

Příloha 1. Rozhovor s Janem Kanzelsbergerem

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a Janem Kanzelsbergerem (* 1951), knihkupcem, majitelem a ředitelem knižní sítě *Kanzelsberger*. Jan Kanzelsberger se podílel na obnovování *Svazu českých knihkupců a nakladatelů* po roce 1989, založil *Střední školu pro knihkupce a nakladatelské pracovníky* (1993) a inicioval založení veletrhu *Svět knihy Praha* (1995). Rozhovor se uskutečnil 2. 3. v Praze.]

PJ: Jak vznikla první myšlenka na knižní veletrh v Praze?

JK: Myšlenka na veletrh vzešla od českých nakladatelů, tzv. zesпода. Už v roce 1989, pomalu dva týdny po revoluci, byl český knižní trh velmi hektický. Knižní trh tu ale pod tímto pojmem do té doby neexistoval. Bylo tu pár kulturních lidí, pár nakladatelských odborníků, kteří byli fenomenální znalci – umělci, překladatelé atd., ale knižní trh od vydávání až po prodej knížek tady nebyl. Veletrh byl jedním z impulzů českého knižního trhu, který věděl, že potřebuje mít zaprvé nějakou profesní instituci, zadruhé nějaké vzdělávání a následnou kultivaci oboru a zatřetí chtěl mít prezentaci do světa. To byly první tři věci, o které jsme se začali starat a které spolu souvisí.

PJ: Když říkáte my, myslíte tím – ?

JK: Narážím na historii vzniku knižního trhu nebo knižní branže, která byla z dnešního pohledu tak naivní a jednoduchá, že kdybych to řekl někomu z mladých marketérů, tak si budou myslet, že jsem si přečetl *F.L. Věka*. Za uplynulých třicet let obor doznal takových změn, že je to nepředstavitelné. Pamatuji začátky, rozumím jim. Dnes je mi spousta věcí vzdálená, záměrně je obcházím, ignoruji, protože vývoj byl tak velký, že to někdy jde proti logice. My jsme si bohužel vůbec neužili zdravý vývoj knižního trhu, protože jsme naskočili do rozjetého vlaku, zatímco vyspělé evropské země si prožily aspoň čtyřicet let vývoje. Některým vývoj pouze přerušila válka a po ní zase pokračovali, ale u nás se to po válce přerušilo definitivně. Užili jsme si deset let první republiky, a i to je v mnoha věcech diskutabilní. Na druhou stranu šel vývoj u nás tak rychle, že jsme v mnohých věcech a vymoženostech předběhli Evropu. Ale bohužel, jak se ukázalo, bylo to spíš k neprospěchu věci, protože knižní obor je z principu bytostně konzervativní. Tak jako je konzervativní knihtisk, a tudíž jej žádný „e-cokoliv“

nevytlačí a nenahradí, zrovna tak je konzervativní knižní trh, který je na knihtisk, knihtiskařské techniky a kulturu vázaný. Vymoženosti mu spíš škodí, zvláště když jsou hnané takovou rychlostí. To je jako kdybyste tříleté dítě učila lézt po horách – na jednu stranu je to bezvadné, na druhou nepřirozené a mnohdy to to dítě poškodí.

PJ: A kdo tedy inicioval vznik knižního veletrhu, jak přišel ten nápad?

JK: Začalo to jakýmsi panem Shashuou. Totiž... knižní veletrh je business. Všechny řeči o tom, že je to přínos a nádhera, jsou na druhém místě. Exprezident Klaus, se kterým jsme několikrát ještě s coby ministrem jednali o různých věcech, třeba o daních na knihy, tehdy řekl jednu větu, kterou mu všichni hrozně zazlívali: „Knižky jsou zboží, stejně jako ledničky a všechno ostatní.“ A měl hlubokou pravdu, protože knížky prostě zboží jsou. Že je to zboží kulturní, hodné jiného zacházení a jiného přístupu, jiného marketingu atp., to je pravda. Ale na druhou stranu, když si vezmete dnešní marketingové a jiné postupy, například kde a jak se dnes knížky prodávají, jste u těch ledniček. Takže myšlenka vznikla tak, že se tu objevil jakýsi subjekt. Zpočátku se začal zajímat o knižní trh pan March, který to na rozdíl od pana Shashui a pana Srpa skutečně někam dotáhl a který měl, řekl bych, nejupřímnější zájem o literaturu, protože sám je literát. Skutečně se zabýval spisovatelem a nakladatelem. Je to cizinec, který tu žije, takže zná oboje realie. Přišel do České republiky, už si nepamatuji, jestli byl nějak spřažený se Shashuou. Zkrátka přišly signály, že sem chce přijít zahraniční firma, která bude dělat Čechům český knižní veletrh. Načež my... totiž, do roku 1989 existoval *Svaz nakladatelů, vydavatelů a knihkupců*. To byl socialistický svaz, který sdružoval tehdejší socialistické podniky, nakladatelství, podniky *Knihy* atp. Knižní obor, přestože byl hodně zpolitizovaný, byl pořád postavený na lidech kulturních, vzdělaných a renomovaných. Že řada z nich nemohla publikovat, nebo publikovali pod pseudonymem a krycími jmény, to byla jiná věc. Tento obor se ale nemohl postavit na hlupácích z nějakého Ústředního výboru. Ekonomika a všechno ostatní se na hlupácích mohlo postavit, protože mnohdy měli vzdělání, takže do toho mohli mluvit, nebo jim to bylo tak blízké, že si našli nějaké figury, přes které to ovlivňovali. To v kultuře nešlo. Tam naopak byli tito aparátníci zdrojem posměchu, viz projevy různých Jakešů atp. Knižní obor byl natolik kulturní, že byť podniky byly národní a socialistické, pracovali tam kvalitní, kulturní a vzdělaní lidé. A už tehdy existoval tento *Svaz*, který sdružoval nakladatelské pracovníky. Tehdejší nakladatelští redaktori byli perly – znalci kultury, literatury, jazyků; skuteční inteligenti. Ti byli členy starého socialistického *Svazu*. Do toho v roce 1989 obnovil svoji činnost *Svaz českých knihkupců a*

nakladatelů, kteří byli historičtí a jehož zakladatelé byla za první republiky jména jako pan Přeučil a tihle staří pardálové, kterým už v té době bylo kolem osmdesáti. Ti přišli a chtěli obnovovat *Svaz*. Pamatovali první republiku, poválečné procesy; šlo o velké postavy, velká jména. Byly tu tedy dva svazy vedle sebe – nový a historický. Nový měl sílu ekonomickou, ale neměl takový kredit. Ti historičtí neměli žádnou ekonomickou sílu, ale kredit měli desetkrát větší. Samozřejmě z logiky věci a vývoje té doby se ozvala vlna hlasů, které řekly, že musíme využít tyto historické postavy – tahle jména, tyto doyeny – a navrhnout novému současnému *Svazu*, že se připojí k tomu historickému, že do něj vstoupí a vezmou se do hry tito odborníci – nakladatelští pracovníci atp. Naštěstí k této shodě došlo. Samozřejmě tomu předcházely různé debaty, protože ne všechno je vždy ideální, černobílé a vždy jsou různé argumenty. Nicméně byla to tak šťastná konstelace, že k tomu nakonec došlo.

A když jsem řekl my, hned po revoluci vznikla zvláštní skupinka kulturních, obchodních a knižních pracovníků. Velkou iniciátorkou tohoto kvasu, dění, byla paní Jitka Uhdeová. Bylo to proto, že ona jako Zlíňačka je podnikavá a podnikající a byla ideálním mixem kulturního pracovníka se zdravým ekonomickým myšlením. To byla její totální přednost pro tu dobu, nota bene spolu se svým manželem, brněnským disidentem, pozdějším ministrem kultury atp. – Milana Uhdeho nemusím představovat – byli rodina, která v Brně byla číslo jedna. Uhdeovi měli vazby na Německo a byli v přímém kontaktu se spoustou spisovatelů, kteří tam žili – s Otou Filipem, Jiřím Grušou a dalšími. Založili nakladatelství *Atlantis*, které vzniklo z nakladatelského družstva ještě před rokem 1989 a jejich kmenovým autorem byl Václav Havel. Paní Uhdeová byla iniciátorkou, která jezdila do Prahy a začala se velmi rychle orientovat; velmi rychle se jí roztáčely podnikatelské závity. Naše první setkání bylo na Ministerstvu kultury mezi prosincem 1989 a únorem 1990 – bylo to několik týdnů nebo měsíců po revoluci – a Ministerstvo kultury bylo celé jurodivé, protože se během měsíce všechno měnilo; od prezidenta po všechny ministry. Tam jsme se sešli na jakémisi semináři, který se jmenoval *Doškolení českých nakladatelských kulturních pracovníků*, nebo tak nějak – protože jsme nevěděli vůbec nic o světě. Paní Uhdeová se tam tenkrát ve mně zhlédla, slovo dalo slovo, a tak jsme se dostali k sobě. V nejtvrdějším zakladatelském jádru nás bylo šest: paní Uhdeová, já, dnes už zemřelý nakladatel Pavel Primus, také již zemřelý pražský knihkupec Bohouš Fišer a za chvíli si vzpomenu, kdo další. Byli jsme taková nesourodá směsice. My s paní Uhdeovou jsme byli nejpodnikavější dvojka. Další byl Petr Koháček, významná postava knižního obchodu před revolucí – byl známý tím, že už před rokem 1989 pořádal kontroverzní autogramiády. V jeho *Čapkově knihkupectví* v Jugoslávské ulici v Praze byl jediný, kdo osobně

poblahopřál Václavu Havlovi k jeho ceně *Zlaté pero*, kterou dostal od západoněmeckého svazu knihkupců a nakladatelů. On mu ji předával ve svém knihkupectví, tenkrát se z toho udělala taková scénka.

Petr Koháček byl můj kamarád, byli jsme vrstevníci. Chodili jsme spolu do školy, učili jsme se spolu. A mimochodem, s Petrem Koháčkem jsem absolvoval hned po revoluci, snad ještě před koncem roku, několik cest do západní Evropy za účelem svozu exilové literatury. Petr Koháček měl kontakty a já jsem měl auto, takže jsme to dali dohromady. Petr Koháček neřídil a dodneška neřídí – auto je mu cizí – ale věděl, kde existuje nakladatelství *Index* v Kolíně nad Rýnem, věděl, kde existuje pan Vilém Prečan v jeho středisku v Scheinfeldu, věděl, kdo je pan Pašek a kde v Curychu je jeho nakladatelství *Konfrontace*. Měl jména a já jsem měl auto, Favorita. Tak jsme si řekli: sedneme do toho Favorita a razíme. Já jsem ještě v Německu měl emigrovavší rodinu, ve Švýcarsku jsem měl tetu se strýčkem a v Mnichově jsem měl druhou tetu se strýčkem, takže v Mnichově a v Curychu nám zařídili přespání, uvedli nás tam – měli jsme ideální konspirační síť. Dneska to zní velmi naivně, ale tenkrát to byla bomba, že jsme vzali auto a jeli jsme do Mnichova za Danielem Strožem, který vydával Foglara v nejlacinějších, ale půvabných brožovaných vydáních, která se dnes velmi cení. Jeli jsme ke Strožovi, narvali jsme si plné auto „Foglarovkami“ a jeli jsme zpátky. Víím, že to byl konec roku, protože sněžilo a mrzlo. Favorit byl tak naložený, že byl těsně nad zemí. Když jsme přijeli na hranice, kde byli pohraničáři v beranicích, a ještě měli hvězdičky a samopaly, vylezla z boudy pohraničářka a řekla: „Co vy?“ My jsme řekli, že jedeme z Mnichova a vezeme nějaké knížky. Ona nakoukla do auta, viděla Foglary a jiné věci a nevěděla, jestli nás zastřelit, nebo jestli to má jít udat, už ale neměla kam, tak prostě řekla: „Jeďte.“ Zvedla závoru a my jsme se po dvaceti minutách estrádního výstupu na hranicích rozjeli do Prahy. Takhle jsme jezdívali několik měsíců, navštívili jsme jak Kolín nad Rýnem, tak Curych, i Scheinfeld, kde jsme byli u pana Prečana vítanými hosty a přivezli jsme si všechna exilová vydání jeho časopisů, magazínů atp. Tady se to pak prodávalo za velké slávy. Petr Koháček byl další postavou, která v tom měla co dělat. Vstoupili jsme tedy do *Svazu* ke starým pánům a začali jsme jednat s novým *Svazem*. Brzy se to dalo dohromady a vznikl tak jeden. Domluvili jsme se, že budeme používat historický název *Svaz českých knihkupců a nakladatelů*. Tenkrát byl formálním předsedou zvolen pan Přeučil, já jsem byl tzv. výkonným místopředsedou. Pan Přeučil, kterému tenkrát bylo už přes osmdesát, tam byl jako persona a já jsem tam byl na práci.

Takto vzniknul *Svaz*. A v té době přišly signály, že nějaký pan Shashua tu chce dělat knižní veletrh. My jsme si řekli: proč by nám pan Shashua měl dělat knižní veletrh? O českém

knížním trhu neví vůbec nic, o knížkách má asi od pana Srpa nějaké přenesené informace, ale my si přece umíme udělat veletrh sami – máme na to dostatek rozumu, zkušeností, všeho. Dali jsme se dohromady a udělali jsme knižní veletrh. Zpočátku byly dva knižní veletrhy; úplně první veletrh byl v Paláci kultury, ten dělal asi pan Shashua. To byl opravdu jarmark, kde bylo čtyřicet stánků na chodbách před záchody, to nemělo s veletrhem ani s trhem nic společného. Byla to taková výstavka, popis té paní z knihovny byl naprosto přesný a správný ¹. Když jsme tohle viděli, řekli jsme si, že si můžeme veletrh udělat sami. Takže jsme začali jednat o veletrhu, ale do toho přišel pan March s druhým ročníkem, který už nebyl v Paláci kultury, ale ve Veletržním paláci. Byl to takový truc podnik našemu veletrhu. Naštěstí jsme se dohodli velmi rychle s Výstavištěm, protože, upřímně řečeno, výstavnické lobby, které v roce devadesát vznikaly a ožily, měly o veletrh velký zájem. Šli nám na ruku, chytali nás, abychom s nimi eventuálně navázali větší spolupráci. Takže my jsme udělali tenkrát první veletrh v Průmyslovém paláci. Jelikož byl ještě veletrh malý a nepředpokládala se žádná velká návštěvnost, tak jsme ho pořádali částečně v Křížkových pavilonech, protože v hlavním křídle byla *Interkamera* ² a představovaly se tam počátky digitální techniky. Veletrhy se spojily k sobě, probíhala *Interkamera* současně s knižním veletrhem. To byl první ročník. Už na první ročník přijeli představitelé západoněmeckých svazů, Peter Weidhaas, ředitel frankfurtského knižního veletrhu, předseda jejich svazu a bavorský svaz přijeli jako hosté. Tenkrát lilo jak z konve – to si pamatuji, byl to smutek nad smutek, ale veletrh se podařil, lidé byli spokojení, všichni nás napůl shovívavě plácali po zádech. Nicméně tuším, že už od druhého ročníku, jsme zverbovali Danu Kalinovou. První ročník jsme organizovali v takovém revolučním přípravném výboru, kde jsem byl já, Ivo Železný, Markéta Hejkalová – dnešní ředitelka havlíčkobrodského veletrhu a nakladatelka; Petr Hora Hořejš – autor *Toulek českou minulostí*, redaktor *Mladého světa*. Tato čtveřice jsme byli organizační výbor toho nového veletrhu. Nevím teď, jestli tam nebyl ještě někdo pátý, ale pomáhala nám s tím řada lidí, například Ruda Křesťan. Když se třeba chtěla udělat propagace, zavolali jsme Rudovi a řekli: „Rudo, porad’.“ Ruda řekl: „vždyť se obraťte na Hořejše, to je známý marketér,“ a takhle vznikalo: naivně, diletantsky, zadarmo, dobrovolně a s nadšením.

PJ: Jakou jste měli pro veletrh vizi?

¹ Jedná se o rozhovor s Mgr. Evou Novotnou dostupný na: <https://bulletinskip.skipcr.cz/vsechna-cisla/prohlizet-cisla/2019-rocnik-28-cislo-1/mgr-eva-novotna-u-zrodu-dnesniho-sveta-knihy>

² Přehlídka audiovizuální techniky.

JK: Žádná vize nebyla, naprosto jsme improvizovali, jakou jsme mohli mít vizi? Já jsem byl na knižním veletrhu poprvé v roce 1989 ve Frankfurtu, do té doby jsem nikde nebyl, znal jsem akorát pár knihkupectví. Ty jsem znal dobře, protože to byla moje parketa. Neznal jsem ani cizí nakladatelství, protože se sem knížky ani nedovážely. Dobře jsem znal obchod, ten jsem sledoval od sedmdesátých let velmi důkladně; v Mnichově jsem znal osobně pana Hugendubela, největšího německého knihkupce. Párkrát jsme se i navštívili. Dál jsem to ale neznal. Vůbec jsem neměl pojem, jak veletrh vypadá, proto jsem to taky nemohl dělat, nota bene nejsem jazykově vybaven, takže jsem to do budoucna dělat nemohl. Já jsem tomu jenom dal první impuls a soudržnost, dal jsem dohromady lidi. Hned po prvním ročníku jsme si řekli, že se veletrh musí dělat profesionálně čili musí se zvolit jeden člověk – ne čtyři – který se tomu bude věnovat. Všichni ti čtyři měli své zájmy, to ani nešlo. Bohouš Fišer nám tenkrát doporučil Danu Kalinovou, protože ji přes někoho znal. Tenkrát jsme se s ní sešli a mám takový dojem, že hned od druhého ročníku tam byla vůdčí osobnost. My jsme všichni byli ve *Svazu knihkupců a nakladatelů* a já jsem byl dokonce předsedou – nevím, jestli už tou dobou pan Přeučil odstoupil nebo byl čestný předseda – ale byli jsme všichni činní. Založili jsme podnik, *Svaz založil Svět knihy, s.r.o.* Byly tam samozřejmě snahy, aby si to někdo urval, různí výstavníci by si to vzali pod sebe jako to měl pan Shashua, který je výstavník – není to žádný nakladatel. To byl zkrátka business, kšeft – je to společnost, tak jako Frankfurtský knižní veletrh nepatří panu X, ale patří svazu. Dnes je to samozřejmě velký podnik, který má akcionáře, což je něco jiného, ale pořád je to společná záležitost a slouží oboru. Na tomto principu jsme to založili, měli jsme s Německem velmi dobré vztahy; Němci v nás vůbec neviděli žádné konkurenty, jak se někde psalo, to je hloupost. *Navíc Frankfurtskému knižnímu veletrhu* nemůže konkurovat nikdo, to je fenomén. Možná ještě trošičku Lipsku. Lipsko nám vždy bylo bližší i svojí historií. Na knižním veletrhu v Lipsku jsem byl někdy v šedesátých letech, byl nám byl hodně blízký letorou a pan Zille byl sympatický chlapík, který nám byl blízký přístupem. Ve srovnání s bohatým Německem, byli v Lipsku bití a všechno měli složitě. Se západem i východem jsme kooperovali a Němci samozřejmě měli zájem na tom, aby měli silného, chytrého, vyspělého souseda. Měli zájem na tom, abychom tu veletrh měli. Velmi nám fandili, radili nám, měli jsme tam otevřené dveře. I finančně nás trochu podpořili, vyrobili nám třeba materiály, když jsme zakládali databáze. O počítačích tu v roce devadesát nebyl anung. Oni nám koupili pro *Svaz* počítač, kde se dělala databáze. Ale hlavně jsme tam měli otevřené dveře. Když jsme přijeli do Frankfurtu na knižní veletrh, šli jsme k řediteli jako staří kamarádi – všichni čekali na chodbě, čekali na schůzku a ředitel řekl: „á, Hans!“ A vzali nás před všemi. Jezdil jsem tam se synem, protože

ten už v té době v patnácti uměl anglicky, dělal mi tlumočníka a já jsem tam jezdil jako záštita. Takto to začínalo.

PJ: A jaký byl tehdy zájem ze strany nakladatelů, vystavovatelů? Když jste říkal, že je to především business, znamená to, že hlavně chtěli prodávat svoje knížky?

JK: Řekl jsem sice ve zkratce, že je to business, ale to je až na konci. Na začátku jsou samozřejmě ty knížky, v první řadě je tu zájem nakladatelů se prezentovat. Zrovna tak, jako je Frankfurtský knižní veletrh o právech – vůbec světové veletrhy jsou v první řadě o právech – tenkrát se tam knížky neprodávaly. Pak se tam udělalo tzv. veletržní knihkupectví čili obrovský areál – např. v Lipsku bylo krásné veletržní knihkupectví – a pouze tam se prodávaly knížky. Dnes nevím, ve Frankfurtu jsem nebyl deset let. Lipsko se mezitím přestěhovalo na nové výstaviště. Dnes je to všude o prodeji knížek, prostě to k tomu patří, vše je rychlé a lidi jsou zvyklí, že všechno mají hned. To přinesla doba. Je to logické. Nesmí se to samozřejmě zvrhnout v to, že nakladatel přijede, rozbálí si noviny na zem a prodává z banánových krabic, ale to nebyl případ českého, ani jiného knižního veletrhu. Veletrh byl od začátku fundovaný, měl jasně vymezené svoje sekce, kde byly jaké sály, bylo to rozdělené a každý si tam našel, co chtěl. Koho business nezajímá a chtěl si jenom popovídat, poslouchat nebo vidět spisovatele, šel tam; někdo šel jinam nakupovat a každý si tam svoje našel. Nikoho to nerušilo do doby, než tam povolili prodávat hrníčky a Hitlerem. V posledních letech jsou tam dokonce i antikváři, což se mi nelíbí, protože antikvariát je od knižního trhu na hony vzdálený a je to úplně jiná disciplína, ale to také doba přinesla; je to taková kompilace všeho. Antikváři mívali svůj veletrh. My jsme se také snažili, myslím od druhého ročníku, udělat antikvární veletrh, ale viděli jsme, že antikvariát je zase business a nůžky se tak rozevíraly – totiž, z antikvářů se stali po revoluci až takoví businessmani, že se na nás koukali jako na hadrníky, že máme jen nové knížky. Tam se to také rozešlo; pouze dva nebo tři ročníky byly společně pod jednou střechou.

PJ: Čestný host a ústřední téma bylo od počátku součástí veletrhu?

JK: Ano, i to jsme okopírovali od Frankfurtu.

PJ: Stejně jako model, kdy svaz vlastní firmu, která provozuje veletrh.

JK: Proč bychom měli vymýšlet něco, co už je dávno vymyšlené a vyzkoušené? Pouze jsme tomu dali českou podobu. Mohli jsme se vyvarovat nějakých chyb, ale frankfurtský veletrh je tak dokonalý, že tam už není co vylepšovat. Od dopravy, přes parkování, přes restaurace až po veletrh samotný. Zažil jsem v době největší slávy asi deset ročníků, to prostě nemá chybu.

PJ: A kdo tedy přišel s nápadem založit *Svět knihy, s.r.o.*?

JK: Pravděpodobně první dva ročníky pořádal Svaz jako součást své činnosti. Od první vteřiny jsme ale chtěli, aby *Svět knihy, s.r.o.* byl pod Svazem – aby z toho Svaz měl výhody, aby Svazu dělal reklamu; tudíž na všech logách byl Svaz, a pak teprve *Svět knihy*. Tak to bylo od první vteřiny, kdy jsme to začali organizovat.

Knižní trh měl několik zvláštních věcí – takovou kapitolou byla třeba likvidace předrevolučních knižních zásob. Představte si, že jednoho dne se všechno obrátí naruby: krámy, sklady, velkoobchody, nakladatelské sklady byly plné knížek, a ne všechny byly na vyhození. 50 % bylo do šmelce, ale z druhé půlky bylo 20 – 30 % velmi dobrých, kvalitních knížek. Zbýlých 20 – 30% bylo docela solidních – tyto knížky ještě mohly nějakou dobu na trhu trvat, než se úplně všechno vyměnilo. Někdo musel knížky třídít, skupovat, dávat znovu do oběhu atd. My jsme tenkrát v té skupině šesti lidí, kterou jsem jmenoval, založili společnost *Česká kniha s.r.o.* a samozřejmě se to v tolika lidech – každý odjinud – nedařilo, takže nakonec jsem si to *s.r.o.* musel vzít pod sebe a musel jsem zásoby dolikvidovávat. Prodej a práce s přebytečnými zásobami trvala několik let. Tenkrát přišly okamžitě restituce, domácí měl dole v krámě knihkupectví, ale chtěl tam mít třeba banku nebo mototechnu pro svého syna, takže šel do knihy a řekl: „přátelé, dneska je pondělí, příští pondělí chci mít krám prázdný. Je můj, mám na to papír, koukejte vypadnout.“ A co podniky s tím? Pronajímaly si nejbizarnější prostory, kam knížky navázely; viděl jsem knížky uložené v protiatomovém krytu, v kostele, v biografu, ve zrušené škole, v zemědělském statku, v hangáru. A to jsem likvidoval. Viděl jsem kostel v Přáslavicích u Olomouce, který byl vybouraný, všichni andělíčci zevnitř byli vyřezaní, uvnitř byla ocelová konstrukce, protože to patřilo armádě, jezdily tam tanky a měly vybouraná vrata, aby se tam vešly – a do toho se tam vozily knížky z *Knihy* z Olomouce. V životě už jsem toho viděl hodně.

PJ: Jaké byly první ročníky veletrhu?

JK: První ročník byl nádherný, protože si sedli čtyři lidi, kteří si řekli, že všichni znají knížky, všichni je mají rádi. Knižní veletrh je ale něco, co musíte veřejnosti nabídnout – musíte mít vstupenky a paní, která je bude prodávat, musíte mít záchody... Mimochodem, já jako předseda *Svazu* jsem zahajoval pracovní den na knižním veletrhu tím, že jsem chodil a házel jsem do pisoáru na Výstavišti voňavé kuličky, protože to bylo v dezolátním stavu. Dneska už to samozřejmě za Kočkovy peníze dali dohromady, ale tenkrát to byl *Park oddechu a kultury Julia Fučíka*, takže „veletrh“ zní krásně, když se to řekne, ale je za tím hodně praktických věcí, které vůbec nesouvisí s knížkami. Občerstvení, propagace, všechny tyto věci.

PJ: Jak jste na veletrh dostali vystavovatele?

JK: Oslovili jsme je. Tenkrát se to asi dělalo zadarmo, ale nájem nebyl zadarmo, a tak musel být veletrh komerční. Nájem musel být rozumný, musel se spočítat. Nevědělo se, kolik se přihlásí vystavovatelů, jestli se to vůbec zaplatí, nebo nezaplatí. To všechno byl pokus-omyl, ale tím, že to bylo v nadšeneckých začátcích, tak se to samozřejmě podařilo, protože i nakladatelé měli snahu se připojit. Museli jsme veletrh zprofesionalizovat v co nejkratší době, protože to nešlo dělat „hurá systémem.“ Bylo potřeba i naplnit tzv. doprovodný program, protože veletrh není jen o knížkách. Museli jsme mít různé autogramiády, besedy, koncerty, vystupoval nám tam dětský sbor *Valášek*. Nemělo to hlavu, ani patu, bylo to bez dramaturgie. Ale bylo to spontánní, nikoho to nemohlo urazit – bylo to myšlené upřímně a lidi přišli.

PJ: Jak jste činnost spjatou s veletrhem ukončil?

JK: Od druhého, maximálně třetího ročníku jsme vybrali Danu Kalinovou. Ta se stala ředitelkou a vrhla se do toho po hlavě. Měla znalosti, vědomosti, jazykovou vybavenost, ženský šarm a kontakty, protože pracovala kolem knížek, pohybovala se. Nějaké kontakty měla a lidi ji znali, potřebovali; pro toto byla velmi rozkoukaná. Měla a má dodnes šmrnc, charisma, s kterým umí s lidmi promluvit, zná jazyky, má velmi příjemné vystupování, na úrovni. Dokáže se bavit s paní od záchodků až po ředitele pana Weidhaase; byl to velmi šťastný tah, velmi šťastná volba, to je bez dalšího komentáře. Proto to také dělala dvaadvacet nebo třiaadvacet let a rozběhla to do naprosté profesionality. Dnes nevím, ale při jejím konci, při posledních ročnících, to byl veletrh naprosto srovnatelný s Lipskem, Boloní. Že je náš trh pětikrát menší, že jsme měli problémy s termínovými kolizemi, to všechno k tomu patří, to měli všichni. Že

jsem vždycky přemýšleli, jestli to udělat na jaře nebo na podzim, ve Fučíkárně, nebo v Letňanech – vymýšlí a mění se pořád. Knižní trh je ale tak konzervativní, že tam jakékoli velké změny nejsou moc dobré. Je spíš lepší jít tou konzervativnější cestou. Ale možná se to teď úplně mění; poslední tři-čtyři roky jsem na veletrhu ani nebyl. Ponořil jsem se do svého podnikání, které mě naprosto pohltilo. Ve *Svazu* jsem si užil různé názorové výměny a střety, semlelo mě to a ve výsledku mě to přestalo bavit, nota bene jsem byl v řadě dalších organizací – mimochodem jsem zakládal knihkupeckou školu v Praze, také na základě myšlenky paní Uhdeové. Paní Uhdeová měla dobré nápady, ale vždy je musel někdo zrealizovat; samozřejmě by se bývala přidala, ale byla z Brna. S budováním brněnské pobočky nám ale velmi pomáhala, to musím být spravedlivý. Takže já jsem dělal školu, byl jsem v různých nadačních fondech, byl jsem s Pavlem Mandyssem u zrodu *Magnesie Litery*, která také vznikla na základě *Svazu*; my jsme ve *Svazu* vždy chtěli literární cenu. Mělo to název a bylo to připravené, pracovní se to mělo jmenovat *Český pegas*, ale ztroskotalo to. Teď už nevím na čem, jestli jsem už tenkrát odešel ze *Svazu*. Druhý rok na to mě oslovil Pavel Mandys, takže jsem do toho šel – konečně cena, kterou jsem tady chtěl. První roky jsem to sponzoroval a pomáhal jsem, jak to šlo.

PJ: A pak jste toho nechal?

JK: Pak jsem nechal prakticky všeho, protože věk pracuje, co si budeme povídat, a já pracuji hodně intenzivně – tím se můžu přirovnat ke všem našim ministrům, kteří dělají šestnáct hodin denně, jak říkají. Akorát na to nemám takové aparáty a takové bezedné zdroje. Samozřejmě, že je člověk unavenější, mám rodinu atd.

PJ: To mě zajímalo, jestli přišel moment, kdy jste si řekl, že už vás ta práce nebaví nebo tam třeba byl i jiný důvod.

JK: Párkrát jsem si to řekl, to musím být upřímný, protože ty změny byly tak překotné a v řadě případů spíš k horšímu, že mě to přestalo skutečně bavit. A když se zpětně podívám, v řadě věcí jsem neměl pravdu, řada věcí přešla a je dobrá, ale řada věcí a lidí, se kterými jsem bojoval, prosazoval, přemlouval, ty jsou dnes v propadlišti dějin. Vinou různou – nedotáhli nápad, neměli drive, trpělivost, argumenty. Takže v řadě věcí jsem měl pravdu, ale stálo mě to spoustu síly, energie a peněz. Ale to je velká minulost. Vzpomínáme na to s Petrem Koháčkem, když se někde sejdem. Byly to kouzelné cesty, když malý český Franta vyrazí naivně do Německa,

kde všechno fungovalo – tady to nefungovalo. Těch knížek, co se sem dovezlo, to bylo nepředstavitelné. Pašek v Curychu je měl v garážích v boxech až ke stropu. *Černé barony*, vydával hodně Otu Filipa, to byla kvanta. Čeští nakladatelé se toho pak velmi rychle chytily a začalo to vycházet tady; za půl, tři čtvrtě roku, pak už tyhle exilové knížky nebyly tak lákavé.

