

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví

Diplomová práce

Bc. Petra Jirmusová

**Svět knihy Praha – 25 let Mezinárodního knižního veletrhu a
literárního festivalu Svět knihy Praha na pozadí sociálně-
kulturních proměn českého knižního trhu**

Book World Prague – 25 Years of the International Book Fair and Literary
Festival in the Context of the Sociocultural Changes of the Czech Book Trade

Praha 2021

Vedoucí práce: PhDr. Jiřina Šmejkalová, CSc.

Konzultant: PhDr. Dana Kalinová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí diplomové práce PhDr. Jiřině Šmejkalové, CSc. za podnětné konzultace a kritické připomínky. Rovněž bych chtěla poděkovat PhDr. Daně Kalinové za seznámení s historií pražského knižního veletrhu *Svět knihy Praha* a poskytnutí materiálů umožňujících její zpracování. Dále děkuji za vstřícnost a otevřenost všem, kdo se na vzniku diplomové práce podíleli poskytnutím rozhovoru. Jmenovitě Radovanu Auerovi, Mgr. Miroslavu Balaščíkovi, Ph.D., PhDr. Jaroslavu Císařovi, Joachimmu Dvořákovi, Mgr. Janě Chalupové, Janu Kanzelsbergerovi, PhDr. Marii Kratochvílové, Ph.D., Jiřímu Padevětovi a Ing. Martinu Vopěnkovi.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že řádně jsem citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Litoměřicích, dne 18. prosince 2020

Bc. Petra Jirmusová

Abstrakt (česky)

Tato diplomová práce si klade za cíl zhodnotit význam *Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha* v kontextu transformace českého knižního trhu po roce 1989. Pozornost je věnována zejména analýze role, jakou veletrh *Svět knih Praha* hrál při rehabilitaci českého knižního trhu v souvislosti se znovuzavedením tržních mechanismů v knižní produkci a distribuci. V rámci jednotlivých kapitol je charakterizována podoba, typy a funkce současných knižních veletrhů, poskytnut vhléd do historie českého knižního trhu od roku 1948 do současnosti, do historie vzniku veletržní formy prodeje a prezentace a do specifické historie vzniku a vývoje knižních veletrhů. Obsažen je popis zásadních mezníků v historii veletrhu *Svět knihy Praha*. Klíčovou komponentou diplomové práce jsou přepisy rozhovorů s deseti aktéry českého knižního trhu, které sloužily jednak jako zdroj dat potřebný pro zodpovězení výzkumné otázky, jednak byly uskutečněny se záměrem vytvořit primární zdroj týkající se historie veletrhu *Svět knihy Praha*.

Abstract (in English)

This diploma thesis focuses on *the Book World Prague – International Book Fair and Literary Festival* – in the context of the transformation of the Czech book market after 1989. Particularly, it aims to examine the role *the Book World Prague* played in rehabilitation of the Czech book market as for re-implementation of basic market mechanisms in book production and distribution. Individual chapters cover the following topics: characterization and typology of modern book fairs, the history of the Czech book market from 1948 the present day, the history of the origin of trade fairs, the specific history and developments of book fairs, and the milestones in the history of *the Book World Prague*. Central to the research are data collected by the author by interviewing ten professionals working in various fields of the book industry. The transcribed interviews served two major purposes: firstly, they were used as the primary source enabling the author to answer the research question. Secondly, they created a primary source material relating the history of *the Book World Prague*.

Klíčová slova (česky)

knižní kultura, knižní trh, český knižní trh, veletrh, knižní veletrh, transformace českého knižního trhu, Svět knihy Praha, Frankfurtský knižní veletrh, Lipský knižní veletrh

Klíčová slova (anglicky):

book market, Czech book market, fair, book fair, Czech book market transformation, Book World Prague, Frankfurter Buchmesse, Leipziger Buchmesse

Obsah

1	Úvod	9
2	Český knižní trh	11
2.1	Český knižní trh v letech 1948 - 1989	11
2.1.1	Nakladatelská síť	11
2.1.2	Struktura knižní produkce	12
2.1.3	Knihkupecká síť	13
2.1.4	Alternativní knižní produkce	14
2.1.5	Centrálně řízená knižní kultura a její úpadek	16
2.2	Období transformace českého knižního trhu	17
2.3	Charakteristika současného českého knižního trhu	20
2.3.1	Struktura knižní produkce	21
2.3.2	E-knihy a audioknihy	23
2.3.3	Knižní prodej	23
2.3.4	Nakladatelé	24
2.3.5	Distribuce	25
2.3.6	DPH	26
2.3.7	Volná cena	26
2.3.8	Komisní prodej	27
2.3.9	Průměrná cena knihy	27
2.3.10	Dovoz a vývoz knih	28
2.3.11	Svaz českých knihkupců a nakladatelů	28
2.3.12	Státní podpora knižního trhu	28
2.3.13	Přehled knižních veletrhů v České republice v letech 1989 – 2020	29
3	Knižní veletrhy současnosti	31
3.1	Specifika knižních veletrhů	31
3.2	Definice knižního veletrhu	31
3.3	Typologie knižních veletrhů	33
3.3.1	Licenční veletrhy	34
3.3.2	Veletrhy orientované na širokou veřejnost	34
4	Vznik a historie veletržní formy prodeje a prezentace od středověku do 21. století	35
4.1	Historie knižních veletrhů	37
4.1.1	Frankfurtský knižní veletrh (Frankfurter Buchmesse)	37
4.1.2	Lipský knižní veletrh (<i>Leipziger Buchmesse</i>)	39

4.1.3	Ostatní mezinárodní knižní veletrhy	41
5	Historie Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha	43
5.1	Vznik Mezinárodního knižního veletrhu Svět knihy Praha (1995)	43
5.2	Dana Kalinová jako ředitelka knižního veletrhu Svět knihy Praha (1996)	45
5.3	Vznik a charakteristika společnosti Svět knihy, s.r.o. (1997)	45
5.4	Prezentace české literatury na zahraničních veletrzích (1998-2013); export knih do zahraničí	46
5.5	Conference of International Book Fairs – spolupráce s řediteli mezinárodních knižních veletrhů (1998)	47
5.6	Finanční osamostatnění od příspěvkové organizace Výstaviště Praha (2000)	47
5.7	Spolupráce s evropskou iniciativou Literature Across Frontiers (2001)	48
5.8	Národní knižní veletrh Svět knihy Brno (2003 – 2006) a zahájení kampaně Rosteme s knihou (2005)	48
5.9	Změna vedení veletrhu Svět knihy Praha (2016)	49
5.10	Svět knihy Praha v čele s ředitelem Radovanem Auerem (2016)	50
5.11	Vznik Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Plzeň (2018)	50
5.12	Charakteristika současné podoby Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha	51
6	Metodologie	53
6.1	Metoda a sběr dat	53
6.2	Realizace a průběh rozhovorů	53
6.3	Etika – autorizace rozhovoru a informovaný souhlas	54
6.4	Přepis a redakce rozhovorů	54
6.5	Výběr účastníků výzkumu	55
7	Veletrh Svět knihy Praha a jeho role ve vytváření prostoru pro rozvoj obchodních profesních praktik subjektů českého knižního trhu (analýza na základě rozhovorů s účastníky výzkumu)	57
7.1	Motivace vystavovatelů k účasti na veletrhu Svět knihy Praha – 90. léta	57
7.2	Současná role veletrhu Svět knihy Praha a jeho význam pro český knižní trh z pohledu účastníků výzkumu	58
7.2.1	Přímý prodej knih na veletrhu <i>Svět knihy Praha</i>	59
7.2.2	Autor na veletrhu	61
7.2.3	Odborný program	62
7.3	Prodej práv českých autorů do zahraničí a role veletrhu Svět Knihy Praha	64
7.3.1	<i>Svět knihy Praha</i> jako platforma pro prodej autorských práv	64
7.3.2	Čeští nakladatelé na zahraničních veletrzích	65

7.3.3	Zahraníční vystavovatelé na veletrhu <i>Svět knihy Praha</i>	66
7.3.4	Česká republika jako čestný host na zahraničních veletrzích	67
8	Český knižní trh očima jeho aktérů (analýza na základě rozhovorů s účastníky výzkumu) 68	
8.1	Transformace českého knižního trhu po roce 1989	68
8.2	Současný český knižní trh	69
8.3	Konkurence mezi knihkupci a komisní prodej	70
8.4	E-shopy a otázka pevné ceny knih	71
8.5	Pozice SČKN na českém knižním trhu	72
8.6	E-knihy a audioknihy	73
8.7	Univerzitní knižní trh a účast univerzitního nakladatelství na veletrhu <i>Svět knihy Praha</i>	74
8.8	Pozice malých nakladatelů na českém knižním trhu a jejich účast na veletrhu <i>Svět knihy Praha</i>	76
8.9	Budoucnost veletrhu <i>Svět knihy Praha</i> s ohledem na rekonstrukci Výstaviště a trendy na českém knižním trhu	79
9	Závěr	81
10	Seznam použitých zdrojů	85
Příloha 1.	Rozhovor s Janem Kanzelsbergerem	I
Příloha 2.	Rozhovor s PhDr. Jaroslavem Císařem	XIII
Příloha 3.	Rozhovor s Joachimem Dvořákem	XX
Příloha 4.	Rozhovor s PhDr. Marií Kratochvílovou, Ph.D.	XXVIII
Příloha 5.	Rozhovor s Ing. Martinem Vopěnkou	XXXIX
Příloha 6.	Rozhovor s Mgr. Miroslavem Balaštíkem, Ph.D.	XLVII
Příloha 7.	Rozhovor s Jiřím Padevětem	LIV
Příloha 8.	Rozhovor s Mgr. Janou Chalupovou	LXII
Příloha 9.	Rozhovor s Radovanem Auerem	LXVIII
Příloha 10.	Rozhovor s PhDr. Danou Kalinovou	LXXVII
Příloha 11.	Vzor informovaného souhlasu k rozhovoru	XCIV

1 Úvod

V květnu roku 2019 se na pražském Výstavišti uskutečnil jubilejní 25. ročník *Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha*. Skutečnost, že největší český knižní veletrh oslavil čtvrt století od svého vzniku a nebyl dosud předmětem souvislé studie, byla impulsem ke vzniku této diplomové práce.

Diplomová práce se zaměřuje na vývoj veletrhu *Svět knihy Praha* ve vztahu k jednotlivým časovým etapám rozvoje českého knižního trhu po roce 1989 s cílem zhodnotit význam *veletrhu Svět knihy Praha* z hlediska vytváření prostoru pro rozvoj obchodních praktik jednotlivých subjektů českého knižního trhu. Výzkumná část práce je založena na analýze rozhovorů s deseti aktéry českého knižního trhu.

Veletrh *Svět knihy Praha* byl založen v roce 1994, tedy v období, kdy se český knižní trh začíná po „divokých“ transformačních procesech spojených se zavedením tržní ekonomiky a decentralizací knižního průmyslu stabilizovat. Diplomová práce zkoumá, jakou roli veletrh *Svět knihy Praha* jakožto křížovatka článků „knižního komunikačního okruhu“ (Darnton, 1982) hrál v rehabilitaci tržních principů na českém knižním trhu. – Vychází přitom z předpokladu, že v období mezi lety 1948 – 1989 byly tržní mechanismy v knižní produkci a distribuci systematicky potlačovány; jak ve svém projevu na schůzi Národního shromáždění v roce 1949 prohlásil tehdejší ministr informací a osvěty Kopecký (1949, s. 5), kniha se v „nové republice“ měla stát „kulturním statkem národním,“ vydávání knih mělo „přestat být předmětem soukromokapitalistického výdělečného podnikání“ a „péče o vydávání a rozšiřování knih“ by měla náležet do rukou státu, který je řídí „z hlediska kulturních potřeb lidu a z hlediska vyšších zájmů výchovných a vzdělávacích.“

Diplomová práce bude sledovat historii veletrhu *Svět knihy Praha* s ohledem na významné milníky v jeho vývoji, počínaje jeho vznikem iniciovaným Janem Kanzelsbergerem a nástupem ředitelky Dany Kalinové. Pozornost bude věnována vřazení veletrhu *Svět knihy Praha* do mezinárodního kontextu významných knižních veletrhů, pronikání veletrhu do regionů ČR, personální změnám v organizační struktuře a finanční historii veletrhu. – Výše uvedené poslouží k charakteristice současné podoby a koncepce veletrhu *Svět knihy Praha* a nástinu jeho budoucího vývoje.

Dále bude poskytnut stručný vhled do historie knižních veletrhů od středověku do 21. století, a to jak v kontextu obecného vývoje veletržní formy prodeje a prezentace (předchůdce

dnešních knižních veletrhů na území Evropy lze hledat ve středověkých trzích se zbožím různé povahy), tak s přihlédnutím ke specifické historii knižních veletrhů, která se pojí s knižním veletrhem ve Frankfurtu nad Mohanem (*Frankfurter Buchmesse*) a Lipským knižním veletrhem (*Leipziger Buchmesse*). Obsažena bude také charakteristika a typologie současných knižních veletrhů.

Diplomová práce je koncipována jako kvalitativní výzkum historického procesu (Hendl, 2016) za použití orálně-historické metody formou polostrukturovaných rozhovorů, přímého zkoumání primárních pramenných dokumentů z archivů společnosti *Svět knihy, s.r.o.* a studia volně dostupných sekundárních dokumentů (výstupů masových médií). Tato diplomová práce vznikla za dvěma účely: prvním z nich je zodpovězení výzkumné otázky, tj. zhodnocení role veletrhu *Svět knihy Praha* v kontextu transformace českého knižního trhu po roce 1989. Druhým je pomocí sběru dat metodou orální historie vytvořit pramen (primární zdroj) (Vaněk a Mücke, 2015, s. 196; Abrams, 2010, s. 16) týkající se historie veletrhu *Svět knihy Praha*. Tato víceúčelovost je důvodem pro využití eklektické metodologie, díky níž zároveň diplomovou práci nelze jednoznačně rozdělit na teoretickou a výzkumnou část – informace získané v rozhovorech s účastníky výzkumu jakožto přímými svědky (resp. aktéry) historického procesu slouží rovněž k rekonstrukci historie veletrhu *Svět knihy Praha*.

2 Český knižní trh

2.1 Český knižní trh v letech 1948 - 1989

V roce 1948 vyvrcholilo tříleté období, v jehož průběhu docházelo k formování kolektivistických představ o nezbytnosti regulace knižního trhu. Oficiálními důvody k zavedení centrálně řízené knižní kultury měla být nutnost ochrany malého národa, potřeba hospodaření s papírem jakožto nedostatkovou surovinou a obecně zohledňování potřeb společnosti jako celku (Šmejkalová, 2000, s. 117). Prvním ze zákonodárných procesů vedoucích k centralizaci knižního trhu bylo zestátnění na základě *Zákona o znárodnění polygrafického průmyslu* platného od května 1948. V návaznosti na to vznikají polygrafické závody se sídlem v Praze a Bratislavě¹ řízené ministerstvem informací. Následuje *Zákon o vydávání a rozšiřování knih, hudebnin a jiných neperiodických publikací* v březnu 1949, čímž provoz vydavatelské činnosti přechází plně do rukou socialistických institucí a společenských organizací majících oprávnění udělené ministerstvem informací (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 324). Od této chvíle je knižní produkce zcela pod kontrolou státu.

Hlavním posláním knihy v tomto období byla výchova společnosti v masovém měřítku, čemuž bylo podřízeno fungování všech článků „knižního komunikačního okruhu“ (Darnton, 1982). Státem vlastněná a dotovaná nakladatelství produkovala omezený počet ideologicky nezávadných titulů v deseti- až stotisícových nákladech prodávaných za nízkou cenu, aby se dostaly k co nejvyššímu počtu čtenářů. Kniha tak měla být ušetřena tržně-komerčních tlaků, neměla se podbízet vkusu čtenářů, ani generovat zisk nakladatelům či knihkupcům (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 354).

2.1.1 Nakladatelská síť

Na základě již zmíněného *Zákona o vydávání a rozšiřování knih, hudebnin a jiných neperiodických publikací* došlo počátkem padesátých let k likvidaci zhruba 400 soukromých nakladatelství (Šimeček a Trávníček, 2015 s. 334). Od roku 1953 byla zřizována síť nakladatelství státních, organizovaných jako národní podniky, a nakladatelství resortních při jednotlivých ministerstvech s centrálním řízením náležícím Hlavní správě vydavatelství, tiskáren a knižního obchodu Ministerstva kultury. Díky „resortizaci“ neboli oborově vymezené působnosti nakladatelů tak vzniklo např. *Státní nakladatelství technické literatury*, *Státní pedagogické nakladatelství* vydávající učebnice při Ministerstvu školství a osvěty nebo *Státní*

¹ Český a slovenský trh fungovaly samostatně.

nakladatelství krásné literatury, hudby a umění (později Odeon) (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 330-331).

Na státních úřadech nebyla přímo závislá pouze dvě nakladatelství, a sice *Rudé právo* a *Svoboda*, nakladatelství KSČ, která dostávala přednostně přiděl papíru a byla zvýhodněna cenovou intervencí Nejvyššího cenového úřadu za účelem rozšiřování propagandistické literatury v masovém měřítku (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 330). Pokud jde o přiděl papíru pro ostatní nakladatelství, množství (počítáno na tuny) bylo stanoveno na základě edičního plánu, který nakladatelství předkládala ke schválení Odboru knižní kultury Ministerstva kultury ČSR (Šmejkalová, 2000, s. 124.) Takto strukturovaná nakladatelská síť fungovala od roku 1953 do roku 1989 bez zásadnějších změn. V roce 1968 byla sice na krátkou dobu umožněna existence Svazu nakladatelů, vydavatelů a knižního obchodu, nicméně tato činnost byla v rámci tzv. normalizace potlačena a vedení nakladatelských aktivit připadlo do rukou Odboru knižní kultury ministerstva kultury. Celkem působilo mezi lety 1948 a 1989 v České republice 57 nakladatelství (Halada, 2007, s. 10).

Při některých nakladatelstvích vznikaly knižní kluby, jež postupně naakumulovaly tisíce členů, např. *Klub čtenářů* nakladatelství *Odeon* v roce 1956 měl 125 000 stálých odběratelů (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 353). Zatímco knižní kluby v zemích s tržní ekonomikou získávaly v konkurenčním prostředí své členy nabídkou výhod – nízkou cenou, garancí kvality (knihy ohodnocené speciální komisí) nebo doručováním knih do odlehlých lokalit (Norrick-Rühl, 2017, s. 238), členství v českém knižním klubu v letech 1948-1989 představovalo jediný způsob, jak získat titul, který nebylo možné koupit v knihkupectví (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 353).

2.1.2 Struktura knižní produkce

Po roce 1948 je patrná tendence snižování počtu titulů a zároveň zvyšování nákladů. Pro ilustraci, v roce 1946 počet titulů činil 6 640 v nákladu 44 176 výtisků, zatímco o dva roky později vyšlo pouze 3 797 titulů, ale zato v masivním nákladu 84 358 (Šmejkalová, 2000, s. 109). V souladu s cíli komunistické strany byla prioritně vydávaná propagandistická teoretická literatura, následovaná učebnicemi, technickou literaturou a sovětskými vědeckými a odbornými publikacemi. Krásná literatura měla především funkci edukativní – měla ukazovat vzory „pracovního úsilí“ (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 326).

Desetitisícové či stotisícové náklady vybraných titulů měly demonstrovat čtenost sovětských autorů, což neznamenovalo, že byly skutečně prodávány a čteny. V otázce recepce je

třeba uvážit i to, že někdy i více než polovinu z celkové produkce tvořily brožury, skripta a publikace pro vnitřní potřebu, které se nedostaly k běžnému čtenáři. Počátkem šedesátých let se také již méně dařilo zakrýt fakt, že stoupal počet knih, zejm. propagandistických, které se hromadily ve skladech. Ukázalo se, že „nový čtenář“ neměl o politickou literaturu příliš velký zájem, a propast mezi produkcí a recepcí se tak prohlubovala (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 335-337).

2.1.3 Knihkupecká síť

Původní knihkupecká síť čítající asi 300 soukromých podniků byla zestátněna a převzata národním podnikem *Knih lidu*. Část knihkupectví také zanikla vinou nedostatečného prodeje. Protože kniha se měla dostat především do rukou dělníků a rolníků a knihkupecká síť se koncentrovala hlavně ve městech², nehrála knihkupectví jako místo odbytu nejdůležitější roli. Vzhledem k tomu, že finanční prostředky měly být investovány do modernizace polygrafie, byly podstatným prvkem distribuce knih knihovny a masové organizace (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 348-349). Využití knihoven a masových organizací bylo zároveň způsobem, jak zajistit odbyt knih, o které nebyl zájem. V rámci centralizace působil na území Čech a Moravy jediný distributor, *Knížní velkoobchod* (Šmejkalová, 2000, s. 124), jehož povinností bylo odebrat veškerou produkci státních nakladatelství (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 355). Na venkovech byly zřizovány tzv. knižní pulty v prodejních lidového spotřebního družstva Jednota, ve městech knihkupecké prodejny na bázi sortimentního obchodu³ a specializovaná knihkupectví, ke kterým náležely prodejny hudebnin (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 348-350).

Prodej (a výkup) knih byl zajišťován také antikvariáty. Ty vykupovaly jednak knihy s antikomunistickým obsahem, aby byly posléze makulovány, což zabránilo jejich šíření, jednak „brakovou literaturu“⁴. K té měli čtenáři přístup od roku 1967, kdy byla povolena inzerce prodeje knih soukromníky v denním tisku (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 344). Podle Šmejkalové (2000, s. 126) antikvariáty představovaly „důležitou instituci zachovávající relativní tržní (včetně fyzických) pravidla prodeje.

² V Praze se v roce 1963 nacházelo 66 univerzálních, 20 specializovaných a 7 fakultních knihkupectví.

³ Obchod s knižním zbožím získaným z různých zdrojů *komisí* či nákupem (Voit, 2008, s. 827).

⁴ Např. červená knihovna, western, „kovbojky“ nebo sci-fi.

2.1.4 Alternativní knižní produkce

V souvislosti s knižní produkcí a recepcí v letech 1948 -1989 se nelze nezmínit o tzv. samizdatové a exilové literatuře. Vyloučení stovek autorů⁵ z „oficiální“ literární komunikace vedlo ke vzniku „paralelního literárního oběhu“; díla periodického i neperiodického charakteru, která nemohla⁶ být vydávána a distribuována v rámci státní nakladatelské a distribuční sítě, byla rozmnožována a šířena způsoby mimo „rozptýlený cenzorní systém“⁷ v tzv. samizdatu (Šámal, 2019, s. 173). Původně ruský termín *samizdat*⁸ v literárně-historickém kontextu let 1948-1989 v Československu lze chápat jako většinou strojopisně, řidčeji i ručně opsaný text, který obvykle v šesti až dvanácti exemplářích zhotovil autor původního díla, editor nebo jiná osoba s cílem šířit text mezi čtenáře bez předchozího schválení příslušnými složkami cenzorního systému (Machovec, 2009, s. 5). Tato činnost byla považována za protistátní.

Samizdatová produkce netvořila obsahově, esteticky, ani kvalitativně homogenní skupinu děl. Vznik „paralelního prostoru“ nebo v širším smyslu „druhé kultury“ byl dán potřebou vyjádřit pluralitu názorů, která byla komunistickým režimem vytlačována z veřejného prostoru. Podle odhadu českých bibliografů byly v letech 1948 - 1989 v Československu nejčastěji produkovány texty v samizdatu politické a filosofické texty a beletrie. PhDr. Martin Machovec (2009, s. 17) však poukazuje na dílo Herberta Adamy,⁹ dle kterého Svědkové Jehovovi vyprodukovali v utajených tiskárnách miliony náboženských textů včetně nového překladu Bible. Bez ohledu na věrohodnost těchto dat, samizdat s náboženským obsahem tvořil značnou část samizdatové produkce (Gruntorád, 2018, s. 121).

Čtenářská dostupnost samizdatu závisela na době, typu a velikosti komunity, ve které cirkuloval; zásadní byl pro distribuci osobní kontakt a sociální síť (Šámal, 2019, s. 174-176). V padesátých letech bylo v Československu v oběhu asi 20 textů (politické texty a literární díla), ale distribuce těchto textů se omezovala jen na úzký okruh autorů a jejich přátel. Podobně tomu bylo počátkem šedesátých let s výjimkou náboženských textů pro potřeby katolíků. V uvolněnějších poměrech poloviny šedesátých let se s větší prostupností cenzorního systému

⁵ V období mezi lety 1970 a 1980 nemohlo podle Jiřího Gruntoráda publikovat svá díla na 400 autorů (2019, s. 116).

⁶ Některé komunity „paralelní kultury“, např. *underground*, odmítaly z principu jakoukoli spojitost s oficiálními kulturními institucemi, na ně se tedy slovo „nemohla“ nevztahuje (Šámal, 2019, s. 179).

⁷ Jedná se o komplexní systém opatření založený na centrálním způsob organizace v kombinaci s kádrovou politikou a cenzorním úřadem HSTD.

⁸ Vzhledem ke specifické funkci ruského *samizdatu* se o vhodnosti tohoto termínu pro české literárně-historické podmínky polemizuje a někteří odborníci jej odmítají (Vrba, 2019, s. 78).

⁹ Jedná se o dílo s názvem *Byl jsem manažerem ilegální továrny* (1999).

snížila i potřeba samizdatové produkce, a v oběhu bylo pouze několik literárních sborníků (Machovec, 2009, s. 17; Gruntorád, 2019, s. 117). Změnu přineslo období normalizace: znovunastolení represivních praktik podnítilo aktivitu československého samizdatu; v sedmdesátých letech se samizdatové texty literárního, politického, novinářského, náboženského či jiného charakteru dostaly k desítkám až stovkám čtenářů (Šámal, 2019, s. 176). Termín „samizdat“ pro alternativní literární produkci začal být používán právě v tomto období (Machovec, 2009, s. 17). V sedmdesátých letech vznikly také nejznámější samizdatové edice, např. *Edice Petlice* (1972) Ludvíka Vaculíka nebo *Edice Expedice* (1975) Václava Havla a Dani Horákové. Svého vrcholu dosáhla samizdatová produkce v osmdesátých letech, a to i díky novým technickým možnostem (kopírovací stroje); některá samizdatová díla se dostala i k tisícům čtenářů, v případě okopírovaných *Lidových novin* dokonce k desetitisícům (Šámal, 2019, s. 176). Narůstalo množství nových edic periodických a neperiodických publikací a přibývalo čtenářů z tzv. šedé zóny – těch, kteří se nehlásili k opozici veřejně, ale sympatizovali s ní, tudíž představovali pro komunistický režim skrytou hrozbu (Machovec, 2009, s. 18).

V paralelním oběhu kolovaly také knihy českých (a slovenských) autorů vydané v zahraničí a posléze propašované do Československa. Ačkoli exilová nakladatelství v zahraničí vznikala již koncem čtyřicátých let 20. století, ke spolupráci s autory žijícími v Československu docházelo až od poloviny let sedmdesátých (Přibáňová a Přibáň, 2019, s. 161). Před případnou perzekucí se tito autoři často chránili anonymitou, použitím pseudonymu nebo nakladatelskou poznámkou deklarující, že dílo bylo vydáno bez vědomí a souhlasu autora (Šámal, 2019, s. 186). Nejvýraznějšími nakladatelstvími, která byla počátkem sedmdesátých let založena, bylo torontské *Sixty-Eight Publishers* manželů Škvoreckých a *Index* Adolfa Müllera a Bedřicha Utitze v Kolíně nad Rýnem (Přibáňová a Přibáň, 2019, s. 162). Ediční program obou nakladatelství byl zaměřen především na nově vznikající prózu nevydávaných autorů žijících v Československu a v exilu. *Index* se dále specializoval na politické, politologické, odborné a historické studie týkající se situace v Československu (Zach, 1995, s. 54), zatímco *Sixty-Eight Publishers* se zaměřovalo na vydávání pamětí (Zach, 1995, s. 134). Nakladatelství distribuovala knihy většinou zásilkovou službou Čechům a Slovákům žijícím v zahraničí, odkud se různými komunikačními kanály dostávaly do Československa¹⁰. Samizdatová a exilová literatura se

¹⁰ Nelegální vývoz rukopisů československých autorů do zahraničí a dovoz exilových knih do Československa zajišťovali např. Petr Pithart a Jiřina Šiklová s českými spojky v zahraničí (Jan Kavan, Ivan Hartl, Jiří Pelikán, Pavel Tigrid, Vilém Prečan). Stovky kilogramů knih byly převezeny přes hranice speciálně upravenými auty. Další

v rámci paralelního prostoru mnohdy prolínala; v Československu nevydávání autoři byli vydáváni v exilu a knihy vydané v exilu byly opisovány a distribuovány v československém samizdatu (Přibáňová a Přibáň, 2019, s. 161).

2.1.5 Centrálně řízená knižní kultura a její úpadek

Jedním ze stěžejních principů plánovaného a regulovaného trhu byla regulace poptávky. V případě knižní produkce se ke čtenářům dostaly pouze tituly, které prošly „rozptýleným cenzorním systémem“¹¹ (Šámal, 2019, s. 173-174) reflektujícím pouze politické zájmy KSČ, nikoli zájem čtenářský. Následkem toho vznikaly situace, kdy se ve skladech hromadily neprodejně tituly, zatímco poptávané tituly byly rozprodané a rigidně uspořádaný přidělový systém na poptávku nebyl schopen reagovat (Šmejkalová, 2000, s. 127). Nutnost reagovat na nefunkčnost systému vyústila v ustavení *Sdružení československých nakladatelů a podniků knižního obchodu* (1960), jež se mělo zabývat analýzou knižního trhu. Po dvouleté existenci bylo *Sdružení* nahrazeno *Československým ústředím knižní kultury*, které se svým požadavkem na posílení ekonomické samostatnosti jednotlivých podniků zasadilo o zhroucení gescí z roku 1953.

