

1

BESTSELLEROMETR ANEB JAK MŮŽE ZKOUMÁNÍ TEXTŮ ZMĚNIT JEJICH VYDÁVÁNÍ

Agent Stiega Larssona prožíval na jaře roku 2010 opravdu dobrý den. *Dívka, která koplá do vosího hnízda* – třetí díl ze série do té doby neznámého autora – se 13. června umístila na první příčce bestsellerů vydaných v pevné vazbě podle hodnocení *New York Times**. Dokážete si představit jeho radost, když si u ranní kávy prohlížel jednotlivé žebříčky. *Vosí hnízdo* na prvním místě, *Muži, kteří nenávidí ženy* na druhém místě v kategorii paperbacků a *Dívka, která si hrála s ohněm* na dozajista uspokojivém druhém místě. Tak tomu bylo v USA čtyřicet devět týdnů a v Evropě celé tři roky. Muselo být těžké nebýt domýšlivý.

* Na svých internetových stránkách nabízí tento deník žebříčky nejprodávanějších knih v USA podle různých kritérií; viz <http://www.nytimes.com/books/best-sellers>; pozn. překl.

Následující měsíc Amazon oznámil, že se Larsson stal prvním autorem, jehož děl se ve variantě pro Kindle prodalo přes milion kopií. V průběhu následujících dvou let se prodej všech vydání dohromady vyšplhal na sedmdesát pět milionů kusů. Na neznámého muže z malé skandinávské země, který se stal z politického aktivisty romanopiscem, to není špatný výkon – tím spíše, že zvolil název, který ve švédštině zněl poměrně nelibozvučně, a popisoval scény brutálních znásilnění a mučení. Román *Muži, kteří nenávidí ženy* – či *Dívka s dračím tetováním*, jak byl přejmenován v anglickém vydání – se stal knižní senzací roku ve více než třiceti zemích.

Média ten úspěch nechápala. Významné deníky zadávaly analýzy ohledně toho, co se to v knižním světě sakra děje. Proč zrovna tahle kniha? Proč to šílení? V čem tkví to tajemství? Kdo by mohl znát odpověď?

Odpovědi byly nemastné, neslané. Recenzenti se škrábali na čele. Kritizovali strukturu románu, jeho styl, zápletky i postavy. Úpěli nad překlady. Stěžovali si na hloupost čtenářstva. Přesto přese všechno se však výtisky prodávaly stejně rychle, jako se tiskly – ať už jste byli ve Velké Británii, v USA, v Japonsku či v Německu; mužům, ženám, starým, mladým, černým, bílým, teplým i hetero. Ať jste byli prakticky kdokoli kdekoli, znali jste někoho, kdo tyto knihy čte.

To se v knižním světě moc často nestává. Fenomenální objev, jakým byl Larsson, se naskytne tak jednou do roka, pokud vůbec. Předtím byla největším hitem E. L. Jamesová se svými *Padesáti odstíny šedi*, která byla na rozdíl od Larssona

veřejnosti k dispozici v rámci velkého turné. Larsson zemřel ještě před vydáním svých románů. Prodejnost, jíž trilogie dosáhla i bez podpory autora, byla něčím zdánlivě nepochopitelným. Podivným. Nepředvídatelným.

Podívejme se na pár čísel. Společnost jménem Bowker, sídlící ve státě Delaware, je celosvětovou špičkou v poskytování bibliografických informací a náleží jí výhradní právo přidělovat tzv. mezinárodní standardní čísla knih (ISBN) v USA. V její výroční zprávě stojí, že v USA vyjde každý rok přibližně padesát až pětadesát tisíc nových titulů spadajících do kategorie „krásná literatura“. Vzhledem ke stoupajícímu počtu e-knih vydaných vlastním nákladem, které ISBN nemají, jde o střídmy odhad. Do žebříčků bestsellerů v deníku *New York Times* se každý rok dostane zhruba dvě stě až dvě stě dvacet románů. I při střídém odhadu vidíme, že jde o necelé půlprocento z vydané krásné literatury. A z tohoto půlprocenta jen malé množství titulů zarytě setrvává v žebříčku i týdny poté, co se do něho probouvaly – takovým se pak v branži říká „dvoucíferné“. Jen hrstce autorů se podaří vydržet v žebříčku deset týdnů či déle a pouze třem max. čtyřem z nich se podaří prodat v USA přes milion výtisků za jediný rok. Proč zrovna oni?

