

## Το TikTok αλλάζει (και στην Κύπρο) τον τρόπο που προτείνονται και πωλούνται τα βιβλία

/ Γενικά Θέματα / Πολυμέσα - Multimedia



**Οποιος θεωρεί ότι το βιβλίο έχει πεθάνει στην κλασική του μορφή, προφανώς δεν έχει περάσει και πολύ χρόνο στο TikTok**

Όποιος θεωρεί ότι το βιβλίο έχει πεθάνει στην κλασική του μορφή, προφανώς δεν έχει περάσει και πολύ χρόνο στο TikTok, ούτε και σε βιβλιοπωλεία σε χώρες της Δύσης που έχουν επιγραφές πάνω σε εξώφυλλα αναγράφοντας «όπως παρουσιάζεται στο TikTok». Μάλιστα, η συγκεκριμένη τάση έχει φτάσει και στην Κύπρο, αφού όταν επισκεφθήκαμε κατάστημα πώλησης βιβλίων, ζητώντας ένα συγκεκριμένο μυθιστόρημα, μας παρέπεμψαν σε ένα πάγκο με βιβλία τα οποία, όπως μας αναφέρθηκε, «προέρχονται από το BookTok».

Η κινεζικής ιδιοκτησίας πλατφόρμα οπτικοακουστικών μηνυμάτων διαθέτει πλέον του 1 δισ. συχνούς χρήστες και πλέον παίζει τον δικό της ρόλο στον κόσμο του βιβλίου παγκοσμίως. Σημαντικό ρόλο σε αυτό παίζει το BookTok, η κοινότητα εντός της εφαρμογής η οποία αποτελείται από χρήστες που σχολιάζουν βιβλία. Πρόκειται για μία από τις μεγαλύτερες κοινότητες στο TikTok και τα βίντεο που

φέρουν το όνομά της έχουν τουλάχιστον 180 δισ. θεάσεις. Αν προσθέσει κανείς και τα hashtags #books, #literature και #reading, φτάνει εύκολα στο σύνολο των 240 δισ. θεάσεων.

Μόνο στη Μεγάλη Βρετανία κατά το 2022 ένας στους τέσσερις που αγόρασαν βιβλίο χρησιμοποίησαν το TikTok. Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών Nielsen, το ποσοστό των πωλήσεων που αποδίδεται απευθείας στη δημοφιλέστατη εφαρμογή παραμένει μικρό, καθώς πλατφόρμες όπως στο TikTok και το YouTube αποδίδεται μόνο το 3% των πωλήσεων στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Ωστόσο η επιρροή του TikTok είναι σημαντική και μεγαλώνει ραγδαία. Η κυριότερη ομάδα αγοραστών των εκδόσεων βιβλίων (οι γυναίκες έως 54 ετών) είναι πιθανότερο να χρησιμοποιήσουν την εφαρμογή από τους άνδρες. Οι προτάσεις στο TikTok επηρεάζουν τις αγορές τους δημιουργώντας νέους λογοτεχνικούς αστέρες και επαναφέροντας απροσδόκητα κάποιους παλαιότερους.

Βεβαίως το TikTok δεν είναι η πρώτη πλατφόρμα που επηρεάζει το τοπίο στον χώρο των βιβλίων. Το Wattpad, η εκδοτική εταιρεία που ιδρύθηκε το 2006, βοήθησε τους συγγραφείς να δημοσιεύουν ιστορίες και να επικοινωνούν ηλεκτρονικά με τους αναγνώστες. Για χρόνια το Facebook, το Instagram και το Twitter έχουν βοηθήσει τους συγγραφείς να προσεγγίσουν τους αναγνώστες, ακόμη και να πετύχουν συμφωνίες με εκδοτικούς οίκους.

