

Никита Максимов
Дмитрий Константинов

Я.Автор

Советы начинающим
по электронному писательству
и книгоизданию



Вместо вступления.

Для начала надо бы объяснить – а чего это такое вообще происходит? Кто эти два неведомых деятеля, и из какой глухомани они выбрались, чтобы давать свои советы? И кому эти самые советы предназначены?

Давайте знакомиться. Мы – соучастники написания и издания в электронном виде романа «Черника в масле». Один из нас его, собственно, написал, а второй – всячески тому способствовал. То есть выдавал бодрящие тычки, разбирался в технических вопросах, изыскивал площадки для публикации, рисовал обложки, редактировал и правил текст. Ну и ещё кое-что, по мелочи. Но главное не в этом, а в том, что сам процесс работы нам так понравился, что не терпится поделиться своим опытом. Причём сделать это не в унылой форме мемуаров, которые внутри самих себя содержат скрытую просьбу – «посмотрите, пожалуйста, на нас, видите, как мы старались!». Мы напишем не о том, как работали над романом, а о том, чему в процессе этой работы научились. Тут можно воскликнуть негодуя: «Тоже мне, специалисты нашлись! Не успели выпустить одну книжонку, как уже лезут учить других жизни». На сие возражение можем ответить, что чувство собственного величия нас вовсе не мучает. Зато мы хорошо помним то количество времени и сил, которое убили на поиск самой необходимой, первичной информации по разным источникам и углам интернета. Будь у нас год назад такой вот сжатый конспект, компиляция полезных советов по электронному писательству и книгоиздательству, очень многие вещи дались бы проще, а некоторых ошибок можно было бы избежать. Да и вообще, если вам по каким-то причинам это не интересно, то бога ради – не читайте. Вокруг так много других оттенков печатной продукции.

Итак, как же это будет выглядеть? Каждый из нас напишет о своей части работы, то есть если речь идёт о тексте, то здесь автором,

скорее всего, выступал Никита. Если же освещается скучная тема технических параметров, форматов, площадок, на которых можно разместить готовую книгу – то в этом случае явно не обошлось без Дмитрия. Хотя не будем исключать ситуации, когда один из упомянутых участников проекта влезает в текст другого со своими крайне необходимыми дополнениями и комментариями. Так что дальше никто из нас подписываться специально не будет, а говорить мы будем как бы от лица двуглавого дракона – «мы».

Порядок освещаемых тем тоже может вызывать сомнения, но у нас нет цели написать совершенное с методической точки зрения пособие. Повторим ещё раз: всё это не более, чем сборник советов, вынесенный из личного опыта реализации конкретного проекта.

Кому это может быть интересно? Да любому, кто испытывает непреодолимую тягу к сочинительству и стоит в самом начале пути – совсем как мы два года назад. Именно таким, замершим на стартовой черте, мы адресуем и посвящаем эти заметки.

Никита Максимов, автор.

Дмитрий Константинов, редактор и все-все-все.

Не такой, как все - зачем вообще писать?

Один из главных вопросов, который встаёт перед новичком: «А стоит ли вообще этим заниматься?». Кого можно удивить буквами, сложенными в слова и предложения сейчас, в эпоху наступившей информационной избыточности, укороченного сознания, когда не всякий способен воспринимать текст длиннее обычной записи в социальной сети. Зачем сидеть часами на протяжении дней, недель и месяцев, пытаясь записать и рассказать одну историю, когда за то же время можно накидать десяток или сотню постов в своём «бложике», запостить кучу фотографий котиков и тарелок с едой, а также собственной любимой физиономии на фоне чего угодно, выторговав достаточный запас главной валюты современности – внимания. А если повезёт, то и реальных денег, особенно, если знаешь, каких тем и как именно касаться.

Кроме того, такое занятие, как написание историй, часто считается ерундой, не заслуживающей внимания серьёзного человека. Ну посудите сами, говорит современный меркантильный человек, какая дурь – сидеть и делать что-то бесплатно. Особенно крепка эта позиция в нынешней России, где материальный вопрос вкупе с квартирным испортил не только москвичей. «Как можно всерьёз воспринимать нечто, что не приносит тебе стабильный доход?» – вопрошают обычно коллеги, знакомые и родственники, расходясь друг с другом разве что в количественной оценке этого самого дохода. Поэтому почти любой человек, решивший заняться творчеством, оказывается нынче на положении партизана. И неважно, чем он занят – делает с приятелями видеоигру, учится трёхмерному моделированию, рисованию или пишет свой первый роман. Разумеется, что всё это тоже не подогревает энтузиазм новичка.