Tradičně se má za to, že existují určité schopnosti, které romanopisec musí mistrně zvládnout, jestliže si chce získat čtenáře: cit pro zápletku, strhující postavy, nadstandardní ovládnání gramatiky. Spisovatelé s velkou fanouškovskou základnou si osvojili ještě víc: cit pro lidský úděl, zvraty a míru pravděpodobnosti a také pro nečetné, ale náležité používání středníků.

Podle toho se pozná dobrý spisovatel a s dostatkem času a odhodlání skoro každý dobrý spisovatel najde své čtenáře. Pokud jde ale o ten druh úspěchu, kdy statisíce lidí čtou náhle stejnou knihu – zrovna *tenhle* thriller, a ne *tamtén* thriller, zrovna *tohoto* potenciálního kandidáta na Pulitzerovu cenu, a ne *tamtoto* kandidáta –, pak to, v případě, že do toho není zapletena Oprah, svědčí cosi o přítomnosti hvězdného prachu, který je pro lidské oči až příliš nezachytitelný. Náhlý a zjevně poženaný úspěch knih, jako jsou Larssonova trilogie, *Padesát odstínů šedi*, *Černobílý svět*, *Zmizelá* a *Šifra mistra Leonarda*, je považován za nesmírné štěstí, asi tak náhodné jako výhra v loterii.

Mimochodem slovo „bestseller“ vždycky patřilo do žargonu knižního světa a jde o relativně mladý pojem. V anglickém slovníku se poprvé objevilo na konci devatenáctého století, zhruba v době, kdy začaly vznikat první žebříčky knih podle prodejnosti. Přestože mělo jít o neutrální pojem, postupem času získal určité konotace, které jsou nejspíš zavádějící. Literární magazín *The Bookman* začal v Londýně v roce 1891 vydávat přehled „Prodej knih za daný měsíc“ a poté, co zákon o mezinárodních autorských právech z roku 1891 zpomalil šíření levných pirátských kopií britských románů do USA, rozšířil v roce 1895 své působení i na New York. Do té doby nebyly k dispozici prakticky žádné statistiky o prodejnosti. Žebříčky – které vycházely v každém velkém městě a obvykle podávaly zprávu o šesti nejprodávanějších titulech měsíce – si od počátku kladly za cíl dvě věci, které byly v tehdejších knižním

světě novinkou. V žebříčcích bestsellerů byla jediným kritériem pro zařazení titulu prodejnost, kterou se řídil i systém doporučení další literatury. Tato doporučení se neopírala o rozhodnutí hrstky vyvolených recenzentů či vydavatelů, ale vycházela z rozhodnutí ostatních prostých čtenářů. Rozhodnutí čtenářů bylo a dosud je tím jediným hlasem. Výraz „best-seller“ by tedy neměl asociovat nic ohledně kvality či typu knihy, stejně jako by neměl být považován za samostatný žánr či za synonymum populární beletrie. Přestože někteří členové literární obce toto slovo používají v pejorativním smyslu, neboť mají pocit, že hromadná oblíbenost na čtenářském trhu je znakem špatné literatury, data samotná svědčí o méně subjektivní, vyváženější skutečnosti. Mezi bestsellery patří vítězové Pulitzerovy ceny a slavné americké romány, stejně jako knihy od slavných spisovatelů písíciích pro masu. Na žebříčku se tak mohou potkat Toni Morrisonová a Margaret Atwoodová s Michaelem Connellym a Debbie Macomberovou. Proto nám žebříčky bestsellerů poskytují takovou kulturní rozmanitost a nesmírně úžasný studijní materiál.

Napsat takovou knihu se očividně nesmírně vyplatí. Objevit ji, když jste agent či vydavatel, se taktéž vyplatí. Velmi se to vyplatí i knihkupcům – několik málo nejprodávanějších titulů je důvodem, proč některé obchody vůbec dokáží přežít a prodávat knihy.