PJ: Dnes tedy už veletrh nesledujete?

JK: Ne, já nestačím sledovat ani knižní trh, natož veletrh. Těch jmen, autorů... pochyťám to občas v *Reflexu*, přečtu si nějaký sloupek. Žiji v tom, takže něco vidím, slyším, vnímám, podívám se na internet a když mě něco zaujme, tak se tomu věnuji víc, ale dneska je toho tolik, že není v lidských silách to sledovat. A k tomu mám firmu s několika sty zaměstnanci a celorepublikovým záběrem.

PJ: Jak byste zhodnotil současný český knižní trh? Jaké na něm panují vztahy?

JK: Naskočili jsme do rozjetého vlaku a nevěděli jsme, jestli dřív hájit svoje zájmy, zájmy ekonomické, morální nebo literární, každý si šel svou cestou. Specialitou českého knižního trhu je šílená konkurence, protože v devadesátých letech se na český trh infiltroval kdekdo. Trh se otevřel naprostou liberalizací. Ve vyspělých zemích to bývalo tak, že museli mít licence, byla to vázaná živnost, lidé museli být nějak organizovaní a nějak vedení. Ale tady si každý vytáhl roletu a v ten moment si myslel, že je knihkupec. Začal si dělat, co chtěl – přeplácet, chovat se netržně atp. S vývojem přišla globalizace, která se dá na knížky vztáhnout ve smyslu jazykové omezenosti složitě, ale pokud jde o trh, je naprosto globální; počínaje tím, že se tiskne v Číně a konče tím, že se to prodává na *Mall.cz* mezi tričky, hadry. A to všechno knižnímu trhu škodí. Do toho přišel e-shop čili prodej, který je neregulovaný a neregulovatelný. Pak je tu otázka pevných cen, které v určitou dobu nebylo možné zavést, nemělo smysl je zavádět a nebyla potřeba. Ale dnes, v dobách e-shopů a naprosté globalizace by ochrana cen něco do sebe přinesla. Anarchie na knižním trhu nevede k ničemu dobrému, podporuje to jen silné, kteří z toho mají největší prospěch. Knižní trh je tak neuspořádaný a zvláštní – neříkám dobrý, ani špatný. Funguje, vychází krásné knížky, je řada výborných zavedených nakladatelů, ale to jsou jen takové mašličky, které vyčuhují. Když nahlédnete pod to, je to humus, kde jsou žížaly, abych to přirovnal k něčemu organickému. Nechci znít zapškle a pesimisticky, ale žiji v knížkách dvaapadesát a půl roku, znám doby, lidi, pozůstatky první republiky... S řadou lidí

jsem vyrůstal profesně i lidsky, znám jejich názory, historii, zkušenosti; mám k tomu přístup a tím snad i srovnání. K českému trhu by vám také hodně řekl Ivo Želený, který, mám dojem, vymyslel název *Svět knihy*. K tomu jsme přidali logo – zeměkouli s křídélky, kterou dělal můj grafik.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 2. Rozhovor s PhDr. Jaroslavem Císařem

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a PhDr. Jaroslavem Císařem (* 1955), který byl zaměstnán v několika knihovnických institucích, působil od roku 1991 na Ministerstvu kultury jako ředitel oddělení literatury a knižní kultury, ve *Svazu českých knihkupců a nakladatelů* jako tajemník a byl šéfredaktorem časopisu o knižní kultuře *Grand Biblio*. Rozhovor se uskutečnil 12. 3. 2020.]

PJ: Kam se český knižní trh od revoluce podle vás posunul? Co se povedlo a co se nepovedlo?

JC: Rozhodně se povedlo to, že padly všechny bariéry, aby se vydávaly knížky u nás svobodně. Komunisti a cenzori, kteří se jmenovali *Úřad pro tisk a informace*, to pořád sledovali. Dnes můžete vydat cokoli s výjimkou něčeho rasistického, xenofobního atp. Když na to máte peníze, objeví se tu cokoli, co se objeví ve světě. Druhá věc je, že padly bariéry jak při nákupu tiskařských strojů, tak dalšího zařízení a materiálů, takže kvalitou papíru, tisku a vedle toho grafickým ztvárněním – tady byli vždy šikovní tvůrci – jsme naprosto srovnatelní se světem. O tom koneckonců svědčí i celá řada ocenění, co např. za dětské knížky dostali čeští autoři v Boloni [*Bologna Children's Book Fair*], nebo v soutěži o nejkrásnější knihy světa [*Schönste Bücher aus aller Welt*], kde česká kniha tu a tam vyhrává. Myslím si, že i když nebyly technické možnosti, ten kumšt tu vždy byl. Když se podíváte třeba do dvacátých a třicátých let, kdy u nás byla avantgarda, jsou to krásné knížky, např. Teige a Toyen jsou úžasní. Z tohoto hlediska bych, řekl bych, se to narovnal.

Pak tu bylo umělé navyšování nákladů: podporovaly se tituly, které byly považovány za politicky a ideologicky správné. Dnes je tady volná soutěž, což má zase jiný rub, např. to, že mnohdy vyhrává kýč; když máte peníze a uděláte „humbuk“ reklamu, tak se prodává knížka lépe. Z hlediska rozšíření četby mezi mládeží byl dobrý *Harry Potter*; nepřipadá mi to sice jako nějaká extra literatura, ale přestože tomu nefandím, díkybohu za to, že to tu bylo.

Další věc je, že se česká knižní kultura zařadila bok po boku vývoji v cizině – také jsou tady elektronické knížky i se svými omezeními. Vzpomínám si, jak v jedné anglické studii tvrdili, že kolem roku 2025 bude všechno elektronicky a na papírové knihy budeme jenom vzpomínat. Myslím, že opak je pravdou – i v Americe se dynamika vývoje a vydávání výrazně zpomalila – a papírová knížka přežije. Pak je tady zajímavý fenomén audioknihy. Vedle toho,

že je vždycky používali lidé slabozrací nebo nevidomí, širší využití těchto knížek a množství titulů, které u nás vychází, je docela slušné. U nás je to o něčem jiném než v Americe, kde si pustíte tempomat a ujedete 1200 nebo 2000 kilometrů, zvukové knížky tu mají určité zázemí a konzumenty. Myslím si ale, že ať už to bude jakkoli, tištěná knížka, ten intimní kontakt, je k nezaplacení.

PJ: Myslíte si, že veletrh *Svět knihy* se na rehabilitaci porevolučního českého knižního trhu podílel?

JC: *Svět knihy* každopádně výrazně pomohl konfrontaci nově zakládaných nakladatelství, která vznikala jako houby po dešti – celá řada firem se tam etablovala, poznali se kolegové. Samozřejmě na tom mělo velký podíl také to, že bylo možné obnovit *Svaz českých knihkupců a nakladatelů* [SČKN], protože je vždy lepší, když máte nějakou platformu. U nás je zajímavé, že máme v odborném svazu knihkupce i nakladatele. Jejich zájmy jsou naprosto rozdílné, ale jsme malý trh. Třeba ve Velké Británii máte extra svaz nakladatelů a svaz knihkupců.

PJ: V SČKN dnes moc knihkupců není.

JC: Není. Před deseti-patnácti lety bylo knihkupců asi 1600, dnes je jich asi sotva 600. Řetězce jako *Kanzelsberger*, *Kosmas* nebo *Neoluxor* [*Knihkupectví Luxor*] mají svoje filiálky v obchodních centrech. Sice je těch firem pár a mají více prodejen, ale zužuje se to a ti tzv. malí nezávislí knihkupci nemají šanci. Hlavně z hlediska ekonomických možností.

PJ: Jak hodnotíte činnost SČKN? Halada³ říká, že SČKN má slabou pozici, není to organizace, která může pro členy něco extra udělat, a oni zase nechtějí dělat nic moc pro tu organizaci, resp. pro knižní trh.

JC: Nevím, jestli budu objektivní, když budu hodnotit činnost SČKN dnes. Halada má pravdu v tom směru, že každý se tam snaží chytračit tak, aby platil co nejmenší příspěvky. Něco vydělává veletrh, něco *Knižní novinky*, které jsme založili, ale bez peněz se to bohužel dělat nedá. Jiná je pozice svazu třeba v Německu, kde je jich hodně a členství je „povinné“. Mají na

³ HALADA, Jan. *Encyklopedie českých nakladatelství 1949-2006*. Praha: Libri, 2007. ISBN: 978-80-7277-165-3.

čem stavět, ale u nás to takhle není. Potřebovali bychom podobnou právní úpravu, na které třeba funguje advokátní komora. Vzpomínám si třeba, aby mohli pobírat výhody, přihlásili velcí hybatelé našeho knižního trhu do *Svazu* jen svoji pobočku, která měla roční obrat třeba 5 milionů Kč, tedy méně, než vlastní firma mající obrat 100 milionů Kč. Členský příspěvek z firmy by tak činil třeba 20 tisíc Kč. Bohužel v tomto je to malé čecháčkovství.

Co se asi dnes už nikde nedočtete je, že původně tu při *Knižním velkoobchodě* byl *Svaz nakladatelů, vydavatelů a knihkupců* – připomínám, že teď podle české legislativy se [termín] *vydavatel* váže jak k neperiodickým, tak periodickým publikacím, a [termín] *nakladatel* vlastně neexistuje. Než byl asi v roce 1995 tento zákon přijatý, velice úzce se rozlišovalo mezi nakladatelem a vydavatelem. Nicméně, při obnovování *SČKN* došlo k třecím plochám: staří pánové z původního *Svazu* [*SČKN*], který byl v roce 1949 zrušený, se nechtěli družít s těmi, kteří se potom „ušpinili“ (*Svaz nakladatelů, vydavatelů a knihkupců, členství v KSČ*). Tato malost bohužel pak vedla k tomu, že nemohli zažádat o restituci svého majetku, který byl v Opatovické ulici, kde byl *Knižní velkoobchod*, což byla přímo jejich budova. Jeden z těch antibolševických lidí to schovával doma a přišel s tím teprve tehdy, když všechny nároky padly, nemohlo se odvolávat a nemohla se podávat žádost. Tenkrát jsem tam vstoupil a bylo mi moc líto, že se už nedalo nic dělat. Nový svaz začínal s tím, že měl jeden stůl a dvě židle a pan Kanzelsberger tomu velmi pomohl, když nechal svaz působit ve svém objektu.

PJ: Sledujete činnost *SČKN* dnes?

JC: Dnes už tolik ne. Je to tam na úplně jiném základě. Nejstarší veletrh u nás – *Libri* v Olomouci – podle mě dojel na to, že tam vždycky měli referenty, každý z nich měl na starost několik veletržních akcí a když měl možnost, aby se tomu knižnímu věnoval soustavně více 3-4 měsíce, bylo to hodně. Tady musíte s těmi lidmi tak, jako to dělala paní Kalinová, pracovat celoročně, protože je třeba jim trochu pomoci při propagaci a při dalších aktivitách. To se v Olomouci nedělo, a proto podle mého názoru padl. Nakonec padl i veletrh v Brně. Teď se snaží třeba Ostrava, ale to nemá příliš velkou šanci ani patřičnou odezvu stejně jako veletrh v Lysé nad Labem, který mám rád, ale mají tam nulovou účast.

PJ: V roce 2018 tu přibyla také Plzeň [*Svět knihy Plzeň*].

JC: Tam je to nadějnější, ale je otázka, jestli tam v dalších ročnících někdo přijde. Letošní ročník byl kvůli pandemii koronaviru odvolán (stejně jako ten pražský...). Hodně jsem si sliboval od brněnského veletrhu, když Moraváci pořád mluví o pragocentrismu, ale když měli možnost se tam prezentovat, tak se to příliš nedělo. Jsme ale maličký trh a tihle hlavní hráči prodávají po internetu, po svých pobočkách a účastí na veletrhu potvrzují jenom svoji pozici, není to pro ně tolik o obchodu.

Jinak nevím, jestli by se tím měl zabývat *Svaz*, ale důležitá mi připadá otázka čtenářství a knihoven – knihovny vychovávají čtenáře, kteří pak kupují knihy. Dnes knihovny už začínají přes obrázkové knížky cílit i na děti z mateřských škol. Myslím si, že když se to nepodchytí včas, pokud v takových třinácti-patnácti letech nezískáte lásku ke knize, už se to většinou nepodaří. Mladí potom chodí na vysokou školu, kde musí nuceně přečíst nějaká skripta, ale už to není tak, že by knížka byla jednou z jejich přirozených volnočasových aktivit. Mám pocit, že mezi mládeží přežívá, že papírová knížka je nemoderní. V podstatě těžko může konkurovat počítačům, videu nebo počítačovým hrám. Nemyslím si, že je to správně. Nevidím ale styčné plochy, knihovny mají s nakladateli společné jen to, že jsou tam knížky, ale jinak jejich zájmy jsou odlišné.

PJ: Což mě přivádí k zvláštnosti toho, že český stánek na zahraničních veletrzích má na starosti Moravská zemská knihovna [MKZ].

JC: Logika v tom moc není, protože *MZK* neměla s takovou aktivitou žádné velké zkušenosti. Logiku mělo, že se do toho pustil *Svět knihy, s.r.o.*, ale pak nebyl nikdo jiný, kdo by to dělal, žádný konkurent. Bylo by dobré to udělat noblesněji s finanční podporou státu, aby se Česká republika reprezentovala objektivně, nezávisle. Tohle není ideální stav. Na zahraničním stánku může být ten, kdo je ochoten si to zaplatit. Pokud to zúžíme na Frankfurt [*Frankfurter Buchmesse*], mohou tam být ti, kteří masivně kupují autorská práva a vydávají překlady. U nás není mnoho těch, kteří na to mají – *Euromedia* [*Euromedia Group*], *Albatros* a několik dalších. Důležité je to pro ta nakladatelství, která vydávají původní českou kvalitní tvorbu, kterou tam mohou nabízet, ale stůjme nohama pevně na zemi – v české literatuře se dnes pouze výjimečně řeší nadnárodní, celoplanetární či neúzce zaměřená témata. Je tu třeba Jáchym Topol, o kterém se se slávou psalo, že v zámoří vydal v počtu tisíc kusů překlad *Sestry*, ale v Americe je propadák, když vydáte 10 000 kusů; to je obrovský trh, což je něco jiného, ale zase se dostanete

na ty hranice, mantinely a omezení malým českým trhem. V tom nejsme výjimeční, stejně jsou na tom třeba Maďaři, Azerbajdžán, Chorvatsko – ti jsou na tom možná ještě hůř než my.

PJ: Jaký se Vám tedy zdá současný český knižní trh ve vztahu k cizině?

JC: Myslím si, že nemáme moc co nabídnout. Někde je pěkná grafická úprava, můžeme nabídnout možná nějakého grafika, pokud jde o nakladatele, moc slavné to není. Pomáhá Ministerstvo kultury se svými grantovými programy, ale to jsme okoukali až po několika letech. Když jsem byl na Ministerstvu, tehdejší ministr financí Klaus nám pořád říkal: rozpočtová pravidla republiky to neumožňují. Z toho jsem rostl, protože ty nejkapitalističtější státy jako je Německo, nemluvím o Skandinávii, Anglii, i Francie, ti si podporují svoji národní literaturu. Koneckonců, kdyby u nás nebyly masivní dotace třeba na vydávání francouzské literatury, protože je francouzská kultura teď trochu v útlumu, tak by u nás zdaleka nevyšlo tolik titulů z francouzštiny. Značný podíl na tom mají právě grantové programy francouzské vlády. S Němci je to zase jiné, protože z německé jazykové oblasti bereme třeba odbornou literaturu. Tam už to nezávisí na jazyce, ale na tom, jak je to zajímavě podané. Český knižní trh se slušně zmátořil, podle nejnovějších čísel loni vyšlo 17 330 titulů, což je asi o 700 víc než v předchozím roce. Nevím a neodvážuji se předvídat, jak se na těchto počtech podepíše virová pandemie. Ale jak jsem hovořil s některými akvizitery knihoven, není zatím propad naší knižní produkce nějak výrazný... Loni výrazně posílil segment dětské literatury, posílil segment vydávání překladů, v čemž patříme, snad vedle Maďarska, ke světové špičce, ale také je třeba říci, že kupříkladu ve Skandinávii nebo Nizozemsku lidi vládnu angličtinou. Ale to má i svou odvrácenou stranu: kdyby nizozemská vláda nepodporovala domácí literaturu, tak tam v podstatě žádnou nemají, protože by všichni psali a četli v angličtině – z globálního pohledu, kde se prodá knížka v holandštině? Bude se prodávat mnohem hůř než v angličtině. Nicméně vedle toho, že je tu knižní tradice, kniha je běžný dárek – myslím si, že běžně prarodiče dopřejí vnoučatům knížku, z tohoto hlediska si stojíme dobře. Je to dáno tím, že je to ta naše tradice, že nebýt češtiny, jak bychom tu národní identitu uhájili? Stejně tak bychom tu ale mohli mluvit německy, byť bychom se cítili Čechy, akorát bychom byli v rodině stomilionové, takhle jsme v rodině desetimilionové.

PJ: Jaký je český knižní trh z hlediska vztahů, které mezi sebou mají nakladatelé, distributoři a knihkupci? Jaký je jejich vývoj?

JC: U nás je dosti výjimečné, že jedna firma má vydavatelský i distribuční segment a má dokonce i knihkupectví – na to se v zahraničí koukají překvapeně. Prvopočátek to má v tom, že když tu byla platební neschopnost, některé firmy odebraly knížky a řekly, že neprodaly nic, a přitom měly více prodejních míst. Nakladatelství si to nakonec radši pohlídala a sama si založila distribuci, protože mohla tok peněz sama sledovat a určovat. Vím, že teď už se to trochu pročistilo, některé distribuce jsou seriózní, ale tenkrát to mělo tento počátek – bylo hodně zlatokopů, kteří si dávali peníze stranou a platili s velkým zpožděním. Co možná běžný konzument v knihkupectví nevidí je, že je to velice tvrdé konkurenční prostředí; byť to vypadá, že je to ušlechtilá knižní kultura, jdou si po krku. Je to také dáno tím, že veškeré riziko nese na svých bedrech nakladatel. Komisní prodej – a neříkám, že to není běžné v cizině – je nefér, protože svým způsobem knihkupec žádné riziko nenese. Samozřejmě musí zaplatit nájem atp., ale vezme si pár knížek, neprodá je a vrátí je. Je to prostředí vysoce konkurenční, které neexistuje jinde, třeba u prodejců elektroniky nebo kosmetiky. Na knižním trhu je tolik značek, vyjde tu cca 17 000 titulů ročně. Pravdou je, že z toho asi třetina je tzv. šedá literatura, která se na knižní pulty vůbec nedostane.

PJ: A jak to vidíte s koncentrací knižního trhu? Jak se koncentrace odrazí na podobě veletrhu? Bude mít *Euromedia*, která vše polyká, jeden veliký stánek?

JC: Myslím si, že koncentrace bude postupovat. Je to asi jediná cesta, když jste takhle maličtí, aby se minimalizovali náklady. Více toho zatím ale polyká *Albatros Media*, ti už mají asi přes dvacet značek. Co ale nechápu, je, že mají značky, které jdou tematickým profilem, tematicky proti sobě. Nechtěl bych dělat jejich obchodního ředitele, protože pořád musíte sledovat, abyste nedala dva tituly proti sobě – pak škodíte sama sobě. Všechno to souvisí s velkou konkurencí.

Jako dobrý nápad na pražském knižním veletrhu mi přijde stan pro malá vydavatelství, což je nájem za nižší cenu. To je bezvadné, protože se tam objeví celá řada subjektů, která by jinak na veletrh nešla, protože i 2-2,5 tisíce Kč za stánek je hodně. Druhá věc je, že dříve, když jsem působil ve *Svazu*, uvažovalo se, že by se veletrh převedl do Letňan, ale nikomu se nechtělo jezdit takovou dálavu. Stejně tak, když si vezmete tu Olomouc nebo Brno, ti mají veletržní zázemí nesrovnatelné s Prahou, ale přesto se tu knižní veletrhy neujaly, resp. nepřežily.

PJ: Jak se díváte na otázku fixních cen?

JC: U nás asi nemá šanci se uchytit. Zajímavá, otevřená otázka je DPH, teď je to 10 %. Velká Británie si udržela i v EU 0 % a některé velké státy mají mnohem nižší DPH, než máme my. A zase naopak: když bylo vysoké DPH, které se snížilo, tak se stejně ceny knih nesnížily, protože si marži vzali nakladatelé do kapsy.

PJ: Podařilo se snížit DPH u e-knih.

JC: To je skvělé. Další otázkou, na které bychom se měli dohodnout je evidence audioknih – v Česku žádná neexistuje. U elektronických knih je to fakultativní, takže kdo to nahlásí, toho Národní knihovna má ve své evidenci, ale také to nemá v úplnosti. U papírové knihy je to zákonem dané, ale nikdo neví, kolik vychází audioknih.

PJ: Přinesl *Svět knihy* na český knižní trh mezinárodní rozměr?

JC: *Svět knihy*, a to si musíme přiznat, je především česko-český. Dana Kalinová toto chtěla zlomit, protože získala zajímavé kontakty v rámci organizace mezinárodních ředitelů knižních veletrhů [*Conference of International Book Fairs*], takto to mají leckde, ale je to vždycky jen takový přílepek; navíc ve Frankfurtu je vždycky jedna země profilová, ale my, vyspělá knižní země, jsme tam doteď nikdy profilovou zemí nebyli, protože se na to nedostává finančních prostředků a nevěří se, že by se nám to vrátilo. Maďaři a Poláci sice tvrdí, o kolik víc překladů jejich literatury se prodalo, ale tomu zase tolik nevěřím. Poláci jsou přece jen čtyřicetimilionový národ, to je úplně jiná váha než česká literatura. Vezměte si třeba film. Forman a skoro nikdo další...

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 3. Rozhovor s Joachimem Dvořákem

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a Joachimem Dvořákem (* 1953), zakladatelem nakladatelství a kulturní revue *Labyrint* a edice *Raketa* určené dětem. Nakladatelství *Labyrint* je také spolupořadatelem mezinárodního festivalu *KomiksFEST!* Rozhovor se uskutečnil 24. 3. 2020 přes Skype.]

PJ: Jak dlouho vystavujete na *Světě knihy* a co vás k tomu vede? Jaký má pro nakladatelství *Labyrint* tato akce význam?

JD: Na to se nedá jednoduše odpovědět. Důvody, proč někde vystavovat, se v čase proměňují. Já jsem byl na úplně prvních veletrzích, které, mám pocit, ještě spoluorganizoval Michael March se *Světě knihy*. Tehdy to byly spíše spontánní akce typu knižních festivalů a teprve časem se z toho stala více prodejní přehlídka. Já jsem se toho pravidelně účastnil každou sezonu⁴ asi do roku 2012 a pak mě to přestalo bavit – začalo mi vadit, že je to pořád stejné; že je program neměnný, jako když chodíte pořád jezdit na stejný řetízkový kolotoč, a nemá vás tam co překvapit, jediné to, že odpolední prodloužené jízdy budou levnější. Vstupy a náklady byly naopak pořád dražší, takže pro malé nakladatele to vždy byla otázka, jestli ty peníze věnují na prezentaci. V zásadě se to nedalo spočítat tak, že byste si vydělala peníze na stánku a z něj zaplatila veškeré náklady za čtyři dny. V momentě, kdy vás přestává bavit a vzrušovat obsah a nedává vám to smysl ani ekonomicky, tak se prostě odhlásíte. Když jsem se následující rok šel na holešovické Výstaviště podívat asi na dvě hodiny, viděl jsem, že je to pořád stejné. Měl jsem naopak přes čtyři dny volna a ten, s kým jsem chtěl hovořit, s tím jsem mluvil. A pak přišla s iniciativou Bára Čermáková z *Baobabu*, kdy vymyslela stan malých nakladatelů, který by byl vyčleněn z toho prostoru⁵. Myslím, že doteď se to konalo čtyřikrát. Účastnil jsem se jednak ze solidarity s malými nakladateli, jednak jsem tím chtěl vyslat signál, že nechceme vypadat jako přehnaně elitní nakladatelství, které netouží po kontaktech s lidmi – s *Labyrintem* i *Raketou* se účastníme *Knihexu*, *Tabooku* v Táboře a různých malých festivalů. Akorát kvůli složení návštěvníků, tím, jak se ta akce [*Svět knihy*] vyprofilovala a vlastně dlouho nevyvíjela, tak se pro mě v posledních deseti letech stala absolutně nezajímavá, protože ti, kteří tam chodili

⁴ *Labyrint Revue* na veletrhu *Svět knihy* poprvé vystavoval v roce 1996 (Katalog Svět knihy '96, 1996, s. 194).

⁵ Stan malých nakladatelů byl umístěn před levé křídlo Průmyslového paláce.

v očekávání slev nebo nějakých věcí zadarmo, se mýjeli s tím typem čtenářů, které oslovujeme my.

PJ: To mě zajímalo, jestli prvotní impuls byl prodat knížku nebo se třeba setkat se čtenářem, s odbornou veřejností.

JD: Úplně na začátku 90. let to byla zvědavost, že se potkáte s lidmi z branže a že se uvidíte se čtenáři, kteří vám dají zpětnou vazbu. Tehdy bylo ještě hodně malých nezávislých knihkupectví a nějaké akce nebo autogramiády se moc nedělaly. Literární čtení se nedělala tehdy vůbec, tak to byla jedna z mála příležitostí, jak potkat „vašeho“ živého čtenáře. Ale postupně se ta malá zajímavá nakladatelství začala vytrácet z ekonomických důvodů a pak se to proměnilo – nemyslím to negativně, je to každého volba, jestli se toho bude účastnit – v supermarket s výprodejem, na který jsou návštěvníci zvědaví nejvíc.

PJ: Teď se obecně směřuje k tomu, že se na veletrzích prodávají knihy, včetně Frankfurtu [*Frankfurter Buchmesse*], je to trend. Mělo by to tak podle vás být?

JD: Nejsem organizátorem festivalu, takže se nemusím zabývat tím, jak by to mělo vypadat. Třeba *Lipský knižní veletrh – Leipziger Buchmesse* – se od toho frankfurtského vždycky lišil tím, že tam byl akcent na prezentaci literatury; v Lipsku vždycky bylo daleko více čtení, pódiových setkání, nejrůznějších akcí veřejného charakteru. Ve Frankfurtu, nebo ještě více v Londýně [*The London Book Fair*] se obchodovalo s právy. Teď, v době, kdy se lidi nemohou setkávat – já jsem měl za týden odlétat do Bologně na veletrh dětské literatury [*Bologna Children's Book Fair*], který je samozřejmě zrušen – se ukáže, že spousta věcí se bude muset dělat online. V Praze ale nebylo co obchodovat, tzv. kontraktační den znamenal, že tam přišlo pár nadšených knihovnic, které si obešly, co je baví a odvezly si nové tituly v nákupní tašce do svého fondu, a pak dva tři knihkupci – protože většinu knihkupectví zaváží velké distribuční firmy. Představa, že se tam setkává odborná veřejnost, vlastně nefungovala, takže už od prvního dne se dovnitř pouštěla i normální veřejnost. Mezi stánky proběhne školní mládež, která je tam nahnaná a vy se můžete dívat, jací lidé tam chodí; jestli jsou zvědaví na to, co tam prezentujete, jestli se na to ptají, jsou-li poučení, nebo jestli jsou to náhodní návštěvníci, kteří si přišli prohlédnout knížky od nakladatelů, o kterých v životě neslyšeli.

PJ: Ředitel frankfurtského veletrhu dbal na to, aby velcí nakladatelé nevytlačovali ty malé – za vlastní materiál na stánek se, myslím, platilo srovnatelně nebo víc peněz⁶. Jaký je přístup *Světa knihy* k menšímu nakladateli?

JD: Myslím, že ten přístup byl právě obrácený, když jste si objednala větší plochu, tak jste dostala *discount* a když jste měla malý stánek o velikosti dvou školních lavic, vždycky to bylo pro nás dost drahé plus náklady s tím spojené. Jak jsem říkal na začátku, pokud jste k tomu nepřistoupila jako k penězům vynaloženým na propagaci, nemohla jste se na to dívat tak, že se vám to finančně vrátí. To spousta lidí z malých nakladatelství zjistila docela brzy, když si spočítali tržbu a pak náklady a faktury za stánek. V momentě, kdy k vám chodí lidi, kteří nejsou zvědaví na vaše knížky, postrádá to smysl, platit tak velké peníze za to, abyste čtyři dny někde stála. Ale myslím si, že to vždycky závisí od vize organizátorů. Současný ředitel Radovan Auer má manažerskou zkušenost z různých jiných pozic a vzal to, myslím, za správný konec provazu – snaží se to posouvat více k literární přehlídce, aby to byl svátek, na který budou lidi zvědaví, přijdou si poslechnout své oblíbené autory nebo přijdou na besedu, a není cílem všechno prodat. Podle mého ta satisfakce vychází z pocitu, že se účastníte něčeho, co vám dává smysl a zároveň se toho účastníte ráda, aniž byste to třeba měla na konci finančně v plusu.

PJ: To znamená, že když se účastníte menšího veletrhu, má to pro vás smysl, protože oslovujete rovnou čtenáře, který o vás má zájem.

JD: Přesně tak. *Tabook* v Táboře trvá jen dva dny a je podstatně menší, ale koncentrace toho, co se tam představuje, a lidí, kteří jsou na to zvědaví a přijdou z nejrůznějších míst, je ve výsledku pro vystavovatele finančně zajímavější než velká mainstreamová akce v Praze. Bonus je právě v tom, že tam vidíte a mluvíte s lidmi, kteří jsou zvědaví na to, co máte ve svém portfoliu. A ještě to, že stůl tam stojí dvacetkrát méně než stánek na *Světě knihy*.

PJ: Na českém knižním trhu se pohybujete od 90. let, jaký má podle vás *Svět knihy* význam pro českou knižní kulturu, pro odbornou veřejnost?

⁶ WEIDHAAS, Peter. *A History of the Frankfurt Book Fair*. Toronto: Dundurn Press, 2007, 225-227. ISBN: 978-1-55002-744-0.

JD: Formálně termín okolo poloviny května vždy motivoval řadu nakladatelů k tomu, aby k tomuto období nasměřovali některé své tituly, což pak s prezentací autorů na *Světě knihy* dávalo takovou zajímavost – uvádělo se, kolik knih u příležitosti konání *Světa knihy* vychází. Kdyby vyšly o 14 dní dříve nebo později, bylo by to samozřejmě jedno, ale plus je, že [*Svět knihy*] dokázal vytvořit prostor, na který se nakladatelé soustředili. To je určitě dobré. Co se týká profesních věcí a setkávání lidí z branže, někteří lidé jsou asociální a nechtějí se moc vidět s ostatními. V knižní branži je lidí, kteří nejsou úplně komunikativní, relativně dost; pro někoho to může být příležitost, jak si společně „zapařit“ nebo se jen potkat, a pro někoho zase ne – tam bych neviděl nic výjimečného, protože každý festival, veletrh či kontraktační akce, má vždycky ve svém popisu práce setkání odborné veřejnosti.

Plus je podle mě to, že díky *Světu knihy* a samotným nakladatelům, příp. s podporou zahraničních kulturních center, sem v rámci každého ročníku přijela nějaká zajímavá jména, která by normálně asi do Prahy nepřijela udělat čtení ze svých knih. Punc mezinárodního knižního veletrhu má přece jen větší váhu a některé zahraniční kulturní instituty toto berou velice seriózně. Bonus je bezesporu to, že mohli čtenáři, ale i lidi z knižní branže, vidět naživo spoustu zajímavých světových autorů.

