

Posudek bakalářské práce Jany Váňové: Vydavatelské strategie KK
Doc. PhDr. Tomáš Kubíček, Ph.D.

Literatura, to nejsou jen spisovatelé, knihy a čtenáři, ale také celý systém rafinovaných strategií, které zvýrazňují a určují podobu tohoto vztahu a v němž je kniha součástí trhu, v němž je zbožím; a podstatou tohoto vztahu je i modelování poptávky a nabídky. Na této rovině se projevuje jiná podoba sociální povahy literatury, do kulturní sféry pronikají praktiky a poznatky ekonomie i politiky, marketingové strategie určují charakter kulturní orientace a v důsledku i podobu a úroveň kultury čtenářského publika a potažmo společnosti. Fenomén „kniha“ tak ukazuje svoji druhou tvář, které si nejsme uvědomili tolik všimnout, ale která je ve skutečnosti k nám natočena více, nežli ona první. Je proto více než zasloužené, že se práce kol. Váňové rozhodla prozkoumat tuto podobu utváření publika a modelování kulturního povědomí a to na příkladu dominantního hráče na českém knižním trhu – Knižního klubu.

Práce chce být důsledná ve svém založení, nesleduje jen špičku ledovce (KK), ale odkrývá i to, co je pod povrchem (obchodní zázemí společnosti). Už na začátku se tak dozvídáme, že KK je součástí jedné z nejmocnějších mediálních a finančních skupin, jejíž portfolio prozrazuje, že kniha je pro ni především obchodním artiklem (přesto, že při své prezentaci klade důraz na službu při rozvoji společnosti a jejím informování, je to možné vnímat za součást marketingové strategie). Což je zcela v pořádku a byli bychom nespokojeni, kdybychom tento postoj chtěli zpochybňovat.

Autorka následně zkoumá způsoby prezentace KK a velmi detailně (z mého pohledu až přespříliš, alespoň pokud jde o informování o barvách záložek webové prezentace firmy, struktuře složek – tady by byl na místě nikoliv popis, ale přemýšlení o funkci takovéto prezentace na formální (tedy nikoliv obsahové) rovině – míra sofistikovanosti, interaktivity s uživatelem – a tím úroveň a podoba „modelového“ čtenáře KK, která se, zdá se projevuje už zde, v uživatelském komfortu stránek.

Autorka pozorně sleduje sebezprezentaci KK a pokouší se kriticky odkrývat strategii založenou na popularizaci knižního sortimentu. Odhaluje principy bombastických leč prázdných frází a mechanismy zveličování, ovšem, což je příznačné, bez možnosti ověření. Diskurz, pokoušející se zavést dojem serióznosti, je tak současně demaskován jako neseřízný. Přesné je její rozpoznání funkce legitimizujících autorit – až už jde o tvář „Ceny“ – T. Hanáka, či o autory detektivního žánru. Už zde se ukazuje mainstreamová orientace tendující k populárním, a tedy „výnosným“ žánrům. Krok za krokem autorka demaskuje velkohubost, podbízivost a skryté manipulace retoriky. Svoji „gramotnost“ osvědčuje i v okamžicích, kdy rozkrývá vlastně vazalský systém klubového členství, v němž teprve se všechny výhody demaskují jako zakládání nesvobodného vztahu, kde nastupuje časová omezenost k vyvážení se z podmínek členství a v němž namísto kondicionálního „můžeš“ nastupuje imperativní „musíš“ (koupit knihu). Slavný výrok „nechci slevu zadarmo“ se nově osvědčuje i pro členy knižního klubu.

Zajímavé je pozorování „knižničků“, které rovněž prozrazují orientaci na masového čtenáře, pozoruhodná je přihrádka kanonických děl (vzbuzující pousmání a rozpačité kroucení hlavou) a fungující jako legitimizační nástroj kvality (moc by mne zajímalo, jak velkou prodejností se dané tituly vykazují, předpokládám, že jejich jedinou funkcí je tu skutečně ta, v níž se simulují hodnoty i pro ostatní knihy z produkce. Nadšení zažívám nad poličkou odborná literatura, kde autorka zmiňuje Klausovy antiiluzivní antievropské teze vedle rozhovoru s Lubomírem Štrougalem (jak by se mi při tom neevokoval program komerčních televizí, míchající populistické pořady s normalizačními seriály). I zde se ukazuje, jak těsně pracuje KK s atmosférou doby, jak těsně se v jeho nakladatelské a prodejní politice odrážejí kulturní a hodnotové preference společnosti (opět nutno jen dodat, že to nespovídá proti KK, naopak nám to umožňuje doplnit něco podstatného do naší mozaiky obrazu společenské situace). (Zájemcům doporučuji zadat do vyhledavače jméno autora Václav Havel – portál nabízí několik málo titulů z produkce jiných nakladatelství – a jméno autora Václav Klaus – portál nabízí několiknásobně více titulů a některé z nich vyšly i v KK). Dominance zahradnických příruček je pak už jen potvrzením tušeného.

Autorkou konstatovaná křiklavá barevnost portálu s interaktivní chaotičností pohyblivých obrázků a nekonečnou sítí hyperlinků vedoucích uživatele do stále větších a propastnějších hloubek, v nichž se informace neprecizují, ale narůstají a násobí se odkazy na další a podobné, poodhaluje lacinost toho všeho a je adorací principu českého kutilství a sběratelství.

Už z napsaného vyplývá, že práce kolegyně Vaňkové je prací výživnou a hutnou. Zbývá poslední otázka: jde o práci, která patří do programu literárního studia? Odpověď musí znít: rozhodně.

- 1) Setkáváme se zde s podobou sociologie literatury, a to v prostředí nového média, internetové kultury – a zdá se, že literatura i zde o nás, o společnosti, v níž žijeme, něco pronikavě důležitého ví.
- 2) Autorka prokázala schopnost textové analýzy a to na vysokém stupni. Pozoruje textové strategie manipulace, vytváření poptávky i pseudopoptávky, kriticky zkoumá význam slov a jejich funkci a mnohde velmi důsledně konstatuje rozpor mezi první a druhou významovou rovinou.
- 3) Autorka dosvědčuje (jaksi mimoděk, ale přesto velmi pevně) svoji jasnou hodnotovou orientaci v literatuře. Prokazuje schopnost rozpoznat podstatné od pseudopodstatného, trvalé od znehodnocujícího. Dokáže prostě identifikovat škvár i škvárovitost.
- 4) A konečně práce ukazuje, jak ve společnosti, v níž chybí kulturní povědomí, nastupuje kamuflování kulturnosti, pseudokultura.

Z výše uvedeného je zřejmé, že práci kol. Váňové považuji za velmi podnětnou, že je to práce, která zaslouží pozornost a že nevidím důvod, proč by neměla být obhájena s výsledkem: výborně.

Tomáš Kubíček

3. 5. 2012