

Fenomény v propagaci knih

Autor: Mgr. Pavlína Lišovská

Číslo: roč. 7, č. 2/2021

Rubrika: Impulsy na webu

Klíčová slova:

Kamelot na rohu ulice oslavující nejnověji vydanou knihu? Banner ve výloze knihkupectví se současným trhákem? E-mailové doporučení od nakladatele k jeho čerstvé novince? Ale kdepak, nenechte se mýlit. Tohle nejsou jediné fenomény v propagaci současných knih, a to nejen v oblasti literatury dětské a pro mládež, ale i té pro dospělé.

Současným knižním světem krom těch „klasických“ způsobů propagace hýbou hlavně samotní lidé, tím míním blogery, influencery a další knižní maniakky (myšleno v dobrém, samozřejmě), kteří dohromady produkují stovky recenzí a doporučení denně na nejrůznější žánry a témata dle svých preferencí.

Blogerský svět je velmi pestrý, a proto není nouze o pořádnou dávku inspirace pro nákupy soukromé i pracovní. Když se svět sociálních sítí před několika lety rozrostl o další součást recenzentů, nikdo nemohl tušit, že vývoj bude tak bouřlivý. Z klasických psaných blogů se vyloupila postupem času další řada aktivit, jimiž jsou recenze zpestřovány. Někteří udržují blogy stále psané, i když se může zdát, že jde v dnešní době už o přežitek. Některé blogy se totiž postupně přesunuly do světa Facebooku, kde oslovují určitou část čtenářů. Ovšem Facebookem to neskončilo. S nástupem dalších platform se průběžně rozrůstá pole působnosti, a tak se jako houby po dešti začali blogeři objevovat také na Instagramu (vytvářejí tzv. bookstagramy), na Youtube (zde se jedná o booktuberské kanály) a část jich najdete také na TikToku či Twitteru.

Každá z těchto platform je ve své podstatě specifická tím, co vyžaduje od uživatelů a co jim je schopna nabídnout. Blogy těžily z písemného vyjádření, někdy doprovázeného fotkami obálek knih či stylizovaných fotografií recenzovaných titulů. Facebook těžil ze statických fotografií, trochu lepší úrovně než „obyčejný“ blog, a stručnějších doporučení, které se daly předsílet na různé společné knihomilské skupiny. Ale pak se objevil na scéně YouTube, který vše rozpohyboval. Blogeři byli více v popředí, nešlo jen o statickou fotku doprovázenou krátkým (ne)doporučujícím textem, ale najednou se jednalo o několikaminutové povídání - o knize/knihách, žánrech, literárním světě apod. S nástupem Instagramu by se mohlo zdát, že se vše zase lehce zastavilo v čase, protože i on umožňoval sdílet s vytvořenými komunitami fotografie, ale za jedním postem na Instagram jsou mnohdy dlouhé hodiny příprav a promýšlení, jak doporučení uchopit, protože zaujmout musíte hlavně vizuální stránkou, teprve pak si někteří začínají číst text, který médium fotografie doprovází. Postupem času Instagram začal využívat dalších možností, co sdílet - dají se nyní nahrávat krátká videa do hlavního feedu, nebo delší videa, tzv. reels, je možné sdílet různé ankety, kvízy, ozvláštňovat sdílené příspěvky tím, že k nim vytvoříte stories a „doporučíte“ tak svůj post dalším lidem. A takto bychom mohli pokračovat dále.

Sociální sítě se poměrně pružně přizpůsobují potřebám a trendům ve společnosti, čerpají ze sebe a svých specifíků navzájem, a co dříve uměla specificky jedna sociální síť, umí nyní ve vylepšené či obměněné verzi i další.

Tím ovšem vše nekončí. Právě tyto způsoby propagace knih formou uživatelských recenzí zpestřují svým čtenářům někteří dalšími aktivitami. Vytvářejí pro své komunity různé soutěže o ceny (buď získané z vlastních zdrojů, popř. ze spoluprací s nakladatelstvími), chystají pro ně knižní battles neboli knihomilské vědomostní souboje, kdy proti sobě stojí přihlášení blogeři a snaží se vyniknout

svými znalostmi literatury sledovaného žánru nebo druhu nad jinými v kvízech, čímž také nepřímou doporučují zajímavé knížky hodné přečtení. Další možností jsou čtenářské šablony, sdílené zejména na Instagramu ve stories, kde je principem vždy označit dalšího instagramera nebo vypsát název titulu atp., podmínkou je, že musí splňovat určité kritérium (např. nejlepší bloger, nejlepší fotky, nejhezčí knižní obálka, nejkrásnější knižní polibek apod.). Velmi oblíbené jsou rovněž aktivity This or that, kdy sledovatelé daného blogera vybírají z dvojic (knih/autorů/žánrů/kritérií...) tu možnost, která je jejich srdci bližší, a následně sledují, jak reaguje komunita.