Co možná ani veletrh dělat nemůže, je nastolování nějakých trendů nebo témat. Každý ročník má své téma a nějakou zemi, což je v praxi ta, která je ochotná zaplatit peníze za to, aby byla hostem – můžete si dohledat, kolik stála účast České republiky v Lipsku před rokem, jsou to obrovské částky. Tady u nás to tak náročné nebude, vím, že jednou byla hostem veletrhu Saudská Arábie, která byla podle mého názoru pro běžného čtenáře nezajímavá, tedy pokud tam nerozdávali čokoládové pralinky s logem nějakého emíra. Myslím si, že kdyby měl veletrh větší možnosti, což by muselo být podpořeno i financemi, dokázal by asi komunikovat témata daleko intenzivněji i díky své tradici. Někteří nakladatelé kvůli tomu vydávají některé své knihy a to, myslím, může být i doporučení do budoucna: je hezké, že je tam vždy nějaká země – letos na podzim⁷ mělo být hostem Polsko, které má bezesporu skvělé autory, vynikající reportážní literaturu, kterou vydává např. malé nakladatelství *Absynt* ze Slovenska a vychází už i česky – tématem by ale mělo být něco hmatatelného, a ne taková pseudointelektuální hesla, která vždy vymýšlel Michael March na pražském *Festivalu spisovatelů*, kdy je to asi zajímavé pro dvacet lidí, kteří na to přijdou, ale ne pro širší veřejnost. Myslím si, že March s tímhle elitářstvím ujel zbytečně někam jinam. Pro něj bylo dobré, že *The Guardian* napsal o tom, jak americký básník

⁷ Původní květnový termín konání 26. ročníku mezinárodního veletrhu a literárního festivalu *Svět knihy Praha* byl přesunut kvůli koronavirové pandemii na podzim a následně byl úplně zrušen.

dělá v Praze festival. Respekt ale má za to, že přivezl neskutečně zajímavá jména, já jsem díky němu viděl např. Salmana Rushdieho, ale pokud se bavíme o nějakém větším vlivu na českou veřejnost, což by festival typu *Svět knihy* měl mít, tak ta témata musí být dobře promyšlená, aktuální a zároveň atraktivní, nebo atraktivním způsobem komunikovaná. Prostě něco viditelného a zásadního než jen to, že si tam lidi jdou primárně koupit knížky se slevou.

PJ: Takže podle vás je hodně důležitá osvětová funkce veletrhu, propagace čtenářství.

JD: Samozřejmě, to je podle mě klíčové. Byla jste někdy ve Frankfurtu? Teď už není tak veliký, ale v 90. letech se rozkládal na ploše jako několik fotbalových hřišť v několika patrech, to bylo naprosto fascinující. Německo, stejně jako Francie, mělo vždycky velká silná nakladatelství, která dokázala vygenerovat takové peníze, aby se mohla účastnit a dělat velké programy v rámci takových festivalů. Já si ale myslím, že tím se *Svět knihy* může odlišit – nikdy nebude největší v rámci střední Evropy, nebude nejstarší, protože tradice 25 let je málo a teď po epidemii, jestli to přežijeme, lidi moc knížky zajímat nebudou; polovina z nich nebude mít vůbec peníze, aby kúpovala cokoli, takže myslet si, že na akci přijde třicet nebo čtyřicet tisíc návštěvníků, to je iluzorní. Akcent by měl být právě na téma a mělo by se resignovat na to, zda přilákám padesát tisíc lidí – ať přijde jenom deset tisíc, ale díky programu to může mít lepší vizibilitu v médiích, protože to je jako když někdo hraje „okresní přebor“ a najednou přijede *FC Barcelona* – jste prostě zvědavá na hráče z Barcelony.

PJ: Má tedy veletrh pro odbornou veřejnost nějaký smysl krom prodeje knih? Nebo by akcent měl být pouze na festivalovou část?

JD: To záleží, jak bude strukturovaný. Vždycky tam mají programy, kde se vede diskuse třeba o DPH, ale ta se nemusí vést během veletrhu, kdy nakladatelé nechtějí řešit takovéto věci. Myslím si, že je obrovskou chybou, že se organizátorům nikdy nepodařilo zajistit, aby se v rámci *Světa knihy* předávala nějaká cena, která by měla zvuk, včetně *Magnésie Litery*, což by přineslo i nějaký pocit očekávání, zvědavosti. Pokud jde o odbornou veřejnost, *České literární centrum*, kde působil Ondřej Buddeus, dělalo dvakrát nebo třikrát *incomingovou turistiku* zahraničních malých nakladatelů, a to by asi splňovalo to, na co se ptáte – odborný program pro nakladatele. Jednou jsem tam poslal mou kolegyni, která je velice pragmatická, nechce ztrácet čas tím, že někdo něco zbytečně půl hodiny vypráví o ničem, a ta přišla dost rozčarovaná

nad výběrem nakladatelů – přihlásili se více méně ti, kdo si chtěli udělat výlet do Prahy. Když přijede nakladatel za dětskou literaturu, tak by k němu měl být nakladatel nebo editor z dětské literatury; kdo dělá non-fiction nebo knížky jiného charakteru – nemluvím o próze, protože česká próza venku nikoho nezajímá – měl by k sobě mít adekvátní český protějšek. Velké nakladatelské koncerny pak mají knihy dávno koupené často před tím, než vyjdou v originále, takže jde vždycky o menšinovou záležitost – přijedou dva fajnovní nakladatelé z Paříže anebo z Německa, ale ti stejní přijedou potom na podzim do Tábora, a tady zjistíte, že Tábor je pro ně daleko zajímavější, protože tam jsou zvědavější lidi, které baví přemýšlet o tom, co se vůbec vydává a kam to vše směřuje. *Svět knihy* vždycky akcentoval návštěvnost, aby přišlo co nejvíce lidí, kteří si koupí co nejvíce knížek. Pokaždé v sobotu nebo v neděli dopoledne byla autogramiáda Haliny Pawlowské a Michala Viewegha – nic proti nim jako autorům – ale to vás nebaví. Vráťím se k tomu řetízkovému kolotoči: vy byste očekávala, že ten program bude růst, ale je to jako kdyby na nějakém filmovém festivalu dávali pořád dokola stejné filmy od stejných režisérů. Tohle je podle mě na vizi a dramaturgii toho festivalu, který by se musel rozhodnout, jestli bude velkým knižním festivalem pro lidi, co tam jdou s nákupní taškou, anebo *cool* akcí, na níž přijde spousta mladých lidí, kteří ale nebudou tolik nakupovat. Neříkám, že v dílčích věcech se to poslední dva tři roky nedaří, ale podle mě to není dostatečně komunikované směrem ven. Chcete jít někam, kde chcete být, a ne tam jít proto, že jste tam šla vždycky a koupila si dvě knížky se slevou.

PJ: Jaký má pro vás význam účast na zahraničním veletrhu v rámci českého národního stánku? Jak vnímáte to, že stánek organizuje Moravská zemská knihovna, která nemá tržní status?

JD: Upřímně, mně je to jedno, kdo to technicky pořádá. Zním dobře Buddeuse, společně s ním a Davidem Böhmem jsme vydali knížku *Hlava v hlavě*, která vyhrála všechny ceny. Zním pana profesora Kubička, co vede *Moravskou zemskou knihovnu*, který je inteligentní, a žabomyší války, kdo co organizuje, kdo dostane z jaké dotace o deset tisíc korun více nebo méně, to je mi jedno. Pro mě jako nakladatele účast na zahraničním veletrhu může být zajímavá jediné tehdy, pokud mám sám něco, o co by mohl být venku zájem. Drtivá většina českých nakladatelů – a to neříkám povýšeně – nemá co nabídnout. Když se pak podíváte kritickým okem třeba na plejádu jmen, která jedou na nějaký veletrh, případně mají čtení na českých centrech různě po Evropě, a přitom znáte literární a nakladatelský provoz, víte, kdo koho miluje a kdo je s kým kamarád, musíte se někdy usmívat. Chybí odvaha a výběr je leckdy nekritický – a týká se to

částečně i Lipska 2019, kam přijelo asi sto autorů. Smysl to má tehdy, pokud je co nabídnout nebo pokud se někdo – Ministerstvo kultury, nebo kdo na to pak shání peníze a je garantem – rozhodne, že bude něco v rámci nějakého festivalu venku prezentovat. To je svobodná vůle lidí, kteří mají vymýšlet nové věci. A pak někam jede ekipa deseti básníků, jeden mluví anglicky, jeden německy, ostatní se tam procházejí, a když přijdete na stánek, kde mají čtení, vidíte, že tam sedí tři posluchači. Cítíte, že to takhle nemá smysl, víte, že to stálo spoustu peněz, za které by se dalo pořídit něco jiného – ale to je odpovědnost lidí, kteří to vymýšlí. Já to vlastně nechci kritizovat, protože nemám ambici vymýšlet klíč, jak to udělat lépe. Jsem nakladatel, nikoli organizátor zahraničních přehlídek.

Pokud jste se ptala, jestli pro nás jako nakladatelství je účast zajímavá, před třemi lety jsme se rozhodli, že bychom chtěli některé naše dětské knihy dostat ven. Kapitoulou sama pro sebe je Jaroslav Rudiš, který patří do našeho portfolia – jsme jeho nakladatelé – a léta už vychází různě po Evropě. V Německu ho vydává *Luchterhand* [*Luchterhand Literaturverlag*], což je obrovské nakladatelství s dobrou tradicí a poslední román *Winterbergs letzte Reise* už vydal přímo s nimi, protože ho napsal německy. V našem portfoliu nemáme žádného jiného autora, který by měl takovou relevanci, že by na něj byli zvědaví venku a byli by ochotní vydávat jeho knihy i bez podpory Ministerstva kultury, které má různé granty na podporu vydávání knih v zahraničí. Zkrátka jsme se před třemi lety rozhodli, že to zkusíme s dětskými knihami. Když sami vydáváte originální knihy a držíte k nim copyright a dokážete je představit lidem, kteří jsou na ně venku zvědaví, tak se může stát, že vaši knížku někdo vezme. A když se budete snažit trochu víc, což obnáší např. to, že maketa knížky musí být v angličtině, musíte zaplatit police v českém stánku, kde máte vystavené tituly, což samo o sobě nestačí, musíte tam letět, musíte tam tři dny být, dopředu si domluvit schůzky s lidmi, na místě mít otevřené oči... A pak najít správné kontakty, literární agenty, umět se domluvit... Tak se nám podařilo, že za necelé čtyři sezony, naše knížky vyšly asi ve třiceti různých vydáních po celém světě. Když se to sečte, tak je to pro některé autory větší příjem v penězích než za to, co se prodalo tady v Čechách. To je ale tím, že české dětské knížky jsou v průměru nadstandardní – stejně jako hodně věcí z Čech není venku zajímavých a svítí jenom něco, třeba české sklo. Samo o sobě by české sklo už nefungovalo; musí přijít firma jako *Lasvit*, která využije tradici, strašně moc pracuje a posune to o pořádný kus dál. Pak má úspěchy, zaslouženě. Český trh je velice omezený, nejenom tím, kolik je tady čtenářů, ale i koupěschopností, která teď bude daleko nižší. Když máte něco originálního a hodně moc se snažíte, pak můžete mít úspěch. A pro malé nakladatele to je jako živá voda do uvažování o tom, jestli se dál věnovat novým autorům, vyhledávat nová jména a

budovat kariéru mladým a zajímavým autorům z Čech. A tomu částečně pomáhá i to – a opakuji, je mi jedno, kdo to organizuje – že je někde nějaký český stánek. Kdyby bylo víc peněz a kritická komise, která by vybrala třeba pět nejzajímavějších českých dětských nakladatelů, nebo pětadvacet nezajímavějších dětských knih za uplynulou sezónu bez ohledu na to, kdo je vydal, a ty by zadarmo prezentovala v zahraničí, tak by to mělo daleko větší smysl. Musíte mít ale nějakou vizi a nebát se jít po té cestě delší dobu a nechtít očekávat, že za první zatačkou už budete sklízet ovoce.

PJ: Jak se vám jako malému nakladateli žije na českém knižním trhu? Malý nakladatel např. asi nejvíce vnímá, jak tu funguje komisní prodej.

JD: Bohužel, to je takový nešvar a veškerou odpovědnost a riziko v celém knižním procesu nesou nakladatelé. I když je knížka prodaná, stejně čekáte, až peníze pošle knihkupec distributorovi a distributor vám, jsou tam velmi dlouhé splatnosti. Možná jste zaregistrovala, že *Euromedia* [*Euromedia Group*] jako velký distributor teď vydala vyhlášení, že okamžitě přestává platit třetím stranám... Vy ale víte, že vám distribuční společnosti dluží za dávno prodané knihy opakovaně. Někteří distributoři peníze zadržují a malý nakladatel na ně nemá páku, musí čekat půl roku, někdy i déle. Situace malých nakladatelů je svízelná v tom, že musí strašně moc přemýšlet nad tím, co budou vydávat, čemu budou věnovat pozornost, a portfolio zároveň stavět tak, aby některé tituly, které si na sebe nemůžou nikdy vydělat, měly aspoň zčásti zajištěné grantem nebo penězi od privátních dárců případně z crowdfundingu. Musí se snažit vymyslet i nějaký titul, o který bude čtenářský zájem, aniž by ztrácel na kritické kvalitě. Nesmí vydávat zbytečné knihy ve vysokých nákladech a musí se o ně starat – spousta nakladatelů kašle na propagaci a myslí si, že když je kniha dobrá, prodá se sama. Ale to už dávno neplatí.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 4. Rozhovor s PhDr. Marií Kratochvílovou, Ph.D.

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a nakladatelskou redaktorkou a vedoucí edičního oddělení *Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy*, PhDr. Marií Kratochvílovou, Ph.D. (* 1952). Marie Kratochvílová mj. založila a vedla nakladatelství *Akademie múzických umění v Praze* a redakčně se podílela na vydání více než 200 titulů. Rozhovor se uskutečnil 3. 4. 2020 přes Skype.]

PJ: Jak dlouho vystavujete na *Světě knihy*?

MK: Jako *Ediční centrum Akademie múzických umění [AMU]*, které bylo založeno v roce 1995 a které jsem vedla, jsme se společně s dalšími vysokoškolskými nakladatelstvími poprvé zúčastnili *Světa knihy* v roce 1998. Možná i díky tomu, že jsme spolu vystavovali na *Světě knihy*, že jsme se tam všichni potkali a viděli jsme, co kdo dělá, jsme začali i více spolupracovat. To bylo hodně dobré! Mohli jsme si vyměňovat zkušenosti nakladatelství a vydavatelství vysokých škol – na každé škole bylo a je vydavatelství, resp. ediční středisko, trochu jinak organizované, každá škola je jinak velká. Jsou školy, které jsou jednooborové jako třeba „chemie“ [*Vysoká škola chemicko-technologická v Praze*], anebo jsou univerzity, kde se pěstuje spousta oborů. Každá škola má vydavatelství jinak zařazené do svého organizačního rámce, jinak personálně obsazené. Například na *AMU* tvořili nakladatelství tři lidi: ředitelka-redaktorka a manažerka, technický redaktor-sazeč a tiskař. Nakladatelství organizačně spadalo pod kvestorku a zároveň pod prorektora pro vědu. Naopak například [*Nakladatelství Karolinum*] mělo v době, kdy my jsme teprve nakladatelství zakládali, mnohaletou tradici a organizačně a personálním obsazením odpovídalo normálnímu nakladatelství odborné literatury. V době, kdy jsme začínali vystavovat na *Světě knihy*, měli skoro všichni školní nakladatelé tiskárnu nebo aspoň nějaký rozmnožovací přístroj. Tehdy se totiž ještě neoutsourcovalo, všechno se dělalo od začátku až do konce ve škole. Knížky také původně měly dost často formu skript, protože po revoluci chyběly studijní materiály. Zvláště na humanitních oborech se mohly materiály, které byly k dispozici, vyhodit – resp. odcházející pedagogové si je „mohli vzít s sebou“. V té době, kdy se i na vysokých školách odrazily společenské změny – a u humanitních oborů to byly změny zásadní –, také nastal boom technologií. Do devětaosmdesátého roku musel být každý tiskařský nebo rozmnožovací stroj zaevidovaný a každý papír, který jím projel, musel být od někoho schválený. Najednou přišly

xeroxy, počítače, celá technologie výroby se změnila. I obsah publikací byl úplně jiný, a tak bylo o čem debatovat a co řešit i v rámci vysokoškolských nakladatelů. Myslím, že školy měly štěstí, že se i této součásti vysokých škol, totiž vydávání odborných publikací, studijních materiálů a opor ujali lidé, kteří byli mladí a plní elánu taková pracoviště vybudovat. Na vysokých školách začali vyučovat noví pedagogové, kteří měli plně šuplíky prací, které konečně mohli publikovat. To bylo skvělé. Účast na *Světě knihy* byla logickým pokračováním toho, že na školách (a to i na těch, které vznikly až po roce 1989) vyšla spousta nových publikací a byl po nich hlad nejen v řadách studentů, ale i veřejnosti. Nastartováno to, myslím, bylo i tím, že jsme se domluvili na společném vystavování – že má smysl být pohromadě, aby byla vidět šířka a možnosti vysokoškolských nakladatelů. Takové byly okolnosti vystavování nedlouho po revoluci.

Zpočátku jsme vystavovali společně, postupně se některá vysokoškolská nakladatelství odpojila a zřídila si vlastní stánky. Na našem společném stánku zbyly spíše menší školy, co měly třeba jen ediční středisko, nebo malá nakladatelství, co by si samostatný stánek nemohla dovolit. Nicméně i velká vydavatelství *Univerzity Palackého* nebo *Vysokého učení technického v Brně* či *Masarykova univerzita* s námi leta vystavovala společně. Režim společného stánku znamená, že si pronajmeme nějakou plochu, spočítáme, kolik se přihlásí vysokoškolských nakladatelů a podle toho se rozpočítají panely. Každý z nakladatelů má jeden nebo dva panely na vystavování, nějakou plochu na reklamu, a hlavně máme společný pult, kde se knížky prodávají, eventuálně kde získávají čtenáři nebo návštěvníci veletrhu informace – jsou tam propagační materiály apod. Společný stánek má svoje výhody a nevýhody. Výhodou je, že se na zaplacení pronájmu plochy, stavby stánku i obsluhu složíme. Nevýhodou pak to, že takový stánek není nijak oborově členěný – je tam „chemie“ [VŠCHT], publikace z oblasti filmu, divadla, tance a hudby z nakladatelství *AMU* a *JAMU* [*Janáčkova akademie múzických umění*], humanitních věd, publikace z oblasti biologie a zemědělství z *České zemědělské univerzity v Praze* a dále univerzity, které vydávají publikace z nejrůznějších oborů, které se pěstují na jejich škole. Bývá nás tam zhruba jedenáct, včetně *Západočeské univerzity v Plzni*, *Univerzity Palackého v Olomouci*, *Univerzity Hradec Králové*, *Mendelovy univerzity z Brna*, *Vysokého učení technického v Brně* atd. Je to takový mišmaš, v němž se čtenář, který se nejde cíleně podívat, co produkují vysoké školy, těžko orientuje. I z toho důvodu si některé školy řekly, že si raději zaplatí vlastní stánek, kde budou mít svoje informátory a lidi, kteří o těch knihách něco vědí, jako například *Vysoká škola ekonomická*, *České vysoké učení technické*, *Masarykova univerzita*, vždycky zvlášť bylo *Karolinum*. Když máme společný stánek, máme najatého

člověka, který stánek organizuje, hlídá atp.; všichni bychom se tam ani nevešli. Nevýhodou je, že najatí studenti nebo ti, kteří knížky ve stánku prodávají, o nich málo vědí, už to není úplně přímý kontakt nakladatele se čtenářem. Tudíž se na stánku stejně střídáme, nebo jsme někde v prostoru Výstaviště, abychom mohli informovat případné zájemce. Výhody jsou finanční, ale také to, že se na stánku potkáme. Když má každý svůj stánek, nemá moc šanci se podívat po okolních stáncích. My si ale sedneme k jednomu stolu a všechno spolu probereme.

PJ: Co si od účasti na *Světě knihy* předně slibujete?

MK: *Svět knihy* je hodně o společenských kontaktech a my, když se tam takto setkáme, z toho máme radost a nejen to, máme možnost si spoustu věcí vyříkat. V rámci *Světa knihy* jsme dříve pořádali i semináře týkající se vydávání vysokoškolských učebnic nebo problémů třeba s elektronizací, s elektronickými publikacemi, se zpřístupňováním databází, s novými technologiemi, s redakčním zpracováním odborných textů, repozitáři atp. Byla to různá témata, která jsme ještě rozpracovávali na speciálních seminářích, které už se pak neodehrávaly na *Světě knihy*, ale díky těmto small talkům na *Světě knihy* jsme si uvědomili, co bychom potřebovali diskutovat více nebo s odborníky a poté jsme se sjeli např. v Brně, Olomouci nebo Praze. Pozvali jsme si odborníky – většinou si to někdo akční vzal na starost – sešli jsme se a během jedno- nebo dvoudenního semináře jsme to vyřešili. To se týká ale spíše minulosti, dnes už se to rozvolnilo. Teď se hodně slučují vydavatelství s knihovnami a vznikají informační centra. To má svoje výhody i nevýhody, protože takové pracoviště nemá charakter nakladatelství jako takového. Ale vždy záleží, jak je to udělané a jací lidé tam jsou, jak je to zajímavá a jak tomu rozumí. Pokud jsou to pouze organizační pracovníci, kteří nemají vztah k oboru, v rámci kterého nakladatelství pracuje nebo škola vyučuje, je to problém – nemají-li vztah k oboru, nemají vztah k pedagogům-autorům, hůře pracují na akvizici nových titulů a jsou závislí pouze na nabídce jednotlivých fakult.

Vydávání publikací na vysokých školách souvisí i s problematikou hodnocení vědy a výzkumu; publikace zde reprezentují výsledek vědeckého a výzkumného výkonu. Před nějakou dobou vznikl názor, že školy si vydávají všechno, ať je to dobré, nebo špatné, a pak to vykazují. Vysokoškolskými nakladatelstvími údajně proteče všechno; vydá se vše a každému, protože neexistuje recenzní řízení a kritická stanoviska – pokud by někdo zkritizoval kolegu, ten zase zkritizuje jeho – a protože se hraje o *publikuj, nebo zemři*, všichni publikují a vysokoškolská nakladatelství to chrlí. To byl celkem vžitý názor, což se někdy odráželo i v hodnocení

publikací vydaných ve vysokoškolském nakladatelství na autorově mateřské univerzitě. Stačilo, že v nějaké monografii bylo napsáno „vydala fakulta“ nebo „vydala univerzita“ a už měla publikace od *jury*, která ji posuzovala, nižší hodnocení. Začal se používat termín „prestižní nakladatelé“, ale často se jimi stali ti, kteří uměli dost nahlas říct: já jsem prestižní. A vznikl (nevím, jestli někdy zveřejněný) seznam nakladatelů, u nichž bylo „prestižní“ vydat svou publikaci. I pár soukromých nakladatelů v různých oborech získalo nálepku „prestižní“, kterou mají dodneška. Proč, nevím... Dokonce přesto, že někteří autoři vědí, že by dostali kvalitnější feedback od kolegů nebo kolegů z jiných škol, pokud by knihu vydali v univerzitním nakladatelství, protože vysokoškolská nakladatelství mají možnost oslovit odborníky z oboru (mají je ve svém odborném zázemí) a požádat o lektorování či recenzní posudky, což, doufám, je součástí vydávání na vysokých školách a mělo by být úplně samozřejmé. Při seminářích, které vedu, jsem proto pořád studentům opakovala: věnujte největší pozornost redakční práci a recenznímu řízení. Takto jsme se na *Světě knihy* snažili naše knihy představovat – že jsou dobře zredigované, zrecenzované. Na tom nám hodně záleželo, a to jsme prezentovali jako specifiku vysokoškolských nakladatelů – že mají odborné zázemí, mají možnost spolupracovat s odborníky nejvyšší kvality.

Vysoké školy nejsou jedinými producenty odborných publikací, dnes je na vydávání této literatury zaměřených více soukromých nakladatelů. „Zajímavé“ ale je, že někdy vydávají publikace, které jsou podpořeny z prostředků určených na výzkum. Toto je věc, kterou pořád řešíme, a já to cítím jako určitou nespravedlnost. Každý ale má nějaký svůj boj a vybojovat to můžeme jedině tím, že dokážeme, že to, co vydáváme na vysokých školách, jsou věci kvalitní. Mnozí z nás se tomu věnují opravdu pečlivě a dávají důraz na redakční práci a kvalitu. Někteří nakladatelé, kteří si drží to označení „prestižní“ a autor se na ně tudíž obrátí s důvěrou v dobrý výsledek – a stalo se to vícekrát – přijmou věc jako zredigovanou a zrecenzovanou a věnují se jen grafické stránce a tomu, že tam dají značku.

PJ: Když jste mluvila o financování, ve *Zprávách SČKN* z posledních 2–3 let se řeší, jak poklesla produkce učebnic a skript a snaží se pojmenovat příčinu, čím to je. Přišli na to, že „výrazný pokles počtu zejména vysokoškolských učebnic a skript je jednoznačně ovlivněn dvěma faktory. Jednak skončil operační program ‚Vzdělávání pro konkurenceschopnost‘, který finančně podpořil vznik celé řady studijní i odborné literatury. Dalším faktorem je skutečnost,

že učebnice a skripta nejsou pro vysoké školy předmětem hodnocení, které ve výsledku pro ně generuje jeden z finančních zdrojů.“⁸

MK: Ano, to je přesně ono, ten „kafemlýnek“. Je to dáno systémem hodnocení. Učebnice píše málokdo – nebo to, co píše, nenazývá učebnicí. Do výkazů napíše, že je to monografie nebo kolektivní monografie, a je to učební pomůcka, jak tomu říkám. Zahrnuje to i všelicos elektronického – *PowerPoint*, různé databáze atd., to jsou všechno autorská díla. Hodnocení v RIVu [Registr informací o výsledcích] znamená přísun finančních prostředků na další výzkum a vývoj, takže je jasné, proč ubylo publikací, které by se v hodnocení – RIVu – objevily jako učebnice. Totéž – nulové hodnocení v RIV – platí například i pro sborníky z konferencí. Ten obraz je z tohoto důvodu trochu zkreslený.

PJ: Veletrh je tedy pro vás platforma, kde je důležitý společenský kontakt, nějakým způsobem probíhá, můžete tam třeba realizovat semináře pro vaši obec.

MK: Semináře pro nás mají význam, ale opravdu odborné semináře tam nelze realizovat. Na *Světě knihy* se jenom domluvíme na tom, jaké téma by nás zajímalo, protože akce na *Světě knihy* mají spíš popularizační charakter než odborný. Je to jarmark. Je tam občerstvení, všelijaké propagační akce, přijedou hvězdy, na které se stojí fronty. Většinou nakladatelů beletrie jde samozřejmě o to, aby prodali. Dana Kalinová říkala, že je jí to líto, že se z toho stala záležitost převážně prodejní, že to původně vedli jinak – měla to být prezentace, reprezentace, literární festival se zahraničními hosty. Ale dnes to tak úplně nefunguje.

PJ: Účastníte se i jiných veletrhů než *Světa knihy*?

MK: Jak kdo. Společně jako vysokoškolská nakladatelství se neúčastníme žádných dalších veletrhů. Účastní se, myslím, *Karolinum* a *Masarykova univerzita*, kteří jsou na velkých zahraničních veletrzích zastoupeni nějakou významnější publikací v rámci společného českého stánku. Na zahraničních veletrzích jde hlavně o prodej a vyjednání práv na vydání, o setkání agentů s nakladateli, což je důležité. My, pokud chceme vydat nějaký překlad, strašně složitě

⁸ TUREČKOVÁ, Marcela. Struktura knižní produkce v roce 2017. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 3.4. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

vyjednáváme práva k vydání, protože malý nakladatel, malý jazyk, nikoho nezajímá – hlídat, jestli je překlad a vše ostatní v pořádku, to se jim nevyplatí. Často vůbec nereagují na výzvu, že bychom chtěli koupit práva na vydání v českém jazyce. A pokud se to podaří, je to vše dosti drahé. Proto máme spíš studenty k tomu, aby uměli cizí jazyky a mohli studovat to, co potřebují, v originále. Když chceme vydávat nebo prodávat směrem ven, jediná možnost je psát v jazyce, ve kterém chceme vydávat. To dělá *Karolinum* – má spolupráci s *Cambridge University Press*, která jim zajišťuje distribuci publikací vydaných v angličtině. Angličtina musí být perfektní, jasné je, že překladem náklady na výrobu rostou (i když překladatelé jsou u nás placeni dost mizerně). Tudíž bez určité finanční dotace se nakladatel neobejde. Knížka je speciální komodita, která má trochu jiné parametry výroby a prodeje než obyčejné zboží, ale přistupuje a zachází se s ní jako s normálním zbožím. Má ale tato specifika, která jsou náročná jak finančně, tak, u odborných publikací, na odbornost, redakční práci, recenzní řízení. Samozřejmě i grafická podoba hraje velkou roli, a to jsme zpátky u skript – přestaly se dělat skripta a jednoduché učebnice a začaly se dělat knížky, které nějak vypadají, vytvořily se edice určitých typů publikací. V tomto směru se vysokoškolská nakladatelství mohou přiřadit k jakémukoliv jinému nakladatelství.

Dalším specifíkem je elektronická publikace. Občas se studentů humanitních oborů ptám, z čeho studují. Studenti *FHS [Fakulta humanitních studií]* mi tvrdí, že nejraději studují z tištěných publikací, i když dnes už elektronická knížka nabízí možnosti záložek, vyhledávání apod. Když člověk potřebuje jen něco vyhledat, v elektronické knize se rychleji zorientuje. Záleží ale na tom, jak je tištěná kniha graficky upravená a jak moc velký detail v ní chce člověk hledat. Jiné to je třeba na technice, aspoň co jsem konzultovala s kolegyní z „*chemie*“ – tam záleží, jak co; vydávají třeba překlad *Organické chemie*, tlustou knihu, která stála asi hodně, a studenti z ní studují. Studenti biologie také studují z učebnic. Jsou ale obory nebo předměty, kde elektronická knížka zřejmě stačí, člověk si to přeje, podívá se, nezáleží mu na tom, jak je to upravené, protože mu jde o pár informací, které z toho získá. Asi před pěti lety se říkalo, že se vše bude vydávat už jen elektronicky, studenti k tomu budou mít jednodušší přístup, ale kupodivu se tak nestalo; boom neproběhl tak, jak se čekalo. Tištěné knihy jedou dál, i když se říká, že nejsou skladové prostory. A ani v soukromí se s prostorem pro knihy moc nepočítá! Když se dívám na návrh současného interiéru, nikde tam nevidím knihovnu, jen jednu poličku. Naše generace má ještě obložené stěny knihami nebo máme aspoň jednu pořádnou knihovnu v bytě. Dnes už to takto ani architekti nenavrhují. Studenti mi ale říkají, že se jim lépe studuje

z tištěných knih – a že i beletrii radši čtou v tištěné knize. Knihy si často půjčují v knihovně, nemusí je mít, čímž vzrůstá důležitost knihoven, jak fakultních, tak univerzitních a obecních.

PJ: Prodávají si většinou akademická nakladatelství knihy sama? Jsou cíloví čtenáři pouze studenti? Mohou knihy z konkrétního akademického nakladatelství jít i do jiných prodejen a knihoven?