Dalším příkladem průniku tržních principů do oblasti knižní produkce v šedesátých letech byla narůstající komunikace mezi jejími jednotlivými složkami: za účelem zvýšení ekonomické efektivity nakladatelé informovali *Knižní velkoobchod* o chystaných titulech, *Knižní velkoobchod* pak kontaktoval knihkupce s požadavkem na zjištění poptávky po těchto titulech a poté s odhadovaným nákladem kontaktoval zadavatele. Ačkoli nebyla přesná, aspoň v nějaké míře vycházela ze skutečné poptávky spotřebitelů (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 355-356).

V liberálnějším klimatu konce šedesátých let se následkem zhroucení gescí, tlaku na zrušení cenzury a nemožnosti ignorovat základní obchodní principy (včetně zárodků marketingu), dostavila větší rozmanitost v ediční politice co do žánrů, autorů i témat (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 356-357). Mnohá nakladatelství přichází s novými názvy, které si uchovají i v období normalizace (Halada, 2007, s. 9). Jak ale poznamenává Šmejkalová (2000,

možností, jak převážet knihy a jiné materiály byla spolupráce s pracovníky velvyslanectví a zastupitelskými úřady cizích zemí v Československu. Těchto převozů se zúčastnil např. Wolfgang Scheuer z německé ambasády (Šámal, 2019, s. 186).

¹¹ Jedná se o komplexní systém opatření založený na centrálním způsobu organizace v kombinaci s kádrovou politikou a cenzorním úřadem HSTD.

s. 122), „sama ekonomická a právní podstata přidělového systému, včetně vlastnických vztahů v nakladatelské činnosti, zůstává v této době prakticky nedotčena a není ani zásadně zpochybňována.“ Šlo tedy spíše o zdánlivé uvolnění, nutné změny v rámci udržení systému vykazující závažné nedostatky než hlubší strukturální proměnu. V období normalizace nastalo zesílení dohledu, prohloubení propasti mezi poptávkou a nabídkou a s tím související zvýšená produkce zakázané literatury; stav, který trval až do roku 1989 (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 346).

2.2 *Období transformace českého knižního trhu*

S přechodem z řízeného na tržní hospodářství v roce 1989 přišly zásadní změny pro celou společnost, knižní kulturu nevyjímaje. Privatizační procesy zasáhly všechny oblasti knižní kultury – polygrafický průmysl, nakladatelskou sféru, knižní velkoobchod i maloobchod, změnila se práva a postavení autora. Literatura se shoduje, že bezprostředně po pádu režimu zavládl na knižním trhu chaos. Halada (2007, s. 15-17) se Šmejkalovou (2000, s. 139-142) rozlišují tři fáze, ve kterých se transformující se knižní trh v devadesátých letech ocital.

První fáze časově spadá do první poloviny roku 1990. Do privatizačních procesů vstoupila nejen většina státních nakladatelství, ale i oblast maloobchodního prodeje. Podle Halady jde o období, kdy je „vše dovoleno“ a charakterizuje jej jistá živelnost. Trh explozivně narůstal z hlediska počtu titulů, ale i vzniku nových nakladatelských subjektů, jež měly zprvu povinnost registrovat se na Ministerstvu kultury ČR, nicméně od roku 1991 postačovalo přihlášení živnosti na magistrátu. Nadšení, které aktéry knižního trhu zaplavilo, lze ilustrovat faktem, že první soukromé nakladatelství bylo registrováno již v prosinci 1989, čímž odstartoval masivní nárůst nakladatelských subjektů – předrevoluční číslo 45 vzrostlo ke konci roku 1990 na 1400 a za další půlrok bylo již registrováno na 4000 nakladatelů (Halada, 2007, s. 14). Na druhé straně zaniká mnoho tzv. kamenných nakladatelství, která neustála konkurenci. U určitých titulů přetrvávaly deseti- až stotisícové náklady. Knihy byly na prodej „všude“ – ve stáncích, halách, vchodech do metra. Díky obměně a modernizaci technického vybavení tiskáren se značně zkrátila lhůta vydání knih, navíc na český trh proudily ve velkém knihy z exilových nakladatelství. Bezprostřední polistopadové legislativní změny se dotkly i autorského práva a politiky autorských honorářů. Autor již nebyl vyplácen na základě tzv. autorského archu, ale výše odměny závisela na dohodě autora s nakladatelem (Šmejkalová, 2000, s. 156-159). Na jaře 1990 také došlo k obnovení činnosti *Svazu českých nakladatelů*

a knihkupců, jehož cílem byla ochrana stavovských zájmů jeho členů a vytvoření podmínek pro vydávání i šíření periodických i neperiodických publikací (Zoufalová, 2010, s. 31).

Halada a Jeřábek (2007, s. 14-15) realizovali v roce 1993 průzkum zaměřený na profesní minulost nových soukromých podnikatelů. Z výsledků vyplynulo, že za minulého režimu se 20 % dotázaných zabývalo nakladatelskou profesí, 15 % vykonávalo knihkupeckou profesi a 6 % pracovalo v příbuzném odvětví. Tito nakladatelé tedy přirozeně pokračovali ve své činnosti. Více než polovina dotazovaných však pocházela z oborů s nakladatelskou činností nesouvisejících, což svědčí o možnosti a touze se realizovat nejen z hlediska profesního a ekonomického, ale i osobnostního. 62 % nakladatelů sídlilo v Praze, 67 % mělo vysokoškolské vzdělání. Co do produkce, skupiny malých, středních a velkých nakladatelů byly přibližně stejně velké. Nejsilnější byla skupina vydávající 6 - 12 titulů ročně. Na náš trh pronikaly také zahraniční nakladatelské domy (např. *Euromedia Group*) a jako nakladatelky či spolujitelky se podílely na transformaci trhu ve značné míře ženy (Halada, 2007, s. 13; Šmejkalová, 2000, s. 147).

Druhá fáze trvala od konce roku 1990 po celý rok následující. Halada tuto etapu nazývá (2007, s. 16) „obdobím znovuobjevených žánrů,“ kdy se ke slovu dostávají dříve „zakazovaní“ autoři a žánry – již zmíněná braková literatura, ale i odborné knihy. Rychlé chrlení knih v rámci uspokojení zdánlivě neutuchajícího zájmu čtenářů vedlo ke zbohatnutí mnoha nakladatelů a často si také vybralo svou daň v podobě nekvalitního tiskového provedení a nedostatečné redakční úpravy. V tomto období přišel o své prodejny podnik *Kniha*. Koncem této fáze se objevily první náznaky stagnace prodeje (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 388), což, jak uvádí Šmejkalová (2000, s. 141), spíše vypovídalo o potřebě zavedení principů, na kterých by měl nový systém fungovat, než o skutečné situaci na trhu.

Třetí fáze podle Halady (2007, s. 16) nastala v roce 1992 a dobu jejího trvání nelze jednoznačně vymezit. V tomto „období přízraku krize odbytu“ se naplno projevila nadprodukce knih na českém trhu; nejednalo se o pouhé ochladnutí zájmu čtenářů o dříve zaručené tituly, autory a žánry, ale také o problém se zásobami dříve jediného centralizovaného distributora *Knižního velkoobchodu* (Halada, 2007, s. 16). Přesycenost trhu vedla ke snižování nákladů knih¹², nadále probíhala privatizace státních nakladatelství a v důsledku privatizace *Knižního*

¹² Náklady knih touto dobou klesly na 7 - 10 tisíc výtisků (Šmejkalová, 2000, 152).

velkoobchodu se odhadovaný počet distributorů v České republice počátkem 90. let dostal až na číslo 400. Situace nejvíce poškozovala nakladatele, který vydával několikanásobně víc prostředků za distribuci jednoho titulu více (mnohdy nespolehlivými) firmami, což jej nutilo ke zvyšování nákladů, protože zisk z jedné knihy klesal. Distributoři na druhé straně nebyli spokojeni s nízkým rabatem a byli zadlužení. Výše zmíněné dělalo z distributorů v počátcích 90. letech nejslabší článek knižního řetězce.

Pokud jde o maloobchodní prodej knih, počátkem 90. let se knihkupci museli vyrovnávat s rozpadem distribuční sítě *Knih* a restitučními procesy, následkem čehož se snížil počet knihkupectví v Praze i ostatních městech (Šmejkalová, 2000, s. 148-151). Problém se zásobami neprodejných nebo neprodaných knih se řešil výprodejem tzv. levných knih, přičemž synonymem pro zlevněnou knihu se stalo v roce 1993 jméno Jan Mainvald, který ve své prodejně *Levné knihy* prodával nové, avšak výrazně zlevněné tituly, jež nakladatel za tímto účelem stáhl z trhu a za sníženou cenu zmíněné firmě prodal. To nakladateli umožnilo např. pokrýt výrobní náklady (Zoufalová, 2010, s. 42).

Přechod z řízené na tržní ekonomiku s sebou na knižní trh přinesl komisioní prodej a s ním špatnou platební morálku mezi jednotlivými subjekty, rostoucí ceny knih (mj. kvůli celosvětovému růstu ceny papíru) v porovnání s dříve uměle udržovanými cenami, rozpaky nad knihou jakožto zbožím, rostoucí knihkupecký i distributorský rabat, podfinancovanost trhu jako následek zrušení centrálních dotací a nestandardně vysokých výrobních nákladů (Šmejkalová, 2000, s. 155).

V polovině 90. let však došlo k určité stabilizaci. Pokud jde o knižní produkci, výše nákladu již nestoupala do stotisícových výšin, ale držela se průměru 5000 výtisků u prózy a 1000 výtisků u poezie, tedy srovnatelně s ostatními evropskými zeměmi. Co do struktury, lze sledovat odklon od beletrie ve prospěch literatury faktu (Zoufalová, 2010, s. 34-35). Nakladatelé se za účelem udržení se na trhu začali edičně profilovat a stejně jako distribuční a prodejní subjekty se začali sdružovat ve větší celky. I přes rostoucí respekt k registraci knižní produkce formou ISBN a odevzdávání povinných výtisků (Šmejkalová, 2000, s. 162), individualismus nakladatelů při pohybu na knižním trhu ovlivnil podle Halady (2007, s. 18) nejen smysluplné fungování trhu jako takového, ale i vztah nakladatelů k *SČKN*, což vyústilo jednak v absenci silné profesní organizace, jednak v neexistenci centrální databáze. Maloobchodní prodej vyrovnal ztráty z počátku 90. let – v jejich polovině se na území ČR

nacházelo celkem až 2000 prodejen knih, z toho 120 v Praze. Počet distributorů se snížil asi na 80 (Šmejkalová, 2000, s. 148-151).

Lze shrnout, že transformace českého knižního trhu přinesla především hluboké rozrušení dosavadních struktur všech článků knižního komunikačního okruhu. Obavy o osud knihy v časech, kdy se již není proti čemu vymezovat a prázdná místa byla zaplněna, čili kniha jakoby ztrácela své „vyšší“ poslání, se ukázaly jako neopodstatněné. Ač možná problematické, vztahy v knižní kultuře ustanovené v 90. letech lze nahlížet jako v zásadě funkční a srovnatelné s ostatními evropskými zeměmi.

2.3 Charakteristika současného českého knižního trhu

Při analýze velikosti a struktury současného českého knižního trhu lze vycházet pouze z několika zdrojů, a sice z údajů agentury ISBN, výkazů Národní knihovny zaznamenávající počet titulů vydaných za daný rok do databáze povinných výtisků a z databáze České národní bibliografie. Z těchto údajů si lze udělat představu o přibližném titulovém přírůstku¹³ za rok, žánrové skladbě a podílu překladu z jiných jazyků. Jiné statistické údaje týkající se kupříkladu ekonomických ukazatelů, jsou k dispozici velmi omezeně – např. výkazy hospodaření ve Veřejném rejstříku a sbírce listin, anebo data, která některé firmy poskytují *SČKN* za účelem zpracování výroční *Zprávy o českém knižním trhu*. Od roku 1990, kdy přestali nakladatelé uvádět informace o nákladu, lze i tento údaj pouze odhadovat, stejně jako průměrnou cenu knih či počet prodaných titulů jednotlivých žánrů. Díky nezájmu či neochotě přímých aktérů knižního trhu poskytovat informace související s jejich živností pak zůstává český knižní trh poněkud neprůhledný (Pistorius, 2019, s. 23).

Současný český knižní trh vykazuje v několika ohledech podobné tendence jako jiné evropské země, v jiných má svá specifika. V souladu s globálními trendy i u nás dochází k postupné monopolizaci nakladatelského a knihkupeckého sektoru, a to hlavně prostřednictvím akviziční činnosti. Největšími pěti nakladatelskými subjekty co do počtu vydaných titulů za rok byly v roce 2018 *Albatros Media* (1505 titulů), *Euromedia Group* (755 titulů), *MOBA* (373 titulů), *Svojtka & Co.* (316 titulů), *Grada Publishing* (296 titulů) (Císař, 2019, s. 9). První tři jmenovaní akvírovali v minulosti celou řadu nakladatelských značek. Pokud jde o velikost nakladatelů z hlediska obratu, lze vycházet pouze z dostupných údajů pro

¹³ Určitá část knižní produkce získává nezachycena; jedná se především o příležitostné nakladatele neznalé *Zákona o povinných výtiscích*.

rok 2017. Až na čtvrtou pozici, kterou obsadilo nakladatelství *Fraus*, se však opakují tatáž jména v lehce změněném pořadí: *Albatros Media*, *Euromedia Group*, *Grada Publishing*, *Fraus*, *Svojtka & Co.* (Císař, 2018, s. 10).

V oblasti knižní distribuce v roce 2017 dominovaly dle obratu na knižním trhu společnosti *Euromedia Group*, *Pemic Books*, *Kosmas s.r.o.*, *Megabooks CZ* a *Bookretail* (Turečková, 2018, s. 13). V porovnání s ostatními evropskými zeměmi však koncentrace nakladatelského sektoru u nás není tak vysoká, jak dokládá např. výzkum realizovaný *SČKN*, podle kterého obrat nejsilnější nakladatelské pětičky v roce 2016 tvořil 40 % z celkového obratu, zatímco např. ve Francii podíl nejsilnější pětičky tvořil 69 % a ve Finsku dokonce 95 % již v roce 2011 (Turečková, 2017, s. 12). Tři z výše zmíněných nakladatelských hegemonů se zaměřují na produkci titulů pro co nejširší čtenářskou obec, nakladatelství *Fraus* vydává učebnice a *Svojtka & Co.* se orientuje hlavně na literaturu pro děti.

2.3.1 Struktura knižní produkce

V současné době se počtem titulů na počet obyvatel Česká republika řadí na přední místa v evropském žebříčku (Trávníček, 2014, s. 26). Trend každoročního nárůstu titulů byl nastolen v 90. letech; v roce 1996 byla poprvé překonána hranice 10 000 vydaných titulů za rok a od roku 2005 počet titulů neklesl pod 15 000. V posledních několika letech však zaznamenáváme mírný pokles vydaných titulů. Konkrétní příčina tohoto poklesu není známá, předseda *SČKN* Ing. Martin Vopěnka však spatřuje možného původce v pirátství na trhu s učebnicemi a také v docházející síle těch nakladatelů, jejichž činnost je motivována nadšením, ale je prodělečná (Vopěnka, 2018, s. 3). Otázkou již po tři desetiletí zůstává, jak si český trh poradí se stále narůstajícím počtem knih. Podle knihkupce Jana Kanzelsbergera je český knižní trh přesycený: „Od mnoha zákazníků jsem již slyšel, že když vidí všechny ty hromady knih v knihkupectvích, raději jdou pryč. Čtenáři jsou dezorientováni a nakonec nekoupí nic. Dostali jsme se do situace, kdy nabídka ubíjí poptávku“ (Sýkorová, 2010). Bývalý šéfredaktor nakladatelství *Odeon* Jiří Pelán konstatuje, že „rytmus novinek je příliš hektický“ (Trávníček, 2014, s. 30). V tomto ohledu Česká republika kopíruje globální trend, nicméně v západních zemích nakladatelé řeší konkurenční boj o čtenáře agresivněji, např. tak, že zaplatí prodejci za umístění „své“ knihy na exponovaném místě v knihkupectví – tím prodlouží „regálový čas“ knihy a zvýší její šanci na prodej. Tato taktika ale vede k umělému zužování nabídky a porušení rovnováhy ekonomického a kulturního aspektu (Trávníček, 2014, s. 15; Šmejkalová, 2000, s. 174-175).

Podle nakladatele a knihkupce Vladimíra Pistoria přispívá k nepřehlednosti na českém knižním trhu špatná informovanost o knižních novinkách, včetně nedostatečného recenzního a informačního zapojení novin, časopisů a televize (Trávníček, 2014, s. 31). Dle bývalé ředitelky veletrhu *Svět knihy Praha* PhDr. Dany Kalinové jsou stížnosti ohledně nepřehlednosti trhu neoprávněné, protože knižní nabídka je efektivně zpřístupňována prostřednictvím národních i nadnárodních internetových projektů (Trávníček, 2014, s. 29). Pokud jde o postoj čtenáře, podle výzkumu Jiřího Trávníčka z roku 2013 s tvrzením „Není možné mít přehled o vydaných knihách“ zcela souhlasí 23 % dotazovaných, 34 % spíše souhlasí, 16 % spíše nesouhlasí, 6 % zcela nesouhlasí a 20 % neví (Trávníček, 2014, s. 98).

Český knižní trh má importní charakter, a to hlavně v oblasti obchodování s autorskými právy – každá třetí kniha je přeložená z cizího jazyka (Pistorius, 2019, s. 38). Dominantní pozici si již od roku 1992 udržují angličtina, němčina a francouzština. Zatímco angličtina z dlouhodobého hlediska svou pozici posiluje – v roce 2018 podíl překladů z angličtiny tvořil 56 % - němčina postupně oslabuje; v roce 2017 bylo z němčiny přeloženo 15 % z celkové podílu oproti téměř 34 % z let 1992-2001 a 21 % mezi 2000-2012. Vcelku stabilní pozici si udržuje francouzština, jejíž podíl na celkové produkci se pohybuje okolo 5 % (Pistorius, 2013, s. 5.; Růzha, 2019, s. 5). Další jazyky, jejichž podíl se na celkové produkci podílí více než jedním procentem, byly v roce 2018 slovenština, skandinávské jazyky, ruština, španělština, polština a italština (Růzha, 2019, s. 5).

Žánrová skladba české knižní produkce se v průběhu let zdá být poměrně stabilní. Mezi lety 1992 - 2000 měl největší procentuální zastoupení tematický okruh *všeobecné knihy, beletrie* se 43%; dále *společenské vědy, umění* 24%; *ekonomie, právo, politika* 14%; *přírodní vědy* 13%; *technické vědy, zemědělství* 6% (Pistorius, 2003, s. 28). Podle statistik z let 2001-2017 zaznamenala pokles hlavně kategorie *všeobecné knihy, beletrie, historie* na 40 % a lze konstatovat, že u beletrie dlouhodobě dochází ke snižování titulů, zatímco přibývá titulů literatury faktu (Pistorius, 2013, s. 6; Pistorius, 2019, s. 28).

Rok od roku výrazně narůstá podíl dětské literatury, který v roce 2018 činil přes 14 % celkové produkce, zatímco v roce 2010 to bylo téměř 8 % a v roce 2000 to byla pouze 4 % (Pistorius, 2014, s. 6; Růzha, 2019, s. 5). Vedle nárůstu dětské literatury je zaznamenán pokles vydávání učebnic, vysokoškolských učebnic a skript, v roce 2018 tvořil necelých 5 % z celkové produkce, oproti 9 % v roce 2010 a 12 % v roce 2000 (Pistorius, 2013, s. 6; Růzha, 2019, s. 5). Tento pokles může být způsoben jednak ukončením programu *Vzdělávání pro*

konkurenceschopnost dotující studijní a odbornou literaturu, jednak skutečností, že vysokoškolské učebnice a skripta nijak nepřispívají k finanční podpoře školy (Růžha, 2019 s. 5). Nejvýznamněji se na přírůstku titulové produkce vysokoškolských nakladatelství v roce 2018 podílelo Karolinum, Praha (189 titulů), Vydavatelství Univerzity Palackého, Olomouc (141 titulů), Masarykova Univerzita, Brno (127 titulů), Vydavatelství ČVUT, Praha (120 titulů), Vysoké učení technické, Brno (111 titulů) (Císař, 2019, s. 9).

2.3.2 E-knihy a audioknihy

V České republice se prodej e-knih začal ve větším měřítku realizovat v roce 2010, a to prostřednictvím společností *Palmknihy* a *eReading*. Česká nakladatelství s e-knihami přicházejí na trh na přelomu roku 2011 a 2012, kdy podle Jiřího Vlčka (cit. v Šimeček a Trávníček, 2015, s. 428), ředitele *Palmknihy*, nastává zlomový moment; zatímco předtím byly e-knihy záležitostí pouze určitých zájmových, profesních nebo věkových skupin, v letech 2011/2012 se zájem o e-knihy rozšířil i mimo tyto komunity. Důvodem mohla být i finančně přístupná čtečka e-knih *Wooky*, kterou na trh uvedla společnost *Euromedia Group* (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 428). V roce 2011 se e-knihy podílely na celkovém obratu českého knižního trhu 0,03 %, v roce 2014 došlo k nárůstu na 1,67 %, ale následující rok přinesl propad na 1,38 %. Od roku 2015 prodej e-knih mírně narůstá, nicméně svůj dosavadní prodejní vrchol z roku se podařilo překonat až v roce 2019. Počet nabízených titulů však vzrůstá neustále (20 000 titulů v roce 2018), stejně jako počet nakladatelů, kteří e-knihy prodávají (400 v roce 2018) (Žáková, 2019, s. 17). Stinnou stránkou prodeje digitálních knih na českém knižním trhu je pirátství; zběhllost uživatelů v nelegálním získávání knih se v České republice setkává s nedostatečnou legislativní odezvou (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 429).

Vzrůstající popularitě se těší audioknihy. Ačkoli stále převažuje prodej fyzických nosičů, prodej digitálních audioknih rok od roku stoupá. V roce 2018 distribuce fyzickou formou čítala 56 %, digitální distribuce pak 44 %. Rok předtím přitom tento poměr činil 62 % ku 38 % (Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018, s. 17). Nejsilnější pěticí ve vydávání audioknih byly v roce 2018 společnost *Tympanum* (20,41 %), *OneHotBook* (20,05 %), *Supraphon* (19,16 %), *Radioservis* (16,14 %) a *Albatros Media* (12,67 %) (AVA, 2019, s. 18).

2.3.3 Knižní prodej

Počet kamenných knihkupectví v České republice se postupně snižuje. Mezi lety 2014 - 2019 bylo na našem území uzavřeno 130 nezávislých knihkupectví a 35 bylo převzato knihkupeckými sítěmi (Vopěnka, 2019, s. 3.) V současnosti se na našem území nachází asi 540

prodejen se všeobecnou literaturou, z toho 187 prodejen přináší knihkupeckým řetězcům. Pro srovnání v roce 2012 počet prodejen na českém trhu dosahoval 600. Zanikají především obchody nezávislých knihkupců, což může být zapříčiněno zvyšujícím se tržním podílem internetových knihkupců a nárůstem knihkupeckých řetězců (Michek, 2013, s. 17).

Co do počtu prodejen, největším maloobchodním knihkupeckým řetězcem v České republice je *Kanzelsberger* s celkem 65 prodejny (2 z nich existují pod značkou *Barvič a Novotný*). Následuje síť prodejen *Levné knihy* nabízející krom zlevněných knih další neknižní sortiment s 60 prodejny. Největšího obrátu dosahuje řetězec *Luxor* vlastníci 34 prodejen převážně v obchodních centrech, včetně *Paláce knih Luxor* – největšího knihkupectví ve střední Evropě o rozloze 3,5 tisíce metrů čtverečních. Dalšími významnými maloobchodními řetězci jsou *Knihy Dobrovský* s prodejny především v obchodních centrech, společnost *Kosmas*, společnost *Pavel Dobrovský – BETA* a *Knihkupectví Academia* (Frýbortová, 2018, s. 14). Dle výzkumu Jana Vašuta a Jiřího Ryby (cit. v Šimeček a Trávníček, 2015, s. 406) skoro polovina knihkupectví prodává i neknižní sortiment a knižní zboží nabízejí také hypermarkety.

Internetová knihkupectví začala pronikat na evropský trh v roce 2003. Ve srovnání s kamenným knihkupectvím je pro provozovatele výhodná skutečnost, že není třeba platit nájem za prostory a lze nabízet široký sortiment s možností rychlého doobjednání. Zákazníkovi internetový prodej přináší možnost zpětné vazby na danou knihu či obchod, kterou zanechali ostatní kupující přímo na webových stránkách obchodu či jiném portálu.

Prvním dominantním internetovým knihkupectvím na českém trhu se stala společnost *Vltava*, nicméně ke konci roku 2012 již nabízelo internetový prodej knih na 900 subjektů (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 427). Prodej knih přes internet stále narůstá, v roce 2015 činil obrát internetových obchodů na celkovém maloobchodním prodeji tištěných knih 23-25 % (AVA, 2016, s. 21). První pěti nejnavštěvovanějších internetových knihkupectví v roce 2018 tvořily *KnihyDobrovsky.cz*, *Megaknihy.cz*, *Kosmas.cz*, *Martinus.cz*, *BookTook.cz* (Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019, s. 16).

2.3.4 Nakladatelé

V roce 2018 bylo podle agentury ISBN v České republice registrováno 7225 subjektů oprávněných k vydavatelské činnosti. Skutečně aktivní (na celkově knižní produkci se podílela aspoň jednou neperiodickou publikací s vročením 2018), je ale zhruba třetina – 2058 nakladatelství. Třetina těchto subjektů je z nějakých důvodů dočasně neaktivní a třetina svoji činnost již ukončila. Vzhledem k tomu, že ISBN nevyřazuje z evidence žádné vydavatelské

subjekty, i ta nakladatelství, která vznikla a stejně rychle zanikla v průběhu 90. let, jsou zde započtena. K třetině aktivních nakladatelství je však ještě třeba připočítat několik stovek subjektů, kterým nebyl přidělen ISBN identifikátor. Počet nakladatelů každoročně roste, za posledních 5 let jde o 200 - 300 nově registrovaných nakladatelů za rok (Magera, 2019, s. 10).

Pokud bychom chtěli nakladatele rozdělit podle toho, jakou měrou se podílejí na celkové produkci knih, z dostupných údajů pro rok 2015 zjistíme, že na 72 % celkové knižní produkce se podílelo 6 % z celkového počtu nakladatelů. Tito nakladatelé vydají více než 10 knih za rok a jejich činnost lze tedy považovat za systematické, profesionální podnikání. Nakladatelští giganti, kteří během roku vydají více než 100 titulů tvořili pouze 0,9 % z celkového počtu nakladatelství. Jednu knihu vydalo v tomto období více než 50 % nakladatelství (Magera, 2016, s. 15).

Stále platí, že vydávání knih je doménou velkých měst; více jak polovina nakladatelů podniká v hlavním městě, asi 12 % v Brně a zbytek je rozložen mezi ostatní krajská města (Magera, 2016, s. 15). Z dlouhodobého hlediska lze nicméně konstatovat, že koncentrace nakladatelství do hlavního města se snižuje (Pistorius, 2019, s. 36). Uvážíme-li vlastnické vztahy, 80 % nakladatelství je v soukromých rukách, patří obchodním společnostem či veřejným osobám a zbylých 20 % přináleží vysokým školám a regionální správě (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 404).

2.3.5 Distribuce

Distribuce se v současné době zdát být nejméně efektivním článkem knižního řetězce, stále se potýkajícím s následky decentralizace knižní kultury (Zoufalová, 2010, s. 54). Na českém knižním trhu působí 50 - 70 distribučních firem, což je výrazně méně než na počátku 90. let, ale na tak malý trh je to stále mnoho. Stále platí, že jeden titul je do jednoho odbytiště dopravován více distributory. Nadbytek vzájemně si konkurujících distribučních firem na malém území může mít za následek bankrot distributora a následně i nakladatele.

Při porovnání s okolními zeměmi, např. Nizozemím, zjistíme, že zde funguje méně firem s celoplošným působením současně s několika specializovanými distributory. Podle studie realizované *SČKN* (cit. v Pistorius, 2003, s. 37) koncem 90. let spolupracovala s jedním distributorem pouze 4 % knihkupectví, zatímco 55 % spolupracovalo s více než třemi distributory, protože požadované knihy od jednoho distributora nebylo možné získat. 50 % knihkupců nakupovalo čas od času knihy přímo u nakladatele, 27 % knihkupců tak činilo pravidelně. Tento stav nebyl výhodný ani pro distributory, kteří nemají kontrolu nad tím, zdali

jím knihkupec zaplatí – ten může spolupracovat s více distributory bez včasného vyplácení (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 415). Podle Pistoria (2019, s. 37) se nepřehledná situace za posledních dvacet let zlepšila: na trhu operují tři velcí distributoři (*Euromedia Group, Pemic* a *Kosmas*), společně s několika menšími.

Specifikem českého knižního trhu je „mísení rolí“; nakladatel je zároveň distributorem či knihkupcem, čímž dochází ke střetu zájmů. Knihkupci a nakladatelé nemají zázemí v silné organizaci, která by dbala o jejich zájmy a zároveň zájmy knižního trhu jako celku. Největší překážkou v cestě k funkčnímu distribučnímu systému je tedy slabá pozice profesního svazu s početně nevýraznou členskou základnou, což je dáno neochotou nakladatelů a knihkupců kooperovat. To se projevuje i nechtíví poskytovat přesná data o ekonomickém fungování jednotlivých společností, jak už bylo zmíněno (Zoufalová, 2010, s. 54-55; Halada, 2007, s. 17).

2.3.6 DPH

V České republice je na knihy uplatňována snížená sazba DPH, která v současnosti činí 10 % (základní sazba je 21 %). Vyšší DPH na knihy z ostatních evropských států uplatňuje pouze Bulharsko (20 %) a Dánsko ¹⁴ (25 %). V průběhu 90. let se v České republice snížená sazba udržovala na 5 % a na svém vrcholu se ocitla v roce 2013, kdy dosahovala 15 %. Jelikož knižní trh je podstatnou součástí kulturního rozvoje státu, v některých zemích je kniha od DPH osvobozena; v Evropě to je Albánie, Irsko, Norsko a Velká Británie (Pistorius 2019, s. 12; Turečková, 2017, s. 7). Pokud jde o e-knihy a audioknihy, rok 2019 přinesl zásadní legislativní změnu: do roku 2019 e-knihy a audioknihy podléhaly v ČR standartní sazbě DPH, tzn. 21 %. S platností od 1.5. 2020 je však na e-knihy a audioknihy uvalena sazba nižší (Růzha, 2019, s. 7).