Zajímavou aktivitou pak jsou knižní štafety, kdy spouštějící bloger oznámí na svém uživatelském účtu, že ji bude pořádat, a vyzve své sledovatele k účasti. Podle počtu přihlášených pak nastaví další kritéria - např. knihu mohou mít u sebe jen dva týdny/měsíc a pak posílat dál, seřadí přihlášené za sebe, oznámí jim, kdo kdy od koho bude přebírat knihu a následně knížka postupně putuje mezi všemi zúčastněnými a ti ji následně propagují na svých účtech, označují původce štafety a udržují komunitu v pohybu, žijou a se zájmem o věc. Vendy z instagramového profilu @vendy.dnes.pte prozradila, že sama se štafet účastní u jiných blogerů na jejich profilech, ale dokonce je i sama pořádatelkou. Tvrdí, že důležitým předpokladem úspěšné štafety jsou spolehliví účastníci, kteří posílají knihy v termínu a v pořádku. Sama se do štafet přihlašuje na takové knihy, které by sama od sebe nepřečetla, přičemž vystoupení z komfortní zóny kvituje pozitivně a považuje je za zajímavou věc, nebo se přihlašuje do štafet k takovým knihám, u kterých si je vědoma toho, že by si je pořídila až za hodně dlouhý čas. Knižní štafety dělí svět čtenářů na dvě pomyslné kategorie - jsou tu pořadatelé, kteří nedovolují knize udělat v podstatě nic, a pak jsou tu ti, kteří umožňují štafetářům do knih kreslit, psát, lepíkovat, jediné co je zapovězeno, je knihu zničit. Budete-li se chtít podívat na Instagramu, jak taková štafeta probíhá a které právě jsou v pohybu, zkuste hledat pod hashtagem #kniznistafeta, popř. #knihanacestach.

Dalším velkým fenoménem v propagaci knih je samo o sobě jejich focení. Nejde jen o aranžmá v okolí knihy, které je zachyceno, ale jde také o postprodukcí. Jsou mezi influencery a blogery taci, kterým nestačí „prohnat“ fotku filtrem nebo upravit jas a kontrast barev, ale dají si tu práci, že další hodiny sedí u počítačových programů a upravují jejich vzhled. Mohli bychom si jich tu doporučit stovky, ale to není úplně účelem tohoto článku, takže si zde uvedeme jen několik specifických. Za zhlédnutí určitě stojí čistý vzhled profilu, který má např. @radsiknihu, jež si vytváří sama vizuál pro všechny příspěvky. Naopak takový profil @bookart_by_marwy neváhá využít toho, jak vypadá kupř. přebal knihy, a nechat je „vystoupit“ postprodukčně i do okolí fotografie, příkladem takových fotografií mohou být skvosty umístěné např. na instagramových profilech @rozsypaneknihy, @bookaboutdaniel či @klesnacte anebo - což je ještě o kus dál - jen stylizované fotografie ze světa dané knihy, které najdete např. na profilu @knihtagram.

Asi nejnovějším hitem, odmyslíme-li trendy stylu reels videí, jsou podcasty. V rámci úspory času mnozí sáhnou raději místo psaného slova či sledování videa po poslechu knižních tipů, doporučení a tematických rozhovorů. Podcasty si nejčastěji můžete poslechnout na portálech Spotify, Soundcloud, Applepodcasts a dalších platformách. A které za to stojí? Těch je mnoho, zmíníme si tu například Knihovory (za nimiž stojí Marky z profilu @endlessbibliophile), Bookstorming (jehož autorem jsou Knihy Dobrovský), Klářin podcast (kteréhož autorkou je Klára z profilu @klariny.knihy a kde najdete nejen tipy na knižní tituly, ale také na filmy a kulturní záležitosti) a mnohé další.

A co je fenomén právě pro vás? Jste spíš klasici vyhledávající doporučení skrze psanou recenzi, nebo raději prohlížíte fotografie a k nim instantně krátká doporučení, sledujete BookTube, nebo posloucháte podcasty? 100 lidí 100 chutí, každému sedí něco jiného, ale trendy jsou zkrátka nesmazatelné a jejich stopy v prostředí online vod jsou obrovské.

LIŠOVSKÁ, Pavlína. Fenomény v propagaci knih. *Impulsy: Inspirace, náměty a trendy dětského čtenářství* [online]. 2021, roč. 7, č. 2 [cit. 2021-09-13].

Dostupný z WWW: impulsy.kjm.cz/impulsy-clanek/fenomeny-v-propagaci-knih.
ISSN 2336-727X.