MK: S prodejem je to komplikované, to souvisí s financováním. U věcí, které jsou financované z veřejných zdrojů, je tendence, aby byly volně přístupné. *Open Access*, licence *Creative Commons* a podobné možnosti publikování tomu napomáhají, nicméně publikace, které jsou určeny širšímu čtenářstvu, nejen studentům, jsou nabízeny i mimo tyto platformy. Každá škola to má jinak, některé mají např. svoje e-shopy. V knihovnách jsou všechny knížky, které vydáváme, protože podle autorského zákona mají nakladatelé povinnost odevzdávat – 5 povinných výtisků a oznamovací povinnost ostatním knihovnám. Všichni máme svoje ISBN, fungujeme ve stejném režimu jako všichni ostatní nakladatelé. My, co nemáme distribuci jako součást nakladatelství, využíváme distributory, jako je např. *Kosmas* nebo *Čeněk*. *Kosmas* si ovšem bere 47 % – 50 % rabat z prodejní ceny knihy, a pokud nakladatel chce, aby mu něco zůstalo, dopadne to tak, že jsou knížky drahé. My jako vysokoškolští nakladatelé o zisk z prodeje nemusíme tolik bojovat, malí nakladatelé to mají horší, protože se musí nějak uživit a velcí to také nemají lehké, zvlášť teď⁹. Vysokoškolští nakladatelé mají výhodu v tom, že mohou využívat moderní technologie; mohou jejich prostřednictvím – a to je cíl vysokoškolských nakladatelů (ač to možná zní nadneseně) – šířit vzdělanost. Člověk vždy, když něco dělá, měl by si položit otázku, jaký to má smysl. Podle mě smysl vysokoškolských nakladatelů je právě tento.

PJ: Je pro vás účast na *Světě knihy* drahá?

MK: Je. Svět knihy trvá čtyři dny, a když se rozpočtou náklady mezi všechny školy, stojí jedna police s vystavenými knihami 32 tisíc Kč, což je tedy včetně stavby stánku, pronájmu plochy, obsluhy, katalogu, dopravy, vstupenek. Nezapočítala jsem všechno, např. můj čas nebo plat, náklady na aspoň minimální reklamu apod. Náš výdělek za prodej knih na *Světě knihy* na

⁹ Narážka na krizi na českém knižním trhu v důsledku koronavirové pandemie.

pokrytí těchto nákladů nestačí. Průměrná cena naší knížky je asi 230 Kč. Čtenáři (ale i knihovníci a odborní pracovníci, kteří mají vyhrazený jeden „profesní“ den) se na stánku podívají na knížku a pak si ji objednají přes *Kosmas*. Jak už jsem říkala, *Kosmas* má 50% rabat; dává slevy ihned, jakmile knihu začne prodávat. Proto by bylo dobré oživit diskusi o pevných cenách knih; malí knihkupci nemají šanci takové slevy dávat, a to vede k jejich mizení z map měst.

PJ: Podle mých zjištění je v České republice jedno specifikum, a to je mísení rolí. Na zahraničních veletrzích nakladatel a knihkupec nejsou jedno. Velcí nakladatelé u nás si pak mohou dovolit nabídnout veliké slevy, což ty menší utlačuje.

MK: Samozřejmě. V poslední době si pronajímají obrovské plochy prodejci, velcí knihkupci, kam se ženu lidi pro bestsellery, kde je mají se slevou nebo tam získají podpis nějaké zahraniční nebo domácí spisovatelské hvězdy. Což není stížnost, jenom opět uvažujeme o smyslu té věci.

PJ: Smysl pro vás spočívá tedy spíš v osvětě?

MK: V setkání, v seznámení, v tom, že ukážeme, že vůbec jsme a něco produkujeme. Setkáme se s jinými nakladateli, nejen vysokoškolskými. Třeba já jsem v té branži dlouho, znám se se spoustou lidí a s mnoha lidmi se vidím jednou za rok právě na *Světě knihy*, když je navštívím na stánku. Tuto sociální roli veletrh má a myslím, že to je dobře, protože jinak se můžeme potkávat opravdu jen na emailu. Pak by nemělo smysl dělat veletrhy, když by neměly tento sociální rozměr. Je to společenská záležitost, tak jako ostatní světové výstavy. Myslím si ale, že celosvětově to má tendenci spíš upadat, protože si všichni spočítají plus a mínus a doba není taková, aby si mohli dovolit veliké výdaje. Účast na veletrhu nějaký výdaj je. Nakladatel si raději řekne, že udělá nějakou samostatnou akci, třeba nějaký křest, bude se věnovat speciálně jedné knížce a bude to mít větší efekt, než být na tom jarmarku jako jeden z mnoha.

PJ: Současný ředitel *Světa knihy* se rozhodl řešit to, že někteří nezávislí nakladatelé si nemohou dovolit účast: nakladatelství mohou mít jen stan, kde se budou knížky prodávat pracovníci veletrhu a nakladatel tam udělá pořad ¹⁰.

MK: Já tomu říkám jarmark. Stan už byl – a byl to nápad malých nakladatelů, kteří nechtěli platit drahé plochy. Ve stanu prodávali sami nakladatelé – takové ty one-man nakladatelství – *Torst, Baobab, Labyrint, Triáda* atp. Jáchym Topol tam četl *Citlivého člověka*, nevím, kdo další tam vystoupil. *Triáda* tam měla i bednu s výprodejem jako antikvariát, *Baobab* nabízel svou krásnou produkci dětských knížek. Myslím, že se to uskutečnilo jen jednou a že neměli v úmyslu tam znova vystavovat. Malí nakladatelé jsou také specifičtí – vydají třeba nějaký bestseller nebo něco, u čeho přepokládají, že bude mít větší náklad; mají svého autora, na kterého spoléhají, že jim nějaký ten zisk přinese. Některé knihy by nešly vydat bez podpory grantů, o něž žádají. Pak si ale rozmyslí, jestli to málo, co vydělají, mají utratit na *Světě knihy*. Možná se ale pletu, to byste se musela zeptat jich, co říkají na takovou nabídku.

Ostatně, návštěvník *Světa knihy* se při výběru stánků orientuje podle základního rozdělení pavilonu na levou a pravou část. Ve střední většinou sídlí hlavní zahraniční „host festivalu“, v levé části jsou spíš nakladatelství beletrie a v pravé odborná. V pravé jsou dále tiskárny, prodejci papíru, knihvazači apod. Vysílá odtamtud televizní studio, jsou tam „bařičky“ s kávou a občerstvením a prostory na balkónech, kde jsou semináře, představení knih nebo diskuse s autory. Pokud ale chcete nějaký takový doprovodný program uspořádat, je to problematické – literatura je intimní záležitost – a když se odevšad ozývají nějaké zvuky, je obtížné se soustředit (a to jak pro autora, tak pro posluchače). Na stáncích i v prostorách pro prezentaci, které nejsou nijak odhlučňené, se používají všelijaké zesilovací prostředky, mikrofony. Takže i kdybyste chtěla s autorem získat nějaký kontakt, je to pořád nějak rušené. Ale tak to je asi i na jiných veletrzích, to je žánr.

PJ: Jak vnímáte přístup české odborné veřejnosti k tomu, co jí veletrh nabízí?

MK: Je to komerční záležitost, není to odborný seminář, konference. Je tam smíchaných hodně oborů, každý se k tomu postaví jinak. Vzhledem k tomu, že nakladatel musí zaplatit plochu, a

¹⁰ KONRÁD, Daniel. Veletrh Svět knihy má po 20 letech nového ředitele. Musíme dostat zpět malé nakladatele, říká. *Hospodářské noviny* [online]. 2016 [cit. 2020-04-03]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65463820-svet-knihy-veletrh-radovan-auer-reditel-vystaviste>

částka, o které jsem mluvila, je úplné minimum – u větších nakladatelů to leze do velkých peněz, musí se to nějak vykompenzovat a na osvětu není tolik prostoru. Když je autor, překladatel, nakladatel nebo téma, u kterého se předpokládá, že bude zajímat širší veřejnost, potom má smysl dělat semináře. Jinak: odborná veřejnost není jen z Prahy, ale i třeba z Brna, Olomouce, kde jsou vysoké školy. Nakladatel kromě výdajů s vlastním zařízením a obsluhou stánku platí dopravu, ubytování, případně diety atd. – autor z Brna sem [do Prahy] ještě dojede, ale velmi těžko se podaří, aby přijel na stánek na *Svět knihy* pedagog nebo rektor, když vůbec nevíte a nemůžete mu zaručit, kdo tam přijde, jestli tam bude mít nějaký prostor pro svoji prezentaci, pro prezentaci školy nebo knihy. A nezáleží jen na tom, jestli jste prezentaci pečlivě připravili, může se stát, že zároveň probíhá něco zajímavějšího – a k vám pak přijdou jen čumilové, co se kouknou, jestli máte tužky zadarmo. Pro odborníky *Svět knihy* není hlavní platforma, veletrh není konference.

Když jsem byla na *AMU*, tak jsme třeba při příležitosti uvedení překladu Magninových *Dějin loutkového divadla* hráli divadlo. Požádala jsem studenty a krásně jsme to tam rozjeli, ale takovou show rušíte okolní stánky. Když chcete nějaké intimnější povídání, přijde pár lidí, kteří si sednou ke stolku. To děláme často, představím edici, autory, každý k tomu něco řekne. Že by tam ale přišla široká odborná veřejnost, i když je to avizované v programu, to ne. Chodí se na jména známá z televize, z nejrůznějších internetových platforem a sociálních sítí, ale i nejrůznějších časopisů, rozhlasových čtení, recenzí apod., na autory bestsellerů. Prostor by tam ale byl, kdybychom v tom viděli nějaký větší smysl. My, když prezentujeme nějakou knihu, oslovíme konkrétní lidi nebo instituce, které by to mohlo zajímat a pozveme si je zvlášť. Uspořádáme křest nebo uvedení knížky, tam se už dá udělat i přednáška nebo odbornější diskuse. Na *Světě knihy* to většinou dopadne tak, že se všichni chválí; jak je paní nakladatelka výborná, že je to krásná redakční práce apod. Má to nějaký dopad – třeba ten, že my ostatní vidíme, jak to na té druhé škole chodí – ale samotná prezentace asi dopad na odbornou veřejnost nemá. Může se to asi lišit knížka od knížky, nakladatel od nakladatele. Další věc je, kolik do propagace vložíte energie a peněz. Můžete udělat to, že na *Svět knihy* přivezete jednu dvě knížky, když si myslíte, že mají určitou čtenářskou potenci, pozvete odbornou veřejnost jmenovitě; lidi, o nichž víte, že by tomu mohli udělat propagaci – autora, event. překladatele. Pak se možná dá i smluvit nějaká schůzka s agentem a domluvit třeba překlad do nějakého jiného jazyka. Dnes už jsou ve všech odborných publikacích anglické *summary*, protože jinak knihu agentovi nebo někomu, kdo přijede z venku, nepředstavíte.

Vysokoškolští nakladatelé byli hodně kompaktní jako celek, ale personální obsazení se časem změnilo a naše spojení už není tak pevné. Na počátku naší spolupráce jsme dokonce uvažovali o založení *Asociace vysokoškolských nakladatelů*, abychom měli větší sílu třeba v rámci *SČKN* [*Svaz českých knihkupců a nakladatelů*], ale to se nepovedlo, protože to chce vyčlenit člověka, který se o to bude starat, bude za to mít nějakou odměnu. Také jsme měli svoji databázi vydaných knih, ale nakonec jsme se všichni zařadili do celků, které už fungují, například v rámci *SČKN*. Ukázalo se, že to je lepší cesta, než si hrát na svém písečku. Někteří z nás jsou členy *Asociace evropských vysokoškolských nakladatelů* [*Association of European University Presses*] a v rámci ní kooperují se zahraničím.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 5. Rozhovor s Ing. Martinem Vopěnkou

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a současným (2020) předsedou *Svazu českých knihkupců a nakladatelů* Ing. Martinem Vopěnkou (* 1963). Martin Vopěnka je spisovatel, nakladatel a majitel nakladatelství *Práh*. Rozhovor se uskutečnil 27. 4. 2020 přes Skype.]

PJ: Jaký je podle Vás český knižní trh? Jak je možné, že koronavirus způsobil jeho kolaps? Je to tak i v ostatních zemích, nebo je náš trh něčím specifický?

MV: Náš trh je relativně pestrý a diverzifikovaný proti západním trhům, kde velké nakladatelské domy často s nadnárodním vlastnictvím mají většinu trhu. U nás mají spíše desítky procent a stále tady funguje obrovské množství nezávislých subjektů. V posledních třech letech je ale tendence ke koncentraci i u nás velice silná – *Albatros Media* kupuje jednu značku za druhou a *Euromedia Group* zase buduje mnohvrstevnou síť, takže tlak na střední a menší nakladatele se určitě bude zvětšovat. Negativní na tom je, že z trhu mizí „srdcaři“, jako například ti, kteří zakládali nakladatelství v roce 1989. Ti často končí i generačně, nebo jsou z toho už unavení – mě možná nevyjímá. Další věc je, že velké firmy přinášejí standardy vysoké kvality a dobré organizace práce, takže svým způsobem trh profesionalizují; těžko tedy říct, kde si to najde novou rovnováhu. Knižní trh je natolik národnostně specifický, že jeden malý nakladatel může vydělat víc než ten velký, když trefí na správný titul; to je obrovské kouzlo tohoto podnikání – můžete mít jednoduše štěstí, trochu jako v loterii. Největšímu tlaku momentálně čelí maloobchodní síť knihkupectví, což je také celosvětový trend. Jinde došlo k masivnímu vymírání knihkupců s příchodem *Amazonu*, který u nás zatím není. Přesto podle našeho mapování zmizelo během pěti let asi 120 malých nezávislých knihkupectví. Z hlediska trhu není ale asi ani ekonomicky možné, aby se v pětitisícovém městečku knihkupectví udrželo. Co ale menším knihkopcům hodně vadí, jsou obrovské slevy na velkých e-shopech – z těch nemá radost nikdo z nás. Naše legislativa ale neumožňuje žádným způsobem proti tomu bojovat, protože pokud bychom se jako nakladatelé nějak domluvili, je to kartelová dohoda a knihkupci se můžou velice tvrdě bránit u soudu s tím, že jim budeme dávat nižší rabat. Jediný nástroj, který by část knihkupců ráda viděla, by byl zákon o pevných cenách knih, jako je to ve Francii nebo Německu. U nás ale nemá většinovou podporu, protože ti velcí jako *Albatros Media* nebo *Euromedia Group* jsou jednoznačně proti: mají úspěšné kluby založené na

bonusech pro členy a nemohou si je nechat zničit kvůli pevným cenám knih, což úplně chápu. Druhý argument je ten, že lidé jsou tu na slevy extrémně nastavení – pokud náš segment nebude mít možnost bojovat o ně akcemi, aspoň třeba jednorázovou slevou v knihkupectvích, jednoznačně nastane odliv k jiným odvětvím, a místo knih budou lidé kupovat něco jiného. Toto jsou pádné argumenty pro i proti zákonu o pevných cenách knih. Nehledě na to, že by asi těžko hledal politickou podporu. Pokud bychom se na tom všichni shodli, snažili bychom se podporu hledat, ale ve chvíli, kdy si navíc každá polovina myslí něco jiného, je to úplně vyloučené.

Co se týče současné situace, ještě bych nemluvil o kolapsu, to se ukáže až třeba za půl roku, rok. V tuto chvíli je to jen úvěr a jde o to, kdo vstane, v jaké podobě, a kdo nevstane. Největší strach bude o maloobchodní síť. Ve velkých obchodních centrech vedle obuvi a značkových oděvů najdete i knihkupectví, která se tam, myslím, při současných podmínkách drží jen taktak. Doufám, že se nedočkáme toho, že tato knihkupectví nahradí prodejny textilu, který se vyrábí v Asii, tady se opentluje značkou a prodá se s marží 90 %, což u knih není možné. Ohrožení tady je – budeme zvědaví, jak v květnu budou nabíhat tržby. Pokud jde o pomoc Ministerstva kultury, je nastavená chybně; prohlásili, že budou podporovat jenom neziskovou kulturu, což je v případě knižního trhu úplně zanedbatelný zlomek, navíc celý mechanismus je vzájemně tak provázaný, že knihkupci nepřežijí na prodeji grantové poezie, které se prodá padesát kusů – musí prodávat v celé šíři včetně mainstreamových titulů. Navrhovali jsme, aby letos Ministerstvo kultury podpořilo vydání každé knihy, ale s tím jsme neuspěli. Myslím si, že problém budou mít všechny menší země, nakladatelský sektor se bude těžko vzpamatovávat, a navíc, jak vidíme, v silných zemích jako jsou Francie a Německo, jsou zvyklí masivně podporovat svoji kulturu, což tak u nás bohužel není. Anglosaský trh si bude muset poradit sám, ale ten je dostatečně silný.

PJ: Když jsem se dívala asi před měsícem na členství ve *Svazu*, zarazil mě nízký počet členů vzhledem k tomu, že aktivních nakladatelů jsou více jak dva tisíce.

MV: Mezi tyto „aktivní“ nakladatele patří i ti, kteří vydají třeba jen jednu knihu do roka – může to být muzeum výroby hraček, které si vydá brožurku, nebo nadšenec, který si vydá vlastním nákladem knížku, a opatří ji ISBN. Je tady asi 300 profesionálních nakladatelství, u kterých se dá mluvit o tom, že se tím opravdu živí. Dnes máme za členy všechny významné hráče knižního trhu, z knihkupců a distributorů chybí jenom *Kanzelsberger*, jinak je tam *Dobrovský* [*Knihy*

Dobrovský], *Luxor*... z deseti největších nakladatelů tam máme většinu, takže tržně *Svaz* reprezentuje minimálně 80 % trhu. Počtem nám tam chybí ti malí, protože jsou často nesnášenliví, nebo specifictí – neradi se shlukují, nemají důvěru v systém apod.; je to velice složitá skupina lidí. Část jich ve *Svazu* máme a někdy je velice složité balancovat společnou strategii. Ostatní se prostě nechtějí družit. Myslím si, že současná situace ukazuje nezastupitelnost silné profesní cechovní organizace a její význam do budoucna by měl spíše růst.

PJ: V Německu i v jiných zemích jsou organizace dvě, zvlášť pro nakladatele a pro knihkupce.

MV: Ve většině evropských zemí mají svaz knihkupci i nakladatelé zvlášť, což je samozřejmě lepší, protože se opravdu těžko hledají ve všech věcech průsečíky. U nás je to dáno historicky – v roce 1879 rovnou vznikl jeden svaz pro knihkupce i nakladatele.

PJ: Je asi těžko představitelné, že by knihkupci u nás založili vlastní svaz.

MV: Ano, u nás knihkupci nejsou na takové úrovni. Bohužel i ve *Svazu* jsou výkonnější nakladatelé. Řekl bych, že knihkupci jsou poznamenáni obtížností jejich businessu – většinou jsou poměrně pesimističtí a přepracovaní a už nemají elán na takovéto činnosti. Jako *Svaz* dáváme velký objem peněz za právní služby – připomínkujeme zákony a legislativně se nám toho podařilo hodně: snížení DPH knih na 10 %, teď nově snížení DPH u e-knih a audioknih na 10 %. Podařilo se nám také zařadit knihy na daňově uznatelné zaměstnanecké benefity, takže zaměstnanecké bonusy lze teď čerpat v knihkupectvích – už za první rok jsme se dostali asi na 50 milionů Kč a nebýt krize, dostali bychom se možná na stovky milionů z nákupů knih za zaměstnanecké bonusy. Na základě této situace budeme usilovat o nulové DPH – osvobození knih od DPH by jako jediné skutečně plošně pomohlo.

PJ: Na *Světě knihy* prodávají knihy nakladatelé, v Německu nebo ve Francii tomu tak není, tam pokud se knihy prodávají, tak je prodávají knihkupci. Uvažovali jste někdy o zapojení knihkupců do prodávání na veletrhu?

MV: Na *Světě knihy* míval stánek *Kanzelsberger*. Obecně je problémem veletržní sleva, kterou si zvykli nakladatelé dávat – knihkupec má rabat asi 30-35 %, a když nakladatelé dají 20-30 % slevu, není to pro knihkupce ekonomicky rentabilní, konkurovat nakladatelským cenám.

Celkově je knižní veletrh na jaře proto, že na podzim by vzbudilo velkou nevoli knihkupců, že jim bereme z vánočního trhu, takže květen je takový rozumný kompromis. Já se jim snažím vysvětlit, že díky veletrhu dostanou literatura a knihy takový mediální prostor, že se to projeví pozitivně i na jejich tržbách – je to celková propagace knižního trhu. Každý nakladatel u nás kalkuluje, jestli se mu tržbou zaplatí aspoň náklady. Třeba ve Frankfurtu [*Frankfurter Buchmesse*] podle mě pro ně tržby nejsou tak důležité – jde se tam jednat a hlavně se ukázat. To se tady nepodaří – každý bude vždycky kalkulovat, jestli na tom neprodělá.

PJ: To mě přivádí k další otázce – co je podle vás to, co *Svět knihy* vystavovatelům nabízí? Využívají toho?

MV: V posledních letech pan Auer jako ředitel udělal velký pokrok v tom, že vždycky přijede významný autor ze zahraničí – letos to měla být držitelka Nobelovy ceny Olga Tokarczuková. Já jsem třeba využíval veletrhu k tomu, abych přivezl dánskou bestselleristku, kterou *Svět knihy* zapojil do diskuse severských autorů. Vždy je to velká úvaha, zda přivést autora v době, kdy jsou média plná – když přijede někdo ještě slavnější, váš autor se do médií nedostane. Já jsem měl tedy zatím spíš strategii se veletrhu vyhnout a přivést autora třeba o tři týdny dřív, protože pak je to přetlak. Celkově je to takový svátek knih, kam všichni jdeme, abychom se po roce pozdravili a byli v určité komunitě. Je to tradiční akce, kde člověk nechce chybět.

PJ: Zpočátku jsme se bavili o koncentraci na knižním trhu. Máte pocit, že se na veletrhu nějak projevuje?

MV: Nezaměřoval jsem se na to, ale vím, že třeba *Nakladatelství Vyšehrad* mívalo stánek, a nyní vystavuje v rámci *Albatros Media*, tudíž v tu chvíli jako vystavovatel odpadá. Z druhé strany: panu Auerovi se velmi daří zlepšovat prodej výstavní plochy – vyprodal víc, než je plocha Výstaviště a veletrh se tam nemůže vejít. Veletrh je ale také ovlivněn nekonceptí – Praha v tuto chvíli nemá slušný veletržní prostor, a to je obrovská slabina. V této chvíli není jasné, jestli začne rekonstrukce, jestli vznikne provizorní levé křídlo, jestli bude možné v tu dobu tam konat veletrhy... Období, kdy začne rekonstrukce a nebude možné tam konat plnohodnotný veletrh, bude pro přežití veletrhu nejrizikovější.

PJ: A jak je to s elektronizací?

MV: Zatím se neprojevuje, je to takový doplněk, 2 % trhu. Pokud jde o koncentraci, sama jste zmínila počet těch subjektů – pořád to není tak významné, že bychom se blížili nějakému monopolu. Paradoxně by ale mohla tato krize nastat: vláda nechtěla pomoci i z toho důvodu, že ve Svazu je *Euromedia Group*, kterou nepřímo vlastní Křetínský. *Euromedia Group* má ale 10 % trhu, takže nevím, proč by všichni měli být postiženi za to, že jeden subjekt vlastní někdo takový. Málokterý obor má tolik původních českých vlastníků jako knižní branže, kde nejsou žádné nadnárodní kapitály. Většinou jde o lidi, kteří to opravdu sami vytvářejí od devadesátých let. Může se ale stát, že když nepomohou všem, knižní trh natolik zeslábne, že někdo monopol velice snadno získá; když dostane nějaký vnější kapitál, může velice levně skoupit knihkupecké sítě, nebo nakladatele před kolapsem – tím by se monopolizace mohla velice urychlit. V tomto je moje pozice předsedy Svazu velice křehká, protože je jasné, že role těch velkých poroste. Mně se tedy podařilo jim výrazně navýšit příspěvky – z nějakých 35 tisíc Kč na 100 tisíc Kč ročně – ale do budoucna by příspěvky od těch velkých měly být až 0,5 milionu Kč ročně, aby tato profesní organizace byla schopná fungovat opravdu profesionálně. Myslím, že po mně už to jako dobrovolník na této úrovni nikdo dělat nebude. I proto chci, aby Svaz měl výkonný aparát včetně ředitele, který bude placený, a bude této práci věnovat 100 % času. Potřebuji ale sehnat větší finanční podporu, což znamená zvýšit příspěvky. Třeba v *Unii vydavatelů* ti velcí, kterých je pár, platí miliony, a ostatní třeba 1-1,5 milionu Kč. Ve výsledku vznikne velice silná profesní organizace. Tímto směrem to bude muset jít, protože ti velcí nejvíce profitují ze všeho, čeho dosáhneme, a tudíž by se měli i ve větší míře podílet finančně. Nedá se to ale zvýšit ze dne na den, navíc je to psychologie – firma sice má obrat skoro miliardu, ale člověk, který o tom rozhoduje, tu miliardu nemá, takže i těch 100 tisíc Kč je hodně, natož 0,5 milionu. V Německu to mají nějakým promile z obratu, což je samozřejmě nejspolehlivější.

PJ: Zohledňujete nějak menší nakladatele na *Světě knihy*? Média psala o tom, jak pan Auer řešil prostor pro menší nakladatelství stanem, což, jak jsem pochopila, bylo proto, že si tato nakladatelství účast nemohla dovolit z finančních důvodů.

MV: Byly tam dva důvody. Jednak tito nakladatelé chtějí něco osobitého, jednak potřebovali najít model, který je levnější. Do té doby na veletrhu chyběli a je skvělé, že tam teď jsou. Našel se opravdu dobrý model.

PJ: Peter Weidhaas, který býval ředitelem Frankfurtského knižního veletrhu, se snažil zabránit vytlačení malých nakladatelů tím, že pokud chtěl velký nakladatel přivést vlastní materiál a udělat si pompézní stánek, platil srovnatelnou nebo vyšší cenu.

MV: Pokud je malý nakladatel členem *Svazu*, 100 % jeho poplatku *Svazu* se mu zohlední v ceně za stánek na veletrhu. Velkým nakladatelům se podle nové směrnice zohlední jenom 30 %, takže pomalu jdeme tímto směrem. Musím postupovat v konsensu s těmi velkými – musí se dobrovolně výš zdanit a znevýhodnit, takže je potřeba postupovat diplomaticky. Naštěstí jsou to docela rozumní lidé.

PJ: Jaký je význam *Světa knihy* z hlediska mezinárodního postavení české knižní kultury?

MV: Taková akce jako byla letos, kdy tam byla návaznost na Varšavu, by to takovým směrem posouvala. Myslím si, že se *Svět knihy* dlouho profiloval jako lokální veletrh, ale určitá naděje, aby se stal silným, nebo i nejsilnějším středoevropským veletrhem, tady je. Jako autor jsem byl v zimě na veletrhu ve Vídni a velice mě překvapilo, že je asi pětina oproti pražskému veletrhu – nejsme na tom vůbec špatně. Vídeň je ve teď ve stínu Německa, protože tam nejezdí němečtí nakladatelé, veletrh byl opravdu provinční. Myslím, že v rámci střední Evropy aspirujeme na velice dobré postavení. Osobně nepotřebuji jet ani do Frankfurtu; dnes se všechno vyřeší přes maily. Je to jen o tom ukázat, že existují, ale z hlediska businessu to pro mě nemá žádný vliv.

PJ: Je ze strany zahraničních vystavovatelů zájem vystavovat na *Světě knihy*? Jezdí k nám?

MV: Pokud jde o kulturní spolupráci, ano. Záleží také na tom, jak je u nás aktivní ambasáda, jaký důraz klade na kulturu; třeba Izrael, *Francouzský institut* a řada dalších zemí je přítomna trvale. A co se týče agentů, jezdí ti, co jsou orientovaní na střední a východní Evropu, protože pak pokračují do Varšavy. Jsou to ale ti, se kterými komunikujeme celoročně, nikdo nový – je to spíše taková středoevropská komunita. Jezdí agentka z Francie, která s námi obchoduje, nebo z významné agentury z Jugoslávie, a ještě několik menších.

PJ: Nabízí *Svět knihy* prostor pro B2B, jednání o právech?

MV: Jsou tam stoly, které si můžete zarezervovat na jednání, je to možné.

PJ: Jak vnímáte to, že českou literaturu dnes již nereprezentuje SČKN [Svět knihy s.r.o.], ale je v rukou Moravské zemské knihovny?

MV: Vždy by měl být nějaký balanc mezi kulturní politikou státu a zájmem například *Svazu*.

My ale nejsme vývozní knižní trh, nemyslím si, že by se někomu komerčně vyplatilo jet na veletrh, vystavovat tam a nabízet tituly; s výjimkou *Albatros Media* to asi pro nikoho není součástí portfolia. Vývoz je marginální a procento z prodaných práv zanedbatelné. Nejsem tedy proti tomu, že si to na sebe vzal stát a dal do toho třeba větší peníze. Možná se tomu dalo předejít, ale s předchozí ředitelkou, paní Kalinovou, byla natolik obtížná komunikace – nebylo možné dosáhnout jakéhokoli kompromisu – že to dopadlo takto. Také je to dáno také tím, že Moravská zemská knihovna má velmi akčního ředitele. *České literární centrum* by ideálně měla být samostatná rozpočtovka, ale při nastavení státní správy je v tuhle chvíli úplně vyloučené, aby pro ni Ministerstvo kultury přidělilo tento statut a zaměstnanecké poměry. Toto byla vlastně jediná cesta, jak vůbec ten vznik umožnit. Víím, že to autoři sami často kritizují, ale z druhé strany: když srovnám stav před pěti lety a současnost, péče o vývoz české literatury je nesrovnatelně lepší; je to velký kvalitativní posun. Také vzrostly granty na překlady, a navíc je tady *České literární centrum*.

PJ: Rok 2017 byl první ročník *Světa knihy*, který jste s panem Auerem připravovali jakožto nové vedení. Jaké jsou Vaše plány, vize a novinky do budoucna?

MV: Pan Auer měl úplně jasnou vizi, ve které jsme ho podpořili a kterou se i podařilo realizovat – mnohem větší přívětivost pro návštěvníky, zejm. pro celé rodiny. Chceme udělat z veletrhu zážitek pro návštěvníka namísto bludiště stánků. Catering na Výstavišti je v naprosto šíleném stavu – to je dědictví ještě předchozích pronájmů Inchebě apod. My chceme dát cateringové stánky na volný prostor a umožnit lidem zajímavé občerstvení. Dále chceme vytáhnout veletrh směrem ven z Výstaviště formou satelitních akcí čili chceme udělat z veletrhu moderní zážitek. Také chceme posunout na vyšší úroveň odbornou část veletrhu, tzn. více se soustředit na zajímavé hosty ze zahraničí, zajímavé panelové diskuse.

PJ: Zvenčí je jedna z nejviditelnějších změn to, že se od roku 2018 koná *Svět knihy* i v Plzni. Jak k tomu došlo?

MV: To je pokus, který zatím vypadá nadějně. Uvidíme, co s ním udělá ten letošní rok, jestli bude možné veletrh v Plzni v září uskutečnit, nebo ne, zda tam budou chtít nakladatelé jezdit. Myslím si, že *Svět knihy* by si zasloužil aspoň jeden satelitní úspěšný veletrh v kraji. Vždy záleží i na tom, jak si toho město váží a na kolik vyjde vstříc. V Plzni měli zkušenosti s *Evropským hlavním městem kultury* a zůstala tam vůle kulturu nějakým způsobem přitahovat.

PJ: Jaká je podle vás budoucnost *Světa knihy* s ohledem na koncentraci a digitalizaci na knižním trhu?

MV: Pokud se veletrh bude koncipovat jako moderní, interaktivní a zážitkový a nebude tady trvalá hrozba koronaviru, kdy by se lidé báli scházet, budoucnost má. Co se týče návštěvnosti, v posledních letech vzrostla s padesáti tisíci návštěvníky až na hranici možností Výstaviště. Návštěvnicky je tedy velmi úspěšný. Bohužel stav pražského Výstaviště je tristní, což je škoda, protože je to nádherný prostor. Kdyby areál prošel rekonstrukcí, mohlo by to tam být velice příjemné, ale jak veletrh udržet během ní, to nevím. Praha s tím bojuje už několik let a pořád nemá jasnou koncepci. Uvidíme také, zdali budou mít nakladatelé sílu věnovat tomu čas a energii.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 6. Rozhovor s Mgr. Miroslavem Balaščíkem, Ph.D.