Ну и третье соображение – а что потом со всем этим делать? Ну, напишите вы историю, куда её потом деть? Это же сразу начнётся –

редакторы, редакции, письма, заявки, отказы, непонятные какие-то авторские права, юридические сложности и прочая лабуда. Целые горные перевалы, которые надо преодолеть, чтобы увидеть свою работу в готовом виде и сказать гордо: «Это я! Вот плод моих трудов и усилий!».

Так может – ну его сразу в болото, это сомнительное занятие? Чего время впустую тратить?

Скажем честно, мы понятия не имеем, какой тут дать совет. В каждом конкретном случае у каждого конкретного человека есть своя уникальная ситуация и особенные мотивы. Наш роман, например, прежде чем за него взялись всерьёз, вылёживался 15 лет. Вот именно, это не опечатка. Весь основной сюжет, события, завязка и концовка были придуманы ещё при старике Ельцине. А теперь представьте, сколько ненужных сомнений и соплей было пережёвано за это время. Но суть, в конце концов, не в этом. Суть в очень простом вопросе – нужно вам это или нет? Что такое для вас – рассказывать истории? Для вас *лично*, в отрыве от оценок и суждений окружающих, от вашего желания повисить свой статус в их глазах? Если ваша главная ценность – «лайки», ретвиты, количество друзей, фолловеров и прочая мишура, то для получения всего этого есть более простые пути, о них вам охотно расскажут в других местах. Если же вам всегда *нравилось* рассказывать истории, из-за чего вы ещё в детстве украшали несуществующими подробностями увиденные фильмы и прочитанные книги, и из-за этого же, возможно, имели репутацию любителя приврать, если вы делаете это в первую очередь *для себя*, потому что не можете иначе – тогда дело другое. Попробуйте, какой смысл отступать? В конце концов, *не писателем* вы были всю жизнь до этого, если у вас ничего не получится, то просто вернётесь к этому своему прежнему, знакомому состоянию. Может быть, попробуете что-нибудь ещё. Но никто за вас не попытается проверить, можете ли вы стать кем-то другим.

И последнее. Что касается неприятного вопроса: «А вдруг у меня не получится?». Ответа на него нет ни у кого. Как и знания, у кого именно получится. На самом деле, никто толком ничего не знает. Всегда вспоминайте двух мужчин, считавшихся знатоками в своём деле и то, что они сказали новичкам, которые принесли им свои первые работы.

Один уже достаточно давно изрёк: «Гитарные группы сходят со сцены, они больше никому не интересны». Его собеседниками были молодые «Битлз». Другой уже ближе к нынешним временам дал совет начинающей писательнице: «Брось это дело, Джо, детские книги не бывают популярными». Женщину, которую он одарил этим наблюдением, звали Джоан Роулинг.

Так что прекратите метаться, сомневаться и переживать. Всё, что узнали за два года об электронном писательстве и книгоиздании, мы вам расскажем. Но воспользоваться нашим опытом и советами можете только вы сами. Вы, и никто кроме вас. Просто помните, что самая унылая эпитафия, которую можно получить на свой могильный камень, звучит примерно так: «Он (или она) прожил свою жизнь, не пытаясь».

Инструменты творчества - техническое обеспечение.

Давайте сразу договоримся – речь пойдёт о цифровом творчестве. То есть о написании текстов с помощью компьютера и издании получившегося в виде электронной книги. Если вы фанат пишущей машинки или считаете, что книга не является таковой, коли не имеет воплощения в бумаге, папирусе или хотя бы на глиняной табличке, то вам, пожалуй, не стоит читать дальше.

Ну, а мы начнём. Очевидно, что вам понадобится компьютер. Какой – ваше личное дело. Домашний, рабочий (если ваша работа позволяет тратить какое-то время на самодеятельность и вас за это не вышибут за дверь), ноутбук или планшет – не суть важно. Разумеется, что если вы работаете на планшете, внешняя клавиатура будет крайне желательна. Мы же собираемся писать текст и много, верно?

Крайне полезно, чтобы компьютер имел выход в интернет. На первый взгляд, это может отвлекать, но помните, что вам в любой момент может понадобиться какая-то справка. Уточнить факты, узнать что-нибудь о месте действия или грамотно обозвать предмет, упоминаемый в тексте. Вы же не хотите, чтобы потом кто-то надорвал живот от хохота над вашим ляпом?

Из желательности наличия интернета вытекает вторая не менее важная задача – вам нужно как-то научиться использовать его исключительно по делу, иначе невинная проверка последних новостей в социальных сетях сожрёт всё то время, которое вы отвели себе для работы. Схрумкает, облизнётся и попросит ещё. Так что, решайте сами, как будете с этим бороться. Установите ли вы себе какой-то встроенный в браузер таймер, который будет отмечать время, отведённое работе или заведёте для писательства отдельный рабочий профиль, где не будет ярлыков игр, а в закладках браузера останется только адрес Википедии – определять вам. Никто не будет стоять рядом с кнутом, это ваша головная боль и ничья больше.