Tím „vyplatí se“ samozřejmě myslíme finanční stránku. Představte si sedmi-, či dokonce osmimístnou částku za to, že konečně přenesete na papír knihu, kterou už dlouho nosíte

v sobě a neustále o ní vykládáte svým kamarádům. Spisovatelů, kteří by měli ve svém oboru takový vliv, není zrovna mnoho, ale přesto beze sporu existují. A vy si můžete idealizovat zchudlého umělce s notesem a perem, jak jen chcete, ale přesto – není lákavé představit si, jak příběh, který vás zrovna napadl, leží na nočních stolcích, koupelnových poličkách i uložený v iPadech a Kindlech v nejrůznějších jazycích po celém světě?

Nejprodávanější autoři daného roku jsou nositeli slávy i dramati. Jsou majiteli vil v nejdražších newyorských čtvrtích, luxusních aut a diamantových tiár reprezentujících vládu literárnímu světu. Dostaňte se do žebříčků, chvíli tam vydržte a budete uctíváni, uznáváni, nenáviděni a odsuzováni. Možná vás požádají, abyste seděli v porotě literární soutěže nebo psali recenze na jiné knihy. Možná někdo projeví zájem vytvořit filmové zpracování vaší knihy. Bude se o vás mluvit.

Nebylo by to úžasné, kdyby úspěch nebyl tak nahodilý?

BÍLÉ LABUTĚ

Smělým tvrzením, s nímž tato kniha přichází, je, že romány, které se ocitnou v žebříčku bestsellerů v *New York Times*, tam nejsou náhodou a že trh není ve skutečnosti tak nepoznatelný, jak tvrdí jiní. Bez ohledu na žánr mají bestsellery společné až neuvěřitelně velké množství latentních rysů, které nám mohou poskytnout nový vhled do toho, co čteme a proč to čteme. A co

víc, algoritmy nám umožňují objevovat nové, dokonce dosud nepublikované knihy s podobnou DNA, jakou mají bestsellery.

V redakcích se neustále traduje „pravda“, že úspěch je výhradně otázkou zavedení jména, rozpočtu na marketing či drahých propagačních kampaní. Tyto věci mají bezesporu vliv, ale náš průzkum zpochybňuje představu, že záleží jen na bombastické reklamě, a to způsobem, který nejspíš potěší všechny spisovatele, kteří se pracně lopotí se svými díly. Z pěti let zkoumání vyplynulo, že to, zda se kniha stane bestsellerem, závisí do značné míry na tom, zda používá přesně ta správná slova ve správném pořadí, a že na žebříčkách v *New York Times* je nejzajímavější právě to, že pouze odrážejí autorský text – bez příkras, černý na bílém.

Za pomoci počítačového modelu, který dokáže číst, rozpoznávat a třídit rysy v tisících knih, jsme zjistili, že knihy, které na trhu nejspíš uspějí, mají fascinující společné rysy, ale zároveň i vlastní příběhy o tom, kdo je čte a jak se čtou. V této knize popíšeme, jak a proč jsme takový model vytvořili a jak je možné, že v osmdesáti až devadesáti procentech případů snadno rozpozná, které knihy v našem výzkumném korpusu jsou bestsellery. Naše přístroje přisoudily pravděpodobný úspěch osmdesáti procentům bestsellerů, které se během posledních třiceti let umístily v žebříčkách *New York Times*. A co víc, s každou knihou bylo zacházeno, jako by šlo o nový, dosud nepročtený rukopis, který byl poté označen nikoli pouze prostou opozicí „nejspíš se umístí“ vs. „nejspíš ne“, ale také body

vyjadřujícími míru pravděpodobnosti, že se z knihy stane best-seller. Tyto body jsou fascinující samy o sobě, ale až budeme vysvětlovat, jak se počítají, podělíme se s vámi i o to, proč je tak těžké odložit knihu, kterou máte na nočním stolku.

