poměr může být poznamenán nějakou systematickou chybou spočívající v absenci či slabém zastoupení určitého segmentu knižního trhu. Údaje se týkají pouze pevných a měkkých vazeb a nezohledňují další typy vazeb (kroužkové, volné listy, leporela atd.).“ (Pistorius a kol. 2015: 6)

lismu, kdy je za podstatný považován text a vnějškové aspekty jsou buď ignorovány, nebo instrumentálně podřízeny, neměly by dekodování významu textu znemožňovat či rušit. Jiní, podobně situovaní nakladatelé (z Akropole, dybbuku, Prostoru či Garamondu) vedle zdůraznění funkčnosti připomínali, že by bylo zvláště nespravedlivé věnovat se důkladně obsahovému zpracování rukopisu (překlady, korektury, rejstříky) a formální část odbýt (typografie, přebal, vazba). To není v rozporu s napsaným, tedy že vnější aspekty by neměly ztěžovat čtení. Rozhodnutí nechat knihu vyrobit v brožované vazbě, nikoli v pevných deskách, není vnímáno jako znehodnocení textu, rezignace, nedbalost; někdy naopak může být důležité pro jeho zpřístupnění, viz úvahy o cenách různých knižních vazeb a ekonomické stabilitě různě velkých nakladatelství. Dokud nejde o špatně slepený exemplář (a lepené jsou i některé hardcovery), čtení nekomplikuje a text významově neškátluje.

Druhý příklad. Petr Tychtl, programový ředitel XYZ,⁸ které je součástí nakladatelského koncernu Albatros Media a publikuje především komerční literaturu (například *Padesát odstínů šedi*, *Deník Bridget Jonesové*), komentuje současné naladění vůči různým knižním vazbám takto:

Spousta kolegů říká, že se pozice vyrovnávají, já ten pocit ještě úplně nemám. Tradice a vztah k pevné vazbě jsou zafixované. Já jsem zažil x-krát, když se dívám v knihkupectvích, že spousta lidí nejenom že chce vázanou knihu, ale že si z toho komínu vezmou čtvrtou odspodu, protože nebude pomazaná, nebude mít ohnuté listy a tak dál. Lidí mají knihu jako artefakt, rádi si ji zakládají, dívají se na ni, mají ji jako součást interiéru, pracují s ní. Na rozdíl od mnoha větších trhů je tady podvědomé dělení, že vázaná kniha je jako by něco cennějšího, dlouhodobějšího a zajímavějšího. Paperback... a tak vlastně paperback vzniknul, je to čtivo, přečíst a odhodit. Inklinace k vázaným knihám je jednoznačná, myslím si, že kdybych to na trhu měřil, je to tak 70 ku 30. Neznám nakladatele, který by si dovilil opravdu velkou knížku, s velkou investicí, velký projekt, realizovat v paperbacku. Tady je to jasné, za svoje peníze si chci užít hezkou knížku s pevnou vazbou, ideálně s hezkým přebalem, nejdřív se s ní pomazlíte, potom si ji přečtete, jsou lidé, kteří si kupují knížku dvakrát, jednu si zakládají a druhou čtou... Spousta nakladatelů se snaží účelově trh někam tlačit, protože je to jednodušší, je to levnější, snižují se tím náklady, ale zatím to tak není, zatím jednoznačně vede vázaná.

Srovnání s modelem: Tychtl potvrzuje, že materiální podoba knihy pro její znamenání, zhodnocení, čtení podstatná je (hledisko komerčního hráče). Důležitá je celková kvalita provedení knihy – paperback, byť s úžasnou obálkou, nestačí.

Je zajímavé, že argument cenou (knihy v měkké vazbě jsou levnější) nepřebíjí

⁸ Petr Tychtl je zakladatelem nakladatelství XYZ; po jeho akvizici skupinou Albatros Media a v čase uskutečnění rozhovoru (duben 2014) působil na pozici jeho programového ředitele, v čase psaní článku (únor 2016) již ne (<http://www.albatrosmedia.cz/kontredak.html>). Hodnotu jeho výpovědi to neoslabuje; přesto pro přesnost doplňuji.

argument tradicí (knihy v pevných deskách implikují kulturní hodnotu). Na totéž poukazovali i jiní nakladatelé, publikující ženskou, erotickou, krimi, detektivkářskou či young adult literaturu (z Domina, Knižního klubu, Moby). Hodnotili to jako zvláštní rozpor: na jednu stranu mají mnohokrát odzkoušeno, že jejich čtenáři na cenu, případně slevové akce, reagují velmi citlivě, na druhou stranu čtenáři nechťejí úplně rezignovat na požadavek, že kniha je kulturní artefakt, nikoli cosi blízkého časopisu, a že zásadní je kvalita materiálního objektu (krásná kniha v pevných deskách), nikoli kvantita (více knih v měkké vazbě; srov. se závěry Franssena a Velthuisse, kteří píšou: „*morální ekonomie trhu s knihami je založena v materialitě*“).⁹ Zdá se tak, že vztah mezi ekonomickou a kulturní hodnotou není pro komerční čtenáře úplně jednoznačný. Nakladatelé to zpravidla překládají do spoléhání na konzervativní, zautomatizované a přijaté strategie, cítíce, že mají velmi málo manévrovacího prostoru: risk je vysoký, návratnost pomalá. Rozdíl v (ekonomické) ceně knihy, potřebný pro čtenářské připuštění knih v podobě, na niž nejsou zvyklí, by zřejmě musel být markantnější než dosud, to ovšem při současném rozložení nákladů není snadno uskutečnitelné.