Если вы планируете работать на нескольких машинах – например, на работе и дома – заранее обдумайте, как будете переносить данные между ними. Выделите флэшку, если вам на работе разрешают ими пользоваться или заведите себе привычку сохранять данные в облаке (если такая возможность, опять-таки, есть). Подойдёт любое привычное вам хранилище – Яндекс.Диск, Диск Google – без разницы, лишь бы он был везде доступен.

Ещё один совет касательно работы на разных машинах. По возможности, сделайте так, чтобы текстовый редактор (например, Microsoft Word) был во всех случаях одинаковой версии. Если уж это Office 2007, пусть он будет везде. Зачем такие сложности? Просто есть вероятность, что файл, созданный в Word 2007, может не совсем корректно открываться в Word 2010 или более поздних версиях – даже если это файлы одинакового формата (DOC или DOCX). Выразаться это будет в спонтанном исчезновении (или возникновении) пробелов и в прочих сдвигах разметки на странице. Естественно, что все возникшие ошибки потом попадут в сохранённый файл. Дабы избежать этой дополнительной головной боли, лучше унифицировать рабочие версии текстового редактора. Можно, конечно, поправить всё в финальном варианте, но поверьте, лопатить целиком текст на несколько десятков тысяч слов – это вам не баран чихнул. Лучше начните следить за порядком сразу.

По этой же причине советуем сразу правильно настроить параметры текста. И придерживаться выбранного формата во всех файлах. Не забывайте, что вам потом придётся конвертировать получившееся в специальные форматы для чтения (PDF, ePub, MOBI и т.д.), а здесь качество исходного файла может существенно облегчить (или усложнить) задачу.

Выглядеть всё должно примерно так.

Во-первых, вам не понадобятся большие поля на листе. Установите по 1 см со всех сторон – этого будет вполне достаточно.

Во-вторых, в настройках абзаца установите отступ для красной строки (начало абзаца) в 0,8 см, интервал после абзаца в 2 пт, а междустрочный множитель на 1,15.

В-третьих, задайте выравнивание текста по ширине, размер шрифта равным 12, а в качестве самого шрифта укажите обычный Times New Roman. Некоторые считают его скучным, но нас сейчас интересует не красота, а эффективность. Дело в том, что не все кириллические шрифты корректно конвертируются потом в мобильные форматы. Поэтому, если только вы не профессиональный дизайнер, который точно знает, как поведёт себя тот или иной шрифт, не стоит выпендриваться. Лучше используйте то, что гарантированно работает.

Далее, сохраните перечисленное в пунктах 2 и 3 в качестве настроек по умолчанию для обычного стиля вашего текстового редактора.

В-четвёртых, не используйте в тексте функцию автоматического переноса. Лучше оперировать целыми словами.

В-пятых, настройте значения стиля для заголовков, которые будут в вашем тексте. Обратите внимание, мы говорим о *заголовке*, как о *функциональном элементе*, а не просто фрагменте обычного текста, который вы выделили размером шрифта, положением на странице или толщиной. Это должен быть заголовок по логике вашего текстового редактора. Почему это важно? Потому что потом, когда вы будете конвертировать ваш файл в форматы электронной книги, её оглавление будет сформировано исходя именно из ваших заголовков (названий глав, отдельных статей, фрагментов книги). Кстати, чтобы не получить по итогам конвертации неприятных сюрпризов, не стоит слишком экспериментировать со шрифтами и их размерами для заголовка. Пусть он будет таким же, как и для основного текста, просто жирным. Ну, может быть, на один размер крупнее. Выравнивать заголовки можете как угодно, но лучше тоже

не усложнять и ставить их просто по центру страницы или по левому краю. Обратите внимание – место для заголовка задаётся через *выравнивание*, а не подгоняется табуляцией или пробелами! Вообще, следите за тем, чтобы у вас в тексте было как можно меньше элементов форматирования. Любой их избыток может подложить вам свинью в дальнейшем. Для работы должно хватать двух стилей (один для текста, другой для заголовка), пробелов между словами и разрыва страницы после главы. Всё остальное – от лукавого.

Что касается прочего программного обеспечения. Да, существуют специальные программы для писателей и журналистов. По сути это такие же текстовые редакторы с некоторыми встроенными сервисными функциями. Однако мы сейчас рассуждаем о самом начальном, любительском уровне, так что к чему нам дополнительные сложности? Если тема вам интересна, вбейте в любом поисковике запрос «текстовые редакторы для писателей» и изучите её самостоятельно. Мы же отметим, что в дополнение к обычному офисному текстовому редактору нам понадобится любой инструмент для работы с таблицами, вроде Microsoft Excel и милейшая бесплатная программа для конвертации и чтения любых форматов электронных книг – Calibre (скачать можно с <http://calibre-ebook.com>).