Podívejme se na příklady některých zmíněných procent. Počítačový model si byl na 95,7 procenta jistý, že nejnovější román Dana Browna *Inferno* bude mít úspěch. Pokud jde o *Advokáta* od Michaela Connellyho, šlo o 99,2 procenta. Obě knihy se umístily na první příčce žebříčku *New York Times* (v kategorii knih s pevnou vazbou), což je už dlouho jedna z nejprestižnějších pozic, kterou lze v knižním světě obsadit. Jde samozřejmě o zkušené a již zavedené spisovatele. Náš model ale nepracuje se jménem a pověstí autora a stejně sebestiště může ohodnotit i neznámého autora. *Páteční klub pletení*, prvotina Kate Jacobsové, získal 98,9 procenta. *Nejšťastnější dívka na světě*, což je velmi odlišný debut Jessicy Knollové, získala hodnocení 99,9 procenta, a to výhradně na základě textu rukopisu. Jacobsová i Knollová se v žebříčku udržely řadu týdnů. *Martan* získal 93,4 procenta (zdůrazněme, že k tomu došlo dříve, než Matt Damon projevil zájem o hlavní roli ve filmové verzi). Máme příklady ze všech žánrů: duchovní příběh od Mitche Alboma *První telefonát z nebe* získal 99,2 procenta; literární debut Chada Harbacha *The Art of Fielding* 93,3 procenta; a erotická romance *Obnažená* od Sylvie Dayové 91,2 procent.

Tato čísla, která vyjadřují potenciál knihy stát se bestsellerem, některé lidi nadchla, jiné rozčílila a u nemalého počtu

vzbudila podezření. V určitém smyslu je to pochopitelné: ta čísla jsou znepokojivá, neuvěřitelná. Některým veteránům z branže připadají absurdní. Zároveň by ale mohla změnit vydavatelský průmysl a skoro jistě změni způsob, jakým budete přemýšlet o obsahu dalšího bestselleru, který budete číst.

Měli bychom si ujasnit, že žádná z knih, o kterých se na tomto místě zmiňujeme, nezískala uznání *kvůli* hodnotám z našeho modelu a žádné hodnoty, kromě těch, o nichž se dočtete níže, nebyly nikdy oficiálně poskytnuty literárnímu agentovi či vydavatelství. Také by bylo dobré zdůraznit, že tato čísla se vztahují k uzavřenému světu našeho výzkumného korpusu, což je korpus, který jsme navrhli tak, aby vypadal jako obrovské knihkupectví, ve kterém je opravdu z čeho vybírat. Agenti a redaktoři odvádějí vskutku dobrou práci, když spotřebitelům nabízejí knihy – rozhodně si nemůžeme stěžovat, že by nebylo co číst. A někteří lidé ve vydavatelské branži mají pověst, že se všechno, čeho se dotknou, promění ve zlato. Nezapomínejte ale, že o tom, zda se nějaká kniha stane bestsellerem, rozhodují v tomto odvětví i hodnoty menší než půl procenta. Než se tedy docílí úspěchu, musí se jít do velkého rizika. Také si všimněte, že žebříčky obsazují rok co rok stále stejní megaautoři. Stephenu Kingovi je šedesát osm. Jamesi Pattersonovi je šedesát osm. Danielle Steelové je šedesát osm. Dá se říct, že dokud jsou fanoušci stále nadšeni z každého nového románu těchto zkušených spisovatelů, nedojde k objevení další generace spisovatelů, kteří si pak podobně užijí svých třicet až čtyřicet let na nepřetržitém výsluní. Stejně tak se vydavatelské branži nepo-

dařilo objevit – navzdory tisícům každoročně odmítnutých i vydaných rukopisů – knihu, která by se stala zcela jednoznačným bestsellerem roku 2014 (jasnou jedničkou předchozích let byly tyto tituly: *Muži, kteří nenávidí ženy*, *Padesát odstínů šedi* a *Zmizelá*). Taktéž v roce 2012 nevyšel žádný text, který by okouzлил výbor pro Pulitzerovu cenu. Proč se tak děje?