Další doprovodné komentáře: zajímavá je poznámka o knihách jako součásti interiéru, bytové dekoraci:¹⁰ naznačuje, že logika komerčního pólu literárního pole může způsobovat kritizované zvěcnění a komodifikaci (kniha jako spotřební zboží), ale může působit i opačně a uchovávat představu o knize jako významném kulturním artefaktu (krásné knihy vystavené na policích a stolcích). Dále: jak připomínali ko-

⁹ Morální ekonomie je koncept, jenž do mediálně-odborného diskurzu zavedl Roger Silverstone (Silverstone a kol. 1992) a podle Macka označuje „onu ‚alternativní‘ logiku ekonomie domácnosti, jež se rodí v interakci mezi ‚vnitřním‘ prostorem soukromým a ‚vnějším‘ prostorem veřejným (ekonomickým, kulturním, politickým) a jež vyrůstá z domácích vyjednávání rozumnosti a přiměřenosti konkrétních praxí“ (Macek 2015: 81). Zjednodušeně řečeno, pravidla morální ekonomie předkreslují, které mediální produkty se potenciálním recipientům zdají adekvátní (rozumné, přiměřené) v poměru ceny a očekávané kvality.

Franssen a Velthuis (2014) zkoumali determinanty cen knih na nizozemském knižním trhu za poslední tři dekády. S odkazem na výsledky regresní analýzy dat a na rozhovory s nakladatelskými pracovníky píšou, že ačkoli náklady na tisk a svázání knih nejsou v porovnání s náklady celkovými (zakoupení licence, překlad, redakční příprava aj.) tak vysoké, jsou nejdůležitější v okamžiku rozhodování o ceně knihy. Za knihy ve větším formátu, v pevné vazbě, větším počtem stran jsou čtenáři ochotni zaplatit víc, protože jim to připadá férové – lze domýšlet, že potvrzení literárních kvalit knihy (zmínka u udělené literární ceně, pochvalné zmínky z recenzí) jsou v čtenářsko-kupeckém rozhodování sekundární. S tím nakladatelé v propočtech pracují: mohou vybírat silnější papír, volnější font, upravovat velikost písma a řádkování atp. Mentální limity, co je pro čtenáře navzdory krásnému provedení nepřijatelná cena, ovšem existují.

Výsledky jejich analýzy neprezentují jako automaticky převoditelné do českého prostředí. Inspirační však rozhodně jsou – viz dále poznámky o rozporech v čtenářském chování, jak je vnímají čeští nakladatelé.

¹⁰ V této souvislosti je zajímavý příběh „domestikace“ knih, jejich začleňování do architektonického prostoru domů v USA začátkem 20. století, jak jej zachycuje Ted Striphas v knize *Late Age of Print* (2011: 28). Podle něj nezanedbatelnou roli v tomto procesu sehráli i knižní nakladatelé, kteří doufali ve zvýšení prodeje knih v momentu, kdy je budou mít běžní čtenáři kam ukládat. Tyto poznámky pochopitelně nejsou přímo převoditelné do českého prostředí, interpretačně ale otevírají často předsudečně uzavřenou diskusi o knihách jako součásti interiéru.

merční nakladatelé, roli diferenciačních prvků mohou hrát žánr knihy či věk čtenáře. Oboje vyjadřuje jiné zkušenosti s knihami a jiná očekávání: například knihy young adult se zpravidla vydávají ve flexovazbě, což je svého druhu kříženec mezi paperbackem a pevnými deskami. Naproti tomu náruživí detektivkáři jako mohou mít blíž ke kompletování knižních sérií v knihovničkách a touze mít je v reprezentativním vydání (v pevných deskách). A tak dál.

Celkově se zdá, že publikování knih v paperbacku v komerčním i uměleckém pólu literárního pole lze vnímat jako progresivní nakladatelskou strategii, lavírující mezi reifikací a demokratizací knih. Jak nakladatelé připomínají, v Česku je výrazně menší variabilita formátů a cen knih než na trhu angloamerickém, který rozlišuje paperback a mass-market paperback a kde dříve dokonce tentýž text v jiné vazbě vycházel v jiných nakladatelstvích (srov. s Thompson 2010). Cenové rozdíly mezi těmiž knihami v různých formátech jsou v jeho rámci několikanásobné, což v Česku, kde je potenciální čtenářská obec nesrovnatelně menší, není realizovatelné ani logické. Nakladatelé z obou pólů literárního pole rovněž upozorňují, že tu není zcela zavedená praxe časově odstupňovaného vydání knihy v pevné a měkké vazbě; čtenáři na ni nejsou zvyklí, proces jejího etablování by zřejmě vyžadoval trpělivost, s diskutabilními vyhlídkami na úspěch. U překladových knih je i problém související s autorskými právy: je-li standardní doba jejich trvání tři až pět let (pak musejí být prodloužena, nebo nakladatel nesmí vytištěné knihy nadále prodávat ve standardních knihkupectvích) a kniha se k vydání připravuje zhruba rok, málokterý nakladatel je motivován k tomu, aby další rok čekal s publikování paperbacku (srov. s Asai 2015).