Ну и напоследок. Рабочие файлы сохраняйте в форматах DOC или DOCX. Именно их лучше всего понимают программы-конверторы. И обязательно настройте функцию автосохранения в текстовом редакторе, чтобы он сохранял файл каждые десять минут. Поверьте, ничто так не убивает творческий дух, как внезапное отключение энергии и мысль о том, что последнее сохранение отстаёт от него на полчаса и несколько страниц готового текста. Слово «обидно» в этом случае очень слабо подходит для описания испытываемых эмоций.

Как правильно съесть слона?

Оговоримся сразу – мы понятия не имеем, как должен строиться процесс авторской работы с точки зрения академической науки. Для этого есть серьёзные учебники и не менее серьёзные учебные заведения. При желании вы можете погрузиться в тему самостоятельно, поступить на какой-нибудь лит- или журфак, записаться на курсы писательского мастерства, мастер-классы или просто зарыться в библиотеку. Всё это, безусловно, пойдёт вам на пользу, сделает вас более интересной и разнообразной личностью. Да и кто мы такие, чтобы указывать, что и как вам делать? Мы – всего лишь относительно продвинутые «чайники», делящиеся своим скромным опытом с «чайниками» совсем уж начинающими.

Ещё одно замечание – авторы этих очерков ни разу не гуманитарии, а совсем даже наоборот, чистые инженеры. Поэтому многое в наших советах будет отдавать механистическим подходом. Просто, скупо, местами вульгарно. «Нажми здесь, чтобы получить результат». Так что – не обессудьте.

Совет первый – воспринимайте любую свою работу, как проект. Не как книгу – роман, поэму, пьесу, сценарий, историческую монографию, сборник советов по домоводству или очерки о жизни в какой-то стране – а как целый комплекс действий и усилий, благодаря которым ваш труд в итоге станет доступен читателю. При этом собственно текст, над которым вы будете работать, является хоть и главной, но всего лишь частью.

Вам придётся представить себе своего читателя, кто он и каким именно способом предпочитает читать. Кроме того, продумать, что войдёт в вашу будущую книгу. Будет ли это голый текст или вам придётся вставлять в него картинки, графики, таблицы и чертежи? Или у вас в тексте будет содержаться большое количество ссылок на внешние ресурсы в интернете? Всё это окажет влияние на то, в каком

формате и каким образом вы сможете предоставить читателю финальный результат ваших трудов, поскольку подробные схемы и чертежи почти наверняка исключают смартфоны из перечня доступных для чтения платформ, а, скажем, цветные иллюстрации окажутся бесполезными для обладателей чёрно-белых читалок на базе электронных чернил. Наличие же многочисленных ссылок на сторонние сайты интернета сделает малопонятным ваш текст для любого устройства, не имеющего постоянного доступа к всемирной паутине. Чувствуете масштаб задачи? А кроме этого понадобится продумать, как вы сможете оповестить ваших потенциальных читателей о своём творчестве, привлечь к нему их внимание. Нужно будет также определиться с платной или бесплатной моделью распространения, как вы будете получать обратную связь, и ещё с целым сонмом подобного.

Короче говоря, чем больше вопросов вы зададите себе в самом начале, тем проще вам будет в итоге. Заведите себе привычку записывать – записывать, а не запоминать! – любую идею или вопрос, пришедший вам в голову относительно вашего проекта. Создайте отдельную папку на жёстком диске компьютера, куда вы будете складывать все ваши файлы, записи, материалы и заметки по проекту. В обязательном порядке сделайте правилом создавать резервную копию этой папки во внешнем (физически) месте – на другом компьютере, флэшке, оптическом диске или облачном хранилище. И регулярно обновлять этот внешний архив. Оптимально – раз в неделю, но никак не реже двух раз в месяц. Помните – ничто не вечно под луною и жёсткие диски не исключение. Потеря всех материалов на определённой стадии способна до такой степени подорвать моральный дух автора, что вернуться к работе над этим проектом, да и вообще – к сочинительству – может оказаться непосильной задачей.

Теперь давайте сделаем шаг назад от общей громадины нашего проекта и внимательно посмотрим на его контуры, большая часть

которых пока ещё скрыты за туманом неопределённости. Как же нам подступиться к его реализации? Ничего сложного – отвечаем мы. Точно так же, как можно съесть любое по размеру животное (слона, например), если грамотно нарезать его на кусочки. Аналогично, с самым сложным проектом способно совладать вдумчивое планирование.