2.3.7 Volná cena

Česká republika, stejně jako ostatní postkomunistické státy, zavedla po roce 1990 volnou cenu knih, tedy tentýž titul je možné koupit za různé ceny, a to mnohdy v širokém rozpětí ¹⁵. Příznivci volné soutěže tvrdí, že s volnou cenou jde ruku v ruce konkurence, zlevňování knih a rozvoj trhu (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 18). Naopak obhájci ceny pevné, tedy takové, kterou určí nakladatel, argumentují, že pevná cena je prostředkem ochrany malých knihkupectví před monopolizací, protože malé prodejny jsou ekonomicky daleko méně

¹⁴ Ačkoli má Dánsko nejvyšší DPH na knihy v Evropě, má zároveň velmi propracovaný systém grantů (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 18).

¹⁵ Volné ceny jsou kromě východní Evropy zavedeny i ve skandinávských zemích a Velké Británii.

efektivní, než ty velké (Pistorius, 2019, s. 20). Země, jejichž knižní trh zavedl pevné ceny (např. Francie, Německo, Rakousko nebo Itálie), považují tento systém za zásadní ochranný prvek knižního trhu (Zoufalová, 2010, s. 55).

V České republice byl systém pevných cen platný od dvacátých let 20. století do roku 1990, kdy narazil na odpor antimonopolního úřadu. V některých evropských zemích včetně již zmiňovaného Německa nebo Rakouska pevná cena není stanovena zákonem, ale dohodou knihkupců a nakladatelů, což v našem prostředí zřejmě není realizovatelné vzhledem k již zmiňovanému slabému postavení *SČKN* jakožto profesní organizace (Zoufalová, 2010, s. 55; Pistorius, 2019, s. 22).

2.3.8 Komisní prodej

Komisní prodej vystavuje největšímu riziku nakladatele, který zpočátku vydává nemalou investici: pokud se jedná o dílo v cizím jazyce, musí zaplatit zálohu danou licenční smlouvou zahraničnímu nakladateli nebo literárnímu agentovi, musí vyplatit překladatelské nebo autorské honoráře a zaplatit tisk. Když je kniha hotová, odevzdá ji nakladatel distributorovi „do komise.“ Ačkoli jsou smluvně dané termíny vyúčtování, na jehož základě nakladatel provádí fakturaci sníženou o dohodnutý rabat, celý proces je pozdržen termínem splatnosti, který může činit až 60 dní. Může také nastat situace, kdy je neprodaná část nákladu nakladateli vrácena, což je pro něj ztrátové, protože knihy mohou být poškozené a tudíž neprodejně. Pro nakladatele je zároveň nemožné zjistit, kolik knih distributor skutečně prodal. Je tedy zřejmé, že pro nakladatele, který potřebuje být dobře zásoben, je celý proces značně finančně náročný. Tato fatální dynamika ještě nabírá na obrátkách v případě, kdy distributor dává knihkupci knihy, které má sám v komisi, také do komise; výsledkem je naprosto netransparentní počet knih v komisi a druhotná platební neschopnost neboli stav, kdy knihkupci nezaplatí včas distributorovi, který zpozdí platbu nakladateli a ten je dlužen tiskárně. Komisní prodej je pak samozřejmě největší hrozbou pro menší nakladatele (Zoufalová, 2010, s. 41).

2.3.9 Průměrná cena knihy

Vzhledem k tomu, že v současnosti chybí zásadní údaje, jako jsou počty prodaných svazků a přesný objem celkových tržeb, průměrnou cenu knihy nelze zjistit. Zřejmě nejaktuálněji odhad na základě informací několika knihkupectví vypracoval Pistorius (2019, s. 30), který dochází k závěru, že průměrná cena knihy za rok 2017 byla 270 Kč. Uvádí dále, že průměrná cena knihy vzroste za rok o přibližně 10 Kč, tedy 4 %. Pokud jde o postoj čtenáře k cenám knih, podle průzkumu Trávníčka (2014, s. 96) 71 % respondentů, kteří knihy

nenakupují, uvedlo jako důvod vysokou cenu. Dle stejného výzkumu si v roce 2013 zakoupilo aspoň jednu knihu 48 % obyvatel České republiky.

2.3.10 Dovoz a vývoz knih

V České republice převažuje import knih nad exportem. Importují se hlavně autorská práva, ale i knihy zpracované a připravené v zahraničí. Faktorem přispívajícím k dominanci importu nad exportem je také fakt, že mnozí čeští spisovatelé jsou v zahraničí zastupováni zahraničními nakladatelstvími, a to hlavně ze dvou důvodů: jednak je to dáno historicky, kdy v minulosti zakázaní autoři měli své kontakty v zahraničí, jednak je to pro autory finančně výhodnější. Pokud jde o vývoz, ČR exportuje hlavně polygrafické výrobky českých tiskáren (Zoufalová, 2010, s. 59).

2.3.11 Svaz českých knihkupců a nakladatelů

Jedním z nedostatků českého knižního trhu je špatná koordinace mezi jeho subjekty. Tu by měl zajišťovat především stavovsky silný svaz. *SČKN* jakožto organizace má ovšem slabý vliv; není respektován zvnějšku ani vnitřku (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 420). Pro získání silnější pozice by bylo třeba, aby *Svaz* nabyl statusu profesní komory, tak jako je to u jiných oborů (nyní má charakter občanského sdružení). Jelikož knihkupecký obor je živností volnou, která neklade žádné kvalifikační nároky, zákon neukládá účastníkům knižního trhu povinnost být členem nějaké profesní organizace, což se projevuje nejen v počtu členů *SČKN*¹⁶, ale i nevyvážeností v zastoupení jednotlivých segmentů (převládajícími členy jsou nakladatelé). Při jednání se státními orgány ve snaze změnit statut *SČKN* by bylo potřeba doložit spolehlivé a věrohodné statistiky o fungování knižního trhu, které, jak už bylo několikrát zmíněno, chybí (Zoufalová, 2010, s. 91). Sjednocení přicházející zevnitř, tedy prostřednictvím nalezení společné řeči jednotlivých subjektů, ztroskotává na nezájmu.

2.3.12 Státní podpora knižního trhu

Státní podpora knižní kultury může být realizována např. formou nižší daňové sazby na knihy, vytvářením a financováním programů na podporu knihoven a čtenářských návyků nebo přímou dotací jednotlivých děl a literárních akcí – podporu vyžadují některé odborné publikace, učebnice, překlady moderní beletrie, básnické sbírky a prvotiny (Pistorius, 2019, s. 39). V České republice je možné požádat o grant v rámci jednotlivých dotačních okruhů

¹⁶ 158 členů k 20.1. 2020 podle oficiálního webu *SČKN* <https://www.sckn.cz/databaze-clenu-sckn/>

Ministerstvo kultury České republiky a Státní fond kultury České republiky. SČKN zpracoval přehled příspěvků přidělených MK ČR v rámci programu *Kulturní aktivity* v letech 2016-2018.

	2016	2017	2018
GRANTOVÉ OKRUHY			
Podpora vydávání neperiodických publikací	9970	11 353	11 255
Projekt česká knihovna	6 106	6 597	6 597
Podpora vydávání literárních periodik	13 880	14 145	14 910
Podpora literárních akcí	8 836	5 825	5 825
Podpora překladu českých autorů do zahraničí	5 493	6 568	12 103
Stipendia za oblast literatury	675	1 000	1 500
Celkem okruhy	44 960	45 488	54 455
Program státní podpory festivalů profesionálního umění: projekty v oblasti literatury		4 000	4 000

Zdroj: SČKN, Ministerstvo kultury ČR

(Údaje v tabulce jsou v tisících Kč)

Navýšení podpory je patrné hlavně v oblasti podpory překladu českých autorů do zahraničí (Turečková, 2019, s. 12).

2.3.13 Přehled knižních veletrhů v České republice v letech 1989 – 2020

Do roku 1989 se na území Československa nekonaly žádné knižní veletrhy; čeští a slovenští nakladatelé se účastnili zahraničních knižních veletrhů ve Varšavě (Císař, 2010, s. 27) a ve Frankfurtu nad Mohanem (Weidhaas, 2007, s. 151), kde došlo k politicky laděné konfrontaci mezi oficiálními zástupci Československa a Čechy a Slováky žijícími v emigraci (Císař, 2010, s. 27). Prvním knižním veletrhem pořádaným po roce 1989 na území Československa byl *Mezinárodní knižní veletrh*, jenž v květnu roku 1991 organizovala britská firma *Avencourt Exhibition*¹⁷. Prvním knižním veletrhem s českým pořadatelem byl *Podzimní knižní veletrh* Markéty Hejkalové v Havlíčkově Brodě. Následoval veletrh LIBRI Olomouc v roce 1992. V roce 1995 *Svaz českých knihkupců a nakladatelů* zorganizoval první ročník veletrhu *Svět knihy Praha*. V roce 2003 se uskutečnil první ročník *Veletrhu dětské knihy* v Liberci – jediného veletrhu v České republice zaměřeného na dětskou literaturu. V roce 2004 vznikl *Polabský knižní veletrh* v Lysé nad Labem. Od roku 2010 se každoročně konával

¹⁷ Více o tomto veletrhu v kapitole *Historie Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha*.

Ostravský knižní veletrh, který se však v posledních letech přerodil v knižní festival. V roce 2018 společnost *Svět knihy, s.r.o.* vlastněná *Svazem českých knihkupců a nakladatelů* začala pořádat knižní veletrh *Svět knihy Plzeň*. Dalšími významnějšími knižními akcemi, jež spadají spíše do kategorie knižních trhů, jarmarků nebo festivalů, jsou *Knihex*, *Tabook* v Táboře či *Litr* v Brně (Císař, 2010, s. 27-30; Turečková, 2019, s. 21).

3 Knižní veletrhy současnosti

3.1 Specifika knižních veletrhů

Knižní veletrhy mají s veletrhy jiného typu společné charakteristické rysy: periodičnost, jsou ekonomicky přínosné pro dané město, region, či stát; fungují jako forma průzkumu trhu daného odvětví a zároveň představují jeho trendy a slouží jako propagační nástroj vystavovatele (Pavlů, 2009, 191-194). Stejně jako veletrhy jiného typu, také knižní veletrhy uvádí jako měřítko úspěchu počet metrů prodané vystavovatelské plochy, počet vystavovatelů a počet návštěvníků. Čím jsou však knižní veletrhy specifické, jsou vlastnosti nabízeného zboží – kniha v sobě spojuje kulturní a ekonomické aspekty, které vytváří její hodnotu jako kulturního statku a prodejního artiklu zároveň (Halada, 1993, s. 30). Knihy, potažmo literatura a nakladatelský průmysl jsou součástí tzv. kreativních průmyslů,¹⁸ jejichž základem jsou lidské nápady, schopnosti a představivost (Cikánek, 2013, s. 47). Ekonomická hodnota výtvaru přímo souvisí s inspirací daného jedince a s reputací – značkou – kterou za svůj talent získává (ITC, 2020). Knihu lze tedy chápat jako produkt a zároveň předmět duševního vlastnictví a práv s ním spojených. Knižní veletrh pak představuje platformu, kde je dichotomie typická pro kreativní průmysl – ekonomický a kulturní aspekt – velmi zjevná (např. při nákupu a prodeji práv).

3.2 Definice knižního veletrhu

Podle *Encyklopedie knihy v českém středověku a raném novověku* (Voit, 2008, s. 987) knižní veletrh v minulosti představoval „formu obchodu umožňující tiskařům, nakladatelům a knihkupcům v pravidelných termínech prezentovat knižní zboží, uzavírat kontrakty s autory i přímými účastníky a sledovat vývoj konkurence.“ Tuto definici lze z pohledu novodobého knižního veletrhu rozšířit a dodat, že instituce knižního veletrhu je křížovatkou mnoha aspektů „knižního komunikačního okruhu“ (Darnton, 1982); od kapitálové síly nakladatelského a knihkupeckého sektoru až po čtenářské preference a zájmy, žánrové

¹⁸ Koncept „kreativních průmyslů“ vzešel z tzv. „kulturního průmyslu“ – termínu, jehož vznik je spjat se členy Frankfurtské školy Theodorem Adorno a Maxem Horkheimerem a jenž byl užíván především ve 30. a 40. letech 20. století radikálními kritiky masové zábavy. Termín „kreativní průmysly“ byl poprvé užit v roce 1994 v Austrálii, v roce 1997 se poprvé oficiálně objevil na území Evropy, když ve Velké Británii administrativa Tonyho Blaira ustavila meziresortní pracovní skupinu pro kreativní průmysly (*Creative Industries Taskforce*) za účelem jejich zmapování (Cikánek, 2013, s. 20). Terminologické a obsahové vymezení fenoménu není zcela jednotné; zde uvádíme dodnes platnou britskou definici kreativních průmyslů: „Kreativní průmysly jsou průmyslová odvětví, jejichž základem je individuální lidská kreativita, lidské dovednosti a talent. Zároveň jsou kreativní průmysly odvětvími s potenciálem vytvářet bohatství a pracovní místa zejména prostřednictvím využití duševního vlastnictví“ (Cikánek, 2013, s. 47).

a marketingové priority (tzv. bestsellery) dobové knižní produkce, a širší společenské faktory jako je čtenářská gramotnost či podpora ze strany státu. Knižní veletrh účastníkům, mezi něž patří nakladatelé, agenti, knihkupci, knihovníci, akademici, distributoři, ilustrátoři, filmoví producenti, překladatelé, tiskaři, příslušníci různých oborových sdružení, umělci, autoři, antikváři či dodavatelé multimédií (Moeran, 2008, s. 9), nabízí možnost vyjednávat s obchodními partnery, navazovat či udržovat kontakty, sledovat konkurenci a vývoj oboru (Skov, 2006, s. 770). Podstatné přitom je, že všichni účastníci mají možnost setkat se tváří v tvář (Moeran, 2008, s. 10) – knižní veletrhy představují jednak unikátní příležitost k setkání všech článků knižního komunikačního okruhu (Moeran, 2008, s. 6), jednak úspěšnost prodeje práv úzce souvisí s osobními vztahy a knižní veletrhy jsou často jedinou příležitostí pro jejich navazování a upevňování (IPA, 2015, s. 3). Bezprostřední osobní kontakt je také důvodem, proč jsou knižní veletrhy relevantní i v době, kdy je možné obchodní záležitosti vyřizovat elektronicky (IPA, 2017, s. 3)¹⁹.

Pro nakladatele knižní veletrhy představují platformu pro prezentaci jejich nakladatelství jakožto značky a jeho knižní produkce. Někteří nakladatelé k datu konání knižního veletrhu směřují vydání knižních novinek, aby je mohli v jeho rámci představit (Moeran, 2008, s. 9) – podle Petera Weidhaase²⁰ (2007, s. 39). Tento rys provází knižní veletrhy již od 16. století. Nejvyšší prioritou nakladatele při účasti na knižním veletrhu je podle Briana Moerana (2008, s. 14) nepřehlédnutelnost. S tím souvisí datum a místo konání knižního veletrhu: mezinárodní knižní veletrhy mají relativně pevně stanovené datum konání ve vztahu ke společenským akcím ve své zemi, ale i s ohledem na kalendář ostatních mezinárodních veletrhů – v tomto ohledu mezi mezinárodními knižními veletrhy panuje jistá rivalita (Flood, 2007, s. 8).

Dalšími aspekty úspěšné prezentace nakladatele jsou velikost a umístění stánku nakladatele, přítomnost nakladatele ve veletržním katalogu a účast na neformálních setkáních (Moeran, 2008, s. 14). Důležitost velikosti a umístění stánku se promítá do cen, které si za stánek veletržní organizátor účtuje; z tohoto pohledu lze pak na stánky na knižním veletrhu nahlížet jako na reprezentaci pozice nakladatele na knižním trhu – bohatá nakladatelství se

¹⁹ Budoucí podobu knižních veletrhů a míru zachování osobního kontaktu však s ohledem na to, že „veletrhy organicky absorbují technické vynálezy své doby do obsahu i formy sdělování“ (Pavlů, 2009, s. 10), nelze předvídat. To ostatně dokazuje i letošní ročník *Frankfurter Buchmesse* (říjen 2020), který se následkem omezení souvisejícími s koronavirovou pandemií konal pouze virtuálně.

²⁰ Weidhaas působil v letech 1975 - 2000 jako ředitel Frankfurtského knižního veletrhu.

prezentují formou velkých, výhodně či strategicky umístěných a vizuálně působivých stánků (Moeran, 2008, s. 15-16). Pokud jde o veletržní katalog, podle Moerana o jde o jakousi „Bibli, ve které chtějí být všichni vystavovatelé uvedeni“ (Moeran, 2008, s. 17). Vystavovatelé jsou ve veletržním katalogu zmíněni obvykle na dvou místech – nejprve v seznamu vystavovatelů v abecedním řazení a poté po názvem produktové kategorie, kterou reprezentují (Moeran, 2008, s. 17). Účast na neformálních setkáních v uvolněné atmosféře umožňuje nakladatelům „vidět a být viděn“ – setkávat se, vyměňovat si informace, a tím prokázat, že jsou členy této komunity (Moeran, 2008, s. 18).

3.3 Typologie knižních veletrhů

Knižní veletrhy lze kategorizovat na základě několika kritérií. Z pohledu účelu, jaký má knižní veletrh plnit, rozlišujeme knižní veletrhy orientované primárně na odbornou veřejnost a knižní veletrhy orientované na širokou veřejnost²¹ (IPA, 2017, s. 3). Na knižních veletrzích určených odborné veřejnosti, tzv. licenčních veletrzích, obvykle probíhá mezinárodní obchod s autorskými právy a setkání odborné veřejnosti za komerčními účely. Nejtypičtějším reprezentantem této kategorie je *Frankfurter Buchmesse* a *The London Book Fair*. Knižní veletrhy určené široké veřejnosti mají hlavně kulturně-vzdělávací a osvětovou funkci, jako je tomu např. u *Leipziger Buchmesse* nebo *Göteborg Book Fair*.

Další kritérium představuje komerční segment (Moeran, 2008, s. 5). Zahraniční trhy z komerčního hlediska rozlišují několik segmentů podle prodejní strategie, přičemž žánr je až druhotný; jde např. o „trade books“ – knihy s vysokým prodejním potenciálem (beletrie, poezie, literatura faktu atp.), učebnice pro základní a střední školy, náboženské knihy aj. (Pistorius, 2003, s. 17). Příkladem specializovaného knižního veletrhu z hlediska komerčního segmentu je *Bologna Children's Book Fair* zaměřený na dětského čtenáře.

Na knižní veletrhy lze pohlížet i z hlediska jejich geografického „rozptylu“ (Moeran, 2008, s. 6) – počet obyvatel dané země určuje velikost a dosah jejího knižního trhu; ten, na rozdíl od jiných trhů, obtížně překračuje hranice jazykových oblastí (Pistorius, 2003, s. 10). Závěrem lze říct, že každý knižní veletrh je unikátní (IPA, 2015, s. 2) a liší se měrou, kterou spadá do výše popsaných kategorií – výjimkou nejsou veletrhy „hybridní“, tedy takové, které

²¹ Z ekonomického hlediska se jedná o rozdíl v orientaci na cílovou skupinu – B2B (business-to-business) nebo B2C (business-to-consumer).

jsou určeny jak odborné, tak široké veřejnosti; např. *Frankfurter Buchmesse* určený primárně odborné veřejnosti se na jeden den otevírá také pro veřejnost laickou (IPA, 2015, s. 2).

3.3.1 Licenční veletrhy

Knižní veletrhy zaměřené na prodej práv mají podle *International Publishers Association* (2015, s. 2) čtyři hlavní funkce. Primárně mají vytvořit vhodné prostředí pro obchodní aktivitu – prodej a nákup práv, prezentaci nových titulů a setkání agentů s nakladateli. Nakladatelé se většinou zdržují ve svých stáncích nebo „Rights Centres“, zatímco kupující se pohybují po veletrhu a účastní se jednání. Na veletrhu obvykle dochází k finalizaci již předjednaného obchodu či iniciování nového, jenž je završen později, mimo veletrh. Licenční knižní veletrh má dále funkci přehlídky, kterou nakladatelé a jiní vystavovatelé využívají k prezentaci své firmy, svých produktů a služeb. Třetí funkcí licenčního veletrhu je vzdělávání odborníků, což je realizováno formou seminářů, panelových diskusí a prezentací. Poslední funkcí knižního veletrhu zaměřeného na prodej práv je pořádání aktivit pro odbornou veřejnost, v rámci kterých dochází k získávání kontaktů (IPA, 2015, s. 2).

3.3.2 Veletrhy orientované na širokou veřejnost

Knižní veletrhy orientované na širokou (laickou) veřejnost představují důležitou platformu pro nakladatele z hlediska marketingu a komunikace. Pro tyto veletrhy je typická účast autorů, kteří propagují „svoji“ knihu či se jinak účastní doprovodného programu, a slevový prodej knih koncovému zákazníkovi. Knižní veletrhy tohoto typu mají kulturní a vzdělávací význam pro daný region a zemi; hrají důležitou roli v propagaci čtenářství a poskytují prostor pro prezentaci domácí i zahraniční literatury (IPA, 2015, s. 2).

4 Vznik a historie veletržní formy prodeje a prezentace od středověku do 21. století

Dostupná typologie veletrhů (Pavlů, 2009) rozděluje vývoj veletrhů z pohledu teorie komunikace do několika etap neboli generací. První generaci veletrhu představují trhy, které vznikaly v 10. – 12. století. Formou periodické obchodní výměny zde docházelo k zajištění zejména biologických potřeb městského obyvatelstva a zkvalitnění materiální kultury vesnických obyvatel směnou zemědělských produktů za řemeslné. Urbanizace byla pro rozvoj obchodu zásadní; města fungovala jako centra hospodářského života, řemeslné výroby, kultury, duchovního života a jako spádová centra okolí. Trhy se konaly pravidelně jednou týdně či ročně, v neděli nebo u příležitosti církevních svátků (Pavlů, 2009, s. 15-18), jak napovídá anglický termín pro veletrh *fair*, pocházející z latinského *feria* (sváteční den) a německé *die Messe* (bohuslužba). Výrobci a obchodníci měli za těchto podmínek příležitost oslovit veškeré nashromážděné obyvatelstvo.

Prezentace zboží na středověkých trzích byla velmi prostá – často šlo o přístřešky či jednoduché dřevěné stánky, kde bylo zboží vystaveno na dřevěných pultech, na zemi, nebo bylo prodáváno přímo z vozu (Pavlů, 2009, s. 19). Prodávající (většinou sám výrobce) poutal ke svému stánku pozornost vyvoláváním ceny nebo kvalit daného produktu. V rámci odlišení se od konkurence prodejci setkávající se na trzích vytvářeli grafické symboly, které měly jednak vytvořit spojitost konkrétní značky s autorem výrobku, jednak měly symbolizovat určitou kvalitu. Grafická značka mohla také vyjadřovat příslušnost k určitému cechu (Pavlů, 2009, s. 16). Grafickou značkou, tzv. signetem, byly od první pol. 15. století opatřeny i prvotisky; silně dekorativní značku užíval k označení svých tisků tiskař, nakladatel a knihkupec v jedné osobě, jenž často do signetu vkládal své iniciály (Voit, 2008, s. 807). S postupnou expanzí trhů vzrostla také potřeba skladových prostor, ve kterých bylo třeba zboží do konání dalšího trhu uchovat.

Pokud jde o – z dnešního hlediska – propagaci trhu a prodejců, v 15. a 16. století nabyla na významu tzv. kupecká (soukromá) korespondence, která před vznikem periodického tisku zpravodajských novinářských agentur s distribucí prostřednictvím poštovní sítě byla hlavním a spolehlivým zdrojem informací týkající se obchodní činnosti: politické, ekonomické či obchodní zprávy, zprávy o konání trhů nebo příjezdů lodí se zbožím, byly hlavním předmětem komerční korespondence mezi šlechtou a kupci. Velká města se od poloviny 15. století zapojovala do mezinárodního obchodu prostřednictvím dělby práce (Pavlů, 2009, s. 18-19).

První generace veletrhů zahrnuje středověké trhy od jejich vzniku asi do 17. století. Kromě již zmíněných charakteristických rysů je pro tuto etapu příznačná nabídka celé produkce výrobce z důvodu neschopnosti vyprodukovat homogenní zboží (Pavlů, 2009, s. 30). V případě knihy lze tuto definici nejpřesněji aplikovat na obchod s rukopisy, ačkoli později i tištěná kniha vykazovala určité individuální znaky, např. pokud nebyla opatřena nakladatelskou, ale individuální knižní vazbou. Již s tímto obdobím se pojí nabídka různých výhod, nejčastěji v podobě množstevních slev. Na území Čech a Moravy je doloženo konání trhu v roce 1243, kdy Město Brno získalo od Václava I. právo pořádat Svatodušní trh. V roce 1291 se pak na stejném místě konal trh Svatohavelský. Roku 1362 získala od Karla IV. právo pořádat výroční trhy Ostrava. Další trhy na našem území se konaly při příležitosti církevních svátků a významných přelomů v roce spojených se zemědělskými pracemi. V druhé polovině 13. století se řemeslníci v Praze začali organizovat v ceších (Pavlů, 2009, s. 18).

Druhá generace veletrhů nastává s přechodem na manufakturní výrobní systém, který vedl ke zvýšení produktivity práce. Větší objem produkovaného zboží si vynutil intenzivnější směnu na trhu i změny v prezentaci zboží – postupně masově utvářený trh vyžaduje komunikační prostředky, které umožní oslovovat velké množství potenciálních spotřebitelů, a tak dochází k průniku hospodářských témat do periodického tisku. Symptomatická je pro tuto generaci veletrhů stejnorodost nabízených produktů – lze tudíž prezentovat pouze vzorek namísto kompletní produkce. Cílovou skupinou již není koncový spotřebitel, ale velkoobchodníci a obchodníci. S novou formou nabídky přichází také potřeba budování specializovaných výstavních areálů a zařízení. Přehlídky zboží začínají být chápány jako manifestace politické a ekonomické síly daného státního útvaru. Příkladem veletrhu druhé generace na našem území je *Velký trh tovarů království českého* pořádaný v roce 1754 na zámku ve Veltrusích hrabětem Chotkem (Pavlů, 2009, s. 30-31).

Třetí generace veletrhů vzniká v 19. století a trvá dodnes. Typickým rysem je přítomnost doprovodného programu, který s sebou přináší potřebné informace o prezentovaném zboží. Odborné poznatky jsou prezentovány formou kongresů, konferencí, vědeckých přednášek, symposií a doprovodného programu nejrůznější profilace. Hlavní cílovou skupinou je odborná, profesní veřejnost, nicméně se účastní i veřejnost široká, jejíž motivací je získávání informací a zábava. Za účelem pořádání *Jubilejní zemské výstavy* (původně nazvané *Všeobecná zemská výstava*), kterou lze označit jako veletrh, byl v Praze v 1891 vystaven nový výstavní areál ve Stromovce (Augusta a Honzák, 1991, s. 27-33). Za zmínku stojí vyjádření *Zvláštní komise Obchodní komory pražské*, která uvádí přednosti veletrhu jako formy prezentace; jsou jimi:

možnost konkurenčního srovnávání, informování spotřebitele, vzdělávání spotřebitele, podíl na zvyšování kulturnosti návštěvníků a jasný vyvolaný komerční přínos pro město (Pavlů, 2009, s. 34-38).

Veletřhy poslední, čtvrté generace jsou „veletřhy idejí, systémů a patentů“: s nástupem vědecko-technického rozvoje v šedesátých letech 20. století se převrací priorita klasického veletrhu; zatímco v předchozích veletržních generacích byl prioritní exponát, k němuž se hledala nejvhodnější forma komunikace, s nástupem čtvrté generace veletrhu je prioritní informace o něm, a exponát se stává prvkem sekundárním (Pavlů, 2009, s. 53).

4.1 Historie knižních veletrhů

Počátky knižních veletrhů v Evropě se pojí se vznikem knižního veletrhu ve Frankfurtu nad Mohanem, kde se podle Weidhaase (2007, s. 24-25) již od roku 1074 v rámci frankfurtských trhů obchodovalo s rukopisy. Z těchto trhů vznikl nejpozději v roce 1462 jarní a podzimní knižní veletrh. Frankfurtský, stejně jako Lipský knižní veletrh, jehož konání je doloženo od roku 1478 (Weidhaas, 2007, s. 14), přispěly k rozšíření knižního obchodu v Čechách – sporadická účast pražských tiskařů a nakladatelů je doložena od šedesátých let 16. století (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 56), od počátku 17. století díky nakladateli Levinu Hulsiovi vstoupila Praha svou pravidelnou účastí na Frankfurtském knižním veletrhu do širšího povědomí jako svébytné tiskařské centrum (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 61). Ačkoliv účast pražských tiskařů na obou veletržích po třicetileté válce klesla, obchodní spojení s Frankfurtem a Lipskem zůstávalo pro české tiskaře, nakladatele i knihkupce důležité ještě v 19. století. Vhled do historie Frankfurtského a Lipského knižního veletrhu je však kromě historické spřízněnosti s českými zeměmi důležitý také proto, že zde došlo ke vzniku obchodních praktik, které jsou součástí novodobých knižních veletrhů a knižního obchodu.