5. Analýza: elektronické knihy

Globální trh s elektronickými knihami začal významněji růst a profilovat se v roce 2010, s představením čteček založených na technologii e-inku, který minimalizoval dřívější nevýhody (v případě čtení textů na počítači či notebooku horší přenositelnost; v případě čtení na tabletech či smartphonech „blikající“ displej).

E-knihy mohou být z hlediska knižního nakladatele, jeho pozice a funkce v literárním poli užitečné, a to jako další formát, v němž lze zhodnotit/zpeněžit práci odvedenou na přípravě rukopisu i jako nástroj rozšíření dosavadní čtenářské obce. Jak nakladatelé poznamenávají, e-knihy nejenže zásadně nenarušují prodeje knih tištěných,¹¹ ale mohou přivádět do literární hry i ty, kteří z důvodů časových, materiálních či zálibných na čtení rezignovali (srov. s Phillips 2014).

¹¹ Různé verze textu se mohou vzájemně podporovat (někteří zákazníci si kupují knihu ve vícero verzích, což je strategie podobná obklopování se merchandisingovými předměty k oblíbené knize, filmu, seriálu aj. Podle komentářů ze zahraničních knižních trhů i zde platí, že e-knihy mohou prodejům knih tištěných více pomáhat než škodit. Pochopitelně to není všeobecně platné a naprosto spolehlivé pravidlo, záleží na typu knihy (jejím žánru, míře korespondence s aktuálními literárními módy, charakteristikách cílového čtenářského publika aj.) Přesto nahrává nadějným očekáváním do budoucna: možná naznačuje zpětné překlápění strategie knihkupeckého showroomingu. Internet by pak mohl fungovat jako zdroj informací o knize (zjištění její existence, sondování kritického ohlasu, cenového rozpětí, tematicky a žánrově podobných knih aj.); takto poučený čtenář by pak zamířil do

E-knihy mohou být pro nakladatele i nebezpečné: jsou snadněji zcizitelné (riziko mizejícího zisku; ilegální stahování a kopírování knih ovšem není jediným a usuzují, že ani dominantním faktorem, který ovlivňuje současné nastavení vzájemného vztahu). E-knihy mohou být prostředkem dalšího zostřování vztahů s jinými hráči literárního pole. Vyjednávací pozice knižních distributorů se prostřednictvím fenoménu e-knih může zlepšovat, neboť jsou to zpravidla oni, nikoli nakladatelé, kdo investuje do vývoje hardwaru i softwaru čteček; v případě sporu s nakladatelem mohou jeho knihy znepřístupnit.¹²

Významnou změnu mohou e-knihy znamenat i pro vztah nakladatele a spisovatele, neboť druhý zmiňovaný nyní může umísťovat své texty na internet, sám si je tisknout díky rozvoji Print on Demand.¹³ Ti, kdo v této souvislosti píšou o emancipaci *skutečných* tvůrců (prozaiků, básníků, ilustrátorů aj., srov. s Gomez 2007; Piorecký 2014), ovšem upozadují, že vztah spisovatele a nakladatele nemusí být založen výhradně utilitárně, fungovat v intencích instrumentální, ale i komunikativní racionality (srov. s Keller 2005). Ačkoli se formy dohodnuté spolupráce liší, nakladatel (potažmo konkrétní editor či nakladatelský redaktor) může pro spisovatele být výjimečným spoluhráčem, který průběžně čte, oponuje, podněcuje jeho textové fragmenty – podobně jako spisovateli mu záleží i na procesu psaní, nikoli jen výsledcích, což není samozřejmá a lehce nahraditelná služba. Podstatnou funkcí nakladatele jako mediátora je taky udržování kontaktních sítí v literárním poli a obstarávání záležitosti provozních, administrativních, obchodních.¹⁴

Nakladatelé, s nimiž jsem mluvila, jsou vůči e-knihám až na výjimky opatrní. Upozorňují na specifika českého knižního trhu a čtenářské kultury, která svižnějšímu

kamenného knihkupectví prolístat a ohmatat si knihu. Obrácení předpokládá, že je pro kupujícího bezprostřední zkušenost s knihou a příjemné prostředí knihkupectví významnější než cena knihy a pohodlnost kombinovaná při jejím získávání s rychlostí. Připomenou-li klíčové faktory rozhodování o koupi knihy, je to model nepříliš pravděpodobný. Na druhou stranu, podaří-li se knihkupcům zužitkovat současný trend zážitkového nakupování, nemusela by to být možnost předem zatratitelná.

¹² Srov. např. s poznámkou o zlatých klecích, Vlček 2015, a se vzdáleným, nikoli však pro Česko irrelevantním sporem mezi Amazonem a Hachette, Gessen 2014.

¹³ Print-on-Demand umožňuje přizpůsobit tisk textů a knih momentální poptávce (Gallagher 2014). Spisovateli to dovoluje přeskočit zprostředkující článek – nakladatele a přípravu i produkci knihy si zajistit bez přizpůsobování se poznámkám nakladatelských redaktorů, typografů aj. Pro nakladatele Print-on-Demand může minimalizovat nejistotu při odhadování nákladu, v němž bude kniha vyrobena (vyšší náklad snižuje cenu, ovšem při opakovaném nadhodnocení nákladu publikovaných knih a knihkupeckých vratkách se tato výhoda může převrátit v nevýhodu, protože nakladatel je pak nucen knihy prodat s výraznou slevou nebo platit za jejich uskladnění). Hypoteticky může Print-on-Demand ulehčit distribuci knih (stroje typu Espresso Book Machines, které knihu vytisknou a sváží přímo v knihkupectví). Firmy specializované na Print-on-Demand nejsou nakladateli, s nimiž jsem v rámci výzkumu hovořila, brány vážně, spíše jako amatérské dílny psavců než jako konkurenti, kteří mají sílu odlákat jim kmenové spisovatele. Stroje vytisknuvší a svázavší knihu v knihkupectví jsou velmi drahé, tedy v Česku nepřítomné, a i na velkých knižních trzích jsou spíše experimentální alternativou pro specializované typy knih.