Поэтому совет второй звучит так – планируйте. Выделяйте из общей задачи фрагменты, анализируйте и раскладывайте их по виду и приоритету. Вопросы анализа потенциальных читателей, способов их привлечения и продвижения своей книги складываем в кучку под названием «Маркетинг». Форматы итоговых файлов, понимание того, на каких устройствах они работают – в «Технические условия». Вопросы издания, авторских прав, цены и прочего пусть поселятся в подразделе под названием «Организационно-правовые вопросы».

Каждый из этих разделов является крайне важным в технологии самостоятельного писательства и электронного книгоиздания, но есть один, без которого они все теряют смысл. Главный элемент, фундамент, первичная материя, основа мироздания вашей книги – это его величество текст. Повторимся: текст – это ещё не книга, но и книга невозможна без текста, как бы нас не пытались в этом убедить некоторые из наших внезапно ударившихся в сочинительство звёзд. Ваша книга может начаться вовсе не с работы над текстом, но она не закончится никогда, пока в нём не будет поставлена последняя точка. Как бы хорошо вы не проработали все прочие части вашего проекта. Поэтому в следующей очерке мы будем говорить о тексте, только о тексте и ни о чём другом, кроме текста.

Как работать с текстом - первичные половые признаки автора.

Что же это такое – писать тексты? Вы думаете – это нечто эфемерное, слабо поддающееся анализу и прогнозированию? «Отнюдь» – скажем мы. Это всего лишь ещё один из видов деятельности, к которому прекрасно применимы методы глубокого, тщательного планирования и производственной дисциплины.

Если вы застали благословенные времена, когда в школах ещё заставляли учеников писать сочинения, то должны бы помнить, что такое его план. Вот и здесь вам понадобится нечто подобное, то есть краткое описание того, о чём вы планируете поведать в вашем тексте. Не пара-другая предложений, сжато излагающая суть вашей истории, а именно описание элементов, фрагментов, узловых точек вашего повествования. С чего всё начнётся, как завяжутся нити истории, что именно произойдёт в середине, к каким промежуточным последствиям приведёт, и чем, в итоге, всё это закончится. Вышеперечисленное у вас должно быть ещё до того, как вы создадите файл под названием «Текст» и начнёте, собственно, писать. Причём, чем детальнее окажется ваш план, тем легче потом будет работать.

Планирование лучше всего делать в табличном редакторе, например, в Excel. Нарисуйте себе последовательность из ячеек, впишите в каждую краткое описание события, фрагмента, ключевого момента сюжета. Вы удивитесь, но уже на этом этапе может обнаружиться, что история, выглядевшая стройной у вас в голове, начинает сбоить. Некоторые её фрагменты вдруг отказываются следовать друг за другом в первоначальной последовательности или выясняется, что для поддержания интриги и динамики повествования некоторые вещи стоит перенести в другое место, выбросить вообще или как-то иначе обосновать.

Кроме этого, подобное планирование поможет вам выстроить структуру книги таким образом, чтобы побудить ваших будущих

читателей продолжить чтение. Все мы живём сейчас в эпоху сериалов, верно? Тогда нам не надо объяснять вам, как часто случающийся в конце очередной серии неожиданный поворот, «клиффхэнгер» или просто намёк на дальнейшее развитие интриги заставляет ждать продолжения истории.

Давайте здесь немного отвлечёмся и бросим пять копеек в сторону философии. Ради чего мы пишем книги? Зачем рассказываем истории? Чтобы получить свои «пятнадцать минут славы» или потому, что не можем не поделиться миром, родившимся в нашей голове? И что нам важнее в последнем случае – выплеснуть на читателя это самое накопившееся или «сделать ему интересно»? Задайте себе как-нибудь эти вопросы. И продолжайте делать это время от времени. Ведь смотрите, какая штука получается. Традиция рассказывать истории друг другу существует у человечества десятки и сотни тысяч лет. С той самой поры, как появился – нет, не язык даже! – а способ объяснять друг другу простейшие мысли и понятия. Уже тогда, на заре цивилизации, возникли персонажи, которые при описании размеров морды саблезубого тигра разводили руки чуть шире, чем это было на самом деле. Или обязательно добавляли к жестикуляции то, в какой героической позе с камнем в руке они сами стояли в тот момент. С тех самых пор началось разделение всех рассказчиков на две условные категории. На тех, кто «грузит» – заполняет свободные глаза и уши бесконечным монотонным потоком, где со временем начинает теряться начало, нить, суть, соль и смысл происходящего и где, дочитав или дослушав до конца, ты не можешь вспомнить, ради чего же убил на это занятие изрядный кусок своей жизни. С другой стороны есть те, кто с читателем играет. Захватывает его внимание, подбрасывает ему то свежий образ, то новый поворот сюжета, шутку, едкое замечание, драму, ещё один поворот и, наконец, финал, узнав о котором читатель (слушатель, зритель) в идеальном случае будет хлопать в ладоши и просить ещё или, как минимум, не

пожалует о потраченном времени. Вторых во все века радостно приветствовали в тавернах, дворцах и замках, общинных залах викингов и кельтов, щедро кормили и поили. С первыми же... С ними всегда было чуть сложнее. Ну, тарелку каких-нибудь объедков насыпать такому, конечно, можно, да пива разбавленного набулькать. Зря, что ли, человек столько времени языком молот? Но в следующий раз лучше позвать на праздник кого-нибудь другого.