Je všeobecně známo, že bestsellery jsou takové zrůdičky. Jedná se o mimořádné odchylky, nutno podotknout, že na tu šťastnou stranu. Je to tržní anomálie, vzácná jako černá labuť. Je-li to pravda, proč byste ve chvíli, kdy jednou objevíte autora, který umí psát bestsellery, investovali do někoho jiného? Proč byste investovali miliony do nového dvacetiletého autora namísto Stephena Kinga? Jak jen byste mohli vědět, zda ten nový spisovatel stojí za investici na úrovni budoucího laureáta velkých ocenění?

Vydavatelský průmysl je, poměrně trefně, plný výrazů z hazardu. Mítinky se často točí kolem vášnivých debat zda „podpořit či nepodpořit debutujícího autora“. Vzrušení z jakéhosi licitování nabídkami, kterými si jednotlivá vydavatelství konkurují, může způsobit, že vsadíte všechno „na jednu kartu“ a že investujete skoro celý rozpočet na dané období do jediné knihy. Je to zábavný proces a tipy jsou bezesporu erudované, ale i tak je to loterie. Než *Harry Potter* J. K. Rowlingové našel své zázemí v nakladatelství Bloomsbury, v tuctu jiných ho odmítli a Rowlingové doporučili, aby „neopouštěla své běžné zaměstnání“. Odhaduje se, že značka *Harry Potter* má nyní hodnotu 15 miliard dolarů. Johna Grishama odmítli v nej-

méně šestnácti vydavatelstvích. Od té doby se mu už více než dvanáctkrát podařilo napsat nejprodávanější knihu roku.* Když se James Patterson snažil zařídit vydání svých knih, byl opakovaně odmítán. V roce 2010 prodal více než 3,5 milionů výtisků tří titulů, s nimiž ten rok přišel. Kathryn Stockettovou odmítlo šedesát agentů, než našla někoho, kdo jí byl ochoten pomoci prosadit vydání knihy *Černobílý svět*. Román pak strávil v žebříčku bestsellerů listu *New York Times* celých sto týdnů. V New Yorku a Londýně bezesporu existuje řada podobných spisovatelů, jejichž díla momentálně leží kdesi v převysokých štosech nových rukopisů k pročtení.

Každý, kdo je alespoň okrajově spojen se světem čtenářů a spisovatelů, ví o nějaké kamarádčině kamarádce, která celé měsíce vstávala ve 4 ráno, aby před odchodem do práce pracovala na svém románu, kterou zaujal nějaký kriminální případ, která cítila polibek Múzy a která – nadšená a nedočkavá – rozeslala rukopisy po celém Manhattanu, aby obdržela jen standardní odmítavé odpovědi.

Tyto kamarádky kamarádek jsou možná v dobré společnosti. Jeden redaktor, který četl rukopis knihy *Špión, který se vrátil z chladu*, řekl Johnu le Carrému, že jako spisovatel nemá budoucnost. *Pán much* od Williama Goldinga byl odmítnut jednadvacetkrát. Poté, co Jack Kerouac napsal nyní kultovní *Na cestě*, obdržel od svého agenta dopis, ve kterém stálo:

* Oborový časopis *Publishers Weekly* zveřejňuje žebříček nejúspěšnějších knih roku podle obratu z prodeje.

„Tohle se mi vůbec nelíbí.“ Ursula Le Guinová byla odmítnuta s tím, že je prý „nečitelná“. Její nečitelný román pak získal dvě velká ocenění. Dokonce i novela *Farma zvířat* od George Orwella si vysloužila ohodnocení „nepublikovatelná“, a to od nikoho menšího než od samotného T. S. Eliota. Velký básník se domníval, že jedna z nejvychvalovanějších politických alegorií všech dob „není přesvědčivá“.

Vydat či nevydat – toť otázka. Předvídat velký úspěch v oblasti psaní příběhů obsahuje i snahu zohlednit vnímavost a vnitřní já statisíců rozličných lidí. To není nijak snadný úkol a logické důvody stojící za jednotlivými rozhodnutími bývají často zcela pochopitelné. Například američtí redaktori, kteří odmítli *Muže, kteří nenávidí ženy* (a některých jsme se na to přímo ptali), měli za to, že by americké čtenáře nudila všechna ta švédská politika, která se v románu objevuje. Měli za to, že Lisbeth Salanderová je na hlavní ženskou hrdinku až moc náladová a agresivní. Domnívali se, že by běžní čtenáři nereagovali dobře na knihu s děsivými scénami zahrnujícími anální znásilnění a Lisbeth, která se mstí za pomoci tetovacích jehel. Tato úvaha se zdá docela opodstatněná.