¹⁴ Spisovatelé samonakladatelé, zkoušející přesvědčit knihkupce, aby to s jejich knihami zkusili či jim dovolili uspořádat autorské čtení, pravděpodobně tuší, že klíčové v čase e-knih a obecné přesycenosti texty není důležité knihu pouze publikovat, ale učinit ji čtenou, srov. s Thompson 2010.

nástupu e-knih zabraňují, a poukazují na nedořešenou legislativu v Česku i EU (přetrvávání rozdílné sazby DPH pro tištěné a elektronické knihy, nejasný právní rámec půjčování e-knih veřejnými knihovnami a komerčními hráči – vše záležitosti projednáváné a prozatím neuspokojivě dořešené). Zmiňují také postupné usazování e-knih jako nového, doposud ne moc šikovného knižního formátu a nových prodejních strategií a výhledově též nových obchodních modelů zviditelněných odlišnou povahou knih elektronických oproti tištěným. V souvislosti s vlastním volnočasových čtením téměř všichni preferují tištěné knihy.

K avizovaným specifikům českého knižního trhu a knižní kultury: v Česku je v první řadě ve srovnání s jinými evropskými zeměmi, neřkuli s USA, velmi hustá knihkupecká síť. Kritérium snadné dostupnosti, proklamovaná výhoda e-knih oproti tištěným, tím ztrácí sílu diferencovat a motivovat literární hráče ke změně jednání. Za druhé, český knižní trh navíc ze třetiny tvoří překladové knihy (Pistorius a kol. 2015: 4), přičemž jejich podíl ve skladbě beletristických knih je pravděpodobně ještě vyšší; rozhodnutí, zda přeložená kniha bude k dispozici v elektronickém formátu a za jakých podmínek, tak velmi ovlivňují zahraniční literární agenti. Ti mohou být v otázkách prodeje příslušných licencí rezervování, protože spisovatel, jehož zastupují, si například nepřeje, aby jeho texty byly publikovány jinak než v tištěné verzi, nebo proto, že úplně nedůvěřují knižním trhům v zemích, jež jsou známy nedbalým přístupem k ochraně autorských práv. Za třetí, český knižní trh je podle nakladatelů velmi malý, neužívá další formát – ceny knih elektronických a tištěných nejsou tak rozdílné, další ze slibovaných evidentních výhod e-knih se tím rozrušuje, nepřesvědčuje literární hráče ke změně dosavadních rutin. Čtenářů, kteří e-knihy preferují, je podle nakladatelů celkem málo; někteří doplňovali, že nezanedbatelná část z nich je zvyklá číst cizojazyčně a vyhlédnuté knihy si kupují v originále; tím se počet těch, kteří mají zájem o české e-knihy, znovu zmenšuje. Za čtvrté, česká čtenářská kultura: zmiňovala jsem historickou absenci paperbackové kultury; je tu praxe domácích knihovniček (Trávníček 2008, 2011), a i když to nutně neimplikuje, že lidé čtou výhradně v tichu a osamocení domova, zvyk zbavovat se knihy po přečtení – nechávat ji ve vlaku, dát do sběru – v českém prostředí běžný není (srov. s poznámkou o rezervovanosti vůči jakémukoli znehodnocování, zbavování se či ničení knih v polistopadovém českém literárním poli, Šmejkalová 2010: 347).

Bezrozporné propojení hmatatelného a ideového, samozřejmě zpřítomněné tištěnou knihou, e-kniha vylučuje. Někteří nakladatelé v této souvislosti poznamenávali, že čtenář e-knih, nemaje fyzický doklad své koupě (knihu, nebo aspoň pokladní účtenku; „čtenářský zážitek samozřejmě nepočítá“, jak ironicky komentoval jeden komerční nakladatel), jako by snadněji inklinoval k dojmu, že tedy není třeba platit. Takže „nikdo nekupuje e-knihy“, shrnuje třeba Richard Klíčnick z nakladatelství Argo; to podílu e-knih na českém knižním trhu – v roce 2014 1,67 % (Pistorius a kol. 2015) – celkem odpovídá.

Jako by tedy podle nakladatelů platilo, že většina čtenářů čte knihy papírové; čtenáři elektronických si je buď pořizují v originálech, nebo si je stahují z nelegálních úložišť. Kontra informace, která smysluplnost a oprávněnost předchozího soudu relativizuje: „podle dostupných informací se zdá, že velká část nelegálního sdílení jde na vrub knihám, které nejsou legálně v e-podobě k dispozici.“ (Pistorius a kol. 2015: 22, srov.