А теперь коротко поясним, к чему был предыдущий абзац, переполненный словоблудием. Сочиняя план, всегда старайтесь ставить себя на место будущего читателя. Задайте себе вопрос от его лица: насколько интересно ему будет продолжать чтение с любого момента? Не утонет ли он в описательных подробностях, столь важных для вас, но уничтожающих любое действие на протяжении нескольких соседних глав? Равномерно ли распределено это самое действие по структуре? Является ли логичным развитием предшествовавших событий именно такой финал или сюжетный поворот? Не проваливаются ли в никуда сюжетные нити, о которых вы так щедро и многозначительно намекали в начале? Всё это можно предварительно оценить уже на этапе планирования и это обязательно должно быть сделано. Иначе вы рискуете получить на выходе тихий ужас в духе сериала «Lost», когда сценаристы, набросавшие в первом сезоне кучу многообещающих зацепок, затем с переменным успехом выпутывались из собственного невнятного месива вплоть до самого финала.

Ещё раз. На этапе планирования у вас должен быть весь основной сюжет – начало, середина и конец. Шансы на то, что «начнём, а потом как-нибудь вывезем» обычно крайне невелики. Не с начинающими авторами, это уж точно. Другое дело, что вы вольны вносить в этот план коррективы по ходу работы. Более того, может так случиться, что ваше собственное произведение само продиктует вам, что именно в его структуре нужно изменить.

Не стоит только впадать в другую крайность и мельчить ваш план до уровня абзацев. Должна же у вас быть в рамках собственного замысла хоть какая-то свобода творчества! Кроме того, иногда получается, что вы просто понятия не имеете, что будет происходить в определённые моменты. Что ж, ничего страшного. При наличии общего плана иногда бывает полезно перепрыгнуть через пару глав и начать писать о том, в чём вы уверены. Недостающие фрагменты могут появиться сами собой, когда вы точно будете знать, что было «до» и «после».

После того, как план будет готов, структурирован и достаточно детализирован, можно приступать к работе над текстом. Ах, этот волшебный, прекрасный и иногда невероятно мучительный процесс! Именно он – лучший допинг для автора, а вовсе не абсент и сигареты, как утверждали некоторые. Но немедленно возникает следующий вопрос – как именно писать? В каком темпе – по расписанию (одна глава, тысяча, две тысячи слов в день) или по вдохновению, «когда накатит»? Сложно сказать. Наверняка найдутся гуру пера, которые не испытывают проблем с вдохновением, овладели всеми необходимыми астральными техниками и умеют призывать музу так же просто, как любой из нас способен вызвать рвоту, просто сунув два пальца под язык. Наш минимальный опыт не даёт нам права вступать в полемику с такими профи. Для всех же остальных у нас есть несколько замечаний, основанных на простом здравом смысле.

Вот скажите, милейшие, когда вы воспитываете детей (или собираетесь воспитывать), вы делаете (или планируете делать) это постоянно или только «под настроение»? Или вот ещё – считается ли, что вы занимаетесь спортом, если время от времени, «когда организм просит», вы пару раз отжимаетесь от стенки или приседаете с кряхтением? Раз в месяц, зато «с вдохновением»?

Не думаем, что надо продолжать. Единственное правило, совет, методика, которая гарантированно работает – писать по расписанию.

Опытным путём установить для себя норму, ежедневный лимит. Завести ещё одну табличку в Excel'e и отмечать в ней запланированное и сделанное на каждый – каждый! – день. У вас могут быть выходные дни, незапланированные перерывы и объективные обстоятельства, которые будут мешать вам следовать вашему производственному плану. Это нормально. В конце концов, вы – начинающий, денег вам за это не платят, не висят крайние сроки и дедлайны по сдаче готовых текстов в редакцию. Но, боже мой! Кто мешает вам самим относиться к своей работе серьёзно? Раз уж вы взялись испытать себя в роли автора, давайте делать всё повзрослому. Пусть у вас выработается прекрасная привычка к ежедневной работе с текстом, когда на уровне подкорки будет сидеть заноза: «Надо написать тысячу слов, надо написать, надо, надо!». А потом, когда счётчик текстового редактора будет показывать, что вместо 1000 (или 1500) слов вы сегодня написали 2000 (или 2500), вы испытаете чудесное, ни с чем ни сравнимое чувство удовольствия от выполненного обязательства. Пожалуйста, не лишайте себя этих прекрасных эмоций.

