**Sebeprezentace pro literární překladatele**

25. 11. 2021, K-Centrum, Senovážné náměstí 22, Praha 1

**Dne 25. listopadu 2021 se uskutečnil druhý workshop** **v rámci projektu *Posilování kapacit oborových organizací českých literárních překladatelů a jejich členů*, zkráceně nazvaného „Překladatelská posilovna“. Workshop nesl název Sebeprezentace pro literární překladatele a měl za cíl překladatelům ukázat, jakým způsobem mohou v současné době posílit povědomí o sobě samých i o své práci. Workshop vedla zkušená koučka Lucie Gramelová, která představila marketingové strategie a odborné pojmosloví, možnosti sebeprezentace online i offline a výhody i nevýhody sociálních sítí (Twitteru, Instagramu, Facebooku, LinkedInu). Ukázala, k čemu mohou literárním překladatelům sloužit webové stránky a jak by měly vypadat, a zmínila další užitečné strategie. Workshop byl naplánován pro pětadvacet účastníků a zájem o něj projevili jak zkušení překladatelé, tak studenti a začínající kolegové pracující s nejrůznějšími jazykovými kombinacemi.**

Lucie Gramelová, lingvistka, polyglotka a zároveň majitelka nakladatelství Jazykový koutek má četné praktické zkušenosti s propagací knih i překladatelů, s marketingovými strategiemi a s online nástroji pro zvyšování povědomí veřejnosti o rozličných tématech. Lektorka ze své pozice autorky i nakladatelky vyzkoušela nejrůznější postupy a účastníkům workshopu předala nabyté poznatky.

Lektorka hned v úvodu požádala každého posluchače, ať se ve třech čtyřech větách představí ostatním – tak totiž vycizelujeme nejpodstatnější informaci, kterou chceme sdělit, a zároveň si sami uvědomíme, co je těžištěm naší sebeprezentace. Právě touto krátkou prezentací vlastní osoby a práce (nazývanou v marketingovém jazyce elevator-pitch či USP) doporučuje lektorka zahájit přípravu rozsáhlejší sebeprezentace na internetu. Kromě oněch úvodních vět je vhodné pořídit si reprezentativní fotografie, sbírat reference o své práci a v neposlední řadě si nachystat také patičku e-mailu.

Při sebeprezentaci je zásadní si uvědomit, na koho cílíme (jsou cílovou skupinou spíš nakladatelé, kolegové, anebo čtenáři?), kolik času a také peněz chceme sebeprezentaci (z dlouhodobějšího hlediska) věnovat a zda ji chceme aplikovat spíš naživo, nebo na výše zmíněných internetových platformách. Také nesmíme zapomenout zvolené strategie po čase vyhodnotit.

Dále se lektorka zaměřila na zcela konkrétní možnosti sdíleného obsahu na sociálních sítích. Vždy je totiž dobré si připravit 10–20 příspěvků předem, jak tzv. fun facts, jako jsou třeba vlastní přešlapy, perličky ze zákulisí, či naopak úspěchy a návody, tak i kvízy a ankety, portrétní fotografie s knihou, videa z dotisku apod. Vzbuzují největší zájem sledujících, takže sdílený příspěvek získá větší dosah.

Za „must“ lze považovat vlastní web. Dobré je nepodcenit kvalitu domény, vybrat vhodnou šablonu a zajistit si profesionální fotografie – každý si rád spojí jméno, jež zná třeba z tiráže, přímo s fotografií dotyčného. Pro web je vhodné volit kratší texty, snad dokonce jen body. Dlouhé texty jsou uživatelsky nepříjemné, a navíc získávají od Googlu horší rating. Ovšem i webové stránky mají jisté ze zákona povinné náležitosti, které je pochopitelně třeba dodržet – jak Lucie Gramelová upozornila, jedná se o jméno, adresu, IČO a kontakt.

A co dělat, pokud někdo netouží prezentovat se na internetu? Ten pak může sáhnout po strategiích offline, které jsou samozřejmě vhodné pro všechny. Zcela zásadní je networking – tedy navazování a udržování kontaktů nejen na konferencích a vzdělávacích akcích, ale hlavně během tzv. afterparty, kdy se atmosféra uvolní. Další možností zvyšování povědomí o své osobě na veřejnosti je prezentace ve školách (třeba v těch, kam chodí vlastní děti), v domovech pro seniory, v místní knihovně či knihkupectví, v oblastních novinách, v rozhlase apod.

V poslední části se lektorka věnovala spolupráci s nakladatelstvími. Při představování se novému redaktorovi je dobré mít po ruce oněch pár stručných, nicméně výstižných vět o sobě (elevator pitch), ukázku vlastní práce, portfolio, reference, úspěchy ze soutěží apod. Ještě lépe je mít tyto informace pohromadě na vlastním webu, platformě LinkedIn apod. a poslat jen odkaz a e-mailovou zprávu nepřesycovat.

Lektorka Lucie Gramelová workshopem provázela profesionálně a odborně, přitom udržela velmi přátelskou a otevřenou atmosféru a zodpověděla veškeré dotazy, jimž dávala prostor jak během prezentace, tak v poslední části setkání. Všichni účastníci od pořadatele Překladatelé Severu obdrželi zápisník a propisku s logem a mohli se posílit kávou, čajem a dalším občerstvením.