s Macek 2015).¹⁵ Předpokládám, že nakladatelé jako *obchodníci* s literaturou o možné souvislosti mezi tím, že moc knih v elektronickém formátu nevydávají, a tím, že zisky z jejich prodeje jsou zanedbatelné až mizivé, vědí. Argumentovali ovšem zmiňovanou neochotou či zpřísněnými podmínkami literárních agentů v jednání o elektronických verzích pořizovaných rukopisů, které jsou dány stahovačskými praxemi nepoctivých čtenářů. Čímž vzniká začarovaný kruh s nekonečnými možnostmi přesouvání viny. Platící e-čtenáři, nepředsudeční literární agenti a nakladatelé jistě jsou, zatím však zřejmě v menšině. Někteří nakladatelé – komerční i umělecky progresivní – uváděli, že podíl ze zisků e-knih na celkovém obratu nakladatelství je významně vyšší, než jak je zaznamenáno ve zprávách Svazu českých knihkupců a nakladatelů (až 10 %).¹⁶ Konstatovali, že laxnost jiných nakladatelů a literárních hráčů nepříznivě ovlivňuje i je (zpomalujíc vymyšlení a rozšiřování příležitostí, jak s e-knihami obchodně pracovat), v kritice obecněji opatrnického přístupu byli nicméně málokdy nesmlouvaví, nikdy konkrétní.

Krom sofistikovaneji či intuitivně odhadovaných nálad čtenářů a přímo vyjednávaných dohod s literárními agenty všichni nakladatelé zdůrazňovali, že současný trh s e-knihami i jeho produkty je v počáteční, experimentální fázi, kdy se zkouší možnosti formátu a čtecích zařízení (tedy možnosti zahrnující typografickou úpravu textu, prolínání křížovými odkazy, propojení s jinými multimediálními aplikacemi [viz diskuze k vanilla ebooks a enhanced/advanced ebooks, Phillips 2014], nedořešené téma DRM aj.) a kdy je ověřována jejich funkčnost. Je zřejmé, že umělecká nakladatelství, jež publikují edičně náročné knihy (sebrané spisy, kritické edice), a komerční nakladatelství, vydávající globální knižní blockbustery, mají jiná očekávání vzhledem k tomu, co definovat jako minimálně potřebný pokrok ve zpracování e-knih. V obou případech je nicméně poznámka o jejich aktuální nedokonalosti celkem relevantní, protože se bezprostředně dotýká kvality knihy. V takové situaci je pochopitelné, že nakladatelé pečlivě zvažují klady a zápory e-knih spjaté s odbytým vzezřením textu (dojem nedbalosti, založený na rozpadnutí typografického zpracování, může prosakovat dál a zakládat nedůvěřivost vůči překladu, korekturám aj.) a plusy a minusy asociované s brzkým inovatorstvím (kdy se progresivnost technologická může podobně překlápět do předvídatosti literární, tedy do schopnosti tipovat a hladčeji prosazovat nová témata, žánry, spisovatele).

K dílčím aspektům aktuálního českého trhu s e-knihami prizmatem nakladatele: v případě nově publikovaných knih jsou zpravidla dostupné elektronická a tištěná verze textu. Problematictější situace nastává u knih publikovaných v minulosti. Podle

¹⁵ Jakub Macek v souvislosti s praxemi ilegálního stahování mediálních obsahů píše: „post-televizní diváci filmů a seriálů jsou v první řadě neobslouženi (spíše než emancipovaní). A jejich stávající emancipace projevující se zejména obcházením oficiálních distribučních zdrojů je především reakcí na to, že jsou ve svých potřebách poněkud nepochopitelně ignorováni.“ (Macek 2015: 93) Přízpůsobení oficiálních distribučních kanálů uživatelským praxím ovšem možnosti nakladatelů a dalších aktivních hráčů českého literárního pole na straně produkce a distribuce do jisté míry přesahuje a souvisí se současně dominantním systémem ochrany autorských práv a zahraničních licencí.

¹⁶ Nicméně údaj 1,67 %, uváděný ve výročních zprávách SČKN, je vztažen na celkový stav českého knižního trhu, nikoli jednotlivé segmenty – například učebnice, průvodce či beletrie.

nakladatelů se čtenáři občas podivují, proč v elektronické podobě nevydají i starší úspěšné tituly – texty přece evidentně prošly všemi fázemi redakční přípravy, a stačí je tedy jednoduše konvertovat ze zálohovaného souboru do příslušného formátu, s nímž lze na čtecích zařízeních pohodlně pracovat. Mělo by se tedy jednat zisk bez přidané práce.

Komplikace je však dvojího druhu. Za prvé, s možností elektronických knih se dlouho nepočítalo, uzavřené smlouvy platily pouze pro tištěné knihy a pouze na určité dobu. To, že nakladatelství kdysi vydalo nějakou knihu, neznamená, že stále disponuje právy na její opětovné publikování (tak je tomu pouze tehdy, je-li smlouva prodloužena a poplatky znovu uhrazeny). Automaticky to neznamená ani to, že nakladatel může danou knihu publikovat i elektronicky. Ke starším titulům je potřeba dojednat smluvní dodatky. Podle nakladatelů doplňková práva na elektronické vydání titulu stojí téměř stejně jako původní překladová práva a vzhledem k tomu, že významnější prodeje většinou očekávat nelze, málokdy se vyplatí je dokupovat (pro čtenáře je časovost autorských práv u e-knih zřejmá z poznámek jako „u titulu vypršela licence“, viz kosmas.cz; ebux.cz má zvláštní kategorii „SLEVY, konec licence“ atp.; u tištěných knih naproti tomu komentáře jako „titul je vyprodaný“, ačkoli důvod vyprodání může být tžž).