Není proto nijak překvapivé, že když jsou redaktori zcela upřímní, přiznávají, že šance a metody na odhalení velkého hitu se pohybují někde mezi nasliněným prstem zdviženým do vzduchu a tajemnou křišťálovou koulí, kterou mají nejlépe placení agenti a vydavatelé zřejmě schovanou pod stolem. Pokud nejde již o slavné autory, jako jsou James Patterson či Nora Robertsová, je to vždy riskantní záležitost. Někdy pomohou okol-

nosti – sem tam se stane, že spisovatelem je hollywoodská diva a předmětem románu její sexuální život – ale i když se to jeví jako sázka na jistotu, zažili jsme případy velkých nákladů, které byly vyústěním velkých nadějí a nakonec skončily v přístrojích na recyklaci papíru. Veřejnost je nevypočitatelná.

Každý knižní agent a vydavatel samozřejmě dělá, co je v jeho silách, aby porozuměl komerčně úspěšným knihám, ať už jde o zavedenou franšizu pro širokou veřejnost, jakou má například Patricia Cornwellová, nebo méně závratná, ale přesto uspokojivá čísla spojená s většinou populárních spisovatelů. Traduje se známá historka o nyní již bývalém výkonném řediteli jednoho z největších newyorských vydavatelství, který na výzvu, aby navrhl název jednoznačného megahitu, odpověděl: „*Pes Lincolnova doktora*.“ Kombinace milovaného prezidenta, naší posedlosti a paranoiou ohledně zdraví a oblíbeného amerického domácího mazlíčka by prostě nemohla zklamat.

Šlo samozřejmě o jízlivý komentář, přesto se ukázalo, že následně vyšla ne jedna, ale hned dvě knihy přesně tohoto názvu*. Z obou byl propadák. Profesor literatury a spisovatel John Sutherland, jenž napsal dvě studie o nejprodávanějších knihách, jednu z nich uzavřel slovy: „Tím, co definuje bestseller, to jest nejprodávanější tituly, je prodejnost. Nic víc.“ A s konečnou platností dodal: „hledat [v těchto knihách] příznačné struktury, trendy či symetrie je, ne-li nesmyslné, pak

* 1) „Lincoln's Doctor's Dog & Other Stories“ od Richarda Graysona, 2) „Abe Lincoln's Doctor's Dog“ od Irvinga Stantona Elmana; pozn. překl.

přínejmenším matoucí.“ A jeho názor působil rozumně, přiměřeně a zdálo se, že je tím vše vyřešeno. Tedy do doby, než stroje začaly číst knihy a objevovat tajnou přísadu potřebnou k umístění v žebříčkách *New York Times*.

Z LÁSKY KE KNIHÁM

Vraťme se k těm mnohokrát odmítnutým, nyní však velmi známým spisovatelům. Předpověď úspěchu J. K. Rowlingové byla v našem modelu 95 procent. U Johna Grishama to bylo 94 procent. U Pattersona to bylo dokonce 99,9 procenta. Historie uspokojivě potvrdila naši přesnou předpověď. Model se však mýlil u románu *Černobílý svět* od Kathryn Stockettové. *Černobílý svět* patří mezi těch zhruba 15 procent knih, které náš přístroj zmatly. Pravděpodobnost, zda se z tohoto románu stane bestseller, vyhodnotil jako padesát na padesát. V následujících kapitolách si povíme o všech nuancích a spletitostech stroje, který napodobuje práci redaktora. Nyní stačí říct jen to, že model pracuje opravdu hloubkově a ohledně knihy od Stockettové nám řekl, že celkový styl je vhodný pro americké čtenáře, že témata jsou obecně dobrá, ale že používání emotivního jazyka a zejména sloves v románech, u nichž je největší pravděpodobnost, že se dostanou do žebříčků, nesedí. Jde o knihu, která po vydání přitáhla spoustu pozornosti recenzentů proto, že v ní bělošská autorka imitovala styl řeči černošských postav, a to v nesmírném rozsahu. Názory na

účinnost tohoto narativního přístupu se lišily: model plně souhlasil s tím, co psali kritici, od *New York Times* až po Goodreads.