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a šéfredaktorem a spolunajitelem nakladatelství *Host*, Mgr. Miroslavem Balaščíkem, Ph.D. (* 1971). Miroslav Balaščík je autor, literární kritik a publicista, působí rovněž jako odborný asistent na Ústavu české literatury Masarykovy univerzity v Brně. Rozhovor se uskutečnil 13. 5. 2020 telefonicky.]

PJ: Jak byste charakterizoval dění na českém knižním trhu po roce 1989? Obecně, nebo s přihlédnutím k založení a vývoji vašeho nakladatelství.

MB: To je široká otázka, proměn a uzlových bodů bylo více. Na začátku devadesátých let se všechno měnilo v souvislosti s demokratizací a ekonomickou transformací. Na knižní trh měl samozřejmě velký vliv konec cenzury a možnost soukromého podnikání. Tehdy to byl naprostý boom – vznikly tisíce nových nakladatelství, některá čistě proto, aby si autor sám mohl vydat knihu, co měl v šuplíku. Ve vydávání, distribuci i prodeji byl velký chaos, protože zde byl obrovský přetlak dříve zakázané literatury a byl o ni velký zájem, což se podepsalo mimo jiné na tom, že se velmi odbývala redakční práce, korektury, grafická úprava knížek... knižní kultura, která u nás byla tradičně vysoká, šla v tu chvíli dolů. A týkalo se to i autorských honorářů, které se často vůbec nevyplácely nebo jen směšně malé. Ale bylo to pochopitelné, společnost byla kulturně vyprahlá a zřejmě jedinou možností bylo protrhnout hráze. Po tomto velkém zásahu se ale naštěstí znovu vrací potřeba hledat a hlídat kvalitu; nastavit standardy v ediční práci, v grafické úpravě knížek. Zde sehrálo velmi důležitou roli nakladatelství *Torst*. V prvních porevolučních letech prakticky udávalo tón ve vydávání, ediční přípravě, ve vizuálu a grafické tvorbě knížek; všechno bylo na mimořádné úrovni. A spolu s ním taky *Paseka* nebo *Argo*. K tomuto standardu v ediční praxi se pak ostatní začali blížit. K tomu výrazně napomohl i *Svět knihy*, jako významná oborová přehlídka.

Dalším zlomovým okamžikem na knižním trhu bylo zřízení ceny *Magnesia Litera* v roce 2002. Bylo to velmi podstatné v tom smyslu, že se tato cena dostala do televize, a v české literatuře se začaly objevovat mainstreamové, čtenářsky vděčné tituly. Vznik *Magnesie Litery*

si do jisté míry vynutila i proměna literatury, kde se začal objevovat kvalitní mainstream a tato cena mu pak umožnila se rozvinout.

PJ: Na *Světě knihy* vystavujete každoročně téměř od doby, kdy byl založený. Jaká je vaše motivace? Proměňuje se v průběhu let? Co pro vás vystavování na *Světě knihy* znamenalo na počátku a jak je to dnes?

MB: Naše nakladatelství vzniklo v roce 1995 a v roce 1996 nám vyšla první knížka, takže u počátků *Světa knihy* jsme nebyli. Účastnili jsme se až po několika letech, kdy jsme měli co nabídnout. *Svět knihy* tehdy poskytoval díky ředitelce Daně Kalinové malým nakladatelům levnější prostory pro umístění stánku – vycházeli nám v tomto vstříc, protože chtěli, aby se tam dostávali i menší nakladatelé vydávající náročnou literaturu. Od počátku jsme to brali jako takovou přehlídku oboru, cechovní záležitost. Potkávali jsme se tam s kolegy z jiných nakladatelství, v devadesátých letech tam navíc mnohdy byly tituly, které se ne ve všech knihkupectvích daly sehnat. Pro začínající nakladatele jako jsme byli my, bylo velmi důležité, že jsme se osobně poznávali se staršími kolegy – já jsem se tam setkal s Ladislavem Horáčkem, který zakládal nakladatelství *Paseka*, s Viktorem Stoilovem a Janem Šulcem z *Torstu* a dalšími. Zpočátku to bylo místo setkání, místo určité prestiže, kde jsme mohli ukázat, že patříme k oboru, sdílíme určité hodnoty. S tím, jak rostlo naše nakladatelství, pochopitelně přibývala také potřeba sebe prezentace, a to jak ve vztahu ke čtenářům, tak k autorům – aby viděli, že vydávají v nakladatelství, které má dobrou pozici na trhu a které reprezentuje určitou vydavatelskou a knižní kulturu.

Vedle toho *Svět knihy* vždy býval i literární festival. Tato složka – možnost prezentovat autory nebo vidět jiné autory – je velmi důležitá. Teď už pravidelně plánujeme vydání důležitých novinek s ohledem na termíny *Světa knihy*, abychom je tam mohli prezentovat. Roli zde hraje i komerční složka, čtenáři vědí, že si tam mohou přijít například pro novou Alenu Mornštajnovou nebo Kateřinu Tučkovou, což pochopitelně má určitý prodejní i reklamní efekt, který k našemu stánku přitáhne pozornost. V posledních letech se Radovanovi Auerovi a Guillaumovi Bassetovi ještě více povýšit tu festivalovou část a dát veletrhu další – světovou – dimenzi. Hosté, spisovatelé, kteří jezdí v posledních letech do Prahy, jsou skutečně světová špička. A bezvadná je i podpora menších nakladatelů, kteří mají svůj stan.

PJ: Zároveň vystavujete i na menších knižních akcích, třeba na veletrhu v Havlíčkově Brodě, na *Knihexu*. Jak se liší vaše očekávání od takových akcí ve srovnání se *Světlem knihy*?

MB: To souvisí s tím, že vydáváme nejen dobře prodejné, mainstreamové knihy, ale současně taky poezii, náročnou prózu, odbornou literaturu i řadu *Česká knižnice*. Tato „menšinová“ část naší produkce patří zcela logicky do náročnějšího kontextu a k publiku, které ji vyhledává právě na *Knihexu* nebo *Tabooku*, které současně umožňují i nám kontakty s produkcí menších, ale mnohdy inovativnějších nakladatelství. Pro nakladatelství je důležité, aby se neuzavíralo a neomezovalo se třeba jen na ty tituly, které jsou momentálně prodejné – je potřeba hledat a sledovat to, co se děje nového, jiného, zvláštního; protože z toho vzniká určitá energie, inspirace pro další posuzování textu a pohled na literaturu.

PJ: Má vám *Svět knihy* co nabídnout jakožto profesionálovi z knižní branže? Účastníte se odborného programu?

MB: Určitě. Řešili jsme tam třeba snižování DPH u knih. Je to takové setkání nad problémy, se kterými se potýkáme v nakladatelské branži. Potkáme se tam například s kolegy z *Arga*, z *Paseky*, *Odeonu*, *Prostoru*, a máme možnost tam probrat třeba problémy s distribucí a různé technické věci. Plus, řeší se odborné záležitosti, probíhají třeba literárně-kritické diskuse o tom, jak nahlíží literární kritika na naši produkci.

PJ: Využíváte prostor, který *Svět knihy* nabízí, na maximum.

MB: Já jsem takový fanoušek *Světa knihy*, mám ho rád a myslím, že má velké štěstí na ředitele, to, co se podařilo Daně Kalinové a teď Radovanu Auerovi je skvělé. Ale samozřejmě jsem o něm psal také dost kriticky. Hlavně v souvislosti s určitou kulturou vystavování nebo kvůli programu. Problematická byla z mého pohledu například účast Saudské Arábie jako hlavního hosta. V minulosti měl *Svět knihy* občas tendenci sklouzávat k takovému komerčnějšímu trhu a hrozilo, že se z toho stane výprodejový blešák, kam budou lidé chodit jen kvůli slevám. Ale za tu dlouhou dobu fungování to byly jen drobné excesy.

PJ: Pro náš veletrh je specifické, že je prodejní a knihy tam navíc prodávají nakladatelé, ne knihkupci, role se mezi sebou mísí. Třeba v Německu je to jinak. Jak na tohle nahlížíte?

MB: Nemyslím, že se tímto úplně mísí role. Je to dané tradicí a jinou situací na německém trhu. V Německu je trh hodně centralizovaný, jak v distribuci, tak i vydávání knih, kde jsou dva nebo tři velcí hráči, jako například *Bertelsmann*, kteří mají pod sebou spoustu nakladatelských značek. U nás jsou nakladatelé stále vesměs menší samostatné firmy, tak dává větší smysl i typ veletrhu, kde se knihy také prodávají a čtenáři jsou na to zvyklí. V Německu jde spíše o přehlídky. Ve srovnání s Frankfurtským veletrhem [*Frankfurter Buchmesse*] se Praze nikdy nebude potkávat celý nakladatelský svět a nebude se tady obchodovat s autorskými právy. Teď už se to tolik neděje ani ve Frankfurtu, protože nákup práv probíhá průběžně online. Nicméně rovina osobní komunikace je důležitá; jezdíme tam a setkáváme se s nakladateli a agenty, kteří prodávají zahraniční práva, protože i když se věci řeší po mailu, oni vás chtějí znát a vy chcete vidět je – pak je všechno jednodušší i v online světě. Festivalovou podobu má naopak z větší části Lipský veletrh [*Leipziger Buchmesse*], který je tomu pražskému po této stránce bližší.

To, že se na *Světě knihy* knihy prodávají je pro nakladatele důležité i proto, že jim to pomůže uhradit část nákladů na prezentaci. Jakkoliv je to prestižní záležitost, tuzemští nakladatelé jsou menší a nejsou tak bohatí, aby si mohli dovolit platit pronájem plochy, výrobu stánku a režie bez toho, aby něco vydělali zpátky. Otázkou je, jak to bude fungovat dál, protože nakladatelé na veletrhu nedávají tak velké slevy, jaké poskytují některé e-shopy – *Megabooks.cz* dají slevu 30 % na novou knihu, což nakladatel ani na *Světě knihy* neudělá. Na druhou stranu se ale ukazuje, že pro čtenáře je dnes větším lákadlem než slevy možnost potkávat se s autory, povídat si s nimi, přijít si pro podpis, vidět nakladatelství, které vydává jejich oblíbené knihy. A ještě bych rád doplnil, že pro nás je pražský veletrh důležitý také proto, že sídlíme v Brně a tohle je možnost potkat lidi z branže a vyměnit si zkušenosti.

PJ: *Svět knihy* se po čtyři roky konal i v Brně, kvůli malé návštěvnosti se ale neuchytil. Byli jste u toho?

MB: Byli. V Brně to bylo takové trochu nešťastné. Veletrh se konal na výstavišti, které je trochu mimo centrum, a v menším městě hraje centrum vždycky větší roli než třeba v Praze. Navíc se konal před Vánoci a společně s jinými veletrhy. A především se nepodařilo získat všechny důležité české nakladatele a zajistit dostatečně atraktivní program a propagaci. Zřejmě by musela přijet nějaká zahraniční literární hvězda, která by přitáhla pozornost čtenářů a upozornila na takovou novou akci. Brněnský čtenář je stejný jako ten pražský a nepůjde na něco neplnohodnotného. Ale podobně ztroskotaly i další pokusy dělat knižní veletrhy třeba

v Olomouci nebo v Ostravě. Kromě pražského *Světa knihy* si tradičně dobře vede veletrh v Havlíčkově Brodě [*Podzimní knižní veletrh*] a teď se zdá, že by se mohl chytit *Svět knihy* v Plzni, ale uvidíme. Každopádně nakladatelé nejsou schopni zajistit více než dva maximálně tři knižní veletrhy za rok.

PJ: V minulosti jste vystavovali na českém stánku na zahraničních veletrzích. V čem je pro vás účast důležitá, zajímavá?

MB: Je to důležité pro prodej práv do zahraničí. My vydáváme hodně současných českých autorů, takže pro nás má smysl tyto knihy na veletrzích prezentovat zahraničním vydavatelům a agentům. To je hlavní důvod, proč tam jezdíme. Pracuje pro nás literární agentka Dana Blatná, schází se se zahraničními vydavateli a domlouvá překlady českých autorů. Jezdíme tam i na setkání s našimi partnery, což jsou nakladatelství, jejichž knihy překládáme, případně i na setkání se zahraničními autory.

PJ: Reprezentaci české literatury v zahraničí má teď v rukou Moravská zemská knihovna, která nemá s knižním trhem jako takovým až tolik co dělat. Jak to vnímáte?

MB: Já to vnímám čistě administrativně jako věc Ministerstva kultury, které organizuje tyto české přehlídky. Moravská zemská knihovna to dostala do gesce jako příspěvková organizace Ministerstva kultury. Z mého pohledu je jedno, kdo to organizuje, pokud to dobře funguje.

PJ: Jak vnímáte roli *Svazu českých knihkupců a nakladatelů*? Ukázalo se, zdali je to silná organizace, při řešení situace kolem koronaviru?

MB: *SČKN* je potřebná organizace, což se ukázalo například při úspěšném lobování za snížení DPH u audioknih a e-knih. Na druhou stranu je fakt, že se *SČKN* nyní nepodařilo u ministra kultury vyjednat nějakou významnější podporu pro oblast literatury v souvislosti s koronavirem. Při těch jednáních evidentně nezafungovala ta lidská „chemie“ a výsledkem byla ta ostrá prohlášení na obou stranách. Bohužel. Ukázala se při tom ještě jedna slabina *SČKN* a sice, že nezastupuje jen nakladatele, ale také knihkupce a distributory, jejichž zájmy nemusejí být vždycky stejné. Když má *Svaz* všechno toto zastřešit a nejít proti zájmům některých svých členů, tak toho pochopitelně nemůže udělat tolik, kolik by toho mohl udělat, kdyby to byl čistě

svaz nakladatelů. Myslím, že pokud by šlo pouze o nakladatele, tak by se dala vyjednat mnohem větší podpora a lépe nastavit i ty parametry pro její rozdělování. Myslím, že i vznik *Cechu nakladatelů* nebo platformy *Knihex* jsou reakcí na tuto situaci. Na druhou stranu ti „velcí hráči“ jako jsou *Euromedia*, *Kosmas*, *Albatros*, kteří mají pod sebou jak řadu nakladatelských značek, tak knižní distribuci i knihkupectví, zase přispívají velkými částkami na činnost *Svazu* a zvyšují jeho vyjednávací sílu při lobingu. Takže ono je to vždycky něco za něco.

PJ: Jak vnímáte komisioní prodej? Situace se pro vás asi mění tím, jak vaše nakladatelství roste.

MB: Ano, na komisioní prodej jsme si zvykli a při velkých objemech to není takový problém. Pro menší nakladatelé to je ale samozřejmě velmi nevýhodné.

PJ: A v roce 1996, když jste začínali, jak jste to prožívali?

MB: Tehdy to ještě nebylo tak striktní, že by všechny tituly brala distribuce výhradně do komise. Bylo to tak, že se s distributorem dalo domluvit a třeba polovinu nákladu zaplatil dopředu. Ale postupně se od toho upouštělo. U menších nakladatelství vydávajících náročnější literaturu se to dařilo dorovnávat grantovými prostředky. Knihy byly zčásti dotované, takže jsme se k nějakým penězům dostali dřív a bez ohledu na prodej.

PJ: Jak se díváte na fixní cenu, řešilo by její zavedení něco?

MB: Fixní cena už je podle mne prohraná bitva. Snad by se dalo ještě vyjednat, aby se držela alespoň po určitou dobu třeba jednoho roku. Protože e-shopy s virtuálním prodejem jako jsou *Megaknihy.cz*, které nové knihy okamžitě zlevní o 30 %, odebírají čtenáře knihkupcům, kteří musí platit nájem a energie a nemůžou si to dovolit.

PJ: Přispěl podle vás *Svět knihy* k rehabilitaci českého knižního trhu, nebo se na ní nějakým způsobem podílel?

MB: Na začátku měl určitě veletrh tu funkci, že se díky němu knižní trh standardizoval, a to po všech stránkách – mluvil jsem už o ediční přípravě, grafické úpravě, výměně zkušeností, informací atd. Dneska má *Svět knihy* smysl především jako festival, kde se mají čtenáři možnost

setkat s českými i světovými autory. To pomáhá propagaci literatury obecně a je dobře, že se veletrh v tomto směru posunuje a nachází svůj smysl s ohledem na to, co knižní trh nebo knižní kultura potřebuje.

PJ: Jak vidíte budoucnost knižního trhu s ohledem na koncentraci a digitalizaci?

MB: Digitalizace ve smyslu e-knih mi nepřijde jako nějaký zásadní problém nebo něco, co by mělo knižní trh změnit. Podle všeho to bude doplněk papírových knih. Problém může nastat v případě digitalizace prodeje a většímu podílu eshopů s papírovými knihami. Těm kamenná knihkupectví, zejména na menších městech a s menším obratem, nemohou konkurovat s cenami a slevami. Pokud mají přežít budou zřejmě muset jednak zatraktivnit své prostory (například jako čítárny nebo kavárny) a nebo budou muset získávat podporu od místních úřadů. Město bude muset knihkupectví podpořit třeba formou nižšího nájmu, jako se to dělá například u samoobsluh na vesnicích.

Druhý problém by mohla být tendence tlačit nezávislé nakladatele do toho, aby se stali součástí koncernů. Na což koncerny mají nástroj – distribuci. Tím mohou tlačit na nezávislé nakladatele, aby se stali její součástí. Pokud ale distribuční firmy nezačnou dělat nějaké opravdu zločinné praktiky, že by třeba přestaly platit nakladatelům a tím je nutit k tomu, aby to zabalili, tak by to mělo v konkurenčním prostředí normálně fungovat dál. Riziko je také v tom, že řada velkých řetězců investovala před koronavirem v rámci konjunktury a konkurenčního boje hodně prostředků do inovace svých knihkupectví – do vybavení, rozšíření plochy atd. Teď jim v tom zůstaly peníze a bude záležet na tom, jak rychle se trh vzpamatuje, aby se jim půjčky na investice dařilo splácet a nedopadlo to na nakladatele.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 7. Rozhovor s Jiřím Padevětem

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a ředitelem nakladatelství *Academia* Jiřím Padevětem (* 1966). Jiří Padevět je nakladatelem, knihkupcem a autorem několika knižních průvodců a literatury faktu. Rozhovor se uskutečnil 19. 5. 2020 v Praze.]

PJ: Kam se podle vás na českém knižním trhu od roku 1989 dospělo?

JP: Především je nutno říct, že to není kontinuita; trh před rokem 1989 byl něco zcela jiného než po roce 1989, byť trh po roce 1989 prodělal minimálně jednu, možná několik dramatických změn. První změna byla zhruba v roce 1993, kdy prudce klesly náklady – nakladatelé si museli zvyknout, že ne každá knížka bude vycházet v desetitisícovém nákladu. To přišlo znenadání a velmi rychle. Příčinou zřejmě byla společenská situace, kdy se trh nasýtil exilovou a samizdatovou literaturou. Hlavně ale přibyly i jiné způsoby zábavy a lidem přibyly starosti – podnikání, restituce atp. Někteří začali mít velmi hluboko do kapsy, což je u prodeje knížek také rozhodující, protože je to vždy zboží zbytné. Takže porovnávat knižní trh před rokem 1989 a po roce 1989 je podle mě nesmysl – to je jako porovnávat třeba trh se živými zvířaty a trh s drahokamy – je to něco úplně jiného.

PJ: Počátek devadesátých let byla divoká doba – jak říkáte, byly tu stále vysoké náklady a podobně. Dnes už máme za sebou mnoho let vývoje. Jak se knižní trh od devadesátých let proměnil?

JP: To je podobné jako ve spoustě dalších odvětví. V devadesátých letech byla opravdu divoká doba, spousta firem zanikala, protože někomu dlužila, nebo proto, že zaniknout prostě chtěla. Platební neschopnost byla v oboru také poměrně vysoká. Zcela zmizeli stánkaři, což byl fenomén začátku devadesátých let, kdy se knížky prodávaly na stolech ve vestibulech, nebo u tramvajových zastávek, zkrátka všude možně. Přišly velké distribuční a knihkupecké sítě, což tu předtím neexistovalo, a nakladatelé se naučili spolupracovat s distributory. Devadesátá léta byla doba – pamatuji to jako prostý knihkupec – kdy nakladatelé téměř jako Kramerius při českém národním obrození obcházeli knihkupectví s batohem nebo dvoukolákem a nabízeli po jednotlivých knihkupcích knihy, protože solidní distribuce neexistovala. Samozřejmě distribuční firmy existovaly, ale většinou to byly právě ty firmy, které do konce devadesátek,

do začátku jednadvacátého století jako první skončily. Dnes je trh standardní – je tady několik velkých distribučních firem, několik knihkupeckých řetězců, o jejichž sortimentu nebo chování si můžeme myslet cokoli, ale v podstatě jsou to standardní firmy. Je tady několik málo nakladatelských značek, které vznikly před rokem 1989 a přežily devadesátá léta čili jakási formální, nebo spíše grafická kontinuita tady je. Výjimkou je *Academia* – teď budu chválit vlastní zboží – kterou v roce 1953 zřídila *Československá akademie věd* a která je dodnes součástí *Akademie věd České republiky*.

PJ: Od kdy vystavuje *Academia* na *Světě knihy*? Víím, že se *Světtem knihy* spolupracujete dlouhodobě.

JP: V devadesátých letech jsem ještě nebyl v *Academii* a nebyl jsem pak hned ani ředitelem. *Academia* vystavuje na *Světě knihy*, co pamatuji, což je minimálně patnáct let¹¹. Víím, že jsme měli jednu přestávku za pana ředitele Tomského, který z podivných důvodů, které deklaroval jako ekonomické, najednou vystavovat nechtěl. Nicméně sama *Akademie věd* řekla, že by byla ostuda, kdyby tato značka na veletrhu nebyla. Pro nás, asi stejně jako pro většinu nakladatelů, to není výdělečný podnik; je to v podstatě investice do reklamy. Mohu mít ke *Světlu knihy* tisíc provozních výhrad, resp. spíše k Výstavišti jako takovému, ale myslím si, že to, že je tady takto velký knižní veletrh, který má mezinárodní značku a je jediný v České republice, je pro český knižní trh naprosto zásadní. Nakladatelé tam uzavírají, nebo spíš potvrzují řadu zahraničních smluv. Asi je pryč doba, kdy tam vystavovala řada tiskáren; smršlo se to na velmi malý počet. Kdysi se tam uzavírali i kontrakty s tiskárnami, ale vždy to mělo spíš – tedy aspoň tak jsem to praktikoval já – společenskou formu: obchod byl většinou předjednán dávno předtím a na *Světě knihy* byl uzavřen u stolu u skleničky nebo pohoštění, v přátelské atmosféře. Pro mě je *Svět knihy* důležitý zaprvé jako značka. Zadruhé jako marketingová podpora nakladatelství *Academia*, a vůbec českého knižního trhu jako takového. Řada nakladatelů si možná neuvědomuje, že byť tam mají ten nejmenší stánek, čtenáři přijdou za knihami jako takovými, ne za konkrétní nakladatelskou značkou, takže na tom ve výsledku vydělají všichni – nevydělají na místě, ale vydělají zviditelněním. Zatřetí má *Svět knihy* společenskou roli, kdy se potkáte s lidmi, o kterých víte, že existují, ale někdy je tam vidíte poprvé v životě, nebo je vidíte právě jen v květnu, jinak je znáte pouze z emailu, nebo po telefonu. To je podle mě pro knižní obor,

¹¹ Podle veletržního katalogu vystavovalo nakladatelství *Academia* již na prvním ročníku veletrhu (*Svět knihy* '95, 1995, s. 34).

stejně jako pro každý jiný, velmi důležité. Toto jsou tři základní pilíře toho, co od *Světa knihy* chci.

PJ: Pozorujete nějaký vývoj té akce?

JP: Určitě. První ročník probíhal v Kongresovém centru, což byl opravdu spíš takový trh – bylo tam několik desítek vystavovatelů, kteří se v té době asi velice dobře znali osobně. Pro knižní trh to byla velká událost, protože to bylo poprvé – najednou jsme měli veletrh. Nikdy předtím lidé, co dělali v branži, nic takového nepamatovali, nezažili, natož pak, aby někdo viděl Frankfurt [*Frankfurter Buchmesse*]. A potom Výstaviště... netýká se to *Světa knihy* jako takového, ale Výstaviště je podle mě nešťastná kapitola. Tato lokalita je nešťastná; pro staré lidi a matky s dětmi je to od tramvaje daleko, a ještě po hnusné dlažbě, veškerý servis okolo je naprosto mizerný. Není tam slušná restaurace, záchody kapacitně nestačí, a to vůbec nemluvím o tom, že vystavujeme už několik let ve stanu – ve vyhořelém křídle – kde platíme menší nájem, než bychom platili v tom velkém, ale je to nepříjemné. Jsem jeden z těch, který vždy inicioval, když začalo fungovat výstaviště v Letňanech, aby se veletrh přesunul tam. Nikdy to nevyšlo, protože většina nakladatelů a knihkupců je tradičních, takže chtěli, aby to zůstalo na Výstavišti co nejdéle. Nicméně se domnívám, že do dvou let veletrh stěhování nemine, protože Výstaviště zavřou a budou ho celé rekonstruovat.

PJ: Nabízí *Svět knihy* něco odborníkovi z knižní branže, třeba z hlediska odborného programu?

JP: Byly tam semináře o DPH, o distribuci, jednou jsem byl dokonce pozván na seminář o vydávání vědecké literatury, na který jsem nakonec nešel, už ani nevím proč. Myslím si, že veletrh je spíše záležitost pro širokou veřejnost. Což je dobře, protože pokud máme upoutat veřejnost ke knize, tak to jde právě skrze veletrhy, což je show, anebo skrze televizi. Návštěvníci, co chodí do knihkupectví, jsou v podstatě návštěvníci stálí, včetně těch, kteří tam jdou jednou za rok na Vánoce. Ale že by si někdo najednou na ulici řekl, že si přečte knížku... Čtenářů je v České republice konstantní počet, na to jsou výzkumy pana profesora Trávníčka. Myslím si, že pro nakladatele je větším konkurentem knihovna než jiný nakladatel – knihovna odčerpává kupující.

PJ: Navštěvujete i jiné knižní akce, než je *Svět knihy*? Například knižní veletrh v Havlíčkově Brodě, *Knihex*?

JP: Standardně jezdíme do Havlíčkova Brodu, který se kdysi velmi vyplatil – malé náklady na stánek, resp. stoly, se zaplatily tržbou. Knihy se tam opravdu dobře prodávaly, ale ta doba už je pryč; tržby za posledních osm let kontinuálně klesají, takže letos jsme účast velmi zvažovali. Protože je to třicátý jubilejní ročník, tak tam ještě pojedeme, a za rok uvidíme; je možné, že už tam vystavovat nebudeme. Jinak na *Knihex* nás nikdo nezve, protože nejsme malý nakladatel, byť sortimentem, co vydáváme, ano. Jsem ale velmi rád i za *Knihex*, za jakoukoliv akci propagující knihy obecně. Čtenáři je výsledně jedno, jestli je kniha z *Academie*, *Baobabu*, nebo z *Knižního klubu* – chce hlavně obsah. Že by někdo sbíral knížky z *Academie* nebo z *Karolina*, to si nemyslím.

PJ: Jak vnímáte *Svět knihy* jako autor? Má pro autora účast na takové akci smysl?

JP: Jak pro kterého. Když tam vezmu pana profesora, který je zasloužilým pracovníkem ústavu *Akademie věd* a bádá v oboru, kterému rozumí osm lidí, na autogramiádu mu přijde osm lidí – nebo spíš pět, protože další tři jsou ze zahraničí. Když tam vezmu Ivana Krause, tak má frontu pokaždé, i kdyby nevydal novou knížku. Čili opět – je to akce určená veřejnosti. Měl jsem tam besedu jako autor beletrie, kterou vydává *Host*, a v zjednom malých sálů bylo plno – asi padesát lidí – což je pro autora v Čechách slušná účast. Ale osobně jako autor radši udělám akci v knihkupectví, než abych lidi táhl na veletrh; v knihkupectví navíc při neformální části můžete navázat další kontakty. Samozřejmě je dobře, že je na veletrhu doprovodný program, ale lidé tam nepůjdou primárně kvůli mně; půjdou zkrátka na veletrh a zjistí si podle programu, že zrovna, když mají v sobotu odpoledne volno, je tam Padevět, a tak se na něj půjdou podívat. Nemyslím si, že by někdo šel primárně na veletrh jako na autogramiádu, kromě sběratelů autogramů, nebo že by si běžný čtenář zaškrtoval v programu; to možná novinář. Myslím si, že nejčastějším návštěvníkem veletrhu jsou školní dítky v organizovaných skupinách, což je dobře, a sběratelé edičních plánů a komerčních materiálů.

Další věc je, že když vydáme knížku, která má osm set stran, a tím pádem váží dva kilogramy, komu se ji bude chtít táhnout, byť je zlevněná třeba o 15-20 %, z Výstaviště na tramvaj, nebo ještě dál? Třeba taková *Literární kronika první republiky*. Myslím si, že spousta lidí se spíš přijde podívat, zapíšou, nebo si vyfotí to, co je zajímavé. Dříve hodně chodily přímo

na veletrh nakupovat knihovny, ale myslím, že už to také opadlo. Knihovny s taškami na kolečkách nechaly u nás na stánku třeba několik tisíc.

PJ: Narážel jste na to, že veletrh má význam i z mezinárodního hlediska.

JP: Určitě. Byť si myslím, že co se týká zahraničních práv, tak bychom ho ani nepotřebovali. Všechno řešíme na dálku, nebo kolegyně jede do Frankfurtu či Londýna [*The London Book Fair*]. Má to ale smysl ve společenské rovině, kdy agenta znáte ze sto padesáti emailů a konečně vidíte, jak vypadá – že opravdu existuje a není to jenom emailová adresa.

PJ: Vystavuje *Academia* na zahraničních veletrzích?

JP: Vystavujeme, vždy si koupíme jednu poličku, kde je deset až dvacet titulů, to se různí veletrh od veletrhu. A jsme rádi, že to za nás někdo dělá, protože byť jsme opticky velké nakladatelství, zaplatit si stánek ve Frankfurtu, Londýně nebo Varšavě [*Warszawskie Targi Książki*] je nad naše finanční možnosti. Teď jsme velmi vážně uvažovali o Varšavě, protože čestným hostem měla být Česká republika, ale kvůli financím jsme to zamázli a nechali to na Moravské zemské knihovně.

PJ: Chápu to správně, že tam propagujete a nabízíte svoje knihy, jde tam o prodej práv?

JP: Přesně tak. Jde tam o prodej práv, přičemž to nejsou desítky, ale spíše jednotky prodaných titulů. Dá se zjistit, kolik vyšlo v překladu české beletrie v zahraničí, myslím, že to žádná dramatická čísla nebudou. Mně letos vychází dva překlady do němčiny, ale nezařizovala to *Academia* – jako autor mám samozřejmě smlouvu a nepodepisuji ji sám se sebou vzhledem ke složité struktuře toho, čeho jsme součástí.

PJ: Presentaci české literatury zajišťoval *Svět knihy, s.r.o.*, ale teď je v rukou Moravské zemské knihovny. Není to zvláštní, že nakladatele reprezentuje knihovna, která nemá s trhem až tolik co dělat?

JP: Při reprezentaci české literatury, například ve stánku v Lipsku [*Leipziger Buchmesse*], který jsem před rokem, dvěma viděl, když jsem tam jako autor měl autogramiádu, jde spíš o propagaci, nejde tolik o správu. To znamená přivést autory, představit je, ukázat jejich knihy. Že to je v tuto chvíli Moravská zemská knihovna – Ministerstvo kultury prostě vyhlásilo výběrové řízení a Moravská zemská knihovna vyhrála. Je pravda, že systémové to moc není, ale je to funkční. Nemám jedinou výhradu.