4.1.1 Frankfurtský knižní veletrh (Frankfurter Buchmesse)

Frankfurt nad Mohanem v době vzniku knižního veletrhu nepatřil mezi nejvýznamnější evropské producenty tištěných knih, ani se zde nenacházela univerzita; přesto se v 70. letech 15. století stal díky své strategické geografické pozici – nacházel se na křižovatce mezi dvěma významnými obchodními stezkami – jedním z nejdůležitějších evropských center obchodu s knihami. Do této pozice se dostal pravděpodobně i díky blízkosti s Mohučí, odkud pochází „první dochované projevy komplementárně pojaté technologie knihtisku.“ (Weidhaas, 2007, s. 35; Voit, 2006, s. 601). Knižní veletrhy vznikaly i v dalších evropských městech, kde sídlili tiskaři a nakladatelé, např. v Lyonu, Štrasburku, Basileji nebo Lipsku. Knižní veletrh ve

Frankfurtu však až do 18. století platil za nejdůležitější v Evropě, a to i přesto, že zde nikdy neprobíhal velkoobchodní prodej (Weidhaas, 2007, 33-35). Význam Frankfurtského knižního veletrhu spočíval v jeho roli coby intelektuálního centra a místa směny kontaktů, kde se setkávali učenci z celé Evropy (Weidhaas, 2007, s. 43-49). Mezi účastníky Frankfurtského knižního veletrhu patřili standardně tiskaři a nakladatelé, obchodníci s papírem, písmolijci a knihvazači (Flood, 2007, s. 11). Knihkupci a tiskaři-nakladatelé, kteří své knihy sami prodávali, se knižního veletrhu účastnili osobně nebo v zastoupení pověřené osoby, aby se vyhnuli cestování, které bylo nákladné a časově náročné (Weidhaas, 2007, s. 31). Od 16. století veletrh navštěvovali také soudobí autoři, zástupci knihoven zahraniční provenience a učenci, kteří byli pověřeni akvizicemi knih pro univerzity, kde působili (Weidhaas, 2007, s. 42). Pokud jde o účast tiskařů z území Čech a Moravy, doloženi jsou např. Daniel Adama z Veleslavína, Jiří Černý z Černého Mostu, Jan Otmar Dačický, Jiří Melantrich z Aventinu, Michael Peterle st., Pavel Sessius, Jan Schumann st. nebo Mikuláše Štraus ze Štrausenfeldu (Voit, 2008, s. 987).

Již na prvních knižních trzích v šedesátých letech 15. století tiskaři a nakladatelé prodávali věcně organizované seznamy knih – předchůdce dnešních katalogů – jež se postupně staly nedílnou součástí knižních veletrhů. První seznamy knih nebyly úplné, často chyběl jak původce díla, tak místo vytištění. Poskytovaly však poměrně přesný vhled do soudobé knižní produkce – jak z těchto katalogů vyplývá, nejčastějším předmětem obchodu v prvních letech po vzniku Frankfurtského knižního veletrhu se stala klasická díla antické literatury, dále traktáty, filosofické spisy a cestopisy (Weidhaas, 2007, s. 27). Seznamy neobsahovaly výpis všech účastníků daného veletrhu a jejich knižního zboží, ale pouze několik dodavatelů (Weidhaas, 2007, s. 50; Voit, 2008, s. 987). První frankfurtský veletržní katalog vyšel zásluhou augšpurského knihkupce Georga Willera roku 1564. Zhruba o dvacet let později vyšel první veletržní zpravodaj, jenž obsahoval aktuální informace o politické, společenské i obchodní situaci (Voit, 2008, 987). Knižní katalog obsahující kompletní informace ohledně titulů, původců i provenience, se stal běžnou součástí Frankfurtského knižního veletrhu v roce 1592 – knižní obor jako první nabízel katalog svých produktů, čímž z reklamního hlediska předstihl ostatní odvětví (Flood, 2007, 14).

Knižní trhy od svého vzniku podléhaly principu, dle kterého prodej a nákup knih směl probíhat pouze v rámci schválených trhů ve stanovených obdobích a v čase mezi konáním jednotlivých trhů byl prodej knih zakázán (Weidhaas, 2007, s. 97). Nakladatelé, kteří se trhů účastnili, své knihy po skončení trhu odváželi nebo, protože při převozu knih bez knižní vazby

hrozilo poškození, si pronajímali skladové prostory, kde byly knihy uloženy do doby konání dalšího trhu. S narůstajícím počtem knih opatřených knižní vazbou však přišla i nová forma distribuce a prodeje – s knihami v knižní vazbě se snáze cestovalo a knihkupcům tak bylo umožněno prodávat knihy i v období mezi trhy. Nakladatel dal své knihy knihkupci tzv. komise – knihkupec mohl neprodané zboží nakladateli vrátit na náklady nakladatele (Moeran, 2008, s. 7-8). Během 17. a 18. století se stal komisní prodej běžným způsobem distribuce v celé Evropě, a v mnohých zemích (včetně České republiky) trvá dodnes (Voit, 2006, s. 479).

17. století bylo poznamenáno politickými, náboženskými i obchodními spory, které vedly k postupnému úpadku Frankfurtského knižního veletrhu: v první polovině 17. století se vlivem cenzurního a celního řádu stal Frankfurtský knižní veletrh centrem jazykově německé literatury, která v románskojazyčné části Evropy nacházela čtenáře jen stěží. Tyto skutečnosti vedly k odchodu celých národních skupin vystavovatelů (po roce 1625 odmítli účast knihkupci z Benátek, po roce 1634 Francouzi aj. (Voit, 2008, s. 987). S těmito okolnostmi se však veletrh vyrovnal téměř bez újmy. Oslabení přinesly války vedené Ludvíkem XIV. koncem 17. století, které vedly k celkovému poklesu obchodní aktivity ve Frankfurtu (Weidhaas, 2007, s. 73) společně s neochotou ze strany knihkupců se přizpůsobit novému způsobu obchodování s knihami, kdy se prodej neomezoval již jen na dobu konání veletrhu. Tyto okolnosti vedly k úpadku místního knižního trhu a odlivu obchodní aktivity do Lipska. Také zavedení Gregoriánského kalendáře mělo negativní dopad na Frankfurtský knižní veletrh – nutné přesuny termínů způsobily, že mnozí obchodníci a knihkupci si vybrali pro svou obchodní činnost Lipsko (Weidhaas, 2007, s. 99). Z frankfurtského veletrhu se během druhé poloviny 18. století stala událost regionálního charakteru s nízkou účastí, jejíž poslední ročník se konal v roce 1774. Během 19. století upadl Frankfurtský knižní veletrh v zapomnění (Voit, 2008, s. 987; Weidhaas, 2007, s. 101).

4.1.2 Lipský knižní veletrh (*Leipziger Buchmesse*)

Stejně jako Frankfurt nad Mohanem, i Lipsko se stalo v polovině 15. století jedním z center knižního obchodu (Weidhaas, 2007, s. 105). Období rozkvětu střídala období úpadku, avšak v polovině 18. století s rozpadem knižního trhu ve Frankfurtu a odlivem knihkupců a nakladatelů do Lipska nabyl místní knižní veletrh na významu. Se zavedením komisního prodeje se nakladatelé čím dál častěji stahovali do ústraní a nechávali na veletrhu prodávat knihy své knihkupce. I jejich přítomnost na veletrhu se ale v průběhu 18. století stávala

vzácnější – často za sebe posílali na veletrh své reprezentanty pověřené prodejem knih (Weidhaas, 2007, s. 107).

Následujících sto padesát let se v Lipsku úspěšně rozvíjel knižní obchod. Roku 1765 založil knihkupec Philipp Erasmus Reich první svaz knihkupců ve snaze nastolit řád na knižním trhu, který v souvislosti s konáním Lipského knižního veletrhu ovládal chaos. Organizace se také měla zabývat pirátskými kopiemi knih (Weidhaas, 2007, s. 109). V polovině 19. století návštěvnost na veletrhu začala prudce klesat – budování železnic spolu s rozvojem poštovní sítě představovalo pro Lipský knižní veletrh silnou konkurenci; fungování veletrhu, které se od středověku příliš nezměnilo, se ukázalo jako zastaralé. Částečné řešení přineslo nové pojetí knižního veletrhu jako vzorkové akce s doprovodným programem, kdy se Lipský knižní veletrh proměnil v místo komunikace mezi jednotlivými odvětvími knižního oboru (Weidhaas, 2007, s. 114-115). V posledních desetiletích 19. století Lipský knižní veletrh postupně zanikl.

Ve 20. století se obě města pokusila obnovit veletržní tradice, což se v plném rozsahu podařilo až po druhé světové válce; Lipský knižní veletrh se začal znovu konat v roce 1946, Frankfurtský knižní veletrh o tři roky později. V období studené války Lipský knižní veletrh umožňoval západním nakladatelům, kteří zde směli od roku 1952 vystavovat, obchodovat se státními nakladatelstvími východního bloku. Návštěvníci veletrhu se mohli na stáncích či v rámci doprovodného programu setkat se spisovateli či diplomaty ze západních zemí, nicméně „kontakt“ s osobnostmi západního bloku podléhal státním restrikcím, stejně jako vystavené knihy – ty, které si návštěvníci nemohli na základě státních nařízení koupit, četli nebo ručně opisovali na veletrhu (Zipser, 2013; Schönhöfer, 2019). Díla západních autorů byla podle Schönhöfer (2019) častým předmětem krádeže.

Frankfurtský knižní veletrh si během studené války postupně získával pověst „Mekky mezinárodního knižního obchodu“ (Weidhaas, 2007, s. 205). Zastoupení nakladatelů a knihkupců z východního Německa a zemí východního bloku podléhalo fluktuaci v závislosti na politickém napětí; prvního ročníku veletrhu se účastnila asi desítky lipských nakladatelů, nicméně poté až do roku 1955, kdy se veletrhu účastnilo celkem 45 nakladatelů ze zemí východního bloku včetně Československa, se veletrhu nakladatelé z východního Německa neúčastnili. Politické napětí se po výstavbě Berlínské zdi stupňovalo až do roku 1967, kdy organizátoři Frankfurtského knižního veletrhu vydali prohlášení, které vylučovalo účast nakladatelství, jež „vznikla“ vyvlastněním původního majitele. Od téhož roku byli na Frankfurtský knižní veletrh posíláni východoněmečtí nakladatelé jako špehové, kteří sledovali

aktivitu východoněmeckých autorů. V posledním desetiletí před znovusjednocením Německa došlo mezi východním a západním Německem k uzavření několika dohod umožňujících obchod s knihami a vzájemnou účast na knižních veletrzích (Weidhaas, 2007, s. 156-167).

Dnes se Frankfurtský knižní veletrh konající se každoročně na podzim zaměřuje převážně na rozvoj mezinárodního obchodu s právy – v současnosti je v tomto ohledu největším a nejdůležitějším knižním veletrhem ve světě (Moeran, 2008, s. 10). Dosah Frankfurtského knižního veletrhu na mezinárodní odbornou veřejnost vystihují slova Weidhaase: „cokoliv se stane na Frankfurtském knižním veletrhu, rezonuje v knižních kruzích po celém světě“ (Weidhaas, 2007, s. 196). Inovativní praktiky zaváděné organizátory Frankfurtského knižního veletrhu se staly pevnou součástí dramaturgie ostatních mezinárodních veletrhů – např. vznik a předávání literárních cen v rámci veletrhu ²² (1950) (Weidhaas, 2007, s. 146), koncept hlavního tématu veletrhu (1976) (Weidhaas, 2007, s. 196) nebo prezentace zahraničního čestného hosta (1987) (Weidhaas, 2007, s. 213). Lipský knižní veletrh je v současnosti druhým největším německým knižním veletrhem. Probíhá každoročně na jaře a orientuje se zejm. na propagaci čtenářství a literární osvětu s důrazem na dětského čtenáře. Souběžně s Lipským knižním veletrhem probíhá čtenářský festival *Leipzig Liest* a antikvární veletrh.

4.1.3 Ostatní mezinárodní knižní veletrhy

Po druhé světové válce začaly vznikat mezinárodní knižní veletrhy po celém světě, například Varšava založila mezinárodní knižní veletrh jako první po Německu (1956), následoval Bělehrad a Toronto (1957) a italský *Bologna Children's Book Fair* (1964). *Londýnský knižní veletrh*, druhý nejdůležitější veletrh z hlediska obchodu s právy byl založen v roce 1972, o dva roky později vznikl knižní veletrh v Buenos Aires. V osmdesátých letech počet veletrhů dále narůstal; v roce 1981 vznikl pařížský *Salon du Livre*, následující rok vznikl knižní veletrh v Istanbulu. V roce 1985 vznikl v Göteborgu první mezinárodní knižní veletrh v oblasti Skandinávie, v roce 1987 byl uspořádán první mezinárodní knižní veletrh v Guadalajaře, rok na to v Teheránu. V devadesátých letech se síť knižních veletrhů rozrůstá v Asii a na Středním východu – Hong Kong (1990), Abu Dhabi (1991), Tokyo (1994) a Peking (1995). V průběhu prvního desetiletí nového milénia vznikají dále mezinárodní knižní veletrhy

²² Většina prestižních literárních cen však není spojena s knižními veletrhy (Moeran, 2008, s. 20)

v Bangkoku (2003), Bukurešti (2006), Kapském městě (2006), Soluni (2006), Kuala Lumpur (2008) a Vídni (2008) (Moeran, 2008, s. 8).

5 Historie Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha

5.1 Vznik Mezinárodního knižního veletrhu Svět knihy Praha (1995)

První ročník *Mezinárodního knižního veletrhu Svět knihy Praha* se konal 10. – 13. 5. 1995 na pražském Výstavišti (Kronika Mezinárodního knižního veletrhu Svět knihy Praha, 2008, s. 1). Pořadatelem akce byl *Svaz českých knihkupců a nakladatelů (SČKN)*, jenž vznikl sloučením původního *Svazu knihkupců a nakladatelů* založeného v roce 1879 a obnoveného počátkem devadesátých let, *Svazu nakladatelů, vydavatelů a knihkupců* fungujícího v Československu do pádu komunistického režimu, a *Asociace české knihy*. Poslední zmíněná organizace byla založena 21. 10. 1991 z iniciativy šesti pracovníků různých knižních oborů: knihkupcem Janem Kanzelsbergerem, knihkupcem Jaromírem Hatlem, Ladislavem Horáčkem z nakladatelství *Paseka*, knihkupcem a poslancem *České národní rady* Petrem Koháčkem a Jitkou Uhdeovou z nakladatelství *Atlantis*. Ve snaze podílet se na „kultivaci rodičího se knižního trhu“ si *Asociace české knihy* dala za úkol vytvořit obchodní řád, zajistit rovné podmínky pro své členy, podílet se na vybudování nového knižního velkoobchodu (v domnění, že dojde k jeho obnově), poskytovat členům pravidelné informace např. formou bulletinu a poskytovat právní služby (Kanzelsberger, 2020) ²³.

Impuls k založení knižního veletrhu vzešel podle Kanzelsbergera (2020, s. I), jeho iniciátora a později předsedy *SČKN*, tzv. „zespoda“, tedy od českých nakladatelů, kteří reagovali na bezprostřední potřeby porevolučního českého knižního trhu. Za podstatné Kanzelsberger ve spolupráci se původními zakladateli *Asociace české knihy*, později členy *SČKN*, považovali uskutečnění tří spolu souvisejících kroků: založení profesní instituce, zajištění vzdělávání a následné kultivace knižního oboru a prezentaci českého knižního trhu ve světě – pořádání mezinárodního knižního veletrhu.

Veletrh *Svět knihy Praha* vznikl také jako odpověď na situaci, kdy na českém knižním trhu operovala britská firma *Avencourt Exhibiton* pořádající od roku 1991 v Paláci kultury *Mezinárodní knižní veletrh* organizovaný americkým spisovatelem Michaellem Marchem ²⁴. Podle Kanzelsbergera měla společnost *Avencourt Exhibition* na pořádání knižního veletrhu hlavně komerční zájem a nereflektovala zájmy subjektů českého knižního trhu. Fakt, že

²³ Informace týkající se *Asociace české knihy* nejsou součástí přepisu hovoru s Janem Kanzelsbergerem obsaženým v této práci – byly doplněny v rámci úpravy rozhovoru telefonicky.

²⁴ March založil v polovině devadesátých let *Festival spisovatelů Praha*.

zahraniční pořadatel organizuje tuzemský knižní veletrh při neznalosti specifík místního knižního trhu a navíc nejeví zájem o komunikaci s českou profesní organizací – SČKN, vyvolával na české straně nevoli, jež vyústila v založení veletrhu *Svět knihy Praha*. Již prvního ročníku veletrhu *Svět knihy Praha*, který se konal souběžně s *Mezinárodním knižním veletrhem*, se účastnilo více vystavovatelů (258 firem) i návštěvníků, což pro zahraniční knižní veletrh znamenalo zánik (Kanzelsberger, 2020, s. IV-V; Kronika mezinárodního knižního veletrhu *Svět knihy Praha*, 2008, s. 1).

Na přípravě prvního ročníku veletrhu *Svět knihy Praha* se podílel organizační tým²⁵, který tvořili již zmiňovaní Jan Kanzelsberger a Jitka Uhdeová, dále nakladatelka Milada Matějovicová (nakladatelství *Albatros*), překladatel, tlumočnick a nakladatel Ivo Železný (*Ivo Železný, nakladatelství a vydavatelství*), Petra Baková z agentury *ITEA* (organizace veletrhů a výstav), nakladatel a spisovatel Vladimír Pistorius (nakladatelství *Mladá fronta*), nakladatel Jiří Kučera (*Kartografie Praha*), zakladatel společnosti *Albertina icome* (elektronické informační zdroje) Vladimír Karen, knihkupec Vratislav Ebr (*Arbesovo knihkupectví*), knihkupec Bohumil Fišer (*knihkupectví Fišer*), knihkupec Jiří Razskazov (knihkupectví *Helios*), nakladatel a publicista Tomáš Kosta (působil v německých nakladatelstvích *Bundverlag* a *Kindlerverlag*), Jiří Kolman ze společnosti *I.T.E. Technical Services* (zprostředkovatelská činnost v oblasti výstav a kulturně-společenských akcí), překladatelka, spisovatelka a nakladatelka Markéta Hejkalová (*nakladatelství Hejkal*), Marcela Jurčíková z reklamní agentury *Aspecto*, produkční Jitka Bajgarová a spisovatel a publicista Petr Hořejš.

První ročník veletrhu se konal částečně v Křižíkových pavilonech, protože organizátoři nepředpokládali vysokou účast a v hlavním křídle Průmyslového paláce, kde se souběžně konala *Interkamera*, přehlídka audiovizuální techniky. Organizátoři se potýkali s „dezolátním stavem“ vystavovatelského prostoru, zajišťováním služeb (občerstvení), propagací veletrhu i tvorbou doprovodného programu, který neměl dramaturgickou linku (Kanzelsberger, 2020, s. IX; Katalog *Svět knihy '95*, 1995, s. 4).

Již prvního ročníku veletrhu *Svět knihy Praha* se na základě předchozích kontaktů s Kanzelsbergerem účastnili organizátoři Lipského i Frankfurtského knižního veletrhu Peter Weidhaas a Oliver Zille, a představitelé německého svazu nakladatelů a knihkupců. Zille organizátory pražského veletrhu podpořil jednak materiálně – koupí počítače k vytvoření

²⁵ Členové „organizačního výboru“ (Katalog *Svět knihy '95*, 1995, s. 4) jsou zde uvedeni v pořadí, v jakém jsou zapsaní v Katalogu prvního ročníku veletrhu *Svět knihy Praha* a ve spojení se společnostmi, v jakých působili v době konání prvního ročníku veletrhu.

databáze, jednak propagačně – předáním kontaktů na zahraniční nakladatele (Kanzelsberger, 2020, s. VI-VII; Kalinová, 2020, s. LXXXIV). Mezi českými a německými organizátory veletrhů panovaly od počátku devadesátých let dobré vztahy; Kanzelsberger vyvrací v reakci na novinové články, že by kdy německá odborná veřejnost vnímala Čechy jako konkurenty (2020, s. VI). Lze shrnout, že veletrh *Svět knihy Praha* vznikl jako profesní aktivita *Svazu českých knihkupců a nakladatelů*: impuls k založení veletrhu vzešel od odborné veřejnosti a k ní měl i směřovat, ačkoli po vzoru Lipského knižního veletrhu byl veletrh *Svět knihy Praha* od počátku určen i široké veřejnosti.

5.2 Dana Kalinová jako ředitelka knižního veletrhu Svět knihy Praha (1996)

V rámci zajištění kontinuálního vývoje veletrhu na profesionální úrovni bylo rozhodnuto, že již zmíněný organizační tým, jehož členové se každý věnovali své profesi, předá organizaci veletrhu do rukou jedné osoby, jež se bude činnosti plně věnovat. Na základě doporučení byla kontaktována Kalinová, původní profesí knihovnice, která měla dle slov Kanzelsbergera vše potřebné k organizaci veletrhu – od vědomostí, jazykových znalostí a kontaktů v oboru po reprezentativní vystupování (Kanzelsberger, 2020, s. IX). V roce 1995 začala Kalinová pracovat pro *SČKN* jako manažerka veletrhu *Svět knihy Praha* a v roce 1996 připravila v pořadí druhý ročník veletrhu.

5.3 Vznik a charakteristika společnosti Svět knihy, s.r.o. (1997)

První dva ročníky veletrhu *Svět knihy Praha* pořádal *SČKN* jako součást své činnosti. Roku 1997 založil *Svaz* po vzoru *Frankfurtského knižního veletrhu*, který je pořádán německým svazem nakladatelů a knihkupců (*Börsenverein des Deutschen Buchhandels*), společnost *Svět knihy, s.r.o.* pro účely pořádání knižního veletrhu a outsourcing vlastních komerčních aktivit. Tím došlo k realizaci původního záměru organizátorů – aby společnost finančně i propagačně podporovala svého vlastníka, tedy *SČKN* (Kanzelsberger, 2020, s. VIII). *SČKN* je složen z dobrovolníků, včetně voleného představenstva, které přijímá finance od členů. Pokud členové vystavují na knižním veletrhu *Svět knihy Praha*, je jim poskytnuta sleva z ceny za výstavní plochu – tato strategie navýšila zájem nakladatelů o členství ve *Svazu* (Kalinová, 2020, s. XC).

Činnost společnosti *Svět knihy, s.r.o.* podle zápisu v Živnostenském rejstříku zahrnuje tyto aktivity: *vydavatelské činnosti, polygrafická výroba, knihařské a kopírovací práce; zprostředkování obchodu a služeb; velkoobchod a maloobchod, reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení; provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu; mimoškolní výchova a vzdělávání; pořádání kurzů, školení, včetně lektorské*

činnosti; provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí (Rejstřík firem, 2020). Se vznikem společnosti *Svět knihy, s.r.o.* se z dosavadní manažerky knižního veletrhu stala jednatelka společnosti a ředitelka veletrhu *Svět knihy Praha*. Činnost jednatelky zahrnovala správu soukromé firmy, tvorbu a sledování rozpočtů a fundraising. Jednatelka byla zároveň dramaturgem a kreativcem, do čehož spadá orientace na českém i zahraničním knižním trhu a navazování kontaktů. Společnost měla dva stálé zaměstnance včetně ředitelky, kteří se společně s najatými externisty (např. specialisté v oblasti PR) podíleli na přípravě veletrhu.

Obrat společnosti sestává z podílu příjmů vystavovatelů a odběratelů služeb, z podílu grantů a alternativních dotací (cca 7 %) a exportu knih. Náklady tvoří slevy členům *SČKN*, výdaje na literární festival, režie a podpora *SČKN* (Archiv společnosti *Svět knihy, s.r.o.*, 2005). Jednatel společnosti a ředitel veletrhu v jedné osobě by za účelem úspěšného pořádání veletrhu měl kooperovat s členy představenstva *SČKN* jakožto odborným garantem akce. To může způsobovat konflikt zájmů vzhledem k tomu, že představenstvo *Svazu*, a tudíž i jeho představy a nároky, se proměňují.

5.4 *Prezentace české literatury na zahraničních veletrzích (1998-2013); export knih do zahraničí*

V roce 1998 společnost *Svět knihy, s.r.o.* své aktivity rozšířila o realizaci expozic na zahraničních veletrzích formou kolektivních stánků. Společnost tuto zakázku vyhrála ve výběrovém řízení vypsáném Ministerstvem kultury ČR, které zahraniční prezentace financuje. Za 16 let společnost v čele s jednatelkou Kalinovou realizovala přes 50 expozic ve 14 zemích a účastnila se jako čestný host knižních veletrhů v Paříži, v Tchaj-pej a v Moskvě (Archiv společnosti *Svět knihy, s.r.o.*, 2005). Za účelem prezentace českého knižního trhu v zahraničí vznikly propagační materiály v angličtině s názvem *Czech Book World News* s podrobnými údaji o tuzemském knižním trhu (Kalinová, 2020, s. LXXVII). Realizace expozic v zahraničí umožňovala rovněž propagaci veletrhu *Svět knihy* v zahraničí a akvizici zahraničních vystavovatelů. Poslední zahraniční expozici společnost uskutečnila v roce 2012; od té doby prezentaci české literatury v zahraničí realizuje *Moravská zemská knihovna*, která uspěla v rámci výběrového řízení *Ministerstva kultury* na základě splnění hlavního hodnotícího kritéria, a sice ceny zakázky (Císař, 2014, s. 7).

Další rozšiřující činností společnosti se stal v roce 1998 vývoz knih českých nakladatelů do zahraničí. Jednalo se původně o soukromou aktivitu Kalinové, která se knižním obchodem

zabývala od roku 1991. Po vzniku společnosti převedla její jednatelka kontakty na ni. Podle Kalinové vývoz knih korespondoval s „misi“ veletrhu, protože zviditelňoval českou literární scénu a zpřístupňoval českou literaturu zahraničním zájemcům. Vývoz se týkal výhradně české původní tvorby – beletrie, poezie, sociálních a humanitních věd – a mezi hlavní klienty patřily americké a kanadské knihovny (slavistické fondy) a knihkupectví v několika evropských zemích, v Japonsku a na Tchaj-wanu (Císař, 2014, s. 7).

5.5 *Conference of International Book Fairs – spolupráce s řediteli mezinárodních knižních veletrhů (1998)*

V roce 1998 byla Kalinová pozvána ředitelem Frankfurtského knižního veletrhu k účasti na v pořadí 3. setkání skupiny ředitelů mezinárodních knižních veletrhů. Tato doposud neformální skupina si v roce 2002 zvolila oficiální název *Konference ředitelů mezinárodních knižních veletrhů (Conference of International Book Fairs)* a v čele s předsedou Weidhaasem a tajemníkem Davidem Ungerem²⁶ ve svém programovém prohlášení definovala svůj cíl, jímž byla „mezinárodní spolupráce neziskového charakteru; organizátoři knižních veletrhů se spojují ve snaze propagovat knihy a čtenářství ve svém regionu i ve světě“ (Weidhaas, 2008, s. 23). Skupina, která se scházela každé dva roky, nabízela možnost „otevřené a upřímné diskuse, sdílení zkušeností týkajících se pořádání knižních veletrhů a možnost se jeden od druhého učit v přátelské atmosféře“ (Weidhaas, 2008, s. 23). Při příležitosti konání 8. setkání v Seoulu v roce 2008 byla ředitelka pražského veletrhu zvolena viceprezidentkou této neformální organizace, přičemž tuto pozici zastávala do roku 2013 (Weidhaas, 2008, s. 34). Na základě členství v této skupině navázala Kalinová řadu kontaktů, jenž umožnily propagaci pražského veletrhu a českého knižního průmyslu v zahraničí formou mezinárodních konferencí, rozhlasu a televizního vysílání (Kalinová, 2020, s. LXXXI).

5.6 *Finanční osamostatnění od příspěvkové organizace Výstaviště Praha (2000)*

Finanční toky veletrhu *Svět knihy* byly do roku 2000 realizovány přes účet příspěvkové organizace *Výstaviště Praha* jako spolupořadatele – po skončení veletrhu byl zisk rovnocenně rozdělen mezi SČKN (po roce 1997 mezi *Svět knihy, s.r.o.*) a organizaci města Praha, které se od počátku na pořádání veletrhu dotačně podílelo prostřednictvím grantů. V průběhu let byla veletržní část akce dotačně oddělena od doprovodného festivalu (což bylo zohledněno

²⁶ Americký reprezentant *Guadalajara International Book Fair*, autor a překladatel.

i v názvu veletrhu – původní podtitul „mezinárodní knižní veletrh“ byl rozdělen na „mezinárodní knižní veletrh a literární festival“); veletržní část byla finančně podporována příjmy za prodej výstavní plochy, zatímco festivalová, nekomerční část, čerpala částečně z prodeje plochy a z alternativních zdrojů, např. tuzemských a zahraničních dotačních programů, pronájmu programových sálů a prodeje vstupenek (Kalinová, 2020, s. LXXXII). Hospodářský výsledek společnosti pomáhal podporovat činnost svého majitele – SČKN. Proto se společnost *Svět knihy, s.r.o.* zabývala i dalšími obchodními činnostmi. Finanční osamostatnění od Výstaviště Praha bylo podstatné z hlediska zvýšení cashflow, díky čemuž měla společnost *Svět knihy, s.r.o.* i vyšší bonitu vůči bance při žádostech o zahraniční dotace (Kalinová, 2020, s. XC).

5.7 *Spolupráce s evropskou iniciativou Literature Across Frontiers (2001)*

V roce 2001 byla podepsána smlouva o spolupráci s *Literature Across Frontiers (LAF)* – britskou platformou, která se zaměřuje na propagaci literatury psané v „méně překládaných jazycích“²⁷ a zprostředkování dialogu mezi partnerskými zeměmi formou účasti na knižních veletrzích atp. Díky spolupráci s *LAF* veletrh *Svět knihy Praha* mohl nabídnout návštěvníkům mezinárodně obsazený doprovodný program. Kalinová (2020, s. LXXXI) hodnotí spolupráci s *LAF* jako velmi přínosnou; uvádí například, že na jejím základě pražský veletrh představil významné spisovatele, jako je Olga Tokarczuk, která se stala v roce 2018 držitelkou Nobelovy ceny za literaturu).