Το TikTok όμως λειτουργεί κάπως διαφορετικά: Το BookTok ουσιαστικά αποτελεί μια ηλεκτρονική κοινότητα για λάτρες της λογοτεχνίας, δηλαδή το... «book club» του Ιντερνετ. Όπως αστέρες σαν τους Οπρα Γούνφρι και Μπαράκ Ομπάμα κάνουν τα αντίτυπα να φεύγουν γρήγορα από τα ράφια των βιβλιοπωλείων με το που τροποποιούν την προσωπική τους λίστα αγαπημένων βιβλίων, έτσι συμβαίνει και στο BookTok – ωστόσο εδώ δεν πρόκειται για διασημότητες που κρίνουν τα βιβλία, παρά ελκυστικές «βιβλιοκοπέλες» (#bookgirlies) που κάνουν «προκλήσεις ανάγνωσης» (#readingchallenges), συχνά σε τεχνηέντως φωτισμένα υπνοδωμάτια.

Με πολλούς τρόπους το BookTok έχει καταστεί ένα νέο καλλιτεχνικό είδος όπου δοξάζεται η χρήση... αυτοκόλλητων με φατσούλες για τους χαρακτήρες και τις ιστορίες των βιβλίων – σε αντίθεση με επαγγελματίες βιβλιοκριτικούς που αποφεύγουν να εξηγήσουν γιατί κάποια βιβλία τούς έκαναν να βουρκώσουν.

Κάποιοι παλιομοδίτες βιβλιόφιλοι ίσως υποψιάζονται ότι το BookTok είναι λιγότερο σχετικό με τα βιβλία και περισσότερο με όσους επιζητούν προσοχή προωθώντας βιβλία. Παρά ταύτα οι χρήστες της εφαρμογής ήδη επηρεάζουν σημαντικά τους καταλόγους των μπεστ σέλερ: Τα μυθιστορήματα της κατηγορίας

«ρομαντικό» έχουν απολαύσει τη μεγαλύτερη ώθηση, όπως είχε συμβεί και με προηγούμενες τεχνολογικές μεταβάσεις, για παράδειγμα κατά την άνοδο των ηλεκτρονικών βιβλίων.

Ετσι το «It Ends With Us» της Κολίν Χούβερ έγινε διάσημο στο TikTok στις αρχές του 2022 και πούλησε πάνω από 1 εκατ. αντίτυπα μόνο στη Βρετανία. Η ίδια συνέγραψε έξι από τα 10 δημοφιλέστερα βιβλία στις ΗΠΑ το 2022. Ολα έχουν παρόμοια θέματα, όπως γυναίκες που ποθούν δυσπρόσιτους άνδρες, τα οποία είναι πολύ δημοφιλή στην εφαρμογή.

Επειδή ακριβώς το TikTok βασίζεται στην οπτική εντύπωση, η εφαρμογή έχει δυσανάλογα μεγάλο αντίκτυπο στο χάρτινα βιβλία. Αντιθέτως τα ηλεκτρονικά βιβλία δεν διαθέτουν το οπτικό πλεονέκτημα. Σύμφωνα με έρευνα της Nielsen, το 80% των νέων Βρετανών, ηλικίας 14 έως 25 ετών, προτιμούν το παραδοσιακό από το ψηφιακό βιβλίο.

Το παράδοξο αλλά και επικίνδυνο είναι ότι η ιδιοκτήτρια εταιρεία του TikTok, η κινεζική ByteDance, σχεδιάζει να στήσει τη δική της εκδοτική εταιρεία και φέρεται να βρίσκεται σε συζητήσεις για τη συνεργασία με συγγραφείς ρομαντικών ιστοριών. Το γεγονός ότι μια κινεζική εταιρεία είναι ιδιοκτήτρια μιας από τις πλέον σημαντικές πλατφόρμες για την ελεύθερη έκφραση των νέων στη Δύση –και κρίσιμη οδός προτάσεων για βιβλία που ως είδος αποτελούν σύμβολο της ελευθερίας σκέψης– ενδεχομένως να φέρει τη σχέση της εταιρείας με τη λογοτεχνία σε άλλο επίπεδο.

[kathimerini.com.cy](http://kathimerini.com.cy)