PJ: Podílel se podle vás *Svět knihy* na rehabilitaci českého knižního trhu?

JP: Asi ano, je to v dobrém slova smyslu špička ledovce – díky *Světu knihy*, díky akcím, co tam jsou, díky reklamám na tramvajích, si každý rok v květnu česká veřejnost připomene, že existují knížky. A pokud by to bylo jenom to, mně to stačí. Když lidi vidí na tramvaji napsáno „Svět knihy“, vlezou do prvního knihkupectví. A to samozřejmě pomůže všem. V Čechách, a to se týká více oborů, někdy panuje takovéto „jenom já“, ale nikdo nedělá nic moc pro obor. Nikdo si přitom neuvědomuje, že je jen něčeho součástí, že není solitér – to dnes nejde. Myslím si, že je to všude stejné, ale oněch padesát let demokracie nám chybí. Ve srovnání s Německem je situace u nás úplně jiná. Tam jsou nakladatelé, kteří jasně řeknou, že jsou nezávislí a nechtějí být v žádném svazu; vydávají si svoje brožurky a ostatní si mohou trhnout nohou. Samotný trh je velmi jasně strukturovaný – jsou tam čtyři velké řetězce, tři velcí distributoři, v knihkupectvích se nekrade...

PJ: To se Vám stává?

JP: Často. Není to krádež, ale přestupek. Partička se tady otočí šestkrát za odpoledne, knížky pak prodají stánkařům na hradě. Jde to do desetitísíců za rok. Platíme za ochranku, máme bezpečnostní rámy. To třeba *Svaz [Svaz českých knihkupců a nakladatelů]* vůbec neřeší. Finanční hranice, od kdy to je krádež, se pořád zvedá – teď ji zase zvedli, tuším, asi z pěti na deset tisíc. I když zloděje chytnete a předáte policii, sepíšou to s ním, pustí ho a druhý den je tu zase. To mě dlouhodobě trápí a nemůžu s tím nic dělat.

PJ: Jak to vidíte s koncentrací na knižním trhu, bude postupovat?

JP: Myslím, že ano, *Albatros* bude kupovat další značky. Děsil bych se, kdyby nastalo, co se říkalo, že nastane – že *Euromedia* koupí i *Argo*. To znamená, že by časem koupili i *Kosmas*. Neříkám, že je *Kosmas* ideální, ale vozí trochu lepší knížky než *Euromedia*. [Knihy] *Dobrovský* je jejich distributor, toho nepočítám vůbec. Přece jen si na trhu máte z koho vybrat, kdyby byl jeden distributor, tak je to tragédie. Marže jsou už tak naprosto vražedné.

PJ: Kolik jsou, 50-60 %?

JP: Velcí lehce přes 50 %, malí se podle mě na 60 % už budou dostávat. Kdyby koncentrace postupovala, znamená to hlavně, že by tu byl třeba jen jeden distributor. Kdyby po mně distributor chtěl 80 %, budu prodávat jen ve svých krámech a svém e-shopu – a žádná distribuce nebude. Nemáme tolik knížek ve vysokých nákladech, abychom museli distributorovi dramaticky slevovat. Chápu, že mají vysoké náklady – platí haly, řidiče, naftu. Na druhou stranu jsou marže naopak malé – nerad to říkám, ale knížka je v tomhle blbě zboží: zaprvé malý jazykový ostrov – čtenářů je prostě málo; zadruhé vstupní náklady jsou obrovské – když máte zaplatit překlad, sazeče, tiskárnu... Nakladatel musí všechno zaplatit, než knížka vyjde, a když nemá svoje krámy, první peníze dostane za dva měsíce, když je na něj distributor hodný. Celé to stojí na komisích.

PJ: Řešila by něco fixní cena?

JP: Nemůžete nikomu diktovat, kolik má kniha stát. To je jako byste chtěla, aby všichni prodávali rohlík za korunu. Kdo by určoval, které knihy ano a které knihy ne? Některé knihy jsou čistá komerce, některých vyjde padesát kusů a koupí si ji dvacet lidí. To podle mě nejde.

PJ: A co elektronické knížky?

JP: Elektronické knížky se kradou ještě víc než ty papírové. Jedna kolegyně má dokonce v popisu práce, že musí jednou, dvakrát za měsíc projet *Uložto.cz* a podobné servery, a vyzývat ke stažení. Ruské nebo litevské servery nemají ani kontaktní údaje; policie vám řekne, že je to zahraniční server a že s tím nemůže nic dělat. Mnozí si myslí, že výroba elektronické knihy je levnější než výroba papírové, ale tak to není – také ji musí číst redaktor, někdo ji musí vysadit, upravit. Pak ji dáte na web, prodáte tři a zbytek vám ukradnou... Pokud si autor z *Academie*

vyloženě přeje e-knihu, nebo pokud by to bylo součástí nákupu práv a bylo by podmínkou udělat e-knihu, uděláme ji. Ale většinou se nám to nevyplatí, nemá to pro nás kouzlo. Pro českou literaturu děláme řadu, která je zdarma – stará díla bez práv, to ať si lidé stáhnou. Vyrábět něco za peníze, aby vám to někdo ukradl, to jde prostě proti srsti.

PJ: Virtuální prostředí možná vzbuzuje dojem, že je to v pořádku.

JP: I toto se ale zlepšuje, například *Deník N* nabízí placený obsah, předplatitelé si zvykli a jejich počet stále narůstá.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 8. Rozhovor s Mgr. Janou Chalupovou

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a PR manažerkou veletrhu *Svět knihy Praha* Mgr. Janou Chalupovou (* 1958). Mgr. Jana Chalupová se podílela na přípravě více než dvaceti ročníků veletrhu a v současnosti (2020) je pracovně nejstarším členem realizačního týmu. Rozhovor se uskutečnil 20. 5. 2020 v Praze.]

PJ: Když jste začala pro *Svět knihy* v roce 1999 pracovat, byla to už zavedená akce?

JCH: V roce 1999 jsem pouze pomáhala Radomíru Šofrovi, který mě seznámil s Danou Kalinovou. V prapočátku byl veletrh, který vznikl díky Michaelu Marchovi a byl postavený na importu organizátorů ze zahraničí. Pak se do toho vložil pan Kanzelsberger, protože čeští nakladatelé si chtěli sami organizovat svůj veletrh. Já jsem to zažila z pohledu návštěvníka, resp. někoho, kdo o tom psal – shodou okolností jsem tehdy pracovala pro *Prager Zeitung* – a navštívila jsem oba dva paralelně běžící veletrhy; jeden [*Svět knihy Praha*] se konal na Výstavišti v Průmyslovém paláci a druhý [*Mezinárodní knižní veletrh*] ve Veletržním paláci, kde byly skutečně prestižní mezinárodní nakladatelství především z Anglie. Ten druhý pořádal zmíněný Michael March, který jej pak uzavřel, protože většina lokálních nakladatelů byla na tom českém. Takto začal vznikat český veletrh, ale to jistě lépe popíší přímo tehdejší aktéři. Já jsem tam přišla v roce 1999 a měla jsem na starosti dílčí úsek – pomáhala jsem s tiskovým střediskem, společně s Radkem Šofrem jsme připravovali Veletržní listy. V roce 2000 to bylo obdobně a od roku 2001 jsem začala dělat PR, propagaci, něco z dramaturgie, něco z produkce, a tak se to de facto ustálilo.

PJ: V době Vašeho příchodu už odborná veřejnost a návštěvníci věděli, co je *Svět knihy*? Jak probíhalo oslovování odborné veřejnosti a vystavovatelů? Chtěli se sami prezentovat?

JCH: Já jsem přišla v době, kdy byl základ dán – na začátku se opravdu opisovaly kontakty, mezinárodní složka, katalogy... ale to běželo mimo mě. Co se týká vystavovatelů, základ dávala Dana Kalinová, která měla k ruce ještě jednu sílu, Petru Kopeckou, se kterou připravovaly všechno. Pokud jde o propagaci, něco už bylo předjednáno, protože první tři ročníky dělaly samy a měly kontakty na různá média, od čehož jsem já odvíjela svou práci dál. S vystavovatelskou částí jsem de facto příliš nepřišla do styku, protože to už bylo dané, a téměř

stejně je to v podstatě doteď. Specifikum je, že máme některé partnery na bázi barterové, což znamená, že s některými nakladatelstvími máme dohody, že část nějakých služeb týkajících se veletrhu barterujeme za zboží, např. za knihy, hry, reklamu v jejich materiálech a na webech – záleží na tom, v jakém oboru se vystavovatel pohybuje – s těmito vystavovateli komunikují. Nebo třeba s divadly, protože tento obor není tak zaměřený na veletržní aktivity, takže i tady máme částečně nějaký barter.

PJ: Dnes oslovujete vystavovatele a odbornou veřejnost?

JCH: Z odborné veřejnosti přichází cca 500-700 lidí, které cíleně zveme; jsou to hlavně knihovníci, překladatelé, redaktoři, pracovníci z nakladatelství. Co se týče vystavovatelů, neprobíhá žádné speciální reklamní oslovování, protože v České republice v tomto oboru není nikdo, kdo by nevěděl, co je *Svět knihy*. Vystavovatelé se nám hlásí dopředu, protože mají zájem o dobré umístění na veletrhu. Stále ale oslovujeme cizinu – reklamu máme v rámci konání největšího světového knižního veletrhu ve Frankfurtu [*Frankfurter Buchmesse*] a snažíme se i o cílenou akvizici, ale je to složité, protože pro zahraniční nakladatelství jsme malý trh. Mezinárodnost se tedy většinou váže na instituty, které tady působí; jsou aktivní a má to pro ně smysl. Ostatní je opravdu náročné nalákat, protože čeština je malý jazyk. V České republice se ale začínají sami vynořovat noví vystavovatelé; jde o nakladatele, kteří vydali třeba jen dvě tři knihy a přes nás se jim nabízí zajímavá možnost prezentace i prodeje. Nakladatelé samozřejmě počítají, co se týká účasti na veletrhu, “*dal - přijal*“, ale takové hledisko není stoprocentní: návštěvníci nemusejí nakupovat hned na místě, vidí například titul, na který se rozhodnou ještě zaměřit, zda ho třeba seženou levněji, ale zároveň vidí celý profil nakladatelství, což je ideální. Nakladatel tedy nemůže vědět, jaký následný marketingový dopad pro něj účast na veletrhu bude mít, protože návštěvník může koupit knihu až v září, třeba jako dárek dítěti k Vánocům.

Co se týká propagace, začala jsem, jak jsem uvedla, stavět na tom, co už bylo nastaveno. Jednou z možností v té době bylo požádat magistrát, který dával určité plochy zdarma. Možnosti se hledaly i prostřednictvím spolupráce s nakladateli – zajímavé je barterování reklamy, kdy nakladatel má například elektronický nebo tištěný newsletter, který jde na milion adres. To nám velmi pomáhá. Hodnota barterů je poměrně vysoká i proto, že u nás vystavuje hodně časopisů a vydavatelských domů, což nám dává prostor pro reklamu. Tištěná reklama v médiích se dále doplňuje přes některé další reklamní možnosti. Dále je důležité, že Svaz [Svaz

českých knihkupců a nakladatelů] měl už zpočátku svůj vlastní bulletin pro nakladatele a členy, který se pak přešel z ryze odborného bulletinu do časopisu *Knižní novinky*, kde je prostor pro naši tištěnou reklamu. Zároveň zadáváme vývěs plakátů a distribuujeme programové katalogy a letáky přes partnery i agentury.

V posledních letech samozřejmě také posilují sociální sítě. Na to máme specialistku a zároveň máme agenturu, která pro nás navrhuje různé variace online reklamy. Je ale složité přesně určit cílovou skupinu, protože my cílíme na každého návštěvníka, který má zájem o knihy. Jedno hledisko je návštěvnost programu a druhá věc je komerčnost – naší povinností je přivést návštěvníky, aby kupovali knihy, protože vystavovatele účast něco stojí a my bychom byli rádi, aby se jim to aspoň částečně vracelo díky tomu, že tam lidé budou nakupovat. Teď jsem uváděla reklamní cílení na širokou veřejnost. Ačkoli původně veletrhy vůbec nebyly prodejní. Například na Frankfurtském knižním veletrhu, největším knižním veletrhu na světě, se nesmělo dlouhá léta vůbec prodávat. Pokud jde o business, práva se prodávají pořád a velmi drahο, ο některé autory a tituly je nepochybně bitva, ale dnes se všechno odehrává především online. Co já vím, literární agenti se účastní de facto proto, aby udrželi osobní kontakt, nikoliv aby ve větší míře prodávali či kupovali práva, ale to mám kuloární informace, nejsem odborník na prodej autorských práv.

PJ: Jak to bylo v době Vašeho příchodu se zahraničními hosty, jak reagovali na pozvání?

JCH: Oslovování čestných hostů měla na starosti Dana Kalinová. Někdy to šlo snáze, někdy to bylo náročnější, což opět souvisí s tím, že jsme malý trh a země vždy zvažují, co jim hostování přinese. Například letos (2020) mělo být hostem Polsko, které u nás bylo čestným hostem již před deseti lety s obrovským úspěchem, byl to jeden v nejúspěšnějších ročníků veletrhu. Přijela paní Wislawa Szymborská, první nobelistka na veletrhu. Záleží tedy na zájmech a finančních možnostech jednotlivých zemí.

PJ: Čestné hosty a ústřední témata vybíráte s ohledem na to, aby byly zajímavé pro veřejnost?

JCH: O čestných hostech jsem mluvila, i když v současnosti překvapivě zájem o hostování roste, tuším, že jsou přihlášení již na příští tři roky. Téma má být zajímavé návštěvnícky, ale souvisí i s programem a nakladateli. Část programu v současné době tvoří tým ve *Světě knihy* v čele s dramaturgem Guillaumem Bassetem. Jestliže nakladatelé připraví tematicky zaměřený

program na stejné téma jako veletrh, více jejich programy zpropagujeme. Takto v minulosti a stále i nyní nakladatele motivujeme, aby připravovali programy, nebo jsme jim dávali tipy, že mohou vybrat ze svého portfolia určitou knihu, autora nebo debatu, které budou napojeny na hlavní téma. V poslední době se nám podařilo navázat bližší spolupráci s *Českým rozhlasem*, která velmi hezky funguje – *Český rozhlas*, stejně jako *Česká televize*, vidí smysl v tom se prezentovat. *Radioservis*¹² má k dispozici audioknihy, protože *Český rozhlas Vltava* má sám knižní pořady, a *Česká televize* má *Edici ČT*, která vydává přímo svoje tituly. To je velká pomoc, pokud jde o PR, a navíc to připravují lidé, kteří mají k literatuře vztah. *Český rozhlas* reaguje na naše témata; teď se například vysílala četba z děl polských autorů, jak bylo předjednáno.

Co se týká mediálního partnerství, z tištěných novin a časopisů je to již tradičně *Právo*, dále *Týdeník Echo* a portál *Echo24* a pro letošek byl domluvený *Deník N*, na kterém nám záleží a který nám přijde zajímavý. V rámci PR plošně oslovujeme novináře, aby o veletrhu informovali. Jsou to další noviny a různé časopisy, kam se posílají tiskové zprávy, fotografický materiál, připravují se pro ně podklady a rozhovory s autory během veletrhu, pořádají se tiskové konference. V rámci tištěné propagace distribuujeme v únoru a březnu záložky a plakáty, což probíhá přes všechny možné instituce jako jsou knihkupectví, knihovny atp. V rámci Prahy jsou před veletrhem polepené boky tramvají. S příchodem Radovana Auera hodně posílila propagace na Facebooku, Instagramu a nově na blogu, kam se dávají články a informace, ze kterých mohou novináři také čerpat. Kupuje se i reklama na Facebooku, bannery. S PR prací mi pomáhá agentura, pokud jde o mediální partnerství a vztahy, to připravuji já – jde o letitou spolupráci, která se nějak vyvíjí a vždy záleží na lidech.

PJ: Jak se propagace vyvíjí? Literatura uvádí, že nakladatelé a knihkupci museli po roce 1989 pochopit, že kniha se sama neprodá, ale je potřeba ji propagovat. Dá se toto nějak vztáhnout na český knižní trh a na *Svět knihy*?

JCH: Když jsem před více jak dvaceti lety do knižního světa vstoupila, měla jsem zkušenosti s propagací v oblasti kosmetiky. V té době to byla úplně jiná reklamní úroveň – jednalo se o nejprestižnější, nejdražší kosmetické značky. Zahraniční marketingový tým určil, jak má co vypadat, to se poté poskytlo reklamní agentuře u nás, která doplnila případně české texty, a já už jsem to jen zkontrolovala a rozdistribuovala. Viděla jsem tu mezinárodní profesionální

¹² Vydavatelství *Českého rozhlasu*.

úroveň a ten extrémní rozdíl ve srovnání s nakladateli, kteří zpočátku neměli ani logo, které by se dalo použít. Pravdou ale je, že nakladatelství se postupně zprofesionalizovala – někdy spolupracujeme na propagaci v rámci sociálních sítí i tištěných materiálů, vzájemně si vypomáháme a je vidět, jak se to za těch 20 let posunulo a vyvinulo dopředu. Týmy v řadě nakladatelství původně tvořili nadšený nakladatel a redaktor; dnes jsou na všechno specialisté, včetně marketingu – pracují tam profesionálové, kteří jsou schopní dodat všechno perfektně a kniha je pro ně zboží, které se prodává jako jakékoliv jiné. I když někdy mi tam to knižní srdíčko i trochu chybí....

PJ: Jak jste se podílela na prezentaci české literatury v zahraničí?

JCH: U prapočátků byla Dana Kalinová, ideálně toto tedy zodpoví ona. V podstatě to bylo tak, že Ministerstvo kultury ČR vypisovalo tendr na pořádání zahraničních akcí. Když jsem nastoupila já, *Svět knihy, s.r.o.* už měl na starosti Lipsko [*Leipziger Buchmesse*] a Frankfurt, poté se dělala Paříž [*Livre Paris*], Bologna [*Bologna Children's Book Fair*] a v průběhu let některé další veletrhy, například ve Varšavě [*Warszawskie Targi Książki*] – to bylo tuším jen jeden rok – dále na Tchaj-wanu v Tchaj-peji [*Taipei International Book Exhibition*], v Göteborgu [*Göteborg Book Fair*], ve velkých evropských městech včetně Moskvy [*Moscow Non/Fiction Book Fair*].

PJ: Prezentace české literatury v zahraničí ale není činnost přímo spjatá s veletrhem, pouze ji organizoval *Svět knihy s.r.o.*, je to tak?

JCH: Ano. Kromě pořádání pražského veletrhu byla jedna z hlavních aktivit, kterou nyní vykonává Moravská zemská knihovna. Prezentaci české literatury na zahraničních veletrzích jsme dělali na základě tendru – nikdo jiný to v České republice neuměl dělat a my jsme měli know-how i kontakty. Měli jsme šanci pořádat tyto prezentace řadu let, ale to opravdu byla další z aktivit, stejně jako kampaň *Rosteme s knihou*, s níž pokračujeme i nadále. Ale přímo s veletrhem to nesouvisí. Poslední dva roky jsme si zkusili regionální verzi té velké akce pražské – *Svět knihy Plzeň* – se kterou přišel Radovan Auer. Má to svá specifika, potenciál v Plzni rozhodně je – je to město kulturní, s univerzitou. Uvidíme, jak bude pokračovat a jak to

letos¹³ dopadne – většina nakladatelství je v Praze nebo Brně, tzn. že nakladatelé musejí v Plzni buď bydlet v hotelu, nebo tam dojet, což samozřejmě navyšuje náklady. I *Svět knihy Praha* postupně získával renomé, tradici, vyvíjela se návštěvnost... A stejně je to pochopitelně v Plzni, jednoduše se to musí zkusit.

PJ: Regionální akcí byl i *Svět knihy Brno* pořádaný v letech 2003-2006.

JCH: V Brně jsme si dělali s veletrhem velké naděje, ale tam se to nějak nepotkalo – brněnské výstaviště mělo nějaké finanční nároky a vystavovatelů zase nebylo tolik; pražským nakladatelům se zvýšily náklady a veletrh nebyl tak obsazený, abychom to ufinancovali. Město Brno o nás mělo zájem, na začátku nám dali poměrně dobré podmínky, veletrh byl hezký, atraktivní. První rok nepřišlo tolik návštěvníků, ale když se akce buduje, nemůže se čekat extrémní návštěvnost a nebyly takové finance, aby se udělal obří reklamní humbuk. Je to škoda – přišlo nám, že tato akce měla velký potenciál.

[KONEC ROZHOVORU]

¹³ Narážka na krizi českého knižního trhu vzniklou v důsledku koronavirové pandemie.

Příloha 9. Rozhovor s Radovanem Auerem

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a Radovanem Auerem (* 1975), ředitelem *Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha* a jednatelem společnosti *Svět knihy, s.r.o.* Radovan Auer se v minulosti věnoval filmové produkci a marketingu, pracoval v různých pozicích na filmovém festivalu v Karlových Varech a od roku 2014 působil jako marketingový ředitel organizace *Plzeň 2015*, která stála za realizací projektu *Evropské hlavní město kultury*. Rozhovor se uskutečnil 4. 6. 2020 v Praze.]

PJ: V roce 2016 jste se stal ředitelem veletrhu *Svět knihy*. S jakou vizí pro veletrh jste tuto pozici přijal?

RA: Principiálně mi šlo o to, udělat z veletrhu současnou akci, protože mi přišlo, že ustrnul, jel v zajetých kolejích, neposouval se. Dnešní kulturně-společenské akce, aby zaujmuly, už musí vypadat jinak. Občas zaslechnu názor, že jde o odklon od literatury, ale tak to není, naopak; „šlápli“ jsme například do programové části. Vystavovatelská část už nemá kam růst a zároveň funguje, protože většina nakladatelů, kteří jsou aktivní, vnímají *Svět knihy* jako akci, kde člověk prostě musí být. Potýkali jsme se s odklonem malých nakladatelů, ale podařilo se to vyřešit a vrátit je na veletrh. Zatím jsem se soustředil hlavně na obsahovou a programovou část – najmul jsem dramaturga Guillaumea Basseta, který dal této části určitou tvář. V tomto, když opomenu velké veletrhy, jsme oproti jiným napřed: většinou je tam program o tom, co přihlásí nakladatelé, není tam snaha o dramaturgii, širší koncepci. My jsme malá země, je to tady nějakým způsobem zaběhnuté a prostor pro prodej práv, kontrakty, není tak velký. I proto jsem se doposud soustředil na programovou část, kterou posouváme každý rok dál. Letos jsem měl v úmyslu vrhnout se i na „industry“ část směřující k tomu, abychom byli zajímaví pro prodej práv. To se zatím nestalo, odsunulo se to na příští rok.

PJ: Z médií vyplývalo, že se veletrh bude spíše profilovat jako festival ¹⁴, ale vzpomínám si, že jeden titulek hlásal, že chcete rozvíjet i prodej s právy – B2B, export české literatury ¹⁵.

RA: Ano. Před dvěma lety jsme rozjeli profesní fórum, kam jsme soustředili hlavně ty pořady, které nejsou určeny veřejnosti, ale jsou určeny nakladatelům, překladatelům, autorům. Profesní fórum velmi dobře funguje, pokud člověk nečeká davy, ale spíše odbornou diskusi. Letos jsme se rozhodli, že budeme obchodní centrum, které fungovalo spíš symbolicky, posouvat dál a výš. Našli jsme téma, kterým se můžeme odlišit od ostatních – prezentaci středoevropské a východoevropské literatury. Nepokrytě se hlásím k tomu, že kradu myšlenku třeba z Karlovarského festivalu [*Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary*], který byl ve velmi obdobné pozici jako my – byl to filmový festival, který z ekonomického hlediska nebyl pro svět zajímavý, protože jsme malá země. Měl ale hezkou atmosféru a to, co se dělo kolem, čímž si začal získávat popularitu. Pak se zaměřil právě na prezentaci střední a východní Evropy; pokud je to pro někoho zajímavé téma, ví, že nejlepší bude jet do Varů, podívat se, co se tam děje. Toho bych chtěl dosáhnout se *Svět knihy*. Letos k tomu byla skvělá příležitost, protože jsme měli jako čestného hosta Polsko a chtěli jsme na to navázat. Ale holt, to se někdy stává... ¹⁶

PJ: Jak vnímáte model převzatý od Frankfurtského knižního veletrhu [*Frankfurter Buchmesse*], kdy svaz vlastní provozovatele veletrhu? Znamená to, že volba, jestli veletrh za těchto podmínek pořádat, není pouze na vás, ale musí tam být souhra s nakladateli.

RA: Původní myšlenka, když se *Svět knihy* zrušil, byla uspořádat jej na podzim, na což jsem se nastavil a začal chystat. Představenstvo ale nesouhlasilo. Přesto, že jsem z toho pár dní byl špatný, v dané chvíli jejich rozhodnutí bylo správné. Kdyby se rozhodovalo dnes, tak by se řeklo, že to na podzim riskneme, ale teď už je to nevrátné – uspořádat veletrh není jednoduché, koncepce se chystá pár let dopředu, organizačně produkční záležitosti minimálně půl roku

¹⁴ ČÍŽEK, Jonáš a CHLUMCOVÁ, Silvie. Chceme působit spíš jako festival, říká ředitel veletrhu Svět knihy. *Respekt* [online]. 2018 [cit. 2020-06-05]. ISSN 1801-1446. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kultura/chceme-pusobit-spis-jako-festival-rika-reditel-veletrhu-svet-knihy>

¹⁵ NAGY, Petr. Klíčová je podpora exportu české literatury do zahraničí. *Literární noviny* [online]. 2017 [cit. 2020-06-05]. ISSN 1210-0021. Dostupné z: <http://old.literarky.cz/literatura/222-literatura/24171-kliova-je-podpora-exportu-eske-literatury-do-zahranii>

¹⁶ 26. ročník veletrhu *Svět knihy* byl zrušen v důsledku koronavirové pandemie.

s předstihem. Nejdůležitější je přitom termín a místo, kdy nejde jen o čtyři dny veletrhu, ale také o to, že to potřebujete postavit a bourat, mít na to kapacitu, lidi...

PJ: Pokud jde o místo, jaké jsou vyhlídky na rekonstrukci Výstaviště?

RA: To je evergreen, který jsme kolem koronaviru často řešili, protože původně jsme už příští rok měli být jinde – s rekonstrukcí se mělo začít letos v červenci. Teď už víme, že tam příští rok budeme a že rekonstrukce příští rok nezačne dříve než v půlce roku. Stále se to ale posouvá, firma patří městu, a tím pádem rozhodnutí jsou ovlivněna politikou. Zároveň rekonstrukce zavře Výstaviště minimálně na šest let, což znamená, že bychom se stěhovali. V takovém případě je pravděpodobnost, že bychom se po šesti letech na Výstaviště vraceli, velmi malá. Pro Výstaviště se tím uzavře jedna kapitola, pak budou muset začít fungovat úplně jinak, což vědí, a tím pádem rozhodnutí nabírají ještě větší skluz, než by nabírala v jiných firmách. Před čtrnácti dny jsme si potvrdili termín na příští rok – už víme, že veletrh bude na konci dubna na Výstavišti. Doufám, že se mezitím dozvím, jak to bude s Výstavištěm dál, protože oni sami často nevědí a váhají.

PJ: Bavili jsme se o tzv. malých nakladatelích. Jedním z důvodů jejich neúčasti na *Světě knihy* byla vysoká cena za stánek. Dlouho jste působil v jiném oboru, což je výhodné v tom, že situaci vidíte zvenčí – je podle vás argument, že je stánek na veletrhu drahý, oprávněný? Co to vypovídá o českém knižním trhu? Souvisí to s tím, že je český knižní trh podfinancovaný?

RA: Obecně je mezinárodním trendem, že malí nakladatelé se trhají a zakládají si svoje platformy, veletrhy atp., protože mají jiný způsob fungování, uvažování. A komerční svět se jim neustále uzavírá. U nás roste plocha knihkupectví, ale zmenšuje se jejich počet. To znamená, že přibývá velkých, řetězcových knihkupectví, která pohlcují a likvidují ta malá. V nemálo případech je to tak, že zatímco pro velké nakladatele je veletrh z komerčního i prezentačního hlediska třešnička na dortu, pro malé nakladatele se tento kanál, včetně různých jarmarků, stal velmi důležitou součástí jejich tržeb. Ve velkých knihkupectvích se zastoupení malých nakladatelů neustále zmenšuje. Například v Göteborgu [*Bokmassän Göteborg*], kde je krásný intelektuální veletrh, se stalo, že si malí nakladatelé udělali veletrh naproti přes cestu – utekli z hypermoderního prostoru do starého, trochu zašlého zábavního parku. To je pro veletrh

dost špatné, protože na něm v podstatě parazitují – celá Skandinávie se sjede na veletrh, kam se jdou se podívat, a pak jdou nakupovat k malým nakladatelům.

Když tady byl Jürgen Boss ¹⁷ z Frankfurtu, prováděl jsem ho po veletrhu. Bylo vidět, že se mnou náš lokální trh prochází spíše ze slušnosti, že pro něj asi není moc zajímavý, ale v okamžiku, kdy jsem zmínil stan malých nakladatelů, se začal vyptávat, jak to s nimi máme, kolik platí, jak s nimi fungujeme. Tento problém je u všech. Ti malí cítí, že jsou nějakým způsobem upozadováni, fungují na jiných principech. Výtka ohledně ceny je podle mě zástupná věc, protože malé výstavní místo vyjde v podstatě stejně jako jinde a nějaké tržby mají. Myslím si, že malí nakladatelé měli pocit, že se veletrh filosoficky odpoutává od jejich pohledu na to, jak se mají vydávat knihy. Mimochodem, také se nám stalo, že když vznikl stan, někteří z nezávislých nakladatelů tam odešli, a po roce, dvou se zase vrátili, protože je to sice ve stanu stojí o pár stovek méně a je tam pro ně vhodnější atmosféra, ale na druhé straně jim chybí servis, který jim uvnitř poskytujeme. Malí nezávislí nakladatelé jsou skvělí, ale hůř se s nimi spolupracuje, chybí jim administrativní zázemí, občas odevzdávají pozdě podklady do katalogu a podobně. Také si myslím, že se atmosféra uvnitř [Průmyslového paláce] změnila; je více festivalová, o knížkách, než reklamní a prodejní.

PJ: Jaké novinky jako nové vedení přinášíte? Vybavuji si například otevření lapidária, nově vznikl blog...

RA: Teď spouštíme i nový web, ale protože se *Svět knihy* zrušil, zpomalili jsme to a spustíme jej v průběhu léta.

PJ: Chtěli jste také jinak pojmout catering.

RA: Ano. To už dnes k takovým akcím patří. Lidé tam stráví celý den, a ve výsledku pak nakoupí mnohem víc knížek, když si tam ještě mohou sednout a dát si kávu. Zní to jako hloupost, i v médiích vylézalo, že se těším na vinárnu a řeším, co se bude jíst, ale já sám jsem otrávený, když přijdu na akci, kde musím stát fronty. A na *Světě knihy* se na kávu stály dlouhé fronty. Zvláště u takovéto akce, kam chcete přijít s celou rodinou, chceme, aby to fungovalo. Tyto věci ještě můžeme zlepšovat. Co se týče zásadních změn, začali jsme streamovat důležité

¹⁷ Boss je od roku 2005 ředitelem Frankfurtského knižního veletrhu.

pořady a besedy. Další prostor, který jsme udělali, je open air scéna, které se teď říká *gauč ve Stromovce*. V posledních letech tento prostor fungoval moc hezky.

PJ: Ještě si vybavuji nové *Café Evropa*.

RA: Ano, to je také novinka. Dále jsme vytáhli dětský pavilon *Rosteme s knihou* ven, což je dobré v tom, že dětské pořady nepotřebují klasické sezení, dá se otevřít, když je hezky, a snížili jsme tím hladinu hluku uvnitř Průmyslového paláce. Profesní fórum jsem už zmiňoval, a pak je tady *Svět knihy Plzeň*.