5.8 *Národní knižní veletrh Svět knihy Brno (2003 – 2006) a zahájení kampaně Rosteme s knihou (2005)*

Na podzim roku 2003 poprvé společnost *Svět knihy, s.r.o.* uspořádala na brněnském Výstavišti regionální verzi pražského knižního veletrhu – *národní knižní veletrh Svět knihy Brno*. Se založením veletrhu *Svět knihy Brno* vznikla příležitost pro prezentaci a prodej knih pro vystavovatele, pro které byl *Svět knihy Praha* z finančních, logistických nebo jiných důvodů nedostupný. První ročník brněnského veletrhu byl dobře zastoupen vystavovateli (89

²⁷ Podle studie *LAF* z roku 2015 (viz *Publishing translated literature in the United Kingdom and Ireland 1990 - 2012 statistical report*, A. Büchler a G. Trentacosti) tvořil v letech 2000 - 2012 podíl literárních překladů z evropských jazyků do angličtiny 4 % z celkové knižní produkce vydané ve Velké Británii. Pět nejprekládanějšími jazyky byly němčina, francouzština, španělština, italština a švédština, přičemž z francouzštiny bylo během zmíněných dvanácti let přeloženo 1217 titulů a ze švédštiny 359. Čeština se v tomto žebříčku umístila na 16. místě s celkově 31 přeloženými tituly.

firem), avšak návštěvnická účast byla nižší, než organizátoři předpokládali. Druhého ročníku se zřejmě v reakci na nízkou návštěvnost účastnilo méně vystavovatelů, což mohlo vést ke zklamání návštěvníků, jejichž počet naopak ve srovnání s prvním ročníkem vzrostl (Císař, 2014, s. 6). V roce 2005 zahájila společnost *Svět knihy, s.r.o.* u příležitosti pořádání 3. ročníku brněnského knižního veletrhu kampaň na podporu čtení u dětí s názvem *Rosteme s knihou*.

Přes vysoká očekávání pořadatele a podporu ze strany města Brna, jehož primátor akci zaštil, *Svět knihy Brno* nedokázal zaujmout stálé místo na českém knižním trhu a po čtyřech ročnicích pro nízkou návštěvnost zanikl. Podle PR manažerky veletrhu *Svět knihy Praha* Jany Chalupové (2020, s. LXVII), *Svět knihy Brno* potřeboval více času, aby se zavedl. Šéfredaktor a spolunajitel brněnského nakladatelství *Host* Miroslav Balašík možnou příčinu neúspěchu veletrhu *Svět knihy Brno* spatřuje v kombinaci faktorů pořádání veletrhu mimo centrum města a nevhodného načasování v období před Vánoci, v konkurenci s jinými akcemi. Hlavně se však podle brněnského nakladatele nepodařilo organizátorovi akce získat důležité české nakladatele a zajistit dostatečně atraktivní program a propagaci (Balašík, 2020, s. L).

5.9 Změna vedení veletrhu *Svět knihy Praha* (2016)

V roce 2016 došlo k zřejmě nejzásadnější personální obměně v historii veletrhu *Svět knihy Praha* – po dvaadvaceti letech jeho zakladatelka²⁸ Kalinová opustila pozici ředitelky veletrhu a jednatelky společnosti *Svět knihy, s.r.o.* Důvodem k odchodu byla dle jejích slov rozdílná představa ohledně koncepce a směřování veletrhu jí jakožto ředitelky a představenstva *SČKN*. Odlišné pojetí se týkalo reprezentace českého knižního trhu v zahraničí a nezájmu *SČKN* o navazování a udržování mezinárodních vztahů a kontaktů. Jako nevyhovující vnímala i nedostatečnou podporu ze strany *SČKN* v souvislosti s dramaturgií a financováním (Kalinová, 2020, s. XCI). Při odchodu Kalinové nedošlo dle jejích slov z důvodu nezájmu nového vedení k „předání vybudovaných kontaktů“, což vnímá jako „špatný moment v předání know-how organizace takto velké akce“ (Kalinová, 2020, s. LXXXIII).

Během svého působení připravila Kalinová se svým týmem 21 ročníků. Za svou činnost získala v roce 2007 Cenu Ministerstva kultury za přínos k rozvoji české kultury a Výroční cenu za propagaci knižní kultury. V roce 2017 jí byl udělen španělským králem Filipem VI. Řád Isabely Katolické za „dlouhé a nesmírně plodné působení ve prospěch kultury a literatury“ (Vašková, 2017). Podle Kanzelsbergera se pod vedením Kalinové stal z veletrhu

²⁸ Vzhledem k tomu, že Kalinová veletrh pořádala již od 2. ročníku, termín „zakladatelka“ je zde podle autorky práce na místě.

Svět knihy Praha veletrh zcela srovnatelný s lipským nebo boloňským knižním veletrhem (Kanzelsberger, 2020, s. IX).

5.10 Svět knihy Praha v čele s ředitelem Radovanem Auerem (2016)

Novým ředitelem veletrhu *Svět knihy Praha* a jednatelem společnosti *Svět knihy, s.r.o.* se v roce 2016 stal Radovan Auer, který se v minulosti věnoval mj. filmové produkci a marketingu. V režii Auera se uskutečnily k roku 2020 tři ročníky veletrhu. Pokud jde o koncepci veletrhu, podle svých slov se doposud soustředil na rozvoj programové a obsahové části, kvůli čemuž rozšířil původní tým o dramaturga Guillaumea Basseta; francouzského spisovatele, který v minulosti působil jako zástupce ředitele *Festivalu spisovatelů Praha*. Dobře zvládnutou dramaturgií podle Auera *Svět knihy* vyniká nad ostatními veletrhy podobného typu, kde je program složen hlavně z pořadů, které přihlásí vystavující nakladatelé (Auer, 2020, s. LXVIII). Zároveň je podle současného ředitele třeba proměnit podobu veletrhu *Svět knihy Praha* tak, aby působil jako „současná akce.“

Patrnou změnou je využití širšího prostoru v okolí Výstaviště, a to jak pro festivalovou, tak vystavovatelskou část: některé doprovodné akce opustily Průmyslový palác, např. besedy s autory jsou pořádány v lapidáriu Národního muzea nebo na *Gauči ve Stromovce (Humbok stage)*. Nově byl před Průmyslovým palácem vystavěn pavilon *Café Evropa* a pavilon *Rosteme s knihou*. Před levé křídlo Průmyslového paláce byl umístěn *Stan malých nakladatelů*; vystavovatelský prostor, který vznikl z iniciativy menších nakladatelství. V pravém křídle Průmyslového paláce bylo nově zavedeno také *Profesní fórum* – prostor vyhrazený pro pořádání programu pro odbornou veřejnost.

Do budoucna se chce současný ředitel zaměřit i na rozvoj obchodního centra (Rights Centre) a obchod s právy; klíčová je podle něj prezentace české literatury ve středoevropském a východoevropském kontextu (Auer, 2020, s. LXVIII). Stejně jako jeho předchůdkyně se i Auer účastní setkání *Conference of International Book Fairs*, které hodnotí jako velmi přínosné. V roce 2020 také navázal spolupráci s organizací *Aldus* – sítí evropských veletrhů (Auer, 2020, s. LXVI).

5.11 Vznik Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Plzeň (2018)

V září roku 2018 se z Auerovy iniciativy v bývalé dopravní vozovně, která nyní slouží jako kreativní zóna s názvem *DEPO15*, uskutečnil první ročník *Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Plzeň*. Dvoudenní obdoba pražského knižního

veletrhu staví na podobné koncepci včetně prezentace zahraničního čestného hosta. Od pražského *Světa knihy* se však liší tím, že zde nakladatelé neprezentují své knihy tradičně ve stáncích, ale jsou rozloženy na stolech. Také zde není vyčleněno speciální místo k vyjednávání či setkání odborníků. Impuls k pořádání plzeňského veletrhu získal Auer (2020, s. LXXII) na základě srovnání s hudebními a filmovými akcemi – literární akce podle něj v regionech chybí a Plzeň je v porovnání např. s moravskými městy pro nakladatele dostupnější. Podle PR manažerky veletrhu *Svět knihy Praha* je v Plzni jakožto kulturním a univerzitním městě potenciál pro rozvoj takovéto akce, ale stejně jako pražský veletrh bude potřebovat čas na získání renomé (Chalupová, 2020, LXVII). Doposud (09/2020) se uskutečnily dva ²⁹ ročníky veletrhu *Svět knihy Plzeň*; dle závěrečné tiskové zprávy pořadatele zájem o účast ze strany vystavovatelů i návštěvníků narůstá (v roce 2019 se účastnilo 63 vystavovatelů a zhruba 8 000 návštěvníků) a již nyní se jedná o akci, která si v rámci plzeňského regionu našla své místo (Závěrečná tisková zpráva, 2019).

5.12 Charakteristika současné podoby Mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy Praha

Mezinárodní knižní veletrh a literární festival Svět knihy Praha je pořádán společností *Svět knihy, s.r.o.* vlastněnou *Svazem českých knihkupců a nakladatelů*. Koná se každoročně po čtyři květnové dny v Průmyslovém paláci na pražském Výstavišti a přilehlých prostorech. Jak je patrné z názvu, je určený jak odborné, tak široké veřejnosti. Odborné veřejnosti je určen odborný program, má k dispozici business centrum pro B2B jednání s literárními agenty, nakladatelům je umožněn přímý prodej knih koncovým zákazníkům. Obchod s autorskými právy je v rámci veletrhu možný, avšak vzhledem k velikosti českého knižního trhu není příliš rozvinutý. Vystavují zde převážně tuzemští nakladatelé prezentující národní produkci. *Svět knihy Praha* se prezentuje jako univerzální knižní veletrh bez zaměření na konkrétní segment knižního trhu. Mezinárodní účast bývá zajištěna národními či kolektivními expozicemi z různých zemí, jejichž prezentaci zprostředkovávají státní instituce, literární centra nebo svazy nakladatelů. Každoročně (s několika málo výjimkami) veletrh *Svět knihy Praha* představuje po vzoru *Frankfurter Buchmesse* čestného hosta a hlavní téma veletrhu, o něž se částečně opírá doprovodný program. Ten je zčásti tvořen pořady, které přihlásí sami nakladatelé, a zčásti dramaturgií veletrhu (Chalupová, 2020, s. LXIV). Odborný program, stejně jako základní referenční materiály sloužící k lepší orientaci návštěvníka (katalog vystavovatelů, programový

²⁹ Třetí ročník byl v souvislosti s vládními opatřeními ohledně šíření koronaviru zrušen.

katalog a blog)³⁰ jsou k dispozici v bilingvní verzi (v češtině a angličtině) (Kalinová, 2020, s. LXXXIV). Podle statistických údajů uváděných na oficiálních stránkách veletrhu *Svět knihy Praha* poslední a zároveň jubilejní pětadvacátý ročník (2019) navštívilo více než 50 000 návštěvníků a účastnilo se ho více než 400 vystavovatelů na výstavní ploše okolo 4000 m² (Svět knihy, 2020).

Literární festival nabízí doprovodný program konající se na Výstavišti i mimo ně. V rámci něj *Svět knihy Praha* pořádá besedy a diskuse s autory, odborníky a známými osobnostmi, autogramiády, výstavy atp. Součástí programu je i předávání řady literárních ocenění, z nichž za všechny jmenujme *Cenu Jiřího Theinera* udělovanou od roku 2011 společností *Svět knihy, s.r.o.* osobě nebo instituci, jejíž působení významně přispívá k propagaci české literatury v zahraničí. Literární festival každoročně hostí až 800 spisovatelů, ilustrátorů, překladatelů, odborníků a dalších aktérů knižního průmyslu v rámci více než 600 doprovodných pořadů. Na veletrh a festival přijíždějí hosté z více než 30 zemí světa (Svět knihy, 2020). Veletrh *Svět knihy Praha* je v současné době v České republice největší a z hlediska knižního průmyslu nejdůležitější akcí svého druhu – slovy PR manažerky veletrhu „v České republice v tomto oboru není nikdo, kdo by nevěděl, co je *Svět knihy*.“ (Chalupová, 2020, s.LXIII).

³⁰ Tradiční tištěné *Veletržní listy* byly s příchodem Radovana Auera nahrazeny internetovým blogem.

6 Metodologie

6.1 Metoda a sběr dat

Jak bylo zmíněno v úvodní kapitole, klíčovým zdrojem dat byly pro autorku výpovědi účastníků výzkumu. Data byla získávána formou polostrukturovaných rozhovorů, tedy metodou, která umožňuje výzkumníkovi získávat odpovědi související se stanovenou výzkumnou otázkou a zároveň poskytuje jak jemu, tak účastníku výzkumu prostor pro doplnění, zjišťování podrobností a „svobodný pohyb“ v případě, že se v rámci rozhovoru objeví předem neplánované, avšak z hlediska výzkumu relevantní téma. Koncept scénáře rozhovoru vycházel z teoretických poznatků získaných studiem odborné a byl modelován s ohledem na individuální přínos jednotlivých účastníků výzkumu pro diplomovou práci – autorka v rámci přípravné fáze rozhovoru čerpala informace o účastnících výzkumu a společnosti/instituci, kterou reprezentovali, z volně dostupných zdrojů. Koncept scénáře se dále vyvíjel v souvislosti se získanými informacemi z již proběhlých rozhovorů. Přesto, že se koncept scénáře rozhovoru u jednotlivých účastníků lišil, byl kladen důraz na zachování kontinuity mezi výpověďmi jednotlivých účastníků výzkumu s ohledem na výzkumnou otázku

6.2 Realizace a průběh rozhovorů

Účastníci výzkumu (10) byli osloveni emailem s popisem obsahu a cílem diplomové práce, po čemž následovala domluva termínu a místa konání rozhovoru nebo specifikace výzkumu (kdo další se výzkumu zúčastní/zúčastnil) či ujištění, že nelze v rozhovoru „selhat,“ pokud dotyčný s účastí váhal či projevoval obavy spojené s nahráváním rozhovoru, jeho šířením nebo v souvislosti s vlastní nekompetencí rozhovor realizovat (např. obavy z výpadku paměti, ohledně způsobu vyjadřování či z toho, že dotyčný v rozhovoru někoho urazí). V jednom případě (nakladatelství *Torst*) zůstala žádost o rozhovor bez odpovědi. V pořadí druhý smluvený rozhovor byl zrušen, protože dotyčný nesouhlasil s podpisem informovaného souhlasu. Po tomto incidentu autorka práce přikládala informovaný souhlas jako přílohu k žádosti o rozhovor, aby měl dotyčný dostatek času se seznámit se s jeho zněním. Žádosti o rozhovor byly vždy konstruovány „na míru“ dotyčnému i s odůvodněním, proč podle autorky práce dotyčný představuje pro výzkumný projekt přínos.

Rozhovory se odehrávaly v konverzačně laděném duchu v místě zvoleném účastníkem výzkumu. Vzhledem k tomu, že rozhovory probíhaly na jaře a v létě 2020, kdy byl osobní kontakt na základě vládních opatření souvisejících s šířením covidu-19 omezen, čtyři rozhovory se uskutečnily formou osobního setkání, v pěti případech byl rozhovor realizován

přes Skype a v jednom případě telefonicky. Autorka tuto skutečnost neshledala vzhledem k tématu a povaze práce nikterak omezující, ba naopak; jak konstatuje Vaněk, (Vaněk a Mücke, 2015, s. 203), pokud rozhovor probíhá v domácím prostředí účastníka výzkumu, ten se projevuje uvolněněji, sebejistěji a neztrácí koncentraci.

6.3 Etika – autorizace rozhovoru a informovaný souhlas

Ve většině případů účastníci výzkumu sami zmiňovali autorizaci přepisu rozhovoru jako podmínku jeho zveřejnění. Polovina účastníků výzkumu informovaný souhlas podepsala již po skončení rozhovoru (v případě osobního setkání i rozhovoru přes Skype), polovina jej podepsala po jimi nebo autorkou provedených úpravách. – Úpravy se týkaly stylistické roviny textu, upřesnění či doplnění uvedených informací nebo smazání pasáží, které pojednávaly o jiných osobách a nebyly vzhledem k tématu relevantní (během rozhovoru obvykle doplněno slovy „to tam nedávejte“). Spolupráci při redakci textu s účastníky výzkumu, kteří působí jako nakladatelští pracovníci, redaktoři, literární kritici či autoři – tedy jak bylo uvedeno, jsou experty ve svém oboru – hodnotí autorka práce jako náročnou s ohledem na individuální redakční zvyklosti jednotlivých účastníků výzkumů a skutečnost, že je třeba u všech přepisů dodržet jednotnou formální úpravu. Proces zpětného získávání podepsaného informovaného souhlasu se ukázal být v několika případech náročnější než samotná realizace rozhovoru.

6.4 Přepis a redakce rozhovorů

V souladu s principy orální historie (Strong, 2018, s. 1-3) autorka diplomové práce vnímá výslednou podobu rozhovoru (přepis, který je obsažen v této práci) jako společný výtvar svůj jakožto (subjektivního) výzkumníka a účastníka výzkumu (se subjektivními postoji). Výsledná podoba (transkripce) rozhovoru zohledňuje dva hlavní principy. První princip se týká etického přístupu: účastník výzkumu byl seznámen s přepisem rozhovoru, měl možnost do něj zasáhnout a autorizoval jeho finální podobu (s ohledem na stylistiku i obsah) s vědomím, že jde o verzi určenou ke zveřejnění. Přepis rozhovoru byl realizován ve spolupráci s účastníkem rozhovoru, aby jeho výsledná podoba co nejvěrněji odpovídala tomu, co chtěl sdělit (věrnost zamýšlenému smyslu sdělení je přednější než doslovný přepis rozhovoru). Druhý princip se týká srozumitelnosti: s ohledem na to, že výsledná podoba přepisu rozhovoru představuje primární zdroj, mluvený jazyk je upraven do podoby očekávané u psaného projevu. V případě této práce jde navíc o primární zdroj určený k akademickým účelům, tudíž v zájmu přesnosti byly přepisy rozhovorů opatřeny poznámkovým aparátem (jde např. o díla, osobnosti či články, na které účastníci výzkumu odkazovali). Pro vlastní doplnění textu autorka užívala v souladu

s *Oral History Transcription Style Guide* (Strong, 2018) vydaným *Columbia University Center For Oral History Research* hranaté závorky.

Jednotlivé výpovědi byly podrobeny obsahové analýze; pasáže související s cílem výzkumu byly z textu vyděleny (tzv. kondenzovány), relevantní prvky byly označeny (tzv. indexovány) a následně takto upravené pasáže byly tematicky rozděleny. Následovala analýza smyslu v konfrontaci s poznatky z odborné literatury (Vaněk a Mücke, 2015, s. 192-199).

6.5 Výběr účastníků výzkumu

Výběr účastníků³¹ výzkumu se řídil několika kritérii souvisejícími s hlavními cíli práce – jednak bylo třeba získat faktografické informace (historie veletrhu *Svět knihy Praha*), jednak zaznamenat reflexe a postoje účastníků výzkumu. Za účelem rekonstrukce historie veletrhu *Svět knihy Praha* byli osloveni jeho bývalí a současní organizátoři – iniciátor vzniku veletrhu Jan Kanzelsberger, bývalá ředitelka veletrhu PhDr. Dana Kalinová, PR manažerka veletrhu Mgr. Jana Chalupová, současný ředitel veletrhu Radovan Auer a současný předseda *SČKN* Ing. Martin Vopěnka.

Autorka práce dále oslovila čtyři nakladatelské pracovníky, kteří se veletrhu *Svět knihy Praha* dlouhodobě účastní jako vystavovatelé. Jedná se o Joachima Dvořáka (nakladatelství *Labyrinth*), PhDr. Marii Kratochvílovou, Ph.D. (ediční středisko *Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy*), Jiřího Padevěta (nakladatelství *Academia*) a Mgr. Miroslava Balašíka, Ph.D. (nakladatelství *Host*). Výběr nakladatelů byl proveden na základě tří hledisek: prvním byla dlouhodobá spolupráce nakladatelství s veletrhem *Svět knihy Praha* započatá již v 90. letech. – Autorka předpokládala, že toto kritérium umožní sledování vývoje motivace nakladatelů k účasti na veletrhu a proměnu jejich vnímání role veletrhu na českém knižním trhu. Dalším kritériem byla variabilita edičního profilu. Zde autorka vycházela z předpokladu, že motivace k účasti na veletrhu se může lišit v závislosti na zaměření nakladatelství. Zmíněným výběrem je zastoupena perspektiva nakladatele vydávajícího odbornou literaturu (nakladatelství *Academia*), perspektiva vydavatele vysokoškolských učebnic (ediční středisko *Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy*) perspektiva malého (nezávislého) nakladatele (nakladatelství *Labyrinth*) a perspektiva nakladatele, který vydává jak dobře prodejné tituly oslovující mainstreamového čtenáře, tak tituly s nižším nákladem (např. poezie) (nakladatelství *Host*). U Dvořáka autorka v průběhu přípravné fáze rozhovorů přizpůsobila koncept scénáře

³¹ Stručná profesní biografie jednotlivých účastníků je součástí prepisů rozhovorů obsažených v této práci.

rozhovoru s ohledem na mediální reprezentaci odchodu malých nakladatelů z veletrhu *Svět knihy Praha* (Konrád, 2014). V přípravné fázi konceptu scénáře rozhovoru s Kratochvílovou se autorka rozhodla jej využít jako příležitosti k ověření hypotézy uvedené *Zprávě o českém knižním trhu 2017/2018* (Turečková, 2018, s. 5) týkající se poklesu produkce vysokoškolských učebnic.

Dále byl osloven PhDr. Jaroslav Císař jakožto bývalý předseda *SČKN* a bývalý ředitel oddělení literatury a knižní kultury (později odboru) na Ministerstvu kultury, který se přímo podílel na porevolučních procesech privatizace a odstátňování nakladatelství a knihkupectví.

K výběru účastníků výzkumu je nutné podotknout, že se jedná o odborníky s mnohostranným zaměřením – zmínění nakladatelé jsou např. také autory, redaktory či literárními kritiky – a výběr orální historie jako hlavní výzkumné metody podle mínění autorky práce nejlépe umožňuje zachytit subjektivní perspektivu každého z nich v celé šíři.

7 Veletrh Svět knihy Praha a jeho role ve vytváření prostoru pro rozvoj obchodních profesních praktik subjektů českého knižního trhu (analýza na základě rozhovorů s účastníky výzkumu)

7.1 Motivace vystavovatelů k účasti na veletrhu Svět knihy Praha – 90. léta

Veletrh *Svět knihy Praha* je koncipován jako „hybridní“ typ knižního veletrhu určený pro odbornou i širokou veřejnost a jako univerzální veletrh z hlediska komerčního segmentu, z čehož vyplývají různá očekávání, požadavky a motivace ze strany vystavovatelů k účasti; ty se navíc v čase mohou proměňovat spolu s prioritami vystavovatelů a měnící se situací na knižním trhu. Organizátoři veletrhu *Svět knihy Praha* realizovali v roce 1998 průzkum ohledně motivace vystavovatelů k účasti (zúčastnilo se 212 respondentů, což činilo 76 % vystavujících nakladatelů), z něhož vyplynulo, že pro 60 % vystavovatelů byla motivací obecná prezentace nakladatelství a pro 25 % vystavovatelů navázání obchodních kontaktů (zbylých 15 % není uvedeno). 69 % vystavujících nakladatelů projevilo zájem o „kontrakční den“, 19 % se vyjádřilo k této otázce neutrálně a 5 % negativně (Šofer, 1999, s. 2). Účastníci výzkumu, kteří se jako vystavovatelé zúčastnili prvních ročníků veletrhu *Svět knihy Praha* (Balašík, Dvořák, Kratochvílová) se shodují v otázce motivace na tom, že *Svět knihy Praha* vytvořil v 90. letech potřebný prostor pro setkání pracovníků v oblasti knižní kultury.

Balašík (2020, s. XLVIII) poukazuje na důležitost neformálních osobních setkání s ostatními nakladateli, jmenovitě s Ladislavem Horáčkem – zakladatelem nakladatelství *Paseka* – a dvojicí Viktorem Stoilovem a Janem Šulcem z nakladatelství *Torst*, pro jeho profesní růst coby začínajícího nakladatele. Vzhledem k tomu, že nakladatelství *Host* sídlí v Brně,³² pražský veletrh pro Balašíka v 90. letech představoval místo setkání s „lidmi z knižní branže“, ale také „místo prestiže“, „přehlídku oboru“ a „cechovní záležitost“ – příležitost ukázat, že nakladatelství *Host* „patří k oboru“ a „sdílí určité hodnoty“. Na veletrhu podle Balašíka (2020, s. XLVIII) bylo také možné koupit některé tituly, které nebyly dostupné v knihkupectvích. S vývojem nakladatelství a vzrůstající potřebou sebeprezentace začalo nakladatelství *Host* využívat *Svět knihy Praha* jako místo propagace směrem ke čtenářům a autorům.

³² Historicky se nakladatelé nejvíce koncentrují v Praze.

Kratochvílová (2020, s. XXVIII) uvádí, že setkání s ostatními vysokoškolskými nakladateli³³ v rámci kolektivní prezentace na pražském knižním veletrhu vedlo k zahájení hlubší spolupráce mezi těmito specificky fungujícími nakladatelstvími – na základě profesních „small talků“ nakladatelé začali realizovat na veletrhu i mimo něj semináře zaměřené na aktuální témata vysokoškolských nakladatelství, která refleктоvala změny v technologii výroby a obsahu odborných publikací (např. vydávání vysokoškolských učebnic, specifika elektronické publikace, zpřístupňování databází, nové technologie, redakční zpracování odborných textů, repozitáře atp.). Jak uvádí Kratochvílová (2020, s. XXIX), motivací k účasti byl i zájem prezentovat knižní produkci čtenářům: „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.“ Společné vystavování podle Kratochvílové umožňovalo prezentovat čtenářům produkci vysokoškolských nakladatelství v celé šíři a napříč obory.

Dvořáka (2020, s. XXI) v 90. letech motivoval k účasti na pražském veletrhu zájem o setkání s „s lidmi z branže“ a přímý kontakt se čtenáři, kteří nakladateli poskytují zpětnou vazbu na jeho knihy. Podle Dvořáka v 90. letech nebyly literární čtení či autogramiády běžným jevem a *Svět knihy Praha* tak představoval jednu z mála příležitostí k osobnímu setkání se čtenářem.

Stručně shrnuto, ze zmíněných částí rozhovorů s účastníky výzkumu a z průzkumu uskutečněného organizátory veletrhu *Svět knihy Praha* vyplývá, že hlavní motivací k účasti nakladatelů na pražském veletrhu bylo v 90. letech neformální setkávání s ostatními nakladateli za účelem vyměňování informací, prokázání příslušnosti ke komunitě, prezentace nakladatelské značky a přímý kontakt nakladatele se čtenářem. Podle kritérií IPA (2015, s. 2) se jedná o rysy typické pro licenční veletrhy.

7.2 *Současná role veletrhu Svět knihy Praha a jeho význam pro český knižní trh z pohledu účastníků výzkumu*

Nakladatelství Academia se zúčastňuje veletrhu *Svět knihy Praha* pravidelně již od prvního ročníku (Katalog Svět knihy '95, 1995, s. 34). Padevět se stal ředitelem nakladatelství v roce 2006 a s ohledem na minulost uvádí, že vedení uvažovalo o neúčasti na veletrhu pouze jednou, nicméně Akademie věd účast prosadila s odůvodněním, že jako nakladatelská značka

³³ Ve společné expozici vystavovalo podle Kratochvílové asi 11 vysokoškolských nakladatelství.

by *Academia* na pražském veletrhu neměla chybět (Padevět, 2020, s. LV). Pražský veletrh byl zjevně považován za přehlídku nakladatelských značek spojenou s určitou prestiží.

Relevanci veletrhu *Svět knihy Praha* jakožto značky uvádí Padevět (2020, s. LV-LVI) jako jeden ze tří hlavních důvodů k účasti na veletrhu. Jako další důvod jmenuje propagaci nakladatelství: účast na veletrhu považuje za „investici do reklamy, spíše než výdělečný podnik;“ kromě propagace nakladatelské značky spatřuje smysl veletrhu v celkovém zviditelnění českého knižního trhu, což má z jeho pohledu pozitivní dopad na všechny tržní subjekty – konstatuje, že na českém knižním trhu jinak panuje spíše individualistické smýšlení (Padevět, 2020, s. LIX). Veletrh *Svět knihy Praha* má podle Padevěta (2020, s. LVIII) také společenskou funkci: vytváří příležitost pro osobní setkání s lidmi z knižního oboru. V případě, že dosavadní komunikace probíhala elektronicky či telefonicky, dochází na veletrhu k prvním osobním setkáním vůbec. *Svět knihy Praha* má dle Padevěta (2020, s. LV) stěžejní význam pro český knižní trh z hlediska zahraničních obchodních vztahů, jelikož se jedná o jediný veletrh s mezinárodním dosahem v České republice a dochází zde k formálnímu uzavírání zahraničních smluv. Dle jeho slov na pražském veletrhu docházelo k uzavírání kontraktů s tiskárnami, nicméně jejich počet se dle jeho pozorování snižuje (Padevět, 2020, s. LV).

Obecně Padevět (2020, s. LVII) pokládá veletrh *Svět knihy Praha* především za vhodný nástroj propagace knih a čtenářství směrem k široké veřejnosti. Organizované skupiny dětí společně se sběrateli edičních plánů a komerčních materiálů jsou dle jeho slov nejčastějšími návštěvníky veletrhu.

Vopěnka (2020, s. XXII) uvádí, že pražský veletrh zprostředkovává veřejnosti setkání se zahraničními spisovateli. Jakožto nakladatel využívá veletrh jako marketingovou podporu svého nakladatelství. Význam veletrhu *Svět knihy Praha* spatřuje především ve v jeho společenské funkci: „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.“

7.2.1 Přímý prodej knih na veletrhu *Svět knihy Praha*

Dvořák (2020, s. XXI) se veletrhu *Svět knihy Praha* přestal v roce 2012 účastnit – dle jeho slov se proměnil v „supermarket s výprodejem,“ kterého se z ekonomických důvodů přestala účastnit malá nakladatelství. – Kvůli absenci „dobře promyšlených, aktuálních a zároveň atraktivních nebo atraktivním způsobem komunikovaných témat“ se pražský veletrh proměnil v „mainstreamovou akci,“ kterou navštěvují čtenáři, jejichž prioritou je nákup zlevněných knih, nikoli zájem o produkci malých nakladatelů. Skutečnost, že veletrh navštěvuje tento typ

čtenáře, souvisí podle Dvořáka (2020, s. XXII) s absencí vize organizátora, který širokou veřejnost nedokáže na knihy upozornit jiným způsobem než avizováním slev. Koncepce veletrhu se podle Dvořáka změnila v roce 2016 s příchodem Auera – pod jeho vedením se pojetí veletrhu blíží literární přehlídce s důrazem na dramaturgii spíše než na prodej knih a vysokou návštěvnost.