Možná si tedy říkáte, proč vyvíjet počítačový model na práci, kterou už dobří redaktoři stejně dělají? S pomocí našeho modelu by možná Rowlingová vyšla dřív. Možná by Grisham získal mnohem vyšší první zálohu na *...a je čas zabíjet*. Tito spisovatelé se však nakonec slávy dočkali. V případě *Černobílého světa* si redaktoři nebyli jisti; stejně jako náš model. V čem je jeho přínos?

Naše touha objevit prvky úspěchu není motivována jen ziskovými ohledy. Je jistě pozoruhodné, že počítačový model vybral J. K. Rowlingovou či Liane Moriartyovou (99,6 procenta) nebo Jonathana Franzena (98,5 procenta). Veřejná diskuze o kombinování lidského a strojového přístupu má podle našeho názoru smysl, zvláště když jde o oblast tvořivosti. Ale hledání životaschopných rukopisů v ohroženém odvětví není zároveň pouze otázkou provozuschopnosti, ale i pestrosti. Naše práce spočívá pochopitelně ve snaze určit a vysvětlit strukturální vzorce latentně přítomné v naší kultuře. Z praktičtějšího hlediska nás ovšem zajímá možnost podporovat nové autory, přesvědčit vydavatelství, aby použila větší část rozpočtu vyhrazeného na Pattersona, Kinga či Steelovou ve prospěch mladých autorů, kteří je jednoho dne nahradí. Rádi bychom poskytli spisovatelům všech úrovní zkušenosti více užitečných informací ohledně jejich schopností. Rádi bychom k psaní přitáhli i lidi, kteří nemají ty správné kontakty v New

Yorku. Náš model nezohledňuje, jestli jste předtím už někde něco publikovali, jestli máte titul magistra umění, jestli jste muž či žena, Hispánec nebo Asiat, jestli jste krásní a je vám dvacet pět, nebo ne až tak atraktivní a je vám sedmdesát. Otevírá se tím potenciálně širší přístup ke spisovatelské profesi. Možná, že kamarádčina kamarádka jednoho dne získá hodnocení 80 procent a s ním i zálohu, která jí konečně umožní odejít z práce a přestat kvůli psaní vstávat ve 4 ráno.

Psaní o knihách, které se objevují v nejexponovanějším a nejuznávanějším žebříčku – v týdenním žebříčku nejprodávanějších knih podle *New York Times* – je také neskrývaným apelem na čtenáře, ať už z řad odborné či laické veřejnosti, aby se přidali k podnětné diskuzi o románech konzumovaných širokými masami.* Bestsellery jako kategorii tvoří knihy, které bývají mnohem častěji zavrhovány coby předmět zábavy, než zkoumány jako umělecká díla či alespoň díla s velmi dobrou řemeslnou kvalitou. Jejich přehlížením však přicházíme o spoustu poznatků ohledně současné kultury a historie čtení. Hodnota knih v žebříčcích nespočívá pouze v milionech dolarů, na něž jsou ceněny, ale především v tom, že nás podněcují ke *čtení*. Podporují nás ve snění, cítění, diskuzích, myšlení a v empatii.

* Přestože se jednotlivé žebříčky nejprodávanějších knih v USA mírně liší, odkazujeme zde výhradně k žebříčku *New York Times*, neboť ten je trvalým kulturním standardem a nejdůležitějším žebříčkem v branži. Na internetu lze snadno najít stížnosti ohledně toho, jak jsou jednotlivé žebříčky bestsellerů sestavovány, protože žádný nezohledňuje všechny prodeje ve všech obchodech. *New York Times* pokrývají zhruba 75 procent knihkupectví a používají data z Nielsen BookScan.