PJ: Jak vznikl nápad upořádat regionální odnož *Světa knihy*?

RA: Když jsem si zmapoval literární akce, zjistil jsem, že jich tolik není, třeba hudebních i filmových festivalů je mnohem víc. V regionech větší literární akce chybí. Původně jsme mysleli, že bychom mohli být ve více městech anebo po více městech rotovat. Narazili jsme ale na kapacity nakladatelů, kteří po prvním ročníku říkali, že je Plzeň bezvadná a líbila se jim, ale ať nevymýšlím nic dalšího, protože víkendové akce dělají ti samí lidé, kteří sedí přes týden v kanceláři. Dají to tři, čtyři víkendy v roce, ale pak už chtějí mít své soukromí, nemají speciální festivalovo-veletržní týmy; mají své marketéry a prodejce, kteří dělají přes rok i jinou práci. Zatím tedy zůstáváme u Plzně, kterou jsme zvolili proto, že jsem tam předtím dva roky pracoval a tamější kulturní situaci jsem měl velmi dobře zmapovanou – věděl jsem, že tam taková akce chybí, že by tam mohla fungovat, i na jakém místě. Až když jsme se rozhodli, že *Svět knihy Plzeň* uspořádáme, zjistili jsme, že v Plzni byl před revolucí funkční veletrh, který se ještě na začátku devadesátých let držel. Místní za námi chodili s tím, že jsou rádi, že jsme to obnovili. A další věc: v Plzni je vytištěná první česká kniha – to hezky zapadlo.

PJ: Vráťím se ještě k exportu české literatury. V současnosti se o prezentaci české literatury na zahraničních veletržích stará Moravská zemská knihovna. Jak můžete prezentovat českou literaturu v zahraničí vy jako *Svět knihy, s.r.o.*?

RA: Dříve společnost *Svět knihy* zajišťovala kromě místního veletrhu i českou prezentaci na zahraničních veletržích, což převzala Moravská zemská knihovna. V řadě věcí mě to limituje. V mnoha zemích to funguje tak, že národní veletrh je zároveň organizátorem tohoto, protože je

tam spousta provázaností, které spolu mohou fungovat – vy nabídnete například Francouzům, ať si u vás udělají stánek, my si uděláme stánek u nich, a bude to reciproční. Často dostávám dotazy na reciprocitu a musím je projednávat s Moravskou zemskou knihovnou. Máme spolu dobré vztahy, principiálně šlo o to, že tady chybělo *České literární centrum*, které vzniklo až po mém nástupu a zatím se rozkoukává. V budoucnu by to mělo být právě *České literární centrum*, které bude zaštiťovat prezentaci ven. Jsme s nimi ve velmi úzkém kontaktu. S prezentací české literatury v zahraničí je to těžké.

PJ: *Svět knihy* má ve svém názvu slovo *mezinárodní*. Z jakých hledisek se lze na *Svět knihy* dívat jako na mezinárodní knižní veletrh? Jezdí k nám zahraniční vystavovatelé?

RA: Zahraniční vystavovatelé jsou ve střední hale, ve většině případů jsou to jejich kulturní zastoupení v Čechách, například *Polský institut v Praze*, *Francouzský institut v Praze* nebo přímo ambasáda. Vadilo mi, že nejsou příliš provázáni s knižním světem ve své zemi – přivezou autory, uspořádají prezentaci, ale už tam neprobíhá kontraktační kontakt. Podařilo se mi ale přitáhnout Ukrajince, kteří oslovili *Ukrajinský institut knihy*, což je obdoba *Českého literárního centra*. Ambasáda určila, co sama zaplatí, ale také částku, která se musí vybrat od nakladatelů. Byly to symbolické částky, ale tím, že do toho nakladatel dal svoje peníze a přijel sem, chtěl také, aby z toho byl nějaký výstup.

Kritérium mezinárodnosti je hlavně v tom, že probíhá mezinárodní kontakt nakladatelů s nakladateli, s agenty, s prodejci práv. A samozřejmě mezinárodní program. Mezinárodní programy máme, businessovou část máme také, ale přiznejme si, ve velmi symbolickém rozměru, a tak to je na většině národních veletrhů. Tuto část bych chtěl posílit a rozhybat. Situace je taková, že dva velcí hráči mají svá mezinárodní oddělení, která se snaží prodat práva venku. Pak je tady čtyři, pět solitérních hráčů-agentů, což je velmi málo, kteří se snaží českou literaturu prodávat venku. Je to znát na tom, že česká literatura ustoupila v mezinárodním kontextu do pozadí. Teď se hodně mluví o úspěchu v Lipsku [*Leipziger Buchmesse*], což je dáno tím, že jsme po devadesátých letech, kdy jsme byli velmi zajímaví, vyklidili pozice. Ze začátku to bylo jednoduché, ale postupně, jak zájem o nás začal uvadat, se to ztěžovalo, a Češi se přestali mezinárodnímu businessu s právy věnovat. V Lipsku byl zájem o českou literaturu silný, Němci byli velmi překvapení, co se tady událo a děje; možná se to začne zase pozitivně posouvat.

PJ: Projevuje se na *Světě knihy* narůstající koncentrace na knižním trhu? Jak myslíte, že se koncentrace na veletrhu do budoucna v praxi projeví?

RA: Koncentrace probíhá, ale nebojím se, že by to někdy přerostlo do nějakého nezdravého prostředí; budou tady velcí, střední a malí hráči. Ti velcí teď chvíli nebudou nakupovat, protože je krize postihla nejvíc. Stávalo se nám, že jsme zjistili, že máme o dva, tři nakladatele méně, protože je mezitím koupila *Euromedia* nebo *Albatros*. To se dít bude. V západních zemích je koncentrace mnohem silnější, jsou tam tři, čtyři opravdu silné skupiny, které by si mohly veletrh koupit celý, a pak jsou tam ti menší. U nás to není nic, co by vadilo, spíše tady přetrvávají nějaké nerovnosti z devadesátek. Krize na knižním trhu teď odhalila spoustu nesmyslných nastavení, která přežívala. Uvidíme, co všechno se teď stane.

PJ: Jak se podle vás na veletrhu odrazí elektronizace?

RA: Celosvětově se nárůst počtu e-knih zastavil. Relevantní čísla jsou jen u velkých jazyků, ale to je dáno tím, že si je kupuje celý svět – když vyjde v Anglii kniha, vy jste z Ameriky a chcete ji mít, koupíte si e-knihu. E-knihy se dobře prodávají i ve španělštině, němčině, ale jinak tvoří asi 4-5 % trhu. Ukazuje se, že lidé, co mají rádi knihy, je mají rádi i fyzicky; rádi se jich dotýkají, listují. V minulosti to bylo veliké téma, řešilo se, co se stane. Dnes už se to moc neřeší, protože všichni vědí, že e-knihy tu jsou, ale nikdy to nebude více než v jednotkách procent. Ano, budeme se tomu nějakým způsobem přizpůsobovat, ale všichni pochopili, že e-knihy nezabijí papírovou knihu. Zajímavé jsou audioknihy, které rychle rostou celosvětově. Měli jsme o tom debatu na mezinárodní úrovni, kdy se nás Skandinávci ptali, jestli se audioknih nebojíme. Říkali jsme, že ne, že to rozvíjí trh. Oni nám popsali jejich situaci: je tam velký hráč, který skoupil všechna možná práva, načítají to nějakí „rychlotečiči“, vy máte zaplacené předplatné a můžete si stáhnout, kolik audioknih chcete. V tu chvíli je to pro trh veliký problém. U nás se tyto paušály chystají také, a to samozřejmě problém být může.

PJ: V jednom z rozhovorů jste říkal, že některé změny se uskutečňují hůř, než jste si původně představoval. O co konkrétně jde? Co vás v souvislosti s knižním trhem překvapilo?

RA: Obecně je nakladatelský svět velmi silně konzervativní, každá změna je vnímána na první dobrou jako špatná. Změny je potřeba dělat opatrně a pomalu. Pak také to, že třeba filmové

prostředí, ve kterém jsem pracoval, je celé lépe zmapované. Tady vychází *Zprávy o českém knižním trhu*, ale to jsou kvalifikované odhady. Žebříčky se teď zpřesnily, ale žádný knihkupec nechce říct, kolik knížek přesně prodal – řekne, na kterém místě v prodejnosti se kniha umístila, oboduje se to a spočte. A vy nevíte, jestli jeden knihkupec neprodal téhle knihy tisíc kusů a ten druhý jenom dvacet, u jednoho to stačilo na druhé místo a u druhého na třetí. Data nejsou relevantní.

PJ: Také jste v rozhovoru zmiňoval, že byste knihy rád dostal i do vlaku¹⁸. Je na takové inovace český knižní trh připraven?

RA: Změny se musí dělat opatrně a postupně. Knihkupci teď například volají po pevné ceně knížek, což jim nepomůže ani o píd' – to není ten hlavní problém. Problém je, že je tu internetový prodej a knihkupci se mu nechtějí přizpůsobit, protože jsou zvyklí, že k nim člověk přijde a oni si s ním popovídají. To je skvělé, ale online prodej je zase o něčem jiném – o tom, že chci mít zboží rychle, hned, levně. Pokud přinutí internetové obchody k tomu, že knihy nebudou levné, bude trvat tak čtrnáct dnů, než se internetové obchody přizpůsobí situaci. Místo toho, že nabídnou knihu levně, nabídnou třeba klíčenku. E-shopy si vždy najdou cestu, jak vám nabídnout něco navíc. Z principu chci podporovat knihkupce, a pokud možno chodit do malých knihkupectví, ale když potřebuji knížku rychle, vlítnu na e-shop, zamluvím si ji v nejbližším *Luxoru* a jdu si ji tam vyzvednout.

PJ: Uvažujete o zapojení knihkupců v rámci veletrhu?

RA: Určitě. Někteří knihkupci nás vnímají tak, že jim bereme tržby. Já jim říkám, že to není pravda, že naopak děláme propagaci knížkám, které se pak dobře prodávají i u nich. Nevěřím, že ten lehký výpadek pocítí. Když si srovnám čísla, myslím, že jim možná jejich stálý zákazník řekne, že tento měsíc nepřijde, protože jede do Prahy na *Svět knihy*, ale nic víc. O zapojení knihkupců jsme uvažovali už pro letošek. Příští rok ale posouváme termín na 22.- 25. 4. a 23. 4. je Světový den knihy [a autorských práv]. Bavili jsme se o tom, že bychom mohli odstartovat kampaň spolu s knihkupci; Den knihy by se slavil jak u nás na *Světě knihy*, tak v každém

¹⁸ KONRÁD, Daniel. Veletrh Svět knihy má po 20 letech nového ředitele. Musíme dostat zpět malé nakladatele, říká. *Hospodářské noviny* [online]. 2016 [cit. 2020-04-03]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65463820-svet-knihy-veletrh-radovan-auer-reditel-vystaviste>

knihkupectví, propojili bychom to. Všichni víme, že knihkupci to teď mají těžké. Chceme, aby jich přežilo co nejvíc, protože je to o stabilitě celého trhu. Všechny národní veletrhy jsou prodejní a jsou postavené na prodeji, tak jako my. Ty mezinárodní jsou více o kontraktech, projede se tam tolik neřeší, ale my bychom takhle dlouhodobě fungovat nemohli – nakladateli se to musí nějak vyplatit a zaplatit. Kontraktační a prezentační přínos pro něj není tak veliký a upřímně, asi nikdy nebude. I když se B2B sekce zlepší, jít se na *Svět knihy* jen ukázat a domluvit se na nějakých věcech... to nastartovat v éře internetu je utopie. Důležité je udržování vazeb a kontaktů – že se jednou za rok všichni vidíme je určitě dobré a přínosné, ale není to gros businessu.

PJ: Na *Svět knihy* 2019 přijel David Unger, ředitel *Conference of International Book Fairs*, které jste členem.

RA: Ano, to je neformální uskupení, dvakrát do roka se setkáváme a je to skvělé. Jednou se vidíme ve Frankfurtu, jednou za dva roky je delší, celotýdenní setkání. Je to velmi přínosné, pro mě je to obrovská škola, říkáme si, kdo co jak dělá, komu fungují jaké věci. Teď jsme vstoupili do *Aldus [European Bookfairs' Network]*, což je síť evropských veletrhů.

PJ: Četla jsem článek o tom, jak jste v rámci *Aldus* s panem Vopěnkou prezentovali ¹⁹.

RA: Ano, loni měli setkání v Brně, kde jsme se představili. Poté za mnou přišli, proč nejsme členy. Je to spíše oficiální síť, vstoupili jsme tam před dvěma měsíci, takže uvidíme, jaký to bude mít přínos. Naše neoficiální síť je opravdu velmi přínosná, celá letošní idea Češi v Polsku a Poláci v Čechách vznikla na tomto setkání.

[KONEC ROZHOVORU]

¹⁹ TURRIN, Enrico. Focus on the Czech Book Market. *Aldus European Bookfairs' Network* [online]. 2019 [cit. 2020-06-05]. Dostupné z: <http://www.aldusnet.eu/k-hub/focus-the-czech-book-market/>

Příloha 10. Rozhovor s PhDr. Danou Kalinovou

[Následující text je přepisem záznamu rozhovoru mezi autorkou této diplomové práce a PhDr. Danou Kalinovou, (* 1956) dlouholetou ředitelkou *Mezinárodního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha* a jednatelkou společnosti *Svět knihy, s.r.o.* V její režii se uskutečnila řada expozic českých nakladatelů na zahraničních veletrzích, několik let působila jako viceprezidentka neformální skupiny ředitelů mezinárodních veletrhů *Conference of International Book Fairs*. PhDr. Kalinová je rovněž iniciátorkou kampaně na podporu čtenářství *Rosteme s knihou*. Rozhovor se uskutečnil 5. 6. 2020 přes Skype.]

PJ: Jakým způsobem lze skrze veletrh propagovat českou literaturu pro prodej práv?

DK: Jedná se o trochu složitější problematiku: na tuzemském veletrhu nabízejí čeští vystavovatelé svou knižní produkci, jež představuje překladovou i původní literaturu podle profilového zaměření daného vystavujícího nakladatele. Prioritní zájem českých nakladatelů o účast na knižním veletrhu představuje prodej knih koncovému zákazníkovi – návštěvníkovi akce. Přijíždějí-li na veletrh zástupci zahraničních nakladatelství či literární agenti, jejich motivem je většinou nabídka jimi zastoupených vlastních autorů, lze však předpokládat, že se mohou zajímat i o práva na českou původní literaturu, neboť mají příležitost bezprostředně vnímat zájem čtenářů o určité české autory. Pokud se čeští nakladatelé účastní aktivně, tj. s vlastní výstavní plochou, zahraničního veletrhu, pak je otázkou, zda s ohledem na české autorské právo je „svým“ autorem delegován k prodejní nabídce jeho díla zahraničním zájemcům. Záleží však velmi na tom, jaké je celkové „licenční“ zaměření akce v zahraničí a rovněž v jakém jazykovém i obchodním teritoriu se koná. Na anglofonních akcích převažuje nabídka práv nad poptávkou, zatímco asijské trhy jsou značně otevřené nabídce světové literatury. Už před více než patnácti lety jsem se snažila, aby *Svět knihy, s.r.o.* sloužila jako taková malá literární agentura a pomáhala během celého roku propagovat české autory v zahraničí. V době, kdy jsme v letech 1998 – 2012 organizovali české kolektivní stánky (více než 50 prezentací na 4 kontinentech – v Evropě, Americe, Asii i Africe), jsme pro tyto účely vydávali anglický informační materiál o českém knižním trhu s názvem *Czech BookWorld News*, kde jsme ve spolupráci s Ministerstvem kultury uváděli seznam dotačně podpořených překladů české literatury do dalších jazyků, abychom podnítili zájem zahraničních nakladatelů. Ideální bylo, že jsme pořádali národní literární a knižní expozice v zahraničí a pronikali jsme

přímo na jednotlivé trhy. Jako společnost *Svět knihy* i stejnojmenný veletrh jsme byli vidět skutečně po celém světě. Na kolektivní stánek jsme buď získali dotace, nebo jsme díky zájmu českých nakladatelů uskutečnili expozici i bez dotací. Myslím si, že naše služba byla velice profesionální, a to i díky tomu, že jsem se znala s většinou ředitelů zahraničních veletrhů osobně, takže pro mě nebylo těžké se lépe informovat o možnostech, jak se optimálně zviditelňovat na jimi pořádaných akcích. V tomto ohledu se jednalo o určitou symbiózu, podporovali jsme se navzájem v zájmu knižních trhů, jež jsme reprezentovali. Pokud nám nakladatelé jen předali knihy do expozice a nepřijeli osobně, aby prezentaci podpořili vlastním jednáním, pak byl efekt prezentace jejich knih spíše nižší, neboť se vždy v této oblasti jedná o běh na dlouhou trať, nakladatelé si musejí sami vytvářet osobní kontakty, které jsme jim pomáhali navazovat.

V rámci veletrhu *Svět knihy* jsme pak vymezili určitou jeho výstavní část pro jednání typu B2B, tzv. business centrum, určené pro literární agenty, kteří přijížděli na kratší dobu. Pražský knižní veletrh nebyl v zahraničí nikdy vnímán jako důležitá akce pro prodej autorských práv, přesto bylo v roce 2016, kdy jsem odcházela, business centrum nabitě. Skutečně se nám tedy podařilo tuto specifickou součást obchodních aktivit do určité míry rozvinout a dostat do povědomí agentur. Velmi často jsem však měla problém obhájit zahraniční účast na pražském veletrhu, často mi i někteří členové představenstva SČKN, např. pan Vladimír Pistorius, naznačovali, že nestojí o zahraniční účast na veletrhu. Tudíž jakýsi mezinárodní rozměr práce českých nakladatelů je rozdílný – někdo o to stojí, a někdo ne. A to se dostáváme k tomu, o čem se mnou mluvil Oliver Zille, a to je autorské právo v České republice, kdy práva vlastní autor a nakladatel nemá příliš velkou motivaci, aby nabízel své autory v zahraničí. V oblasti zastoupení českých autorů je v současnosti velmi úspěšný nizozemský literární agent Edgar de Bruin se svou agenturou Pluh, aktivní byla i Dana Blatná z nakladatelství *Host*. Pro mne byl guru v této oblasti Jürgen Braunschweiger – zakladatel mezinárodní nakladatelské skupiny *MOTOVUN*, který vydával české autory v době, kdy doma nemohly být jejich knihy publikovány, či George Theiner, působící v *Index On Censorship*, jenž rovněž napomáhal propagaci české literatury v zahraničí v jejich těžkých dobách. S jeho synem Pavlem jsem založila *Cenu Jiřího (George) Theinera*, jež je každoročně udílěna na veletrhu *Svět knihy Praha* významným propagátorům české literatury v zahraničí.

PJ: V zahraničí je to jinak?

DK: V zahraničí autor deleguje svá licenční práva na svého nakladatele či agenta. Nejúspěšnější je celosvětově nabídka anglo-americké literatury, *SČKN* ve svých výročních zprávách uvádí i statistiku překladů z daných jazykových teritorií do češtiny, z níž je patrná převaha této literatury. Licenční obchod podporují organizátoři kolektivních expozic Německa, Velké Británie, Polska, skandinávských zemí a dalších. Obchodní jednání zde probíhá velmi intenzivně, stejně jako v rámci speciálně vyhrazených prostor pro literární agentury (např. Londýn, Frankfurt, Tokyo). V českých podmínkách se autorů ujalo *České literární centrum* vedené Moravskou zemskou knihovnou, které propaguje vybrané – a toto zdůrazňuji – české autory v zahraničí za plné podpory státu – autor je vlastníkem licence, takže pokud se podaří iniciovat potenciální prodej do zahraničí, prodává následně práva autora jeho agent či autor sám. Motivujícím momentem pro zahraniční nakladatele je státní podpora nákladů na překlad do daného cílového jazyka. Součástí autorských smluv bývá závazek autora aktivně podpořit prodej knihy svou účastí na autorských čteních a debatách, velmi aktivní jsou v této oblasti například německá nakladatelství.

PJ: Chápu to tak, že účast v kolektivním stánku, kterou měl na starosti *Svět knihy, s.r.o.*, si nakladatelé platí. Pak je tu ještě možnost, kdyby si to nakladatel mohl finančně dovolit, zaplatit si na zahraničním veletrhu svůj vlastní stánek.

DK: Ano, ale kolektivní expozice byly realizovány na základě výběrových řízení vypsaných Ministerstvem kultury, jež jejich realizaci podpořilo finančně. Náklady na prezentaci však bývaly vyšší a příjem od účastnících se nakladatelů představoval alternativní zdroj nezbytný k tomu, aby měla expozice potřebnou úroveň respektující mezinárodní vystavovatelské trendy i standardy. V rámci našich expozic vystavovala i velká nakladatelství, například *Albatros*, *Host*, *Academia* a další. Dnes někteří nakladatelé zběhlejší v mezinárodním licenčním obchodu expozice opustili a hradí si na vybraných veletrzích vlastní stánky. Poslední stánek společnosti *Svět knihy, s.r.o.* ve Frankfurtu [*Frankfurter Buchmesse*] v roce 2013 byl velmi malý, neobstáli jsme již ve výběrovém řízení vypsaném za nejnižší cenu. Cena byla tak nízká, že si troufám na základě svých rozpočtových zkušeností a znalosti ceníků zahraničních veletrhů tvrdit, že následně musela být určitě ještě upravována v zájmu zachování kvalitního standardu prezentace.

PJ: V jakých zemích byla Česká republika čestným hostem?

DK: Čestným hostem jsme byli v rámci České sezóny ve Francii na veletrhu *Salon du Livre* v roce 2001, na Tchaj-wanu v roce 2003 a v Moskvě. Upozorňovali jsme na českou knižní a literární nabídku i na dalších veletrzích (Varšava, Londýn) v rámci kolektivní expozice zemí Visegrádské čtyřky. Na Tchaj-wanu jsem získala celou řadu profesních přátel v době, kdy jsem zde poprvé vystavovala v malé expozici v roce 1998 a upozornila na knížky o Krtečkovi, které zde kupodivu neznali. Byl to obrovský úspěch pro nakladatelství *Albatros* a zejména autora pana Zdeňka Milera a jeho agentku paní Fišerovou, neboť jeden z největších tchaj-wanských nakladatelů do roka vydal několik titulů o Krtečkovi a projevil zájem i o jejich audio-vizuální verze. V roce 2003 nám tchaj-wanský pořadatel knižního veletrhu *TIBE [Taipei International Book Exhibition]* v Tchaj-pej poskytl za velmi výhodných podmínek plochu čtyři sta metrů čtverečních pro účely rozsáhlé prezentace české kultury. Tehdy s námi jela skupina pětadvaceti českých nakladatelství a česká účast byla velice úspěšná; aktuálně k veletrhu vyšla desítky překladů české literatury, součástí expozice bylo kino s promítáním českých filmů, audiotéka české hudby, expozice českých loutek a především výstava českých ilustrátorů, k níž tchaj-wanští kolegové vydali knihu. Do expozice jsme přivezli na 2 000 titulů českých knih, pozornost poutaly i ukázky vzácných kopií manuskript *Pasionálu abatyše Kunhuty* a *Velislavovy bible*, fotografií význačných českých umělců a další. S ohledem na zájem asijského návštěvníka expozice byla takto celistvě pojatá kompozice relevantní.

PJ: Jak ještě se *Svět knihy* dostával do povědomí v zahraničí? Jak reagovaly země, které jste zvali jako čestné hosty?

DK: Prvním naším čestným hostem bylo Finsko v roce 1997, a to díky paní Markétě Hejkalové, překladatelce z finštiny, nakladatelce a pořadatelce veletrhu v Havlíčkově Brodě [*Podzimní knižní veletrh*], jež tehdy působila jako kulturní attaché na české ambasádě ve Finsku a přišla s nápadem, že nám pomůže Finsko zainteresovat. Byla to sice malá expozice, ale moc hezká a působivá. Celkově byla prezentace Finska vydařená, takže i rezonance ze strany Finska na mezinárodním fóru, kde mluvili o svém úspěchu u nás a o tom, jak jsme jim byli pořadatelsky nápomocní včetně efektivního marketingu, nás podpořila v mezinárodním měřítku. Také pomohlo, že pan Kanzelsberger mě po mém nástupu v roce 1995 seznámil s Peterem Weidhaasem, který mě pozval do neformální skupiny ředitelů [*Conference of International Book Fairs*], v jejímž rámci jsme se všichni rychle spřátelili, byli jsme opravdu, řekla bych, rodina. Navzájem jsme si pomáhali a oni měli svým způsobem obdiv k tomu, že malinký veletrh

má tak velké ambice – působila jsem v rámci schůzek zřejmě hodně ambiciózně, byla jsem nadšená, sbírala jsem informace, radila jsem se. Pokud jsem si to mohla finančně dovolit, tak jsem pozvala některé jimi doporučené autory. Díky této spolupráci jsme udělali skutečně velký krok dopředu. Protože Peter Weidhaas byl a je člověkem, jenž se necítil být v žádné konkurenci, ale chtěl pomáhat ostatním pořadatelům veletrhů, ocitala jsem se na pozvánkách na všechny důležité mezinárodní konference; pozvali mě i do místních rozhlasů a médií, takže jsem mohla mluvit o pražském veletrhu a české literární a knižní scéně. Takto jsme se postupně dostávali do povědomí a *Svět knihy Praha* se stal součástí mezinárodní platformy. Stali jsme se i konzultačním kontaktem pro zahraniční nakladatele – doporučovali jsme české nakladatele ke spolupráci, což byla sice neviditelná práce, kterou jsme pro ně během celého roku dělali, skrytý marketing, kterým jsme se nechlubili, ale nakladatelé ze zahraničí se na nás vždy obraceli jako na věrohodný zdroj toho, co vychází, co je zajímavé, co stojí za pozornost, ale i kteří čeští nakladatelé odpovídají profilově jejich zájmu o spolupráci.

Pak jsem se seznámila i s některými literárními agenty. Velmi pomohlo, že jsme se stali součástí evropského projektu *Literature Across Frontiers (LAF)*, realizovaného velšskou *University of Aberystwyth*. Manažerka projektu Alexandra Büchler získala na dobu asi devíti let velkou dotaci z Evropské unie. Partnery projektu, bylo jich přes 30 z mnoha zemí světa, byla hlavně literární centra, která propagovala domácí autory. Náš veletrh projekt využíval jako platformu, kam byli zváni autoři z partnerských zemí, uspořádali jsme konference a debaty věnované problematice literárního překladu a propagace literatur psaných v tzv. menších jazycích, na nichž se setkávali autoři se svými překladateli do různých jazyků, nakladateli, literárními teoretiky a kritiky. Konceptem *LAF* byl průnik literatur do menších jazyků, což se skutečně dařilo, a to nám velmi pomohlo postavit obsahově a personálně zajímavý doprovodný program – pokud se podíváte, mnoho z autorů, kteří sem přijeli přes *LAF*, se stali velice známými autory v budoucnu. Třeba Olga Tokarczuk u nás byla jako ještě neznámá spisovatelka už v devadesátých letech, nyní je nositelkou Nobelovy ceny za literaturu. Fungovali jsme tak trochu jako literární scout; měli jsme tu autory, kteří se později prokázali jako velice kvalitní spisovatelé, vzpomínám například na návštěvu Elif Shafak, u nás tehdy nepříliš známou tureckou autorku, které si dodnes velice vážím. Čeští nakladatelé tak měli příležitost se s nimi a jejich tvorbou seznámit na domácí půdě.

Pro účely propagace veletrhu v zahraničí je velice důležité, aby jeho pořadatel nelákal jen na akci samotnou, ale aby komunikoval v zájmu obou stran, aby se zajímal o literaturu země, kterou chce pozvat, a dal na vědomí, že se oslovovaná strana setkává s někým, kdo jejich

literaturu skutečně zná a dokáže poradit, jakým způsobem proniknout na jeho domácí trh. To je, myslím, další klíčová role ředitele veletrhu: navazovat a udržovat kontakty, ale také projevovat zájem. Říkám tomu pořadatelská empatie, což bylo moje krédo – vědět, že sice nějakou akci nabízím, ale také znám její limity či možnosti, tudíž můžu dobře poradit zahraničním partnerům, jakým způsobem se pohybovat, a vytipovat s nimi literaturu, která může být úspěšná, protože znám svůj trh a zajímá mě literatura zahraničního partnera. Původní podtitul akce „mezinárodní knižní veletrh“ jsem rozdělila na „knižní veletrh a literární festival“, abych mohla žádat o dotaci na čistě nekomerční festivalovou část akce oproti jeho komerční části, kterou představuje veletržní část a prodej výstavní plochy vystavovatelům. Festivalový doprovodný program vyžaduje značné finanční prostředky, získávané částečně z prodeje plochy a z alternativních zdrojů, kterými jsou tuzemské a zahraniční dotační programy, pronájem programových sálů, prodej vstupenek. Je rovněž nutné udržet organizaci akce do dalších let, zajistit celoroční kontinuitu nezbytné profesionální práce. Mým konceptem bylo zachování komerční i nekomerční platformy, nicméně mívala jsem někdy pocit, že vystavovatelé mají především zájem o prodej knih na stáncích i s velkými slevami, jež vadily knihkupcům. Často jsem slýchala kritiku, že *Svět knihy* je jarmarkem a cítila, že vystavovatelé ani nestojí o nadstavbový program, často to bylo zřetelné na absenci nakladatelů na odborných pořadech, na něž jsme zvali renomované diskutující z celého světa. Někdy mne zarážela určitá jednostrannost poptávky vystavovatelů, přestože bez zajímavého programu by potenciálně nepřišla určitá část návštěvníků. Je však možné, že slevová nabídka knih byla a je i nadále pro ně určující a motivující k účasti.

Vyváženost obou výše zmíněných částí je velmi důležitá, protože ve chvíli, kdy se z akce stává především festival, vytrácí se zájem nakladatelů o účast. Veletrhy jako je Praha, Vilnius [*Vilnius Book Fair*], Riga [*Riga Book Fair*] i dnešní Varšava [*Warszawskie Targi Książki*] či *Leipziger Buchmesse* jsou orientovány na návštěvnost, tudíž festivalová část je nutná – přivádí lidi, ale veletržní část umožňuje představit nakladatelské značky a produkci dílčích nakladatelů. Tím je splněn celkový koncept tohoto typu akce. *Hay Festival* je naopak čistým literárním festivalem, v jehož rámci nemusejí nakladatelé investovat velké peníze do svých stánků, ale stačí, když tam mají svoje autory a prodávají knížky při autorských čteních. Pak jsou ale akce, které jsou určeny především pro odbornou veřejnost. Báječným příkladem je Frankfurt [*Frankfurter Buchmesse*] a Lipsko [*Leipziger Buchmesse*] – dvě veliké knižní akce v jedné zemi, a přesto si obě vybuodovaly vlastní identitu: Lipsko v doprovodném festivalu *Leipzig Liest* a zároveň ve vyváženosti nakladatelské nabídky s převažujícím zastoupením

německých nakladatelství. Lipsko mělo už za komunismu svou specifickou roli; nabízelo západním nakladatelům možnost setkávat se s nakladateli (resp. zástupci státem vlastněných nakladatelství) z východního bloku. To byl základ úspěchu Lipského knižního veletrhu a později díky Oliveru Zillemu, který je ředitelem už přes třicet let, našli koncept, kterým se vyhranili proti frankfurtskému veletrhu, hrajícímu klíčovou roli v licenčním a prezentačním businessu. Ve Frankfurtu je zastoupena zároveň velká podmnožina německy psané literatury, která se těší velkému zájmu široké veřejnosti.

PJ: Bavily jsme se o Finsku, Peteru Weidhaasovi a Alexandře Büchler. Byl ještě nějaký důležitý moment, který pomohl *Svět*u knihy dostat se do povědomí v zahraničí?