S ohledem na „kulturu vystavování“ se podle svých slov kriticky vyjadřoval k pražskému veletrhu také Balaščík: „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“ (Balaščík, 2020, s. XLIX). Dodává zároveň, že prodej knih je pro nakladatele podstatnou součástí účasti na veletrhu, protože tržby umožňují nakladatelům aspoň zčásti pokrýt náklady spojené s pronájmem výstavní plochy, stavbou stánku a provozními náklady (Balaščík, 2020, s. L). Bývalá ředitelka veletrhu *Svět knihy Praha* pokládá prodej zlevněných knih za prioritu českých nakladatelů při účasti na veletrhu, což považuje za „jednostranné“, nicméně uvádí, že roli hraje i finanční poddimenzovanost českého knižního trhu (Kalinová, 2020, s. LXXXII). Podobně předseda SČKN dochází k závěru, že ve srovnání s Frankfurtským knižním veletrhem, kde je prioritou vystavovatelů prezentace nakladatelské značky, čeští nakladatelé zvažují zejména to, zdali se jim účast finančně vyplatí a tržba alespoň zčásti pokryje náklady spojené s vystavováním na veletrhu (Vopěnka, 2020, s. XLII).

Prodej zlevněných knih v rámci veletrhu budí podle Kalinové (2020, s. LXXXV), Auera (2020, s. LXXV) a Vopěnky (2020, s. XLII) protichůdné reakce u knihkupců – část vnímá pražský veletrh jako konkurenta, který odvádí kupující z knihkupectví, část naopak pokládá veletrh za propagační nástroj, jehož dopady se projeví i na tržbách knihkupců. Podle Kalinové (2020, s. LXXXVII) je na zahraničních veletrzích (jmenovitě na pařížském *Salon du Livre* či lipském *Leipziger Buchmesse*) běžné, že je knihkupec do prodeje knih koncovému zákazníkovi zapojen. Podle Vopěnky (2020, s. XLI) je zapojení knihkupců do prodeje na pražském veletrhu problematické, protože knihkupci nemohou konkurovat slevám, které poskytují nakladatelé a účast tak pro ně není „rentabilní.“ Auer (2020, s. LXXV) má do budoucna v plánu knihkupectve v rámci veletrhu zapojit formou kampaně.

Balaščík (2020, s. L) a Kratochvílová (2020, s. XXXIV-XXXV) se zmiňují v souvislosti s veletržním prodejem knih o e-shopech – *Kosmas* nebo *MegaBooks* poskytuje 30 % slevu na novou knihu, což, jak tvrdí Balaščík, nakladatel neučiní ani v rámci veletržních slev. Podle Balaščíka proto do budoucna představují e-shopy pro veletrhy možnou konkurenci spočívající

v neúčasti té části široké veřejnosti, pro kterou je sleva hlavní motivací k návštěvě veletrhu. Předpokládá nicméně, že zájem o setkání s autory a možnost seznámit se s produkcí jednotlivých nakladatelství je silnější motivací než nízká cena knihy.

7.2.2 Autor na veletrhu

Podle Weidhaase (2007, s. 237) je role autora na veletrhu v porovnání s rolemi ostatních subjektů knižního trhu obtížně definovatelná; především má však autorova přítomnost na veletrhu přispět ke zvýšení prodeje jeho knih. – Tuto strategii využívá Balašík (2020, s. XLVIII) dle kterého je přítomnost autorů v rámci festivalové části veletrhu velmi důležitá, a to zejména z komerčního hlediska: nakladatelství *Host* plánuje vydání knižních novinek s ohledem na datum konání veletrhu *Svět knihy Praha*, kde je prezentuje za účasti jejich autorů, což má „prodejní i reklamní efekt“, jehož výsledkem je upoutání pozornosti návštěvníků ke stánku (Balašík, 2020, s. XLVIII).

Podle Padevěta (2020, s. LVII) smysl přítomnosti autora na veletrhu *Svět knihy Praha* souvisí s koncepcí veletrhu a edičním profilem nakladatelství – Padevěť považuje pražský veletrh za akci určenou široké veřejnosti, tudíž pokud je prezentována kniha autora-badatele v úzce specializovaném oboru, nelze očekávat tak vysokou návštěvnost, s jakou se setká autor beletrie. Sám coby autor, který má zkušenost s prezentací beletristického titulu na veletrhu *Svět knihy Praha*, preferuje prezentaci knižních novinek mimo knižní veletrh, např. v knihkupectví. Křestu nebo besedy v knihkupectví se podle Padevěta účastní publikum, jenž autora cíleně vyhledá, na rozdíl od veletrhu, jehož návštěvníci se účastní programu spíše nahodile dle svých časových možností. Další výhodou představení nové knihy na samostatné akci je možnost navázat kontakty během neformální části akce.

Obdobné stanovisko jako Padevěť zastává ohledně prezentace odborné literatury na veletrhu *Svět knihy Praha* Kratochvílová (2020, s. XXXVII): „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.“ Nazývá veletrh „jarmarkem“, na kterém široká veřejnost vyhledává spisovatelské hvězdy a nakladatele beletristických titulů se zaměřují především na prodej knih (2020, s. XXXII). Kratochvílová upozorňuje na to, že odborná veřejnost se nesoustředí pouze v Praze a náklady spojené s cestováním či ubytováním odborníka, který představí v rámci besedy na veletrhu svou knihu, hradí nakladatel. Zároveň však nakladatel není schopen předvídat návštěvnost na jím pořádané besedě, protože se na veletrhu koná souběžně i jiný program. – Pro nakladatele, který chce upozornit odbornou

veřejnost na nově vydanou knihu, je tak efektivnější uspořádat besedu či křest mimo veletrh: jednak může pozvat jednotlivé instituce či zástupce odborné veřejnosti jmenovitě, jednak náklady spojené s uspořádáním besedy mimo veletrh jsou podle Kratochvílové (2020, s. XXXV) nižší.

Doprovodný program pro odbornou veřejnost z výše zmíněných důvodů na veletrhu *Svět knihy Praha* lze podle Kratochvílové (2020, s. XXXII) pořádat s určitým omezením: „Semináře pro nás mají význam, ale opravdu odborné semináře tam nelze realizovat.“ Kratochvílová (2020, s. XXXVI) dále k pořádání odborného programu konstatuje, že na veletrhu se nelze vyhnout hluku z okolních stánků, který působí rušivě na autora i posluchače, a zamezuje získání kontaktu s autorem.

7.2.3 Odborný program

Program pro odbornou veřejnost je integrální součástí veletrhu *Svět knihy Praha* od doby jeho vzniku³⁴. Na jeho chodu se podílí SČKN, *Svět knihy, s.r.o.*, vystavovatelé, čestný host veletrhu, české a zahraniční instituce a organizace (např. knihovny, univerzity a jejich součásti, Obec překladatelů, Památník národního písemnictví, Obec spisovatelů aj.). Jak uvádí Chalupová (2020, s. LXIII), *Svět knihy, s.r.o.* zve k účasti na odborném programu každoročně 500 - 700 zástupců z řad odborné veřejnosti – knihovníky, překladatele, redaktory, pracovníky z nakladatelství aj. V roce 2018 bylo zavedeno jako pevná součást odborného programu tzv. *Profesní fórum*.

Na základě dostupných materiálů byla identifikována časová období, v nichž v odborném programu dominovala určitá témata. Od poloviny 90. zhruba do roku 2000 převažují témata, které lze rozdělit do tří skupin: první skupina témat se vyznačuje orientací na zpřehlednění situace na českém knižním trhu a systemizaci informací; jde např. o *Seznam českých skladovaných knih – Books in print* (pořádá SČKN a Svaz německých nakladatelů a knihkupců), *Budování informační sítě českých a slovenských knihoven* (pořádá Ministerstvo kultury) a *Elektronické informace pro knihovny* (pořadatel neuveden). Pro další skupinu je charakteristické zaměření na prezentaci a zavádění nových technologií – *Knihy na audiokazetě* (pořadatel neuveden), *Knihy na internetu – Prezentace nové a moderní distribuční služby* (pořadatel neuveden), *Ottova encyklopedie na CD-ROM* (pořádá nakladatelství Libri a softwarová firma Intersoft). Třetí skupina témat se zabývá aktuálními otázkami českého

³⁴ Odborný program v roce 1995 nesl název „Knihkupecké centrum – Programy pro odbornou veřejnost (knihkupce, nakladatele, knihovníky), tisk, překladatele, autory“.

knižního trhu – *Problémy knižního trhu – diskuze českých a finských nakladatelů, Panelová diskuze o autorském právu; Cenová, licenční a autorsko-právní perspektiva přístupu k informacím* (Katalogy Svět knihy z let 1995 - 1998).

Následujících deset let nelze určit převažující zaměření odborného programu – ten odráží zejména hlavní témata jednotlivých ročníků a čestných hostů. Výrazným předělem je rok 2010: na český knižní trh začínají pronikat e-knihy, což se plně se projevuje v roce 2011, kdy organizátoři veletrhu tomuto tématu a souvisejícím odborným pořadům nově věnují celý pavilon. Diskuse se týkají především autorského práva, internetového pirátství a převodu knih do e-booku. Názvy jednotlivých programových částí (*Roztrhají e-knihy knihy klasické?*) a titulků ve *Veletržních listech* (*Hrozí knihám elektronická smrt?*) reflektují obavu o budoucnost tištěné knihy. V panelové diskusi s názvem *Google na českém knižním trhu* představuje zástupce jmenované společnosti projekt *Knihy Google*, do něhož se v roce 2011 zapojuje Národní knihovna ČR a v rámci projektu *Hromadná digitalizace historických a vzácných dokumentů ve spolupráci se společností Google* digitalizuje vybrané části knižního historického fondu NK ČR (*Veletržní listy*, 2010, s. 2).

V letech 2011 – 2014 je v odborném programu téma e-knih stále silně zastoupeno, diskuse se týkají např. distribuce e-knih ve vědeckém prostředí, marketingu a prodeje e-knih, e-shopů s e-knihami, výpůjček e-knih v knihovnách či elektronických učebnic. Společně s e-knihami se objevuje tematika e-shopů a diskuse týkající se pevných cen knih. Část pořadů je věnována internetovým projektům souvisejícím s knižní kulturou: Národní knihovna představuje *Manuscriptorium* – digitální repozitář rukopisů a starých tisků, internetový časopis *iLiteratura.cz* prezentuje obsah svých stránek, *SČKN* uvádí pořad s názvem *Internetové aktivity SČKN*. Od roku 2013 se odborné pořady nově věnují vydávání audioknih (následující rok je poprvé udělena *Cena za audioknihu roku*).

V roce 2015 v rámci přednášky nazvané *Změny na mezinárodním knižním trhu* Rüdiger Wischenbart³⁵ konstatuje celosvětové zpomalení v předpokládaném masívním nárůstu e-knih. V letech 2015 – 2019 je téma e-knih zastoupeno ve srovnání s předchozími obdobími méně, nicméně je patrné, že se stalo pevnou součástí odborného programu (Programy Svět knihy Praha 2011 – 2015). Odborný program v roce 2019 se podruhé odehrává pod názvem *Profesní*

³⁵ Wischenbart je zakladatelem společnosti *Rüdiger Wischenbart Consult & Consulting*, která se zabývá analytickými projekty v oblasti kulturních průmyslů, mezinárodního knižního trhu, nakladatelského průmyslu, literatury, médií a komunikace. Působil také jako mluvčí Frankfurtského knižního veletrhu.

fórum a zaměřuje se především na tematiku překladu a roli literárního agenta na českém knižním trhu (Program Svět knihy Praha '19, 2019).

K otázce týkající se účasti na odborném programu a jeho relevance pro odborníka z oboru knižní kultury se vyjádřili Dvořák, Balaščík a Padevět. Všichni tři jmenovaní vzpomenuli v souvislosti s odborným programem diskusi ohledně snižování DPH u knih. Podle Dvořáka (2020, s. XXIV) „nakladatelé nechtějí řešit takovéto věci“ během veletrhu, nicméně do budoucna účast na odborném programu nevylučuje. Padevět (2020, s. LVI) vyjmenovává několik odborných pořadů, které se na veletrhu *Svět knihy Praha* konaly, a vzápětí dodává, že veletrh je spíše záležitostí pro širokou veřejnost. Balaščík (2020, s. XLIX) považuje odborný program za přínosný; vnímá jej jako „setkání nad problémy, se kterými se potýkáme v nakladatelské branži,“ z nichž jmenuje „problémy s distribucí.“ Jako literární kritik se účastní také literárně-kritických diskusí týkající se produkce nakladatelství *Host*. Kratochvílová hodnotila odborný program z hlediska jeho pořadatele – viz podkapitola 7.2.2 Autor na veletrhu. Podle Kalinové (2020, s. LXXXII) česká odborná veřejnost o účast na odborných pořadech, na kterých, jak uvádí, vystupovali renomovaní zahraniční diskutující, nemá zájem. Auerův (2020, s. LXIX) výrok: „Profesní fórum velmi dobře funguje, pokud člověk nečeká davy, ale spíše odbornou diskusi“ potvrzuje nízkou účast české odborné veřejnosti na odborném programu.

7.3 Prodej práv českých autorů do zahraničí a role veletrhu Svět Knihy Praha

7.3.1 Svět knihy Praha jako platforma pro prodej autorských práv

Veletrh *Svět knihy Praha* se zčásti profiluje jako licenční veletrh, pro zahraniční literární agenty je zde vyčleněno tzv. business centrum, nicméně mezinárodní obchod s autorskými právy v rámci veletrhu probíhá okrajově – podle Kalinové (2020, s. LXXVIII) *Svět knihy Praha* „nebyl v zahraničí nikdy vnímán jako důležitá akce pro prodej autorských práv“. Dodává nicméně, že při posledním ročníku, který se uskutečnil pod jejím vedením (2016), bylo business centrum „nabitě“ a domnívá se, že veletrh pronikl do povědomí zahraničních literárních agentur. Kalinová dělí (2020, s. LXXVIII) českou odbornou veřejnost z hlediska přístupu k zahraničnímu obchodu s právy v rámci veletrhu na dvě opoziční skupiny – část veletrhu účast zahraničních agentů vítá, část ji naopak odmítá. Tato dichotomie se údajně projevovala i u členů představenstva *SČKN*, kdy podle svých slov měla „problém obhájit zahraniční účast“ (Kalinová, 2020, s. LXXVIII). Zahraniční literární agenti či zástupci nakladatelů podle Kalinové (2020, s. LXXVII) na veletrhu nabízí prodej autorských práv,

nicméně lze předpokládat i zájem o koupi autorských práv k titulům českých autorů – na veletrhu mohou literární agenti bezprostředně sledovat úspěšnost českých autorů u široké veřejnosti. Prioritou českých nakladatelů však podle Kalinové (2020, s. LXXVIII) zůstává přímý prodej knih, což dává do souvislosti s právní úpravou autorského práva v České republice – vlastníkem licence je autor, nikoli nakladatel.

Vopěnka (2020, s. XLIV) uvádí, že veletrh *Svět knihy Praha* je každoročně navštěvován stejnými literárními agenty, kteří se zaměřují na literaturu ve střední a východní Evropě a Praha je pro ně zastávkou při cestě do Varšavy. Auer (2020, s. LXXIII) dosavadní fungování business centra charakterizuje jako „symbolické“ s tím, že v 90. letech byla česká literatura pro mezinárodní publikum „zajímavá“, avšak po opadnutí vlny zájmu se čeští nakladatelé prodeji práv přestali věnovat. Z nakladatelů, kteří se účastnili výzkumu, jako platformu k setkání se zahraničními literárními agenty využívá Padevět (2020, s. LV), a to pouze k osobnímu setkání s agentem, s nímž obchodní komunikace probíhá elektronickou formou. Balašík (2020, s. L) vylučuje, že by se do budoucna na veletrhu *Svět knihy Praha* obchodovalo ve velké míře s autorskými právy. Kratochvílová (2002, s. XXXVII) pokládá veletrh *Svět knihy Praha* za vhodnou platformu k setkání s literárními agenty, ale sama je aktivně neinicuje.

7.3.2 Čeští nakladatelé na zahraničních veletrzích

Nabídku a prodej autorských práv čeští nakladatelé realizují na zahraničních veletrzích, a to buď formou kolektivní expozice, nebo vlastního individuálního stánku. Společnost *Svět knihy, s.r.o.* měla do roku 2013 v gesci organizaci české kolektivní expozice. Poté přešla na základě výběrového řízení do rukou Moravské zemské knihovny – tedy instituce, jejíž činnost ze své podstaty nemá tržní charakter. Prezentace českých autorů je od roku 2017 zajišťována Českým literárním centrem. Postoje účastníků výzkumu k této změně se různí. Kalinová (2020, s. LXXVIII) považuje pořádání zahraničních expozic společností *Svět knihy, s.r.o.* za „symbiotické“ – ředitel veletrhu *Svět knihy Praha* jakožto člen *Conference of International Book Fairs* je v kontaktu s řediteli ostatních mezinárodních veletrhů, což je výhodné z hlediska o informovanosti o propagaci českých autorů v jednotlivých zemích (Kalinová, 2020, s. LXXXIII). Auer (2020, s. LXXII) vnímá skutečnost, že organizace českého kolektivního stánku je v gesci Moravské zemské knihovny jako „limitující“ s ohledem na provázanost a recipocitu: zahraniční vystavovatelé např. nabízejí možnost realizovat českou kolektivní expozici na jimi organizovaném veletrhu výměnou za možnost realizovat jejich národní expozici na veletrhu *Svět knihy Praha*. Auer je však v tomto ohledu formálně závislý na vyjádření Moravské zemské

knihovny. Předseda *SČKN* hodnotí úroveň prezentace české literatury v zahraničí od převzetí Moravskou zemskou knihovnou jako „nesrovnatelně lepší.“ Pozitivně vnímá také vznik *Českého literárního centra* a nárůst dotací na překlad české literatury (Vopěnka, 2020, s. XLVII). Císař (2020, s. XVI) k této otázce konstatuje, že současný stav „není ideální“ – kvůli nízké finanční podpoře ze strany státu jsou zvýhodněna velká nakladatelství schopna si účast uhradit. Tato nakladatelství však podle Císaře mohou být ta, jejichž zájmem na zahraničním veletrhu je především nákup autorských práv. V důsledku zmíněného se nepovažuje prezentaci české literatury Moravskou zemskou knihovnou za „objektivní, nezávislou“ reprezentaci České republiky. Dodává však, shodně s Dvořákem (2020, s. XXV), čeští nakladatelé ve většině případů „nemají co nabídnout“.

Balašík, Dvořák a Padevět vnímají změnu organizátora české expozice na zahraničních veletrzích jako administrativní záležitost. Podle Dvořáka (2020, s. XXVII) je hlavním úskalím při prezentaci české literatury v zahraničí skutečnost, že většina českých nakladatelů „nemá co nabídnout“ a výběr autorů pro zahraniční prezentaci považuje za nekritický.³⁶ Jako zásadní vnímá pro prodej práv do zahraničí originalitu nabízeného titulu a aktivní propagaci ze strany nakladatele, včetně sjednávání schůzek s literárními agenty – role organizátora české expozice pro úspěšný prodej práv je podle Dvořáka marginální ve srovnání s aktivním přístupem nakladatele. Pro Balašíka (2020, s. LI) účast na zahraničních knižních veletrzích spočívá ve vyjednávání překladů českých autorů do cizích jazyků a setkávání se zahraničními autory, jejichž knihy nakladatelství *Host* vydává. Nákup práv probíhá průběžně elektronicky, osobní účast na veletrhu je podle Balašíka (2020, s. L) důležitá ze společenského hlediska. Vopěnka (2020, s. XLIV) z pozice nakladatele nevnímá účast na zahraničních veletrzích v souvislosti s prodejem práv jako nutnou vzhledem k tomu, že business probíhá především online.

7.3.3 Zahraniční vystavovatelé na veletrhu *Svět knihy Praha*

Zahraniční účast vystavovatelů na veletrhu *Svět knihy Praha* je zastoupena především kolektivními expozicemi nakladatelů a kulturními zastoupeními jednotlivých zemí v České republice (Vopěnka, 2020, s. XLIV; Auer, 2020, s. LXXIII; Kalinová, 2020, s. XCI). Podle Auera (2020, s. LXXIII) tyto instituce většinou nejsou přímo napojeny na knižní trh země, kterou reprezentují, tudíž jejich účast na pražském veletrhu obvykle nevyústí v uzavření kontraktu.

³⁶ Kalinová (2020, s. LXXXIV) shodně uvádí, že zahraničních prezentací se účastní pouze vybraní čeští autoři.

7.3.4 Česká republika jako čestný host na zahraničních veletrzích

V roce 2003 byla Česká republika čestným hostem na tchajwanském veletrhu *Taipei International Book Exhibition*. Své knihy představilo pětadvacet nakladatelství, nově k této příležitosti vyšlo deset překladů titulů českých autorů a vystaveno bylo celkem dva tisíce titulů (Kalinová, 2020, s. LXXX). Deník *Taipei Times* představil Českou republiku jako „první zemi z východní Evropy, která je na veletrhu prezentována;“ výběr České republiky jako čestného hosta zdůvodňuje ředitel *Taipei World Trade Center* Gerald Tseng bohatostí české kulturní a literární historie (Phipps, 2003). Jako významné osobnosti evropské literární scény jsou v článku označeni spisovatelé Iva Pékárková a Michal Viewegh, kteří se veletrhu osobně zúčastnili.

Císař (2020, s. XIX) hodnotí mezinárodní postavení české knižní kultury s ohledem na skutečnost, že Česká republika doposud nebyla čestným hostem na Frankfurtském knižním veletrhu. Důvodem je podle něj finanční nákladnost a neochota finance do prezentace České republiky investovat, protože „se nevěří, že by se nám to vrátilo.“ Na otázku, zdali veletrh *Svět knihy Praha* přinesl na český knižní trh mezinárodní rozměr, Císař (2020, s. XIX) konstatuje, že navzdory členství ředitele v *Conference of International Books Fairs* veletrh *Svět knihy Praha* je především „česko-český.“

8 Český knižní trh očima jeho aktérů (analýza na základě rozhovorů s účastníky výzkumu)

8.1 Transformace českého knižního trhu po roce 1989

Kanzelsberger (2020, I.) k otázce transformace českého knižního trhu po roce 1989 poznamenává, že do roku 1989 na území České republiky „knižní trh od vydávání po prodej knížek“ neexistoval. Stejně tak Padevět (2020, s. LIV) vylučuje kontinuitu mezi fungováním předrevolučního a porevolučního českého knižního trhu a jejich srovnávání považuje za nesmyslné. Pro český knižní trh v 90. letech je v souvislosti se zavedením tržní ekonomiky charakteristická řada změn; Císař (2020, s. XIII) a Balašík (2020, s. XLVII) poukazují na zrušení cenzorního systému (včetně přidělového systému vydávání papíru) a možnost svobodně podnikat, s čímž souvisí zavedení volné hospodářské soutěže. Císař (2020, s. XIII) a Padevět (2020, s. LIV) zmiňují v souvislosti s proměnou knižního trhu pokles nákladů knih, jejichž výše byla do roku 1989 regulována státem. – Padevět spatřuje možné příčiny náhlého poklesu v přesycení trhu exilovou a samizdatovou literaturou, ale i v širších společensko-ekonomických souvislostech; otevření trhu přineslo nové formy zábavy, ale i zaneprázdněnost související s podnikáním a privatizačními procesy. Jako další možný faktor uvádí i nízkou kupní sílu obyvatel a skutečnost, že kniha představuje „zboží zbytné.“

Kratochvílová (2020, s. XXVIII) popisuje změny v oblasti produkce vysokoškolských učebnic – po pádu komunistického režimu vyvstala potřeba produkce nových odborných publikací a učebních materiálů, jejichž obsah odrážel nastalé společenské změny, a to zejména v oblasti humanitních oborů; učebnice užívané do roku 1989 si podle ní „mohli odcházející pedagogové vzít s sebou.“ Řada vědeckých a odborných publikací nově příchozích pedagogů díky zrušení cenzury mohla být publikována. Kratochvílová (2020, s. XXVIII) dále zmiňuje technologický boom, který po roce 1989 nastal, a s ním spojenou změnu technologie výroby. Podle Císaře (2020, s. XIII) přístup k moderním technologickým zařízením, jakož i kvalitnímu papíru, znamenal pro český knižní trh zásadní změnu, díky níž se technická kvalita tisku a grafiky stala srovnatelnou s technickou kvalitou knižní produkce jiných vyspělých zemí.

Z rozhovorů s Balašíkem, Padevětem a Kalinovou shodně vyplývá, že na českém knižním trhu vládl počátkem 90. let chaos ve vydávání, prodeji a distribuci. Balašík (2020, s. XLVII) vzpomíná živelnost na českém knižním trhu v souvislosti se vznikem „tisíců

nakladatelství,“ zaplavením trhu „dříve zakázanou“ literaturou a překotnost ve vydávání knih. Následkem výše uvedeného došlo podle Balaščíka k dočasnému úpadku české knižní kultury, jmenovitě k poklesu kvality redakční a grafické práce a nesrovnalostem ve vyplácení autorských honorářů – pokud byly vypláceny, byly „směšné malé“ (Balaščík, 2020, s. XLVII). Císař (2020, s. XVIII) a Padevět (2020, s. LIV) konstatují nespolehlivost distribučních firem, což vedlo počátkem 90. let k tomu, že ji zajišťovali sami nakladatelé; slovy Padevěta: „nakladatelé téměř jako Kramerius při českém národním obrození obcházeli knihkupectví s batohem nebo dvoukolákem a nabízeli po jednotlivých knihkupcích knihy.“ Kalinová (2020, s. LXXXIV) uvádí, že chaos a neefektivnost v distribuci, kdy jedno knihkupectví bylo zásobováno mnoha distributory, přetrvávala ještě v polovině 90. let. Chaos se krom distribuční sítě podle Kalinové (2020, s. LXXXIV) týkal i informovanosti o dostupných titulech na českém knižním trhu, na kterém chyběla, a dodnes chybí, bibliograficky úplná databáze nově vydaných titulů. Specifickou součástí českého knižního trhu byl v 90. letech podle Kanzelsbergera (2020, s. VIII) několik let trvající prodej zásob knih vzniklých v důsledku zrušení *Knižního velkoobchodu*.

Vzpomínána je dále vysoká platební neschopnost na knižním trhu a rychlý vznik a následný zánik distribučních firem (Padevět, 2020, s. LIV). Chalupová (2020, s. LXVI) konstatuje posun nakladatelů z hlediska propagace, kdy koncem 90. let nakladatelé „neměli ani logo“ a zaměstnanecký tým sestával z „nadšeného nakladatele a redaktora.“ Za posledních dvacet let se podle Chalupové nakladatelství plně profesionalizovala a specializovala, včetně oblasti marketingu. Knižní trh, jak uvádí Padevět (2020, s. LIV) se od 90. let postupně stabilizoval, došlo k zániku stánkového prodeje a zavedení knihkupeckých a distribučních sítí. Balaščík (2020, s. XLVII) pokládá za zásadní mezník ve vývoji českého knižního trhu po roce 1989 vznik ceny *Magnesia Litera* (2002), která dala impuls ke vzniku „kvalitních mainstreamových titulů.“ Císař (2020, s. XVIII) zmiňuje jako specifikum českého knižního trhu provozování nakladatelské, distribuční a knihkupecké činnosti jednou společností; tento jev podle něj vznikl v 90. letech následkem zmiňované nespolehlivosti distribučních firem.

8.2 *Současný český knižní trh*

Souhrnně lze na základě rozhovorů s účastníky výzkumu ohledně situace na českém knižním trhu konstatovat, že se trh za posledních 30 let standardizoval a je z hlediska obecných vývojových tendencí srovnatelný s knižními trhy ostatních vyspělých zemí, a to především pokud jde o vzrůstající koncentraci nakladatelských, distribučních a prodejních subjektů,

průnik e-knih a audioknih na knižní trh a klesající počet nezávislých knihkupců (Padevět, 2020, s. LV; Císař, 2020, s. XIV; Vopěnka, 2020, s. XXXIX; Auer, 2020, s. LXXIV).