Сразу ответим на возражение про то, что иногда работа «не идёт». Не пишется и всё тут! Хоть тресни. Что ж, бывает и такое. На этот случай вот вам такое соображение.

Во-первых, что значит «не идёт»? Текст выходит кривым и корявым, так что его показать кому-то страшно? Не беда. Никто и не ждёт, что вы, как в легенде о Моцарте, будете писать без помарок. Мы ещё вернёмся к этой очаровательной теме, когда будем говорить о черновиках, версиях и редактировании собственного текста.

Во-вторых, если у вас не идёт конкретный эпизод, кто мешает вам работать над фрагментом, в котором вы уверены? Вы удивитесь, когда обнаружите, с какой лёгкостью перебрасывают друг другу мостики уже готовые главы. Хотя желательно, конечно, работать по порядку – но это так, к слову.

Ну и напоследок. Работу автора иногда по аналогии сравнивают с работой скульптора, высекающего творение из куска мрамора. Так пишет, к примеру, Стивен Кинг в своей великолепной работе «Как писать книги?». То есть берём кусок и отсекаем от него всё лишнее – как велит традиция. Мы же со своей стороны предлагаем немного другую аналогию с миром ваяния. Помимо резьбы по камню существует ещё такая разновидность, как модельно-литьевая скульптура. Это когда сначала делается жёсткий несущий каркас, на него налепляется глина или пластилин – грубо, по контуру. Затем эта основа выравнивается, сглаживается, ей придаётся окончательный вид готового творения. После чего на основе этой модели делается форма, в которой потом уже отливается сама скульптура – из бронзы, бетона или гипса. Так вот, в предлагаемой нами методике ваш детальный план произведения играет роль того самого несущего каркаса, а первичный, сырой текст, который вы сами себя подражаете писать по расписанию каждый день – это та глина или пластилин, которые обозначают контуры будущей вашей работы. Не бойтесь их грубости, приблизительности и корявости. Вам ещё предстоит всё это сгладить, причесать и улучшить. Но для начала всё это нужно налепить. Механическая такая работа, местами скучная и тяжёлая. Без вдохновения, но абсолютно необходимая.

Не нужно её бояться.

Жечь или показывать? О рукописях.

Давайте дополнительно разберёмся с тем, что было сказано в предыдущем очерке по поводу каркаса и глины. Уже из этого намёка должно быть ясно, что ваш первичный текст не станет финальным. Никогда. Чем скорее вы от этой иллюзии избавитесь, тем легче вам будет в дальнейшем.

Сколько же потребуется версий, чтобы получить конечный вариант? Почти наверняка можно сказать, что больше двух. Более подробно мы коснёмся этого в статье о редактировании. Пока же надеемся, что вам уже слегка полегчало, и вы не будете с прежним перфекционизмом трястись над своим черновиком.

Итак, принимаем в качестве аксиомы: первый вариант вашего текста – это черновик. Точка. Отсюда вовсе не следует, что можно наплевать на правильное форматирование текста, грамматику и орфографию, а так же писать в нём откровенную чушь. Всё-таки черновик – это основа для улучшения и причёсывания, а не для полного сноса и последующей переделки.

Здесь возникает другой вопрос – а нужно ли показывать кому-то свой черновик? Универсального ответа нет. Если вы пишете что-то короткое и при этом достаточно дисциплинированы, чтобы гарантированно довести дело до конца, то можно обойтись без вытаскивания на всеобщее обозрение своей сырой графомании. В нашем же, например, случае, вообще не было понятно – удастся ли закончить проект, и стартовый лозунг звучал: «А давай попробуем?». Поэтому сейчас объясним, из-за чего был выбран вариант «журнальной» публикации в интернете и чем нам это помогло.

Как уже отмечалось ранее, замыслу «Черники в масле» к моменту начала полноценной работы над ней было уже довольно много лет. За это время предпринималось несколько попыток записать историю, оформить её в законченное произведение. Но что-то, как всегда, шло

не так. Рукописи терялись, файлы стирались, желание протухало, и проект снова и снова увязал в болоте. Поэтому на этот раз был принят радикальный вариант – публичная работа. То есть взять заготовки и начать сразу же публиковать их в открытом доступе. Такое решение ставило автора в состояние открытой публичной оферты – то есть он во всеуслышание объявлял, что затевает написать и опубликовать роман, принимая на себя моральное обязательство довести дело до конца. Никто не думал, что будет дальше. Мы хотели только одного – начать, сделать и закончить. Понять, способны ли мы реализовать задуманное. Никто при этом особо не парился по поводу качества текста, который в результате попал в интернет.