Druhý důvod, proč může být publikování dříve vydaných knih v elektronické formě nejjednodušší, souvisí se zálohováním textů – i zde je technologický pokrok (respektive podmínky a situace, s nimiž se nepočítalo) klíčový. Krátce po Listopadu se používaly k zálohám pauzovací papíry, pak mikrofilmy, diskety, cédéčka; některé rukopisy archivovali tiskaři, jež zakázky zpracovávali. Na základě rozhovorů s nakladateli usuzuji, že digitalizaci nakladatelských archivů a knihoven se větší péče začala věnovat jen krátce před osamostatněním e-knih.¹⁷ U starších titulů se proto může stát, že soubor, z něhož se tisklo, je nedohledatelný – i když má tedy nakladatelství licenci a fyzický výtisk dané knihy, její vydání v e-formě nemusí být samozřejmé. Obojí zdůvodnění platí principiálně pro českou i zahraniční beletrii.

Výrobní náklady na elektronickou verzi knihy jsou podle některých nakladatelů vysoké a podle jiných nulové. Ačkoli okolnosti převodu beletristických textů nejsou tak variabilní, pravdivé mohou být obě výpovědi – záleží, zda nakladatel e-knihu považuje jako svébytný, neprodělečný produkt, nebo jako doplněk tištěné verze, mimochodné zúročení vykonané práce. Čtenáři se podle nakladatelů většinou ztotožňují s druhým hlediskem – má-li nakladatel textový soubor, který posílá do tiskárny, jeho konverze do formátu epub, mobi nebo PDF (v Česku publikované e-knihy jsou standardně k dispozici v těchto třech formátech) je přece úkol velmi nenáročný. Pokud e-kniha k dispozici je, následuje dovětek: proč tak draze, když převod je operace rychlá a nenákladná?

¹⁷ V souvislosti s angloamerickým knižním trhem Thompson uvádí, že zhruba do roku 1998 nakladatelé nevěnovali přílišnou pozornost budování digitálních literárních archivů. V éře nastupujícího digitalizování knihoven byli konfrontováni s tragikomickou nutností získávat digitální verze svých starších knih prostřednictvím procesu naskenování, mechanického čištění, optického rozpoznávání znaků (OCR, Optical Character Recognition) a převádění do souborů XML či PDF (podrobná diskuze k tomu viz Thompson 2005).

Z druhé strany – respektujíc stanovisko, že výrobní náklady na e-knihu jsou vysoké – lze argumentovat: zisky z prodeje e-knihy by se měly poměrově podílet na pokrytí celkových nákladů se zpracováním rukopisu – vytypováním, překladem, redakcí, sazbou aj. Není úplně logické, aby tyto náklady na přípravu textu platili výhradně ti, kdo si kupují knihy tištěné. Kupci knih elektronických nakladateli ušetřili výdaje s tiskárnou a distributorskými maržemi, nikoli ostatní práci.

Cena e-knihy je navíc předmětem smluv uzavíraných mezi nakladateli a literárními agenty. Ačkoli podle nakladatelů, s nimiž jsem v rámci výzkumu hovořila, čtenářská obec tiše očekává, že e-kniha má *spravedlivě* stát maximálně 50 % toho, co tištěná kniha, agenty je zpravidla požadována hranice 60–70 %. Tu přitom ovlivňují jak běžné obchodní standardy, tak ono renomé Česka jako země, kde je ochrana autorských práv legislativně i reálně chabá a kde je ilegální stahování prací celkem rozšířenou.

Jistou váhu může mít i argument, že knihy, byť elektronické, nemají být cenově přibližovány běžnému spotřebnímu zboží – mohlo by zažehnout hodnotové zmatení, nereflexivní zaměňování ceny knih z hlediska ekonomického, kulturního a symbolického. Jinými slovy, stojí-li kniha méně než lístek do kina, na způsobu zacházení s ní se to pravděpodobně projeví.¹⁸

Porovnávám-li nakladatelské vymezování se vůči e-knihám, jsou částečně analogické jejich postojům zaujímaným k paperbackům a lze je vnímat jako progresivní nakladatelskou strategii, lavírující mezi reifikací a demokratizací knih. V současné situaci se nezdá, že by příslušnost k uměleckému, respektive komerčnímu pólu literárního pole praxe nakladatelů diferencovala a implikovala významně jiné vzorce jejich ospravedlňování či zatracování – přestože, jak bylo naznačeno, jejich očekávání a cíle mohou být dost jiné.

Principiálně ve sporu s logikou peněz, pravidly komerčního pólu literárního pole, vydávání elektronických knih není, protože jde o vstřícný krok vůči čtenářům a manévr, jenž může generovat zisk. Pro současné české komerční nakladatele jako by relevance tohoto zatím byla sporná. Připomínají zkušenost, že jejich čtenáři preferují krásné knihy v pevných deskách – a pak je diskutabilní, zda e-knihy vnímají jako nakladatelskou vstřícnost, jako dehonestaci knih coby kulturních produktů, či jsou vůči ní lhostejní. Ačkoli někteří komerční nakladatelé zmiňovali, že e-knihy mohou ke čtení přivést nové čtenáře, pro žádného z nakladatelů zřejmě nepředstavují tito potenciální noví čtenáři skupinu zajímavou srovnatelně se čtenáři dosavadními. S tím souvisí druhý bod: zisky z e-knih jsou vnímány jako přilepšení, které může a nemusí být udržováno, jež však není příliš perspektivní z hlediska budoucího přesměrování investic.