Pokud jde o specifické rysy českého knižního trhu, podle Vopěnky (2020, s. XXXIX) a Auera (2020, s. LXXVIII) ve srovnání se zahraničními knižními trhy koncentrace subjektů postupuje pomaleji – český knižní trh není tak centralizovaný a vyskytuje se zde relativně vysoký počet nezávislých subjektů v původním českém vlastnictví. Císař (2020, s. XVIII), Auer (2020, s. LXXIV), Vopěnka (2002, s. XLIII) a Padevět (2020, s. LX) se shodují na tom, že koncentrace do budoucna poroste, což ovlivní hlavně malé a střední nakladatele; podle Vopěnky (2020, s. XXXIX) následkem rostoucího tlaku ukončují svoji činnost nakladatelé „srdcaři“, mezi nimiž jsou kupříkladu ti, kteří zakládali nakladatelství v roce 1989. Velké firmy na druhou stranu podle něj knižní trh profesionalizují, protože zavádějí „standards vysoké kvality a dobré organizace práce“ (Vopěnka, 2020, XXXIX). Podle Balaščíka (2020, s. LIII) by mohli do budoucna nezávislí nakladatelé pociťovat tlak, aby se stali součástí velkých firem – účinným nástrojem je podle něj distribuce. Padevět (2020, s. LX) upozorňuje na to, že pokud koncentrace bude postupovat, hrozí, že na českém knižním trhu bude jediný distributor, což je při současné výši marže (50-60 %) pro nakladatele „vražedné“. Jádro problému podle něj tkví v tom, že kniha je specifické zboží, které vyžaduje vysoké vstupní náklady a v České republice má omezené množství kupujících (Padevět, 2020, s. LX). Auer (2020, s. LXXVI) nevnímá do budoucna sílící koncentraci jako hrozbu – na knižním trhu podle něj přetrvává rozdělení na „velké, střední a malé hráče.“

8.3 Konkurence mezi knihkupci a komisní prodej

Císař (2020, s. XVIII) a Kanzelsberger (2020, s. XI) charakterizují český knižní trh jako vysoce konkurenční prostředí zejména pokud jde o knihkupce, jichž je na tak malý trh mnoho. Podle Císaře vysoký počet knihkupců souvisí s komisním prodejem, kdy knihkupec na rozdíl od nakladatele nenese finanční riziko. Podle Kanzelsbergera má současná situace kořeny v 90. letech, kdy byla knihkupecká činnost klasifikována jako volná živnost, kterou lze vykonávat bez licence či příslušnosti k oborové organizaci. Následkem toho se podle Kanzelsbergera na knižní trh „infiltroval kdekdo“, s čímž spojuje individualistický přístup tržních subjektů, které nezohledňují dopad svých aktivit na knižní obor jako celek a chovají se „netržně.“

Balaščík (2020, s. LII) a Dvořák (2020, s. XXVII) potvrzují, že komisní prodej je nevýhodný především pro menší nakladatele. Nakladatelství *Host* již nelze řadit do kategorie

malých nakladatelství, jako tomu bylo koncem 90. let, kdy podle Balaščíka komisioní prodej nefungoval na tak striktní bázi, jako je tomu dnes – distributor např. vyplatil polovinu částky předem. Zároveň na vydávání „náročnějších“ titulů získávalo nakladatelství *Host* dotace, tudíž nebylo závislé pouze na tržbách z prodeje. Dvořák konstatuje, že pro malého nakladatele je vzhledem ke komisionímu prodeji nutné pečlivá koncepce edičního programu s ohledem na prodejnost jednotlivých titulů – tituly, u kterých nakladatel očekává nižší prodejnost, je třeba vydat v malém nákladu a ekonomicky vyvážit dobře prodejnými tituly, granty, financemi od privátních dárců či prostředky získanými crowdfundingem. Shrnuto slovy Pistoria (2008): „Nakladatelské podnikání je rizikové, některé knížky se povedou, jiné ne. [...] Pro malého nakladatele se dva tři nepovedené tituly však mohou stát důvodem osudných finančních obtíží.“

8.4 E-shopy a otázka pevné ceny knih

Ve *Zprávě o českém knižním trhu 2012/2013* je jako příčina klesajícího počtu prodejen nezávislých knihkupců uveden rostoucí tržní podíl internetových knihkupců a nárůst knihkupeckých řetězců (Michek, 2013, s. 17). Vopěnka (2020, s. XXXIX) uvádí, že klesající počet nezávislých knihkupců je celosvětovým trendem, který v západních zemích souvisí s příchodem *Amazonu*. Pokud jde o pokles počtu nezávislých knihkupectví v České republice, konstatuje, že z tržního hlediska není zřejmě „ekonomicky možné, aby se v pětitisícovém městečku knihkupectví udrželo.“ Menší knihkupci podle Vopěnky (2020, XXXIX) spatřují konkurenci ve velkých e-shopech poskytujících zákazníkům slevy, které si menší knihkupci nemohou dovolit. Část knihkupců pak pokládá za efektivní řešení zavedení pevné ceny knihy. To v rozhovoru potvrzuje Kratochvílová (2020, s. XXXV), dle které „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.“ Zavedení pevné ceny knih schvaluje i Kanzelsberger (2020, s. XI): „v dobách e-shopů a naprosté globalizace by ochrana cen něco do sebe přinesla.“ Plošné zavedení pevných cen v České republice však podle Vopěnky (2020, XXXIX) nemá většinovou podporu; proti jsou především velké knihkupecké sítě, např. *Albatros Media* nebo *Euromedia* provozující čtenářské kluby, které by zavedením pevných cen zanikly. Vopěnka (2020, s. XL) předpokládá, že zavedení pevných cen by mělo za následek celkový pokles prodeje knih, protože obyvatelé České republiky jsou na slevy „extrémně nastavení.“

Podle Auera (2020, s. LXXV) by zavedení pevné ceny knih nevedlo ke zvýšení tržeb menších knihkupců – pokud by k jejímu zavedení došlo, e-shopy rychle zareagují a nabídnou zákazníkům jinou výhodu, než je nízká cena, např. dárek k nákupu. Knihkupci jsou na rozdíl

od internetových prodejců podle Auera konzervativní a nepřizpůsobiví v boji o zákazníka a zavedení pevné ceny v tomto ohledu nepřinese změnu.

Balaščík (2020, s. LII) považuje otevření diskuse stran trvalého zavedení pevné ceny za „prohranou bitvu“ a naznačuje ohledně budoucnosti malých knihkupectví dva možné scénáře – pokud se malí knihkupci mají udržet na trhu, budou muset zatraktivnit své prodejní prostory (koncipovat je jako kavárny či čítárny), nebo budou odkázáni na podporu úřadů např. formou nízkého nájmu prodejního prostoru (Balaščík, 2020, s. LIII).

Jako nežádoucí vnímá zavedení pevných cen Padevět (2020, s. LX). Císař (2020, s. XIX) považuje zavedení pevné ceny knih za uzavřenou a poukazuje na otázku zrušení DPH u knih.

8.5 Pozice SČKN na českém knižním trhu

Pozice SČKN na českém knižním trhu podle Císaře (2020, s. XIV) odpovídá skutečnosti, že členství je dobrovolné – to se odráží na počtu členů a s tím souvisejícím objemem financí, které umožňují fungování této organizace. Prosazení povinného členství a získání statusu profesní komory by, jak se domnívá Císař, vedlo ke zvýšení členských příspěvků a umožnilo by profesionální fungování SČKN.

Počet a složení členů SČKN (převažují nakladatelé) Vopěnka (2020, s. XLI) komentuje s tím, že tržně členové SČKN reprezentují minimálně 80 % trhu a početně chybí pouze malí nakladatelé, které charakterizuje jako „složitou skupinu lidí“, jež z rozličných důvodů (např. kvůli „nedůvěře v systém“) nechtějí být členy SČKN. Knihkupci podle Vopěnky nemají o členství v SČKN zájem kvůli vytíženosti spojené s provozováním knihkupecké činnosti. Do budoucna má předseda SČKN v plánu pokračovat ve zvyšování členských příspěvků velkým hráčům knižního trhu, kteří podle něj z členství nejvíce profitují. Za cíl si klade vybudování silné a profesionálně fungující organizace s výkonným aparátem zaměstnaným na plný úvazek (Vopěnka, 2020, XLIII). Vopěnka (2020, s. XLI) vyjmenovává dosavadní legislativní změny uskutečněné na základě aktivity SČKN: snížení DPH knih na 10 %, snížení DPH e-knih a audioknih na 10 % a zařazení knih na daňově uznatelné benefity. SČKN se do budoucna zasadí o úplné osvobození knih od DPH.

Balaščík (2020, s. LI) ohledně významu SČKN pro český knižní trh konstatuje, že jde o „potřebnou“ organizaci, jak se ukázalo při lobování za snížení DPH u e-knih a audioknih. Jako slabinu SČKN hodnotí skutečnost, že zastupuje knihkupce, nakladatele i distributory, tedy

tři skupiny, jejichž zájmy mohou být protichůdné, čímž klesá celková efektivita organizace. To se projevilo při neúspěšném vyjednávání finančního příspěvku s ministerstvem kultury v souvislosti s koronavirem a je i důvodem vzniku *Cechu nakladatelů a Knihexu*. Na druhou stranu velké společnosti, které fungují jako nakladatel, distributor a prodejce zároveň, podle Balašíka (2020, s. LII) přispívají *SČKN* největšími členskými příspěvky. Císař (2020, s. XIV) vnímá zastřešení nakladatelů, knihkupců a distributorů jednou organizací jako specifikum českého knižního trhu dané jeho velikostí. Jako specifický negativní „čecháčkovský“ rys v souvislosti se *SČKN* vzpomíná Císař (2020, s. XV) postoj členů *SČKN* zastupujících velké společnosti, kdy firmy za účelem odvádění nižšího členského příspěvku přihlašují své menší pobočky. Padevět (2020, s. LIX) zmiňuje jakožto problematiku, kterou *SČKN* opomíjí, krádeže knih – jev, se kterým se v knihkupectví *Academia* setkává běžně a nelze jej účinně řešit, protože z legislativního hlediska krádež zboží nepřesahující částku 10 000 Kč je klasifikována jako přestupek, nikoliv jako trestný čin.

8.6 *E-knihy a audioknihy*

Jak vyplývá z podkapitoly (7.2.3 Odborný program - doplnit) příchod e-knih (2011/2012) na český knižní trh vzbudil mezi odbornou veřejností obavy ohledně budoucnosti tištěné knihy. Již kolem roku 2015 se však tyto obavy ukazují jako neopodstatněné. To reflektuje i Císařův (2020, s. XIII) výrok: „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.“ Kanzelsberger (2020, s. I-II), Císař (2020, s. XIII), Kratochvílová (2020, s. XXXIII-XXXIV) Vopěnka (2020, s. XLIII), Balašík (2020, s. LIII) a Auer (2020, s. LXXIV) se ohledně pozice e-knih na českém knižním trhu shodují na tom, že elektronické knihy zůstanou doplňkem knih tištěných. Slovy Auera (2020, s. LXXIV): „[...] všichni pochopili, že e-knihy nezabijí papírovou knihu.“

Kratochvílová (2020, s. XXXIII) shrnuje svoje poznatky ohledně užití e-knih studenty Fakulty humanitních studií získané na základě jí uskutečněných výzkumů – studenti dle jejich zjištění preferují ke studiu tištěnou knihu před elektronickou. Dodává, že „[...] 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“ (Kratochvílová, 2020, s. XXXIII).

Kanzelsberger (2020, s. I-II) vylučuje vzhledem ke konzervativní povaze knižního oboru a knižního trhu nahrazení tištěných knih e-knihami. Císař (2020, s. XIV) a Auer (2020, s. LXXXIV) poznamenávají, že pro čtenáře je podstatný materiální aspekt knihy – chtějí se knih dotýkat a listovat jimi.

Podle Padevěta (2020, s. LX) jsou e-knihy předmětem krádeže častěji než knihy tištěné. Z hlediska zákona nelze proti pirátství účinně zakročit – lze pouze vyzvat ke stažení ukradené e-knihy z daného serveru, ovšem pokud je server zahraniční, nelze se nijak bránit. Z tohoto důvodu nakladatelství *Academia* vydává e-knihy pouze ve specifických případech: na přání autora; pokud se jedná o součást smlouvy při nákupu práv; nebo v případě díla českého autora se zaniklými autorskými právy.

V České republice vzrůstá popularita audioknih. Císař (2020, s. XIX) považuje audioknihy v České republice za pozoruhodný fenomén vzhledem k „slušnému“ množství titulů a širokému využití (audioknihy podle něj vždy využívali slabozrací lidé). Za podstatné pokládá zavedení evidence, jako je tomu u knih tištěných (Císař, 2020, XIX). Auer (2020, s. LXXXIV), stejně jako Císař, konstatuje nárůst audioknih, a to nejen v České republice, ale celosvětově. V České republice se podle Auera (2020, s. LXXXIV) v blízké budoucnosti objeví paušály, kdy bude možné za určitou částku stahovat neomezený počet audioknih.

8.7 Univerzitní knižní trh a účast univerzitního nakladatelství na veletrhu Svět knihy Praha

Vydávání knih na vysokých školách úzce souvisí s hodnocením vědy a výzkumu, přičemž metodika hodnocení vědeckých výstupů je založena na kvantitativních ukazatelích (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 422); tuto skutečnost výstižně popisuje v akademické sféře užívaný výrok *publikuj, nebo zemři* (anglicky *publish or perish*). Kratochvílová (2020, s. XXX-XXXI) se domnívá, že na základě takto nastaveného systému, kdy je dle hodnocení zveřejňovaného v Registru informací o výsledcích (RIV) rozhodováno o výši finančního příspěvku pro další výzkum, vzniklo mezi odbornou veřejností mínění, že univerzitní nakladatelství „vydají všechno“ bez zohledňování kvality dané publikace – bez recenzního řízení, či řádných kritických posudků. Validita kritických posudků je zpochybňována, zvláště pokud autor publikuje na své domovské univerzitě – předpokládá se, že kolegové v rámci zachování dobrých vztahů nehodnotí publikaci objektivně (Kratochvílová, 2020, s. XXX-XXXI). Stanoviska deklarující nízký standard české vysokoškolské knižní produkce lze najít

i v odborné literatuře: „Vysokoškolská produkce má často velmi nízkou úroveň, počínaje kvalitou textu a konče distribucí“ (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 422).

Jak je uvedeno v kapitole pojednávající o českém knižním trhu, podle výročních *Zpráv o českém knižním trhu* klesla produkce učebnic, vysokoškolských učebnic a skript mezi lety 2010 – 2018 o 4 %. Kratochvílová (2020, s. XXX) potvrzuje hypotézu uvedenou ve *Zprávě o českém knižním trhu 2017/2018*, dle které pokles produkce vysokoškolských učebnic a skript souvisí jednak s ukončením programu „Vzdělání pro konkurenceschopnost“, který se finančně podílel na vzniku řady studijních i odborných publikací, jednak odráží skutečnost, že učebnice a skripta (na rozdíl od odborných knih a monografií) nejsou předmětem hodnocení, které by pro univerzity představovalo jeden z finančních zdrojů (Turečková, 2018, s. 5). Kratochvílová (2020, s. XXXII) konstatuje, že celkový obraz o výši produkce vysokoškolských učebnic není zcela přesný, protože učebnice a sborníky z konferencí, které v praxi slouží jako učebnice, jsou za účelem získání vyššího ohodnocení v RIV vykazovány jako monografie či kolektivní monografie. Z hlediska finanční podpory odborných publikací shledává „nespravedlivým“ fakt, že dotace určené na podporu výzkumu čerpají i soukromá nakladatelství vydávající odbornou literaturu (Kratochvílová, 2020, s. XXXI).

Obě vysokoškolská nakladatelství, ve kterých Kratochvílová doposud působila, na veletrhu *Svět knihy Praha* vystavovala společně asi s desítkou dalších vysokoškolských nakladatelství formou kolektivní expozice. Jako hlavní důvod k prezentaci ve společném stánku uvádí nižší náklady – celková cena za stánek je rozpočítána mezi několik nakladatelství. Celkové náklady (stavba stánku, pronájem plochy, plat personálu ve stánku, uvedení nakladatelství v katalogu, doprava, vstupenky, reklama aj.) spojené se čtyřdenním vystavováním ve společném stánku, kde nakladatelství vystavuje knihy na jedné polici, vypočítává na 32 000 Kč. Průměrná cena publikace vydané *FHS* prodávané na veletrhu je 230 Kč; návštěvníci veletrhu knihy na stánku prohlížejí a posléze, jak se domnívá Kratochvílová (2020, s. XXXV), je kupují levněji na e-shopech. Tržba z prodeje knih na veletrhu ve výsledku nepokryje celkové náklady. Přestože formou společné expozice vystavují spíše menší nakladatelství, která „by si samostatný stánek nemohla dovolit“, součástí společného stánku byla v minulých letech i vydavatelství *Univerzity Palackého* nebo *Vysokého učení technického v Brně* či *Masarykova univerzita* – tedy finanční hledisko nemusí být vždy rozhodující (Kratochvílová, 2020, s. XXIX). Setkání nakladatelů díky společnému vystavování vnímá Kratochvílová jako přínos v rovině profesní i osobní (Kratochvílová, 2020, s. XXXIX).

Nevýhoda kolektivní expozice spočívá podle Kratochvílové (2020, s. XXX) v obtížnosti propagace jednotlivých nakladatelství pocházejících z různých univerzit a různých oborů v rámci jednoho stánku. Další nevýhodou je ztráta přímého kontaktu v rovině nakladatel – čtenář; z kapacitních důvodů není možné, aby na stánku byli přítomni najednou všichni nakladatelé, tudíž je stánek obsluhován pronajatým personálem, který není z hlediska informovanosti o jednotlivých titulech či nakladatelstvích zcela adekvátní náhradou jednotlivých nakladatelů (Kratochvílová, 2020, s. XXX).

Ediční středisko *FHS* se neúčastní jiných knižních veletrhů, a to ani v zahraniční – zprostředkování překladu odborných publikací do češtiny je podle Kratochvílové „složitě“, protože český knižní trh je pro vlastníky práv daných publikací z finančního hlediska nezajímavý; žádost o navázání spolupráce zůstává mnohdy bez odezvy. U studentů se tedy přepokládá schopnost studovat odbornou literaturu v původním jazyce. Pro publikování odborných knih českých autorů v zahraničí je dle Kratochvílové (2020, s. LXIII) nutné knihu publikovat v cizím jazyce, což opět charakterizuje jako finančně náročný proces; z českých univerzitních nakladatelství se touto cestou vydává nakladatelství Univerzity Karlovy *Karolinum*, které spolupracuje s *Cambridge University Press*. Pokud jde o distribuci a prodej, česká vysokoškolská nakladatelství nemají jednotnou strategii, vyjma odevzdávání povinných výtisků knihovnám. *FHS* využívá jako svého distributora *Kosmas* nebo *Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o.* (Kratochvílová, 2020, s. XXXIV). Trávníček (Šimeček a Trávníček, 2015, s. 422-423) hodnotí sféru univerzitního knižního trhu jako „bolavé místo“ českého knižního trhu, mezi jehož nedostatky patří absence fungující distribuční a prodejní sítě, nekoncepční přístup nakladatelství a zanedbávání redakční úpravy rukopisů.

8.8 Pozice malých nakladatelů na českém knižním trhu a jejich účast na veletrhu Svět knihy Praha

Veletrh *Svět knihy Praha* byl v letech 2010 – 2016 kritizován v souvislosti s klesající účastí malých nakladatelů (veletrhu se v uvedených letech přestala účastnit např. nakladatelství *Labyrint*, *Torst*, *Baobab*, *Triáda* nebo *Dauphin*). Podle článku Daniela Konráda ³⁷ (2014), publikovaném v *Hospodářských novinách*, se těmto nakladatelům účast na veletrhu „finančně

³⁷ KONRÁD, Daniel. Svět knihy opouštějí malí nakladatelé. Vyprodali jsme celý palác, reaguje ředitelka. *Hospodářské noviny* [online]. 2014 [cit. 2020-11-10]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://art.ihned.cz/knihy/c1-62194990-svet-knihy-20-let>

nevyplatila“, a „o to více prostoru zabírají velké firmy“. Otázka postavení malých nakladatelů v rámci historie veletrhu byla jednou z dílčích témat v rozhovorech s účastníky výzkumu.

Obecně lze k postavení malých nakladatelství³⁸ na knižním trhu konstatovat, že jsou z hlediska finanční stability zranitelná (Pistorius, 2008), což je na českém knižním trhu umocněno komisním prodejem a potenciálně i rostoucí monopolizací. Zároveň je tato skupina nakladatelů pro knižní trh důležitá, protože přispívá k tzv. *bibliodiverzitě* neboli rozmanitosti knižního trhu³⁹ (Hawthorne, 2018, s. s. 9-10). – Hawthorne (2018) přirovnává knižní trh k soběstačnému ekosystému, pro jehož „zdraví“ je nutná biodiverzita neboli rozmanitost druhů. Ta je ohrožena globalizací – díky nedostatečné diverzitě médií a koncentraci velkých nakladatelských domů a knižních řetězců je omezena možnost reprezentace různorodých hlasů v médiích a knihách. Tento ekosystém se pak promění v tzv. *intelektuální monokulturu* (Shiva, 1993). Malí nakladatelé přispívají k tzv. *kulturní multiverzitě* (intelektuální rozmanitosti) např. produkcí titulů, které vycházející z nesteriorodého kulturního poznání, či titulů, které reprezentují širokou škálu hledisek a epistemologických postojů (Hawthorne, 2018, s. 9-11).⁴⁰

Jako jeden ze základních pilířů koncepce Frankfurtského knižního veletrhu po jeho obnovení v roce 1949 byl ustanoven princip rovnosti, který měl zajistit stejné podmínky prezentace pro všechny nakladatele bez ohledu na jejich tržní podíl nebo pozici na knižním trhu (Weidhaas, 2007, s. 227). Zejména pak zavedením tohoto principu organizátoři chtěli zabránit zastínění malých nakladatelů velkými hráči na trhu. V praxi je tato zásada uplatňována při prodeji výstavní plochy: pokud si velká společnost pronajme několik sousedících stánků pro každou ze svých akvírovaných společností tak, aby jméno každé dceřiné společnosti bylo na stánku zachováno, cena za výstavní plochu je mnohonásobně vyšší, než pokud si výstavní plochu stejné výměry pronajme několik různých vystavovatelů. V případě, že si velká společnost postaví stánek z vlastních materiálů, aby podpořila firemní image, cena se nijak neliší od té, kterou by společnost platila při použití materiálů poskytnutých organizátory veletrhu. Tento princip se dále vztahuje na zákaz reklamy vystavujících firem ve veletržním katalogu či na alokaci výstavní plochy – stánky menších nakladatelů či nakladatelů ze zemí

³⁸ Vzhledem k absenci formální definice termínu „malý“ nebo „nezávislý“ nakladatel pro české prostředí, je v této diplomové práci tímto termínem označován takový nakladatel, který sám sebe chápe jako příslušníka skupiny „malých“ nebo „nezávislých“ nakladatelů.

³⁹ Hawthorne (2018, s. 9-10) přirovnává knižní trh k soběstačnému ekosystému, pro jehož „zdraví“ je nutná biodiverzita neboli rozmanitost druhů.

⁴⁰ Pistorius (2008) varuje před představou, že to jsou pouze malí nakladatelé, kteří „drží praporek intelektuální náročnosti a nezávislosti.“ Dodává, že „velká nakladatelství nejsou nutně ovládána ziskem, zatímco malí nakladatelé si mohou dovolit vydávat náročné knihy jen tak pro radost.“

třetího světa a stánky komerčně úspěšných nakladatelů jsou organizátory cíleně promíseny (Weidhaas, 2007, s. 227-228).

Pokud jde o účast malých nakladatelů na veletrhu *Svět knihy Praha*, v katalogu vystavovatelů k prvnímu ročníku veletrhu (1995) najdeme „Společnou expozici malých nakladatelů“⁴¹ (Katalog Svět knihy '95, 1995, s. 96) – malí nakladatelé volili levnější formu účasti na veletrhu již v době, kdy nelze v souvislosti s českým knižním trhem hovořit o monopolizaci, ale spíše o podfinancovanosti. Balašík (2020, s. XLVIII) v rozhovoru uvádí, že na konci 90. let, kdy nakladatelství *Host* spadalo do kategorie malých nakladatelství, veletrh *Svět knihy Praha* poskytoval „malým nakladatelům levnější prostory pro umístění stánku – vycházeli nám v tomto vstříc, protože chtěli, aby se tam dostávali i menší nakladatelé vydávající náročnou literaturu.“

Bývalá ředitelka veletrhu *Svět knihy Praha* shledává kritiku stran ceny výstavní plochy jako neoprávněnou vzhledem k možnosti pronajmout si menší stánek nebo vystavovat formou kolektivní expozice. Poukazuje také na to, že vystavování na veletrhu je – stejně jako nakladatelská činnost – komerční aktivita (Kalinová, 2020, s. XCIII), a v této souvislosti se pozastavuje nad určitou schizofrenií ohledně fungování malých nakladatelství – navzdory přízvisku „nezávislí“ je činnost těchto nakladatelů částečně závislá na státní dotaci (Kalinová, 2020, s. XCIII).

V roce 2007, tedy zhruba o dekádu později, se na veletrhu *Svět knihy Praha* konala diskuse na téma postavení nezávislých nakladatelů na knižním trhu, již se účastnili čeští nakladatelé (Iva Pecháčková z nakladatelství *Meander*, Michal Rydval z nakladatelství *Fra*, Joachim Dvořák z nakladatelství *Labyrint*) a malí nakladatelé z Dánska, Německa a Francie. Z vyjádření českých nakladatelů vyplynulo, že se potýkají s nedostatkem financí – prodejci údajně malým nakladatelům knihy vrací, protože se neprodávají dost rychle, a navíc čtenáři vyhledávají čím dál častěji knihkupectví obchodních centrech (Veletržní listy, 2007, s. 1). Rydval vyjádřil nespokojenost s fungováním *SČKN*, pokud jde o hájení zájmů malých nakladatelů a možnost vzniku asociace hájící výhradně zájmy malých nakladatelů, jako je tomu v zahraničí, označil za „nereálnou“ (Veletržní listy, 2007, s. 1). Malí nakladatelé se však aktivizovali – v roce 2011 vznikl jarmark *Knihex* zaměřený na prezentaci malých nakladatelství, v roce 2012 byl založen festival malých nakladatelů *Tabook* a na jaře 2020 v reakci na situaci způsobenou šířením viru covid-19 vznikla iniciativa *Cech malých*

⁴¹ O která nakladatelství se jedná zde není uvedeno.

nakladatelů. Předseda *SČKN* označuje malé nakladatele, z nichž část je členem *SČKN*, jako „složitou skupinu lidí“ (Vopěnka, 2020, s. XLI). Stan malých nakladatelů považuje za „dobrý model“, a pokud jde o cenu za výstavní plochu, konstatuje, že 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 %“ (Vopěnka, 2020, s. XLIV).

Pro Dvořáka jakožto jednoho z malých nakladatelů, který na veletrhu po několik let nevystavoval, ekonomické důvody nejsou tím nejpodstatnějším faktorem rozhodujícím o účasti na veletrhu – tím je celková koncepce akce (Dvořák, 2020, s. XX). Ta ale s finančním hlediskem úzce souvisí: knižních jarmarků, trhů či festivalů, kterým malí nakladatelé dávají přednost před „mainstreamovou“ akcí typu veletrh *Svět knihy Praha*, se účastní cílová skupina čtenářů, kterou si nakladatelství přeje oslovit. To se odráží na výši tržeb. Náklady na vystavování na tomto typu akcí jsou zároveň podle Dvořáka mnohonásobně nižší (Dvořák, 2020, s. XXII). Podobně vnímá knižní jarmarky také Balašík (2020, s. XLIX): část knižní produkce nakladatelství *Host* – poezie, náročná próza, odborná literatura – podle Balašíka patří do „náročnějšího kontextu a k publiku, které ji vyhledává právě na *Knihexu* nebo *Tabooku*“, kde vystavují „menší, ale mnohdy inovativnější nakladatelství.“

8.9 Budoucnost veletrhu *Svět knihy Praha* s ohledem na rekonstrukci Výstaviště a trendy na českém knižním trhu

Padevět (2020, s. LVI a LVII), Vopěnka (2020, s. XLII), Auer (2020, s. LXX) a Kalinová (2020, s. LXXXVI) se shodují na tom, že Průmyslový palác, kde se veletrh *Svět knihy Praha* koná od prvního ročníku, představuje slabinu veletrhu, a to zejména pokud jde o doprovodné služby (catering, toalety), dopravní dostupnost s ohledem na různé věkové skupiny a samotné výstavní prostory – levé křídlo Průmyslového paláce od roku 2008, kdy jej zničil požár, je nahrazeno stanem. Z těchto důvodů v minulosti *SČKN* uvažovalo o jeho přesunutí na výstaviště do Letňan, nicméně tato myšlenka se nesečkala s úspěchem – podle Padevěta (2020, s. LVI) jednoho z iniciátorů přesunu do Letňan, bylo důvodem tradiční smýšlení většiny nakladatelů a knihkupců, kteří preferovali vystavování na Holešovickém Výstavišti; podle Císaře (2020, s. XVIII) byla hlavním důvodem přílišná vzdálenost výstaviště v Letňanech od centra Prahy. Průmyslový palác čeká v blízké budoucnosti několik let avizovaná rekonstrukce (v roce 2021 se však veletrh bude konat na Výstavišti), která představuje podle Vopěnky (2020, s. XLII) pro veletrh z hlediska „přežití“ rizikové období.

Auer (2020, s. LXX) uvádí, že pokud rekonstrukce Výstaviště skutečně nastane, veletrh bude muset najít jiné výstavní prostory minimálně na šest let. Pravděpodobnost, že by se po této době veletrh na Výstaviště vrátil, je podle něj malá. Císař (2020, s. XVIII) však poukazuje na to, že Olomouc nebo Brno mají podle něj „výstavní zázemí nesrovnatelné s Prahou“, přesto se zde nepodařilo zavést knižní veletrh s dlouhodobým trváním.

Pokud jde o budoucnost veletrhu *Svět knihy Praha* s ohledem na vývoj českého knižního trhu – zvyšující se koncentraci a digitalizaci v podobě potenciálního nárůstu počtu e-knih a e-shopů – současné vedení veletrhu nepředpokládá, že by se tyto trendy na veletrhu v budoucnu projevíly (Auer, 2020, s. LXXIV; Vopěnka, 2020, s. XLIII). Podle Balaštíka (2020, s. L) jsou z hlediska slev do budoucna potenciálními konkurenty veletrhu *Svět knihy Praha* e-shopy; předpokládá však, že setkání s autory a možnost prohlédnout se produkcí jednotlivých nakladatelství bude mít pro čtenáře větší váhu než koupě zlevněné knihy.

9 Závěr

Jak vyplynulo z rešerší, knižní veletrhy jsou tradičně místem, kde se kniha nachází ve středu zájmu jakožto předmět obchodní směny (Voit, 2008, s. 987; Weidhaas, 2007, s. 24). O zbožním charakteru knihy svědčí i skutečnost, že vývojové fáze knižních veletrhů podléhaly historicky stejným trendům, jako veletrhy s jiným druhem zboží (Weidhaas, 2007, s. 115). Ve světle výše uvedeného bylo cílem této diplomové práce analyzovat, jakým způsobem se *Mezinárodní knižní veletrh a literární festival Svět knihy Praha* podílel na znovuzavedení tržních mechanismů v knižní produkci a distribuci, které byly v roce 1949 na základě *Zákona o vydávání a rozšiřování knih, hudebnin a jiných neperiodických publikací* systematicky potlačovány.