DK: Byli to i jednotliví zahraniční nakladatelé či organizátoři kolektivních expozic. Vzpomínám na rodinu Malinowski z USA, která u nás v Praze vystavovala a zastupovala americká nakladatelství. Byli a stále jsou pořadateli velké americké expozice ve Frankfurtu, v jejíž recepci vyvěšují seznam veletrhů, které budou pravidelně po 3 roky navštěvovat, a *Svět knihy Praha* byl takto propagován v hlavním vchodu do amerického stánku, což bylo fantastické – v životě bych takovou reklamu nezaplatila. A nás tam uveřejnili, protože chtěli svým mezinárodním klientům sdělit: „Ano, my jezdíme na veletrh do Prahy, poznejte jej s námi!“ Tyto kroky ale vnímá s vděčností člověk, který se musel snažit prosadit. Renomé se může ale také velice rychle ztrácet. Bohužel, nemohla jsem svému nástupci předat nic z těchto nelehce vybudovaných kontaktů – nové vedení o ně nemělo zájem, což vnímám jako špatný moment v předání know-how organizace takto velké akce. Byla jsem ráda, že kolegové – ředitelé veletrhů – mého nástupce pozvali na své pravidelné schůzky.

Mezinárodní účast v Praze je do budoucnosti velmi ohrožena. Přestože se zdá, že se veletrh ve Frankfurtu v říjnu 2020 konat bude, mnoho nakladatelů z celého světa vážně zvažuje svou neúčast s ohledem na koronavirovou situaci. Jednotliví nakladatelé budou vybírat ke své účasti akce, které jim přinesou větší obchodní výsledky, prostor pro nabídku licencí, a pražský veletrh a festival zůstane závislý především na kontaktech s diplomatickými zastoupeními či účasti nekomerčních literárních center. Již za mého vedení jsem začala tomuto trendu čelit, nakladatele ze zahraničí nezajímají individuální návštěvníci, přijíždějí za účelem nabídky práv a čeští nakladatelé se svým převažujícím zájmem o přímý prodej knih koncovému zákazníkovi o ně nejevili patřičný zájem. Pro zachování mezinárodního standardu veletrhu je nutné vydávat základní doprovodné materiály – katalog vystavovatelů, programový katalog, veletržní listy i

v angličtině – tj. bilingválně. Informovanost a orientace zahraničního odborného návštěvníka je velmi důležitá, stejně jako konzultační pomoc ze strany pořadatele.

PJ: Jaká byla Vaše původní vize a jak se ji podařilo naplnit vzhledem k charakteru českého knižního trhu? Jaký z Vašeho pohledu český knižní trh je?

DK: Když jsme začínali, vládl na českém knižním trhu chaos, bylo tady obrovské množství distribučních firem; do jednoho knihkupectví přijelo za den mnoho distributorů s nabídkou knih. Panovala naprostá džungle v informovanosti o titulech dostupných na trhu. Pan Kanzelsberger tehdy vydal tištěný katalog tzv. *Books in Print – Knihy na trhu*, v jeho vydávání se však nepokračovalo a při *Svazu českých knihkupců a nakladatelů* začala vznikat databáze *České knihy*, kam nakladatelé dobrovolně hlásí nové tituly. Tato databáze ale neobsahuje nabídku všech titulů na trhu, je dodnes bibliograficky neúplná – často zde chybí obálky knih, údaje o nakladateli, ceně, pořadí vydání apod. *Ceskeknihy.cz* jsme se snažili i propagovat v zahraničí, ale nakonec jsme spíš odkazovali na stránky *Czechlit.cz*, které jsme považovali za bibliograficky nejspolehlivější zdroj, a jež podporovalo Ministerstvo kultury. Je na pováženou, že *SČKN* nedá dohromady skutečně profesionálně připravenou databázi, vždyť databáze *Books In Print* je v mnoha zemích i výdělečnou agendou patřící profesním svazům (např. Německo) a nakladatelé vnímají její význam a informační hodnotu a knihy do ní hlásí dokonce za poplatek. Tento informační zdroj je velice potřebný i pro tuzemské uživatele, zvláště pokud u nás, celkem malé zemi, vychází každoročně stále velký počet knih. Tehdy jsme se samozřejmě potřebovali v té džungli zorientovat. Přišla jsem z oboru knihovnictví, takže jsem si uvědomovala význam těchto zdrojů, ale neměla jsem příliš organizačních zkušeností. Pan Kanzelsberger mě velmi podpořil a v prvním roce mi nesmírně pomohl i Oliver Zille, ředitel Lipského knižního veletrhu – poradil mi základní kroky, jak oslovit zahraničí, dokonce mi vytiskl na samolepky osm tisíc adres důležitých nakladatelů po celém světě. Nechala jsem tehdy vyrobit veliké množství letáků, které jsme rozesílali do světa – jen za poštovné jsme tehdy dali osmdesát tisíc, to si dodnes pamatuji. Internet ještě nebyl u nás tak rozvinutý; nastoupila jsem v době, kdy se pracovalo ještě v T602 a databázovém SW Access. Takto jsem začínala připravovat veletrh, vlastně skoro na koleně.

PJ: Co je T602?

DK: Textový editor, tehdy ještě zdaleka nebyl Microsoft Office, mobily, mým komunikačním prostředkem se zahraničím byl fax, všechno jsme se učili za pochodu. A pak přišel naštěstí internet a začaly se budovat webové stránky. Veškerá reklama byla tištěná, tudíž nesmírně nákladná. Nakladatelé mi zpočátku vyčítali, že veletrh není nikde vidět, ale bylo to tak finančně náročné, že jsme museli velmi pečlivě zvažovat s ohledem na rozpočet, kde a jak reklamu umístíme. První roky jsme dostávali velkou podporu od města Prahy, které mělo na budování veletrhu velký zájem, protože se v této oblasti chtělo dostat do konkurence s jinými městy – každé hlavní město mělo a má svůj knižní veletrh, a tak město podpořilo pana Kanzelsbergera – tehdejšího předsedu SČKN – v jeho aktivitě. Veletrh musí v současné době znovu obhajovat své místo na slunci, když žádá o dotace jednoho ze svých spoluzakladatelů. Je vidět, že když se přeruší oborová paměť, která je velmi důležitá, můžete začínat od začátku. Veškeré finanční toky však šly přes příspěvkovou organizaci Výstaviště Praha, takže když jsem se rozhodovala o reklamě, Výstaviště ji schvalovalo s ohledem na rozpočet. Tím, jak se veletrh postupně začal profilovat, nabízel rok od roku více programů, objevily se spolehlivější informační zdroje, nebylo už tolik distribučních firem. Lidé začali získávat více informací i prostřednictvím internetu, dříve navštěvovali veletrh i proto, že vůbec nevěděli, co všechno vychází.

Potýkali jsme se také s obrovskou kritikou ze strany knihkupců; například Pavel Primus, který měl jedno z velkých knihkupectví v Praze [*Knihkupectví Primus*], mě osočoval v přímém přenosu v rádiu, že mu ničím knihkupectví tím, že na veletrhu nakladatelé prodávají knihy ve slevách. Naopak známý pražský knihkupec Bohumil Fišer [*Fišerovo knihkupectví*], mi říkal: „to není pravda, vždyť lidi kolikrát nedojedou na Výstaviště a přijedou ke mně do krámu, protože slyší o veletrhu, slyší o spisovatelích, a najednou si vzpomenu na moje knihkupectví“. To byly takové počáteční bolesti, když pominu všechny ty jiné, jako je úroveň Průmyslového paláce, který by snad konečně měl v roce 2021 doznat rekonstrukčních úprav. Když jsem jezdila po akcích v zahraničí, tak jsem si uvědomovala, jak strašné a obnošené to prostředí je, a že ho těžko nějak vylepšíme, i když jsme se snažili ze všech sil. Byly to věčné boje.

V roce 2000 jsem naznačila *Svazu českých knihkupců a nakladatelů*, že bychom si měli stáhnout finance pod sebe – v roce 1997 vznikla společnost s ručením omezeným *Svět knihy* a od roku 2000 byly po dohodě s Výstavištěm finanční toky realizovány výhradně v její režii. Mohla jsem konečně sledovat rozpočet a lépe se rozhodovat, jak a do čeho budu investovat. Mohla jsem si dovolit nabrat další brigádníky, protože první veletrhy jsme skutečně dělaly ve dvou – já a čerstvá absolventka střední školy Petra Kopecká. Nebylo to lehké, ale byly jsme obě ambiciózní za velké podpory tehdejšího představenstva SČKN pod vedením pana

Kanzelsbergera a později i paní Jitky Uhdeové. Vzájemná důvěra mezi ředitelem společnosti a vedením jejího vlastníka byla důležitá – na důvěře to, myslím, stojí a padá stále. Pokud se vzájemný respekt vytrácí a rozejdou se představy týkající se organizace akce, je to nedobrá situace. S příchodem posledního představenstva, v němž již nebyli členy přímo majitelé nakladatelství, jak tomu bylo dříve, ale jejich manažeři, jsem začala pociťovat určité tlaky, jež byly pro mne do té doby neznámé. Nový předseda na veletrhu příliš nevystavoval, a přestože se jednalo o akci, jež významně finančně činnost *Svazu* podporovala, vyjadřoval se k ní kriticky i na veřejnosti. Pod mým vedením jsme se snažili poučit v zahraničí a připravit akci, která skutečně pomůže všem subjektům českého knižního trhu, nabízeli jsme i malé expozice menším nakladatelstvím, které velké veletrhy ve světě většinou nemají. V malých expozicích s viditelným označením mohli nakladatelé prodávat knížky, a když byli šikovní a měli dobrou nabídku, myslím, že si náklady úspěšně pokryli, přesto jsme byli kritizováni, že je pro ně účast příliš drahá. Otázka ceny byla vždy diskutována, ale pronájem Průmyslového paláce a jeho služby, celková propagace veletrhu, nemohla být pokrývána pouze těmi většími subjekty, nějaké měřítko uplatněno být muselo.

Dalším problémem se ukázalo být umístění expozic; každý chtěl mít určité místo, byly tam obrovské pranice. Vymysleli jsme proto, že první den veletrhu budeme přijímat registrace na další rok, abychom dali příležitost všem. Na veletrzích jako například Sao Paulo [*Bienal Internacional do Livro Sao Paulo*], které trvají i tři neděle a navštíví je přes milion návštěvníků, si nakladatelé museli místo dokonce losovat, jinak by se s tím pořadatelé nedokázali poprat. Všechny tyto problémy jsme řešili současně, včetně cateringu, který býval na Výstavišti velice ubohý, a podobných služeb (úklid, toalety, pokladny), jež měly odpovídat standardním požadavkům. Časem se vše ustálilo, věřím, že nakladatelé už věděli, jak to funguje a že jsme tým, který se snaží maximálně pomáhat.

PJ: Veletrh v minulosti čelil kritice, že je prodejní. Když se vrátíme k vaší původní vizi, byl prodej knih na veletrhu její součástí? Nebo jste se přizpůsobila tlaku zvnějšku?

DK: Problematiku částečně zmiňuji již ve výše uvedeném textu, ale prioritou prodeje zůstala po celou dobu konání veletrhu nezměněná, to je spojené s určitým finančním poddimenzováním českého knižního trhu – nakonec to teď situace spojená s koronavirem ukázala, že už během měsíce je trh schopen kolabovat. Prioritní zájem o prodej – především prodej se slevami – tak vlastně odpovídal a dodnes odpovídá tomuto stavu; na českém knižním trhu zkrátka nejsou

peníze, zadržávají se v cyklu nakladatel-distributor-knihkupec. Na velkých mezinárodních akcích, jako např. ve Frankfurtu, jde hlavně o propagaci značky a prodej licence, v Lipsku smějí nakladatelé knihy prodávat pouze prostřednictvím centrálního knihkupectví, v Londýně se neprodává vůbec, v Paříži poskytují nakladatelé své stánky knihkupectvím a obchodní schůzky realizují ve svých kancelářích. Vyjadřují tak loajalitu ke svým knihkupcům. Musela jsem se s tím faktem vyrovnat, ale zároveň jsem chtěla dát akci další rozměr, o který možná nakladatelé ani nestáli. Chtěla jsem splnit určitou mezinárodní standardu, zavedli jsme business centrum, aby zde mohli zahraniční reprezentanti jednat, setkávat se s českými nakladateli. Snažila jsem se prodej licencí zavést, ale nepovedlo se mi to, a myslím, že se to ani nepovede. *Svět knihy Praha* prostě není licenční veletrh. Vize udělat ze *Světa knihy* literární agenturu je nereálná, to jsme si vyzkoušeli. Kdyby šel *Svaz* a jeho společnost cestou, jako jde francouzský svaz nakladatelé *Bureau International de l'Édition Française* [BIEF], mělo by to své opodstatnění. Velice jsem se inspirovala u *BIEF*, který začal pořádat veletrh *Salon du Livre*, později jej pronajal či prodal společnosti *Reed Exhibition*, celosvětové výstavní agentuře a zůstal profesním garantem akce. Byla jsme s nimi v úzkém kontaktu v době, kdy prezidentem *BIEF* byl nakladatel a vzácný člověk Alain Gründ.²⁰ Alain mě velmi podporoval a pomohl mi s kontakty na francouzské nakladatele. Podle jejich vzoru jsem zavedla export českých knih založený na mých klientech z minulého podnikání – univerzitních knihovnách, na kterém jsme měli docela slušný obrát, doplňující naše finanční zdroje. Považuji také za velikou chybu, že *Svaz* nebojoval o zachování zahraničních expozic. Zahraniční nakladatelské svazy běžně pořádají kolektivní expozice a získávají státní podporu bez výběrových řízení. Je logické, že představují relevantního odborného garanta těchto prezentací. Ve chvíli, kdy jsem se dostala do sporu s Ministerstvem kultury kvůli nejnižší ceně, měli se skutečně zasažit o stálou spolupráci. Jde také o to, jaká osobnost *Svaz* vede, zda má zájem o zapojení do mezinárodních struktur místo pouhého placení příspěvků do mezinárodních asociací, zda umí jazyky a je schopna působit na mezinárodní profesní scéně.

PJ: Jak to bylo v počátcích s oslovováním a akvizicí vystavovatelů? V době Vašeho odchodu byl *Svět knihy* v bodě, kdy aktivní oslovování vystavovatelů neprobíhalo. Zezačátku jste prý přepisovaly i kontakty z katalogů.

²⁰ Gründ je majitelem významného francouzského nakladatelství a třináct let se podílel na organizaci Frankfurtského knižního veletrhu. Nakladatelství *Gründ* v šedesátých letech 20. století navázalo spolupráci s českým nakladatelstvím *Artia*.

DK: Ano, vytvořila jsem hned na počátku databázi mezinárodních kontaktů ještě v *Accessu*, s kolegyní jsme přepisovaly katalogy knižních veletrhů z celého světa – přepsaly jsme do ní celý frankfurtský katalog. Pak jsme potenciální vystavovatele oslovovaly adresně či inzercí: buď jsme rozesílaly letáky na vybrané adresy anebo jsme inzerovaly v odborných časopisech, což se postupem času a růstem renomé akce ukázalo jako zbytečné, odborný svět již o nás věděl. Svaz uvažoval o tom, že by najal reklamní agenturu, která by zajišťovala propagaci, protože my dvě to nestíháme. Ukázalo se, že reklamní agentura si vůbec neví rady se specifikem literatury a knížek; navrhovali slogany typu *lidé čtěte apod.*, takže jsme si řekly, že ten, kdo akci pořádá, nejlépe ví, jak ji zpropagovat, a navíc je v úzkém kontaktu se všemi adekvátními subjekty – knižní trh přece jen není tak velký. Odbornou veřejnost už jsme pak skutečně oslovovat nemusely, vystavovatelé se hlásili již aktivně sami. My jsme jim jen rozeslaly přihlášky, a případně jsme je obvolávaly. Jako velice důležitá se ale ukázala propagace směrem ke čtenářům, k široké veřejnosti. To je třeba výhoda licenčních veletrhů, které skoro nemají v městském prostoru reklamu – nemusí tolik oslovovat širokou veřejnost. My jsme zpočátku musely oslovovat obě části účastníků, proto to byla také tak velká investice. Ve chvíli, kdy se ze *Světa knihy* stala zavedená akce pro nakladatele a vystavovatele, soustředily jsme se na propagaci pro širokou veřejnost, která samozřejmě šla v nějakém reklamním trendu – přišel *Facebook*, sociální sítě a další technologické vymoženosti. Kolegyně zodpovědná za PR (paní Jana Chalupová) chodila na různá školení, což už jsem pracovně nestíhala sledovat, sama jsem řešila zahraniční program veletrhu, mezinárodní kontakty, zajišťovala jsem export a řešila produkčně kolektivní expozice.

PJ: Jaké momenty v životě veletrhu považujete za zásadní?

DK: Znovuzaložení *Svazu českých knihkupců a nakladatelů*, organizace prvního ročníku veletrhu organizovaného českým pořadatelem a založení *Střední školy pro knihkupce a nakladatelské pracovníky* [1993], dnes *Střední školy knižní kultury*, jsou milníky, které by se měly dostat do historie českého knižního trhu a stojí za nimi pan Jan Kanzelsberger, člověk s tahem na branku, pro mne vizionář, první předseda *SČKN* po dlouhé době od jeho zrušení v době komunismu. Svaz byl až do roku 1997, kdy vznikla společnost *Svět knihy, s.r.o.*, pořadatelem veletrhu spolu s městskou organizací *Výstaviště Praha*.

Při založení *Svět knihy, s.r.o.* v srpnu 1997 došlo k přerozdělení kompetencí. Svaz, jehož představenstvo je složeno z dobrovolníků, přijímá členské příspěvky od členů. Strategickým

tahem pana Kanzelsbergera byla nabídka slev z ceny za výstavní plochu členům SČKN, která logicky navýšila zájem o členství ze strany nakladatelů. Společnost *Svět knihy, s.r.o.* se díky svému vzniku do určité míry osamostatnila a jednala jako subjekt zodpovědný za výstavní činnost se závazkem hospodářského výsledku, který představenstvo SČKN každoročně schvaluje. Určitým milníkem ve vývoji veletrhu byl i počátek spolupráce s *Literature Across Frontiers*, kdy se podařilo mít jako čestného hosta Skotsko, Irsko, Wales v době, kdy byl v našich podmínkách aktuální vstup ČR do Evropské unie. V tu chvíli na sebe veletrh upozornil i politiky, kteří přicházeli oficiálně na veletrh a chtěli se sejit třeba se zástupci Irska, jež pro ně bylo podobné České republice, co se týče velikosti, hospodářství atd., a zajímali se o to, jaké to je být členy Evropské unie. Najednou tato akce nabídla novou dimenzi – diskutovalo se také o něčem trochu jiném než jen o literatuře na mezinárodní úrovni, přestože vydavatelský průmysl zde stále zaujímal hlavní roli.

Úžasné také bylo, že se podařilo mít kontinentální zastoupení – Afriku. Díky tomu, že jsme oslovili celou Afriku, mohli jsme spolupracovat s organizacemi, které podporují Afriku po celém světě. *UNESCO* nám tehdy přispělo značnou finanční podporou na africkou účast, a organizace *Kódanša*, což je veliké japonské nakladatelství, které je mecenášem africké literární ceny *Noma Award*, nám výrazně přispělo na její udělení v rámci veletrhu – poprvé za čtvrt století mimo Afriku. Tehdy se o nás mluvilo po celém světě. Tato témata nás vynášela do mezinárodních pater. Bylo úžasné, že se to podařilo; jela jsem tehdy na konferenci v Jihoafrické republice, vystoupila jsem tam s pozvánkou africkým nakladatelům, získala jsem jejich důvěru. A to jsme opět u již zmíněné oborové empatie – osobní přítomnost a setkání s místními podnikateli, zájem o jejich literaturu, hraje velkou roli v akvizici vystavovatelů ze zahraničí. Celoafrické téma byl dalším milníkem; od té doby jsme tak pět, šest let neměli vůbec problém s oslovováním a výběrem čestného hosta, protože jsme mezinárodní odbornou veřejnost přesvědčili, že jsme schopni zajistit a nabídnout širokou platformu pro prezentaci, a země se hlásily samy.

Další milníkem byl rok 2009, kdy jsme měli téma *27 ze 27 / Evropa v literatuře - literatura v Evropě*. Podařilo se nám na veletrh získat všechny tehdejší evropské členské země, které představily svou kulturu a literaturu. Projekt se uskutečnil opět díky spolupráci s projektem *Literature Across Frontiers*, v jehož rámci nám uhradili cestu a pobyt spisovatelů. Bylo to opět oboustranně nesmírně přínosné, veletrh se povedl, vnímala jsem opět dlouhodobou pozitivní rezonanci programu.

PJ: Můžete mi k finanční nezávislosti na Výstavišti říct více?

DK: Výstaviště v průběhu příprav veletrhu všechno platilo, poté jsme se dělili o zisk z akce. Náklady, zisky, vše šlo přes Výstaviště a mezi námi a Výstavištěm – příspěvkovou organizací – byla určitá dohoda o spolupráci; měsíčně nám platili nějaké peníze, aby společnost mohla fungovat. Měla jsem tak jen představu o celkových nákladech, ale do poslední chvíle jsem nevěděla, jak veletrh dopadne, jak vypadá jeho příjmová část. Všechno včetně finančního rizika na sobě neslo Výstaviště, což byl opět strategický tah pana Kanzelsbergera. Že to takto domluvil bylo úžasné, protože počátky veletrhu a jeho financování bylo riskantní, byly to velké finanční starosti a Výstaviště, potažmo hlavní město Praha, nás v počátcích zaštitilo. Pamatuji si, jak jsem jednou šla z banky v předklonu, protože jsem se nemohla ze stresu nadechnout, když jsem zjistila, jak je na účtu málo peněz. V roce 2000, když už jsem věděla, že je ta akce finančně úspěšná, naznačila jsem *Svazu*, že by se tato finanční závislost měla přerušit. Od roku 2000 jsme byli finančně na svém, na příjmech i výdajích. Jediné, co bylo problematické bylo to, že jsme neúčtovali stavby stánků. To si účtovala stavební firma přímo sama a nám poskytovala smluvní provize. Tak to běželo hodně dlouho až do doby, než vznikl určitý tlak ze strany představenstva, že bychom stánky měli účtovat my, a na základě dohody refundovat stavby stavební firmě. To *Světú knihy, s.r.o.* pomohlo, okamžitě se zvedlo cashflow, takže jsme měli vyšší bonitu vůči bance i při žádostech o dotace v zahraničí. To jsou skryté ale důležité mechanismy, které stavěly postupně *Svět knihy, s.r.o.* do určité vyšší firemní pozice. Mého nástupce však historie firmy nezajímala, nezná ji v detailu ani současný předseda SČKN.

Bohužel jsem nevnímala velkou podporu od nakladatelů a ani představenstva SČKN po odchodu pana Kanzelsbergera a paní Uhdeové. Pro ně bylo velice důležité, jak veletrh dopadl finančně, jakou podporu získají. Od té doby už byla spolupráce jen o tom – já jsem se zodpovídala vůči nim finančně, kolik jsem vydělala; nevím, co by se stalo, kdybych nevydělala. Část zisku jsme odváděli a zároveň jsme poskytovali slevy nakladatelům – členům, takže celková podpora *Svazu* byla z naší strany objemná. Tady jsem se často dostávala do velkého rozporu, protože když jsem se ptala, jak bylo s těmito penězi naloženo, že bych potřebovala nějaký „polštář“, abych mohla pozvat třeba „nákladnější“ autory, často mi bylo řečeno, že není mojí záležitostí, kam peníze jdou, protože jsem podřízená *Svazu*. O dotaci jsem vždy žádala upřímně, tak, aby nepředstavovala velké procento, protože s.r.o. není neziskovou organizací. S tvorbou programu mi *Svaz* nikdy nepomohl, byť by se to dalo očekávat – například německý svaz *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* velice pořadatele veletrhu ve Frankfurtu

profesně podporuje, nakladatelé, členové, předseda svazu vystupují v rámci odborných pořadů. Když jsem na schůzkách ředitelů líčila, jaká je situace, Peter Weidhaas říkal, že jsem ve své činnosti osamocena. Mým nástupcem už je někdo jiný; manažer, který je *Svazu* plně podřízen. Nestojí za ním boje o přežití i prosazení akce. Ke konci mé pracovní kariéry došlo ke ztrátě komunikace, nezbytného oboustranného pochopení, což mohla být i moje chyba, nevím. Přizpůsobivost už z mé strany nebyla taková, protože jsem cítila, že moje zkušenost je hlubší, ale mé argumenty již nikdo neposlouchal. A to je pak velký problém. *Svaz* výběrem manažera bez vazeb na literární svět rozhodl o tom, že nebude navazovat a půjde jinou cestou. V pojetí veletrhu jsem se již s jeho vlastníkem nesešla, vadilo mi, že se *Svaz* vzdal mezinárodního prostoru, což je podle mne velká ztráta. Rozhodla jsem se tedy po dvaadvaceti letech odejít.

PJ: Je ještě něco, co byste ráda doplnila?

DK: Důležitá je také rozpočtová opatrnost: museli jsme být rozpočtově opatrní, protože až třeba vstupenky ukážou, jak si veletrh vedl – potřebovali jsme prodat vstupné minimálně za 1 000 000 Kč vč. DPH. Je velice náročné připravovat akci, u níž se třeba dvanáctina příjmu zná až po jejím skončení. Návštěvnost rostla postupně. Prodali jsme kolem 11 000 vstupenek různé ceny, rozdávali jsme i pozvánky, takže bylo vždy těžké určit přesný počet návštěvníků. Výstaviště nechtělo investovat do tzv. počítačů; uváděná čísla o návštěvnosti jsou proto nespolehlivá, a i kapacita Průmyslového paláce je limitována.

PJ: Jací zahraniční vystavovatelé *Svět knihy* navštěvovali? Domnívala jsem se, že šlo často o vystavovatele s neknižním zbožím, například diáři.

DK: To ne. Individuální zahraniční vystavovatelé, jak jsem již říkala, neměli zájem o širokou veřejnost a přestávali jezdit, když zjistili, že na veletrhu nenajdou obchodní kontakt na prodej licencí. Zahraniční účast pak spočívala především v realizaci kolektivních expozic zastupujících dílčí nakladatele hromadně za podpory státu, profesní organizace či literárního centra.

PJ: Z vnějšího pohledu po stáncích je tedy zahraničí zastoupeno kolektivní expozicí, což jsou např. ambasády, ale individuální agenty tam okem nezachytím.

DK: Ti by měli pracovat v rámci business centra. Čeští nakladatelé zkrátka nedělají mezinárodní obchod na domácí knižní akci. Snažili jsme se o to, ale oni neprojevovali adekvátní zájem. Víím, že na veletrh často přijížděli agenti a zástupci nakladatelů i bez stánku či využili business centrum na jednodenní návštěvu, jež byla s ohledem na velikost veletrhu pro ně dostačující.

PJ: S mezinárodním působením počítal i pan Kanzelsberger, jedním z důvodů jeho odchodu pryč bylo to, že nebyl jazykově vybavený. Věděl, že v budoucnu musí veletrh vést někdo jiný.

DK: Myslím, že proto mě představil Peteru Weidhaasovi – tehdejšímu řediteli Frankfurtského knižního veletrhu. V tom byl obdivuhodný – neuměl jazyky, a přesto mě protlačil na mezinárodní odbornou scénu. Proto si ho tak vážím. To skutečně především on položil základy profesního zázemí porevolučního knižního trhu. To, že jsem dokázala navázat na to, co si přál uskutečnit, bylo pro nás oba důležité. Dlouho mi pomáhal, ale pak už věděl, že mě může nechat jít svou cestou, protože jsem se rychle naučila vše potřebné a on mi již nemusel intenzivně radit. Vzájemně jsme se doplňovali a on to věděl; navštěvoval stánky, zajímal se, hovořil se zástupci nakladatelství. Kolektivní stánky byly zpočátku rozsáhlé, vždyť jen Frankfurtský knižní veletrh měl po deset let v Praze stánek s rozlohou dvě stě metrů čtverečních do doby, než se němečtí nakladatelé stáhli, protože zjistili, že Češi s nimi nemají zájem obchodovat. Přestože pan Kanzelsberger neuměl jazyky, ráda jsem mu tlumočila, neboť on se chtěl se zahraničními partnery setkávat. Je to velký rozdíl ve srovnání s chováním současného předsedy SČKN, který projevoval minimální zájem o zahraniční kontakty.

PJ: V minulosti se *Svět knihy* potýkal s odchodem malých nakladatelů.

DK: Já jsem si s nimi zřejmě neporozuměla. Teď jsou více slyšet, říkají si nezávislí nakladatelé, ale často potřebují dotace, aby mohli vydávat většinou skutečně velmi kvalitní literaturu. I náklad 10 000 Kč za malý stánek byl pro tyto nakladatele vysoký. V jednom rozhovoru jsem řekla, že to už není o podnikání, ale de facto se jedná o neziskovou činnost, a veletrh s prodejem plochy je přece jen komerční akcí. Vždy jsme se menším nakladatelům snažili vyjít vstříc, ale velmi silný kritický hlas přicházel právě od nich, nezavděčili jsme se. Mrzí mě, že jsme nenašli společnou řeč. Nechyběli všichni, ale významné mezery v jejich účasti jsem citlivě vnímala. I řešení této otázky je výzvou pro mého nástupce, mezi malými nakladateli však převládá

tendence pořádat vlastní menší akce. Po mém odchodu vystavují ve stanu postaveném stranou od vchodu do Průmyslového paláce za pivními stany. Je možné, že forma určitého „happeningu“ jim vyhovuje více. V této souvislosti mne napadá, že pod mým vedením by před palácem nebylo tolik stánků s rychlým občerstvením a pivem, přestože umím pochopit, že se tato „lidová forma“ může mnohým vystavovatelům a návštěvníkům líbit.

[KONEC ROZHOVORU]

Příloha 11. Vzor informovaného souhlasu k rozhovoru

INFORMOVANÝ SOUHLAS PRO ROZHOVOR

Výzkumník: Bc. Petra Jirmusová

Instituce: Ústav informačních studií a knihovnictví, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy

Cíle projektu: Cílem diplomové práce *Svět knihy Praha – 25 let mezinárodního knižního a literárního festivalu na pozadí sociálně-kulturních proměn českého knižního trhu* je analyzovat jednotlivé vývojové fáze historie největšího domácího knižního veletrhu ve vztahu k časovým etapám rozvoje místního knižního trhu i dobového mezinárodního společensko-kulturního kontextu.

Role účastníka v projektu: Rozhovor s účastníkem poslouží jako jeden z pramenů výzkumné části diplomové práce. Na základě provedených rozhovorů se výzkumník pokusí zhodnotit vývoj a význam veletrhu *Svět knihy Praha* v kontextu transformace českého knižního trhu po roce 1989 a jeho návratu do podnikatelského prostředí založeného na soukromo-vlastnických vztazích v knižní produkci a distribuci. Výzkumník se zavazuje dodržovat citační normy jako u ostatních historických pramenů a vyvarovat se záměrné dezinterpretaci části nebo celého rozhovoru.

a. Potvrzuji, že jsem si přečetl/a tento informovaný souhlas týkající se výše uvedeného výzkumu a porozuměl/a mu.

b. Prohlašuji, že jsem byl/a poučena o možnosti klást otázky. Rovněž prohlašuji, že všem výše uvedeným skutečnostem a poskytnutým informacím rozumím a beru je na vědomí. Nemám žádné další otázky ani nejasnosti a vyslovuji svůj výslovný svobodný souhlas s účastí na výzkumném projektu.

c. Prohlašuji, že souhlasím s nahráváním rozhovoru za účelem následného písemného zpracování, které se stane součástí výše uvedeného projektu ve formě přílohy nebo citace v textu.

Účastník výzkumu (jméno a příjmení):

.....

V dne

podpis

Výzkumník (jméno a příjmení):

.....

V dne

podpis