Logice umění, pravidlům uměleckého pólu, vydávání elektronických knih rovněž kontradiktorné není: pro umělecké nakladatele je klíčové pečlivé zpracování

¹⁸ Ke srovnávání cen tištěných knih s průměrným platem a jinými, každodenními výdaji viz Šimeček – Trávníček 2014: 409; ke kritice cenové politiky Amazonu, respektive Applu, které nízké ceny obsahu – knih, hudebních skladeb – používají k rozšíření vlastních produktů – Kindle, iTunes, což dlouhodobě zlepšuje jejich vyjednávací pozici vůči vlastníkům či zprostředkovatelům obsahu – spisovatelům, nakladatelům, hudebníkům, nahrávacím společnostem viz Thompson 2010: 352–354.

zajímavého, nějak důležitého textu, což není neodvolatelně podmíněno konkrétním způsobem publikování. Lze zaznamenat jistou otevřenost, která ovšem ne zcela koresponduje se zažitými pracovními rutinami.¹⁹ E-knihy jsou možností, nikoli nutností.

6. Shrnutí a závěr

V tomto textu jsem popsala, jak současní čeští nakladatelé rozhodují, zda určitý text publikovat ve vazbě pevné, měkké či elektronickou formou, jak tyto své volby zdůvodňují, ospravedlňují a hodnotí a jaké vnější faktory přitom zohledňují. Pozici knižních nakladatelů jsem v návaznosti na model literárního pole francouzského sociologa Pierra Bourdieua definovala jako zprostředkovatelskou a vnímala nakladatele jako literární gatekeepery, kteří svým jednáním mohou privilegovaně ovlivňovat běžně zaujímané strategie a praxe jiných literárních hráčů, jsouce jimi sami ovlivňováni. Vycházela jsem ze zjištění kvalitativně koncipovaného výzkumu, v němž sonduji úkoly, povinnosti, privilegia, dilemata, kterými dnes své reprezentanty nakladatelské řemeslo zavazuje, zaměřujíc se na česká nakladatelství, která publikují domácí a/nebo zahraniční beletrii, uměleckou a/nebo komerční, malá, střední nebo velká. Vztah mezi materiálními a literárními aspekty knihy, manifestující se mimo jiné v postojích, používání a zhodnocení knih v pevných deskách, v paperbacku či elektronické formě, jsem propojila s proměnami dominantní logiky současného českého literárního pole. Stanovila jsem rámujiící otázku, zda tyto posuny implikují spíš demokratizaci vztahů a objektů literárního pole, či jejich banalizaci.

Publikování knih v paperbacku a elektronické formě jsem na základě výpovědí nakladatelů zhodnotila jako progresivní strategii, která se zdá být v českém literárním poli nerovnoměrně rozšířená a menšinová. Z usouvztažnění s řadou *debanalizace* → *dekódování* → *zevšednění* → *posvěcení* → *rozšíření* → *devaluace* (Bourdieu 1996) mi vyplývá, že paperbacky a e-knihy a nakladatelské strategie vůči nim uplatňované *nemohou* přispívat k transformaci dominantní logiky současného českého literárního pole – nahrazování pravidel umění instrumentálně racionalizovanou logikou peněz –, protože neprošly fázemi rozšíření a e-booky pravděpodobně ani fází dekódování. Jsou jevem mimochodným, diskurzivně spíš bezmocným – k vyjasnění sporu, zda současné strukturní změny literárních polí interpretovat těšitelsky, jako profesionalizaci (Wirtén 2009) a demokratizaci (Gomez 2007) vztahů a objektů pole, nebo skepticky, jako kolonizaci (Bourdieu 1996) a zevšednění (srov. s Keller 2005) téhož, nepomáhají. To samozřejmě nepopírá fakt, že ke změnám dochází, manifestují se však na jiných úrovních. Zřetelněji zasahují například do edičního profilování nakladatelství (viz poznámky o rovnováze mezi komerčními a literárními texty, tituly frontlistu a backlistu, překlady z angličtiny a jiných jazyků aj.) nebo do propagačních a komunikačních strategií nakladatelství (srov. s Kirkosová 2015).

¹⁹ Srov. s projektem Kritické hybridní edice, který kombinuje knižní čtenářské vydání s elektronickým vědeckým vydáním. V edici dosud vyšly spisy Františka Gellnera, Karla Hlaváčka, Petra Bezruče, chystány jsou spisy Karla Hynka Máchy; první titul byl publikován v roce 2014. Jednotlivé tituly připravují členové Edičního a textologického oddělení Ústavu pro českou literaturu AV ČR, publikuje nakladatelství Akropolis.

Mgr. et Mgr. Katka Kirkosová je doktorandkou a lektorkou na Katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity. Věnuje se diskurzivním studiím, sociologii literatury, populární kultuře. V dizertační práci zkoumá logiku a dynamiku současného českého literárního pole prizmatem knižních nakladatelů.