Podle Balaštíka (2020, s. LII) se veletrh *Svět knihy Praha* významně podílel na standardizaci knižního trhu po „všech stránkách“ – jmenovitě po stránce ediční a grafické úpravy –, a umožnil odborné veřejnosti výměnu informací a zkušeností. Současnou roli veletrhu spatřuje především v propagaci knih a literatury – rozvoji festivalové části – kde se může široká i odborná veřejnost setkávat s českými a zahraničními autory. Zejména v posledních letech podle něj veletrh navštěvuje „světová špička“ mezi spisovateli (Balaštík, 2020, s. XLVIII).

Propagaci čtenářství a literatury vnímá jako klíčovou funkci veletrhu také Dvořák (2020, s. XXIV). Originální koncepcí festivalové části se podle něj může veletrh *Svět knihy Praha* odlišit od ostatních evropských knižních veletrhů. Jako přínos veletrhu hodnotí skutečnost, že díky „puncu mezinárodního knižního veletrhu“, který *Svět knihy Praha* získal, měla odborná i široká veřejnost možnost vidět řadu známých světových spisovatelů. Z obchodního hlediska je podle něj přínosné, že veletrh *Svět knihy Praha* motivuje nakladatele k vydání knižních novinek k termínu konání veletrhu – *Svět knihy Praha* podle Dvořáka (2020, s. XXIV) „dokázal vytvořit prostor, na který se nakladatelé soustředili.“ – Což potvrzuje Balaštík (2020, s. XLVIII).

Padevět (2020, s. LIX) na otázku, zda se veletrh *Svět knihy Praha* podílel na rehabilitaci českého knižního trhu, odpovídá kladně: „díky *Světu knihy*, díky akcím, co tam jsou, díky reklamám na tramvajích, si každý rok v květnu česká veřejnost připomene, že existují knížky“. Propagace knih a čtenářství je podle Padevěta (2020, s. LIX) prospěšná pro všechny subjekty českého knižního trhu, na kterém jinak panuje individualismus.

Pro Kratochvílovou (2020, s. XXXV) smysl účasti na veletrhu *Svět knihy Praha* spočívá především v jeho sociální roli – v setkávání s ostatními nakladateli. Osobní kontakt s nakladateli a čtenáři vnímá jako klíčový rys veletrhu. Dalším důvodem k účasti je prezentace nakladatelství a jeho produkce, nicméně na tuto „osvětu“ podle Kratochvílové (2020, s. XXXVII) není tolik prostoru, protože „nakladatel musí zaplatit plochu.“

Podle Vopěnky (2020, s. XLII) veletrh *Svět knihy Praha* především zprostředkovává veřejnosti setkání se zahraničními spisovateli. – Sám jako nakladatel využívá účast zahraničních autorů jako marketingovou podporu svého nakladatelství. Další funkci veletrhu *Svět knihy Praha* spatřuje ve společenské rovině: „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“ (Vopěnka, 2020, s. XLII).

Císař (2020, s. XIV) k otázce významu veletrhu *Svět knihy Praha* z hlediska rehabilitace českého knižního trhu po roce 1989 konstatuje, že veletrh „výrazně pomohl konfrontaci nově zakládaných nakladatelství, která vznikala jako houby po dešti – celá řada firem se tam etablovala, poznali se kolegové.“ Uvádí dále, že vznik veletrhu úzce souvisí s obnovením SČKN.

V souvislosti s výzkumnou otázkou je třeba poukázat na výpovědi Kanzelsbegera (2020, s. I) a Padevěta (2020, s. LIV), ze kterých shodně vyplývá, že systém knižní produkce a distribuce fungující do roku 1989 na území České republiky nelze považovat za „trh“ – lze odvodit, že jmenovaní narážejí na absenci tržních mechanismů, nebo slovy Halady (2007, s. 16) „přirozených podmínek pro knižní podnikání.“ Z analýzy výpovědí nakladatelů (vystavovatelů), je patrné, že v 90. letech veletrh *Svět knihy Praha* využívali zejména jako místo navazování profesních kontaktů a prezentace značky (oborové přehlídky). Z výzkumu uskutečněného organizátory veletrhu je zřejmé, že více než dvě třetiny vystavovatelů měli koncem 90. let zájem zapojit se do obchodu s licencemi. Výpovědi vystavovatelů svědčí o zvědavosti a nadšení, které s sebou účast na prvních ročnících veletrhu přinášela, což souviselo s „protržením hrází“ (Balašík, 2020, s. XLVII) – uvolněním spojeným s decentralizací knižní kultury. – Balašík (2020, s. XLVII) konstatuje, že na veletrhu *Svět knihy Praha* bylo možné v 90. letech zakoupit tituly, „které se ne ve všech knihkupectvích daly sehnat,“ což lze považovat za „vzpomínku“ na přidělovou politiku centrálně řízeného knižního trhu. Pokud jde o veletrh *Svět knihy Praha* a jeho roli v obnovování tržního prostředí, je nutné

poukázat na skutečnost, že se zde setkávají všechny subjekty knižního trhu⁴² neboli všechny články knižního komunikačního okruhu (Darnton, 1982), za účelem obchodní směny – to je v kontextu transformace českého knižního trhu po roce 1989 zcela zásadní. – Přímou interakcí jednotlivých subjektů českého knižního trhu dochází ke zprůhlednění jejich vzájemných vztahů; centralizovaný systém je, jak uvádí Šmejkalová (2000, s. 121), naopak založen na rozptýlení moci do tzv. kolektivního subjektu, což „dokonale zamlžuje konkrétní vztahy mezi jednotlivými subjekty.“ Výmluvný je v tomto ohledu i Padevětův (2020, s. LVI) komentář k prvnímu ročníku veletrhu *Svět knihy Praha*: „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.“

Tématem prostupujícím všemi rozhovory je podkapitalizace českého knižního trhu nebo jeho nedostatečná státní podpora. – Pokud toto téma vztáhneme k veletrhu *Svět knihy Praha*, zjistíme, že všichni vystavovatelé se zmiňují o nákladech spojených s vystavováním a o prodeji knih a často jej staví do kontrastu s propagací nakladatelské značky nebo osvětou. Nejvýrazněji se tato dichotomie objevuje u Kratochvílové – univerzitní nakladatelky (v souvislosti s kolektivním vystavováním), Dvořáka – malého nakladatele (v souvislosti s orientací veletrhu *Svět knihy Praha* na slevový prodej). Prodej knih na veletrhu *Svět knihy Praha* byl kritizován a nahlížen jako protipól „vyšší“, osvětové funkce knižního veletrhu – potažmo knihy jako takové – nicméně z pohledu transformace ekonomiky, kdy centrálně řízený trh systematicky potlačuje systém nabídky a poptávky, lze přímý prodej knih nahlížet jako projev tržních mechanismů a uznání knihy jakožto zboží (připomeňme uměle snižovanou cenu knih před rokem 1989). – A naopak, závislost na dotacích a kritiku prodeje knih na veletrhu jako pozůstatky nastavení centrálně řízené knižní kultury založené na potlačování základních tržních principů.⁴³

Pokud jde o vývoj motivace vystavovatelů k účasti na veletrhu, jak vyplývá z výše uvedených shrnutí, nakladatelé považují za současnou funkci veletrhu *Svět knihy Praha* především propagaci knih a čtenářství směrem k široké veřejnosti (což v sobě zahrnuje i marketingovou podporu knižního trhu a nakladatelské značky), příp. prostor k neformálnímu setkávání s kolegy – spíše však z důvodů osobních nežli profesních, jako tomu bylo v 90. letech

⁴² Včetně zástupců polygrafického průmyslu, což dotvrzuje Padevět (2020, s. LV), který uvádí, že „v minulosti“ na veletrhu *Svět knihy Praha* uzavíral – ač pouze formálně – kontrakty s tiskárnami.

¹ Pozůstatky tohoto nastavení jsou zvláště zjevné u českých univerzitních nakladatelství v oblasti distribuce a marketingu.

–, krom Padevěta, který veletrh využívá k setkáním se zahraničními agenty. Odborný program (vzdělávací funkce veletrhu) krom Balašтика vystavovatelé neshledávají přínosným. Vyjma Padevěta, jak bylo uvedeno, nakladatelé nevyužívají⁴⁴ veletrh *Svět knihy Praha* jako místo k jednání se zahraničními agenty – z hlediska exportu českých práv do zahraničí jej zjevně nepovažují za podstatný, což je pozoruhodné v kontrastu s uváděným výzkumem z konce 90. let. – Vůči pojetí veletrhu *Svět knihy Praha* jako akci výlučně zaměřené na propagaci čtení a čtenářství se vymezuje Kalinová (2020, s. LXXXII), která vysvětluje jí zamýšlenou koncepci veletrhu *Svět knihy Praha* (v návaznosti na Kanzelsbergera), přičemž „vyváženost festivalové a veletržní části“ považuje za klíčovou; festivalová část přivádí na veletrh širokou veřejnost, zatímco veletržní část – tedy prezentace nakladatelů – je podstatná pro odbornou veřejnost. Konstatuje, že pokud se veletrh vydá směrem, kdy bude akcentována především festivalová část, vytrácí se podstata veletrhu jako takového, včetně smyslu prezentace nakladatelů ve stáncích. – To podle ní znamená přerušení kontinuity a původní Kanzelsbergerovy vize.

Závěrem je třeba podotknout, že výzkumná část diplomové práce je založena na analýze a interpretaci subjektivních reflexí a postojů jednotlivých účastníků výzkumu. – Cílem práce není subjektivní perspektivy jednotlivých účastníků výzkumu redukovat za účelem vyvození reprezentativního zevšeobecnujícího „objektivního“ závěru, ale spíše nacházet mezi jednotlivými výpověďmi paralely (Vaněk a Mücke, 2015, s. 191) a poskytnout náhled na vybrané téma optikou deseti osobností, které se na českém knižním trhu pohybují více než třicet let a aktivně jej utvářejí.

² Kratochvílová (2020, s. XXXIVV) veletrh *Svět knihy Praha* zmiňuje jako místo, kde je možné si smluvit schůzku se zahraničním agentem, nicméně vzhledem ke specifikům fungování univerzitního nakladatelství tak sama nečiní.

10 Seznam použitých zdrojů

ABRAMS, Lynn. *Oral history theory*. London and New York: Routledge, 2010. ISBN 0-203-84903-5.

AUGUSTA, Pavel a František HONZÁK. *Sto let jubilejní*. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1991. ISBN 80-03-00646-5.

BÜCHLER, Alexandra a TRENTACOSTI, Giulia. Publishing translated literature in the United Kingdom and Ireland 1990 - 2012 statistical report. In: *Lit-across-frontiers*. May, 2015 [cit. 2020-10-29]. Dostupné z: https://www.lit-across-frontiers.org/wp-content/uploads/2013/03/Translation-Statistics-Study_Update_May2015.pdf

CIKÁNEK, Martin. Nejednotné terminologické a obsahové vymezení fenoménu v současném světě. In: BEDNÁŘ, P., JAUROVÁ, Z., LEHEČKOVÁ, E., ŽÁKOVÁ, E., eds. *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2013, s. 22-53. ISBN: 978-80-7008-274-4.

CIKÁNEK, Martin. Od kulturního průmyslu (culture industry) přes kulturní průmysly (cultural industries) ke kreativním průmyslům (creative industries). In: BEDNÁŘ, P., JAUROVÁ, Z., LEHEČKOVÁ, E., ŽÁKOVÁ, E., eds. *Kreativní průmysly – příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2013, s. 8-21. ISBN: 978-80-7008-274-4.

CÍSAŘ, Jaroslav. Knihy a tisk. Studie o sociálně ekonomickém potenciálu kulturních a kreativních průmyslů v České republice. In: *Kulturní a kreativní průmysly v České republice. Přehled o stavu jednotlivých odvětví (architektura, design, reklama, film, hudba, knihy a tisk, scénická umění, trh s uměním, TV a rozhlas, videohry, kulturní cestovní ruch)* [online]. Praha: Institut umění, 2010 [cit. 2020-05-06]. Dostupné z:

<https://www.culturenet.cz/coKmv4d994Swax/uploads/2017/03/Knihy-a-tisk-Kulturni%CC%81-a-kreativni%CC%81-pru%CC%8Amysly-v-C%CC%8CR.pdf>

CÍSAŘ, Jaroslav. Mezi byznysem a kulturou. Biblio. Literární noviny. 2014, č. 5, s. 4-7. ISSN 2336-1921.

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>

DARNTON, Robert. "What is the History of Books?" Revisited. *Modern Intellectual History* [online]. 2007, Volume 4, Issue 03 [2020-01-20]. ISSN: 1479-2451. Dostupné z:

http://journals.cambridge.org/abstract_S1479244307001370

FLOOD, John L. 'Omnium totius orbis emporiorum compendium': The Frankfurt Fair in the Early Modern Period. In: MYERS, R., HARRIS, M. and MANDELBRÖTE, G. (Eds.). *Fairs, Markets and the Itinerant Book Trade*. New Castle DE: Oak Knoll and London: British Library, 2007, pp. 1–42. ISBN: 978-1584562009.

GLANC, Tomáš, ed. 2019. *Samizdat past & present*. Prague: Institute of Czech Literature. ISBN 978-80-246-4033-4.

GRUNTORÁD, Jiří. Samizdat literature in Czechoslovakia during the 1970s and 1980s. In: VRBA, T. (Ed.). *Samizdat Past & Present*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV, 2019, s. 113-131. ISBN 978-80-88069-76-8.

HALADA, Jan, 1993. *Člověk a kniha. Úvod do nakladatelské specializace*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7066-767-2.

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

HAWTHORNE, Susan, 2018. *Bibliodiverzita: Manifest nezávislé nakladatelky*. Praha: women. ISBN 978-80-905239-9-9.

HENDL, Jan, 2016. *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál. ISBN: 978-80-262-0982-9.

KONRÁD, Daniel. Svět knihy opouštějí malí nakladatelé. Vyprodali jsme celý palác, reaguje ředitelka. *Hospodářské noviny* [online]. 2014 [cit. 2020-11-10]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://art.ihned.cz/knihy/c1-62194990-svet-knihy-20-let>

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>

KOPECKÝ, Václav, et al., 1949. *Knihy do rukou lidu! Zákon o vydávání a rozšiřování knih, hudebnin a jiných neperiodických publikací*. Praha: Ministerstvo informací a osvěty.

MACHOVEC, Martin. The Types and Functions of Samizdat Publications in Czechoslovakia, 1948–1989. *Poetics Today: International Journal for Theory and Analysis of Literature and Communication* [online]. 2009, Volume 30, Issue 1 [cit. 2020-02-22]. ISSN: 1527-5507. Dostupné z: <https://doi.org/10.1215/03335372-2008-001>

MOERAN, Brian. *An Anthropological Analysis of Book Fairs*. CBS. Creative Encounters Working Paper, No. 12. Frederiksberg, 2008. Working Paper. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10398/7779>

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>

NORRICK-RÜHL, Corinna. Two Peas in a Pod: Book Sales Clubs and Book Ownership in the Twentieth Century. In: STEAD, E. (Ed.) *Reading Books and Prints as Cultural Objects*. Cham: Springer Nature, s. 231-251. ISBN 978-3-319-53832-7.

PAVLŮ, Dušan, 2009. *Veletrhy a výstavy: kultura, komunikace, multimedialita, marketing*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-946-38-2.

PHIPPS, Gavin. Book fair set to open a new chapter. *Taipei Times* [online]. 2003 [cit. 2020-11-12]. ISSN 1563-9525. Dostupné z: <http://www.taipeitimes.com/News/feat/archives/2003/02/08/0000193854>

PISTORIUS, Vladimír, 2003. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Vyd. 1. Praha: Paseka. ISBN 80-7185-516-2.

PISTORIUS, Vladimír, 2019. *Jak se dělá kniha: příručka pro nakladatele*. Čtvrté, aktualizované vydání. Příbram: Pistorius & Olšanská. ISBN 978-80-7579-059-0.

PISTORIUS, Vladimír. Velká a malá nakladatelství. *A2* [online]. 2008 [cit. 2020-11-10]. ISSN: 1803-6635. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2008/26/velka-a-mala-nakladatelstvi>

PŘIBÁŇOVÁ, Alena a PŘIBÁŇ, Michal. Sixty-Eight Publishers in contact with domestic samizdat and competition in Exile. In: VRBA, T. (Ed.). *Samizdat Past & Present*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV, 2019, s. 161-172. ISBN 978-80-88069-76-8.

SCHÖNHÖFER, Petra. Leipzig Book Fair. The Book Fair – A Piece of German History. In: *Goethe Institut* [online]. March, 2019 [cit. 2020-10-31]. Dostupné z: <https://www.goethe.de/ins/us/en/kul/bks/21514597.html>

SKOV, Lise. The Role of Trade Fairs in the Global Fashion Business. *Current Sociology* [online]. 2006, vol. 54, no. 5, pp. 764-783 [cit. 06-07-2020]. ISSN 0011-3921. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1177/0011392106066815>

STRONG, Liz. H. Oral History Transcription Style Guide. Columbia University Center for Oral History Research, 2018. Dostupné z: <https://www.ccohr.incite.columbia.edu/blog/2018/1/17-transcription-style-guide>

SÝKOROVÁ, Petra. Když nabídka likviduje poptávku na knižním trhu. *Euro. Mladá fronta* [online]. 2010. [cit. 2020-01-19]. ISSN: 1212-3129. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/kdyz-nabidka-likviduje-poptavku-na-kniznim-trhu-897865>

ŠÁMAL, Petr. Parallel circulation as a consequence of censorship. In: VRBA, T. (Ed.). *Samizdat Past & Present*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV, 2019, s. 173-188. ISBN 978-80-88069-76-8.

ŠIMEČEK, Zdeněk a TRÁVNÍČEK, Jiří, 2014. *Knihy kupovati: dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-2404-6.

ŠMEJKALOVÁ, Jiřina, 2000. *Knihy: k teorii a praxi knižní kultury*. Brno: Host. ISBN 80-7294-005-8.

TRÁVNÍČEK, Jiří, 2014. *Překnížkováno. Co čteme a kupujeme (2013)*. Brno: Host. ISBN 978-80-7491-256-6.

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/>

VANĚK, Miroslav a MÜCKE, Pavel, 2015. *Třetí strana trojúhelníku: Teorie a praxe orální historie*. 2. přepracované a doplněné vydání. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-2968-1.

VÁŠKOVÁ, Olga. Osobnosti knižní kultury: „Když něco opravdu chcete, všechno je možné.“ *Čtenář, Měsíčník pro knihovny. Středočeská vědecká knihovna v Kladně*. [online]. 2017. [cit. 2020-05-06]. ISSN: 1805-4064. Dostupné z: <https://www.svkk1.cz/en/ctenar/clanek/110>

VOIT, Petr, 2006. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století*. I. díl. Praha: Libri. ISBN 978-80-7277-390-9.

VOIT, Petr, 2008. *Encyklopedie knihy: starší knihtisk a příbuzné obory mezi polovinou 15. a počátkem 19. století*. II. díl. Praha: Libri. ISBN 978-80-7277-390-9.

VRBA, Tomáš. Independent literature and freedom of thought 1970-1989. In: VRBA, T. (Ed.). *Samizdat Past & Present*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV, 2019, s. 77-112. ISBN 978-80-88069-76-8.

WEIDHAAS, Peter, 2007. *A History of the Frankfurt Book Fair*. Toronto: Dundurn Press. ISBN: 978-1550027440.

ZACH, Aleš, 1995. *Kniha a český exil*. Praha: Torst. ISBN 978-8085639629.

ZIPSER, Richard A. *Von Oberlin nach Ostberlin: als Amerikaner unterwegs in der DDR-Literaturszene*. Berlin: Christoph Links Verlag GmbH, 2013. ISBN 978-3-86153-712-0.

ZOUFALOVÁ, Helena. *Distribuce a prodej knih v ČR: Odborná studie pro Ministerstvo kultury ČR*. Praha, 2010. Odborná studie.

Archivní materiály PhDr. Dany Kalinové

KALINOVÁ, Dana, 2005. *Výběrové řízení – Svět knihy*. Prezentace v programu PowerPoint. Archiv společnosti Svět knihy, s.r.o.

KALINOVÁ, Dana, a Chalupová, Jana, 2008. *Kronika mezinárodního knižního veletrhu Svět knihy Praha*. Archiv společnosti Svět knihy, s.r.o.

MARXTOVÁ, Jana. Jak se žije malým nakladatelům? *Veletržní listy*. 5.5. 2007. Vydal Svět knihy, s.r.o. v nakladatelství Jalna.

ŠOFR, Radek. Jak vystavovatelé hodnotili loňský veletrh. *Veletržní listy*. 19.5. 1999. Vydal Svět knihy, s.r.o. v nakladatelství Jalna.

WEIDHAAS, Peter, 2008. Meeting the Others. *Conference of International Book Fairs*. (nevydáno)

Katalog Svět knihy '95. 1995. Vydala ITEA.

Katalog Svět knihy '96. 1996. Vydali SČKN ve spolupráci s Výstavištěm Praha.

Katalog Svět knihy '97. 1997. Vydal SČKN.

Katalog Svět knihy '98. 1998. Vydal Svět knihy, s.r.o. a Výstaviště Praha.

Program Svět knihy Praha 12. – 15.5. 2011. 2011. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-904617-4-1.

Program Svět knihy Praha 17. – 20.5. 2012. 2012. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-904617-7-2.

Program Svět knihy Praha 16. – 19.5. 2013. 2013. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-87659-02-1.

Program Svět knihy Praha 15. – 18.5. 2014. 2014. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-87659-06-9.

Program Svět knihy Praha 14. – 17.5. 2015. 2015. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-87659-10-6.

Program Svět knihy Praha 12. – 15.5. 2016. 2016. Vydal Svět knihy, s.r.o. ISBN 978-80-87659-13-7.

Program Svět knihy Praha 9. – 12.5. 2019. 2019. Vydal Svět knihy Praha, s.r.o. ISBN 978-80-87659-23-6.

Orální zdroje

AUER, Radovan, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Praha 4. 6.

BALAŠTÍK, Miroslav, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci.

Telefonický hovor 13. 5.

CÍSAŘ, Jaroslav, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Praha 12. 3.

DVOŘÁK, Joachim, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Hovor přes Skype 24. 3.

CHALUPOVÁ, Jana, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Praha 20. 5.

KALINOVÁ, Dana, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Hovor přes Skype 5. 6.

KANZELSBERGER, Jan, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Praha 2. 3.

KRATOCHVÍLOVÁ, Marie, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Hovor přes Skype 3. 4.

PADEVĚT, Jiří, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Praha 19. 5.

VOPĚNKA, Martin, 2020. Rozhovor v rámci získávání dat k této diplomové práci. Hovor přes Skype 27. 4.

Webová sídla (autor neuveden)

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. Creative Industries. *Itracen.org* [online].

©International Trade Centre UNCTAD/WTO 1994-2015 [cit. 2020-05-24]. Dostupné z:

<http://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/>

LITERATURE ACROSS FRONTIERS. About. *Lit-across-frontiers.org* [online]. [cit. 2020-

07-07]. Dostupné z: <https://www.lit-across-frontiers.org/about/>

REJSTRÍK FIREM. Svět knihy, s.r.o. – Živnostenský rejstřík. *Rejstrik-firem.kurzy.cz*

[online]. © 2000–2020 [cit. 2020-07-07]. Dostupné z: [https://rejstrik-](https://rejstrik-firem.kurzy.cz/25603990/svet-knihy-sro/zivnosti/)

[firem.kurzy.cz/25603990/svet-knihy-sro/zivnosti/](https://rejstrik-firem.kurzy.cz/25603990/svet-knihy-sro/zivnosti/)

SVĚT KNIHY PLZEŇ 2019. Press. Závěrečná tisková zpráva. *Sk2019.svetknihy.cz* [online].

[cit. 2020-07-07]. Dostupné z: <http://sk2019.svetknihy.cz/cz/sk-2019-plzen/press/>

SVĚT KNIHY PRAHA 2017. Program – Program v PDF – Tištěná verze Katalogu

doprovodných programů dostupná k 30.3. 2017. *Sk2017.svetknihy.cz* [online]. [cit. 2020-11-

10]. Dostupné z: <http://sk2017.svetknihy.cz/cz/home/program/>

SVĚT KNIHY PRAHA 2018. Programy – PDF verze Katalogu doprovodných programů.

Sk2018.svetknihy.cz [online]. [cit. 2020-11-10]. Dostupné z:

<http://sk2018.svetknihy.cz/cz/home/program/program-v-pdf/>

Zprávy o českém knižním trhu (SČKN)

Asociace vydavatelů audioknih. Audioknihy v letech 2015 a 2016. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2015/2016* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2016. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

Asociace vydavatelů audioknih. Audioknihy v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

CÍSAŘ, Jaroslav. Nakladatelé v roce 2017. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

CÍSAŘ, Jaroslav. Nakladatelé v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

FRÝBORTOVÁ, Erika. Knižní maloobchod. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

MAGERA, Ivo. Čeští nakladatelé podle sídla. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2015/2016* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2016 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

MAGERA, Jiří. Knižní maloobchod. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

MICHEK Jiří. Knižní maloobchod. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2012/2013* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2013 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

PISTORIUS, Vladimír. Struktura knižní produkce. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2012/2013* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2013 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

PISTORIUS, Vladimír. Struktura knižní produkce. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2013/2014* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2014 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

RŮZHA, Filip. DPH v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online].

Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

RŮZHA, Filip. Struktura knižní produkce. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019*

[online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

TUREČKOVÁ, Marcela. DPH v roce 2017. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018*

[online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

TUREČKOVÁ, Marcela. Knižní veletrhy v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019 [cit. 7.5. 2020].

Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

TUREČKOVÁ, Marcela. Knižní velkoobchod v roce 2017. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 20.2. 2020].

Dostupné z: <https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

TUREČKOVÁ, Marcela. Nakladatelé. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2016/2017* [online].

Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2017 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

TUREČKOVÁ, Marcela. Státní podpora knižního trhu v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

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/>

VOPĚNKA, Martin. Úvodem. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2017/2018* [online]. Praha:

Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2018 [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

VOPĚNKA, Martin. Úvodem. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online]. Praha:

Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

ŽÁKOVÁ, Hana. E-knihy v roce 2018. In: *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online].

Praha: Svaz českých nakladatelů a knihkupců, 2019. [cit. 20.2. 2020]. Dostupné z:

<https://www.sckn.cz/zpravy-o-ceskem-kniznim-trhu/>

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, nejpřímnější 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 jakémsi 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 přespaní, 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 knižním 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 správný⁴⁵. 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 Křížíkových pavilonech, protože v hlavním křídle byla *Interkamera*⁴⁶ 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?

⁴⁵ 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>

⁴⁶ 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

jste 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 Mandysem 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, pracovně 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 chytli 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... pochytám 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 cenzoři, 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? Halada ⁴⁷ 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 čem stavět, ale u nás to takhle není. Potřebovali bychom podobnou právní úpravu, na které třeba

⁴⁷ HALADA, Jan. *Encyklopedie českých nakladatelství 1949-2006*. Praha: Libri, 2007. ISBN: 978-80-7277-165-3.

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 zůžeme 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 neodvažuji se předvídat, jak se na těchto počtech podepíše virová pandemie. Ale jak jsem hovořil s některými akvizitéry 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 nebyť 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 sezonu⁴⁸ 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, jedině 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 prostoru⁴⁹. 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

⁴⁸ *Labyrint Revue* na veletrhu *Svět knihy* poprvé vystavoval v roce 1996 (Katalog Svět knihy '96, 1996, s. 194).

⁴⁹ 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 peněz⁵⁰. 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?

⁵⁰ 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 podzim⁵¹ 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

⁵¹ 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. Znam dobře Buddeuse, společně s ním a Davidem Böhmem jsme vydali knížku *Hlava v hlavě*, která vyhrála všechny ceny. Znam 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 jedine 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 plné 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.“⁵²

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

⁵² 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, zvláště teď⁵³. 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

⁵³ 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 žnou 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 pořad⁵⁴.

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 „bařiky“ 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 odhlučněné, 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,

⁵⁴ 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>

a 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 knihkupcům 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 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. Početem nám tam chybí ti malí, protože jsou často nesnášenliví, nebo specifičtí – 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 družít. 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

jím bereme z vánočního trhu, takže květen je takový rozumný kompromis. Já se jím 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 obrát 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 obrátu, 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 *Svět 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 mail. 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 spolumajitelem 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 *Světě 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

tří 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 nájmy 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 ztraktivnit 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 nasytil 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 *Světém 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 let⁵⁵. 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 *Světě 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 předjednan 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,

⁵⁵ 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 chytne 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 draho, o 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*⁵⁶ 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

⁵⁶ 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

letos⁵⁷ 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]

⁵⁷ 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 opomenou 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 festival⁵⁸, ale vzpomínám si, že jeden titulek hlásal, že chcete rozvíjet i prodej s právy – B2B, export české literatury⁵⁹.

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...⁶⁰

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 nevrátne – uspořádat veletrh není jednoduché, koncepce se chystá pár let dopředu, organizačně produkční záležitosti minimálně půl roku

⁵⁸ 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>

⁵⁹ 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>

⁶⁰ 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 kapacity, 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 ⁶¹ 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

⁶¹ 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 provázání 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 vlaku⁶². 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

⁶² 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 ⁶³.

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]

⁶³ Turrin, Enrico. Focus on the Czech Book Market. *Aldus European Bookfairs' Network* [online]. 2019 [cit. 2020-06-05]. Dostupné z: <http://www.albusnet.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 jejích těžkých dobách. S jeho synem Pavlem jsem založila *Cenu Jiřího (George) Theinera*, jež je každoročně udílena 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 vypsanych 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 stánek, 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* 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 knihkopcům. 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.⁶⁴ 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 obrat, 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.

⁶⁴ 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. počítačadel; 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 беру 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