E-mail: k.kirkosova@gmail.com

Literatura

- Adorno, Theodor W. – Horkheimer, Max. 2002. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford: Stanford University Press.
- Asai, Sumiko. 2015. „Purchase Patterns of Popular Japanese Novels in Hardcover and Paperback.“ Pp. 149–159 in *Publishing Research Quarterly*, 31(3).
- Bourdieu, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Cambridge: Polity Press
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. New York: Harvard University Press.
- Carrière, Jean-Claude – Eco, Umberto. 2010. *Knih se jen tak nezbavíme*. Praha: Argo.
- Durkheim, Émile. 2002. *Elementární formy náboženského života: systém totemismu v Austrálii*. Praha: OIKOYMENH.
- Eco, Umberto. 2006. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Argo.
- Flew, Terry. 2013. *Global Creative Industries*. Cambridge: Polity Press .
- Fowler, Bridget. 1997. *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations*. London: Sage.
- Franssen, Thomas. 2015. „Diversity in the Large-Scale Pole of Literary Production: An Analysis of Publishers’ Lists and the Dutch Literary Space, 2000–2009.“ Pp. 382–400 in *Cultural Sociology*, 9(3).
- Franssen, Thomas – Velthuis, Olav. 2014. „Making materiality matter: a sociological analysis of prices on the Dutch fiction book market, 1980–2009.“ Pp. 1–24 in *Socio-Economic Review*, 12(3).
- Gallagher, Kelly. 2014. „Print-on-Demand: New Models and Value Creation.“ Pp. 244–248 in *Publishing Research Quarterly*, 30(2).
- Gessen, Keith. 2014. The War of the Words. *Vanity Fair*. <http://www.vanityfair.com/news/business/2014/12/amazon-hachette-ebook-publishing> (21. 2. 2016)
- Giddens, Anthony. 2003. *Důsledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Gomez, Jeff. 2007. *Print Is Dead: Books in our Digital Age*. New York: Pgrave Macmillan.
- Hesmondhalgh, David. 2007. *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hodder, Ian. 2003. „Collecting and interpreting qualitative materials.“ Pp. 155–175 in Denzin, Norman K. – Lincoln, Yvonna S. (eds.): *Collecting and interpreting qualitative materials*. London: Sage.
- Ingarden, Roman. 1967. *O poznávání literárního díla*. Praha: Československý spisovatel.
- Janáček, Pavel. 2004. *Literární brak: operace vyloučení, operace nahrazení, 1938–1951*. Brno: Host.
- Keller, Jan. 2005. *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Kirkosová, Kateřina. 2015. „Publikování knih v čase manažerské logiky: poznámky k současnému českému nakladatelskému poli.“ Pp. 139–149 in Pořízková, Lenka – Navrátilová,

- Martina (eds.): *Literární a knižní kultura v digitálním věku*. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého.
- Latour, Bruno. 2005. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Macek, Jakub. 2015. *Média v pohybu: K proměně současných českých publik*. Brno: MUNI Press.
- Peterson, Richard A. – Kern, Roger M. 1996. „Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore.“ Pp. 900-907 in *American Sociological Review*, 61(5).
- Phillips, Angus. 2014. *Turning the Page: The Evolution of the Book*. London: Routledge.
- Piorecký, Karel. 2014. „Česká literární kultura 2001-2010.“ Pp. 13–48 in Fialová, A. (ed.): *V souřadnicích mnohosti*. Praha: Academia.
- Pistorius, Vladimír. 2003. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Praha a Litomyšl: Paseka.
- Pistorius, Vladimír – Magera, Ivo – Vlček, Jiří – Hanzal, Břetislav – Žák, Josef – Frýbortová, Erika – Turečková, Marcela. 2015. *Zpráva o českém knižním trhu 2014/2015*. Praha: Svaz českých knihkupců a nakladatelů. <http://www.sckn.cz/content/zpravy/file-1159.pdf> (21. 2. 2016)
- Silverstone, Roger – Hirsch, Eric – Morley, David 1992. „Information and communication technologies and the moral economy of the household“. Pp. 15–31 in Silverstone, Roger – Hirsch, Eric (eds.): *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Striphas, Ted. 2011. *The Late Age of Print: Everyday Book Culture from Consumerism to Control*. New York: Columbia University Press.
- Szczepanik Petr – Kotišová, Johana – Macek, Jakub – Motal, Jan – Pjajčíková, Eva. 2015. *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*. Praha: Státní fond kinematografie.
- Swartz, David. 1997. *Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.
- Šafr, Jiří. 2008. *Životní styl a sociální třídy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeby*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Šmejkalová, Jiřina. 2010. *Cold War Books in the „Other“ Europe and What Came After*. Leiden: Brill.
- Tanner, Jeremy. 2004. *Sociology of Art: A Reader*. New York: Routledge.
- Thompson, John B. 2010. *Merchants of Culture*. London: Polity Press.
- 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.
- Trávníček, Jiří. 2014. *Překnížkováno: Co čteme a kupujeme (2013)*. Brno: Host.
- Trávníček, Jiří. 2011. *Čtenáři a internauti*. Brno: Host.
- Trávníček, Jiří. 2008. *Čteme? Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize*. Brno: Host.
- Šimeček, Zdeněk – Trávníček, Jiří. 2014. *Knihy kupovati... Dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia.
- Vlček, Jiří. 2015. *Elektronické knihy – co nás čeká a možná nemine*. <http://blog.palmknihy.cz/2015/01/elektronicke-knihy-co-nas-ceka-mozna.html> (21. 2. 2016)
- Wirtén, Eva Hemmungs. 2009. „The Global Market 1970-2000: Producers“. Pp. 395–405 in Eliot, Simon – Rose, Jonathan (eds.). *A Companion to the History of the Book*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Woodward, Ian. 2007. *Understanding Material Culture*. London: Sage.
- Zima, Petr V. 1998. *Literární estetika*. Olomouc: Votobia.