Здесь, кстати, возникает интересный вопрос – а где именно публиковать рукопись, раз уж понадобился внешний стимул в лице всемирной паутины? Есть площадки для блоггеров – «Живой журнал», Blogger (платформа Google), есть тонны других мест, где можно завести свой уютный журналчик. В конце концов, есть специальные порталы для начинающих писателей – тот же журнал «Самиздат» (<http://samlib.ru/>).

Мы выбрали самый радикальный вариант – собственный сайт, блог, свою площадку для проекта. Все остальные места – не более чем дублирующие варианты. Сделано это было с целью дополнительно выкрутить руки автору. Вот подумайте сами. Если вы, к примеру, поленитесь и не выложите в своей «жжешечке» очередную главу на этой неделе, заметит ли это кто-нибудь? Да ладно, не тешьте себя иллюзиями и количеством ваших друзей. На любой коллективной площадке всегда найдётся что-то, кроме вашего творчества. Уж генерировать пустые драмы, фотки из путешествий и чрезвычайно важные персональные мнения по любому поводу интернет способен и без вас. А вот ваш сайт, ваш личный проект, гордо носящий имя, которое вы ему присвоили, без вас не обойдётся никак. Захачнет,

начнёт худеть, бледнеть, хиреть и сдохнет, выставив попутно на всеобщее обозрение ваше неумение держать данное слово.

И что вы думаете? В нашем случае сработала именно эта избыточная персонификация, необходимость поддерживать проект, наполнять его контентом по расписанию. Раз уж было решено, что одна или две главы в неделю *обязаны* появиться – значит, нет никаких оправданий их отсутствию. Это уже потом, примерно к середине работы внезапно выяснилось, что нужно изменить порядок следования событий, стала бросаться в глаза ужасающая графомания и прочие ляпы. Тогда же были прочитаны некоторые умные книжки, которые много чего расставили на свои места в головах участников проекта, и стало ясно, что уже опубликованное есть не более чем черновик романа. Страшненький и неказистый. Но, тем не менее, даже зная всё это, мы бы сейчас поступили ровно так же – сделали свой сайт и начали публикацию на нём. Потому что не будь этого решения, «Черника в масле» могла бы в очередной раз не добраться до финала.

Поэтому наш совет такой – сделайте себе сайт. Если уверены в себе, пусть это будет ваш персональный сайт, как автора, где вы будете троллить окружающих фрагментами своих произведений и размышлениями о жизни и творчестве. А также продавать напрямую готовые книги и общаться с восторженными поклонниками. Если же вы не уверены, что сможете довести начатое до конца – тогда сделайте такой сайт обязательно. Получите живительный стимул не бросать начатое на полпути, поверьте. Ну, и кроме того, научитесь делать сайты. Даже если всё полетит к чертям, у вас останется этот полезный навык. Только не усложняйте себе жизнь, заказывая сайт на стороне. Что-что, а сделать блог на WordPress по силам каждому. На худой конец большинство приличных хостингов имеют собственные конструкторы сайтов. Так что – без паники. Не боги горшки обжигают. У вас тоже всё получится.

Горькая правда. Пять копеек о маркетинге.

Маркетинг – страшное такое, непонятное слово. Если вы, конечно, не профессиональный маркетолог. Если нет, то в процессе продвижения своей книги вы им станете. А куда, спрашивается, вы денетесь?

Давайте дадим определение этому понятию применительно к вашему писательско-издательскому проекту. Маркетинг – это весь комплекс действий, которые вы будете выполнять, чтобы привлечь внимание к своей работе, продвинуть её, продать, распространить и т.д. Более того, мы бы сказали, что вся ваша работа будет делиться на две основные части. Первая – это работа с текстом. Написание, редактирование, правка, вычитывание, снова правка, снова редактирование, конвертация в мобильные форматы и т.д. А всё остальное – это маркетинг. Более того, маркетинг залезет даже на территорию текста. Но – обо всём по порядку.

Для начала небольшое отступление. По итогам 2013 года в России было издано 120 512 наименований книг и брошюр. В 2014-м – слегка поменьше: 112 126. Понятно, что это цифры бумажного рынка, который включает в себя учебники, специальную литературу, отраслевые справочники и вузовские методички. То есть всё то, что вряд ли попадёт в интересующий нас электронный формат и составит конкуренцию вашим и нашим работам. Казалось бы – ура, чего беспокоиться? Электронных книг мало, хороших из них – ещё меньше, простое правило больших чисел вроде бы на нашей стороне, когда даже относительно небольшой процент читателей, случайно обнаруживших ваш труд, будет достаточно велик в штучном исчислении. В конце концов, один процент от миллиона – это целых 10 000. Однако вот вам ещё немного цифири и сопутствующих соображений.

Если брать самый известный сервис продажи электронных книг – Amazon, то каждый год на нём появляется примерно 300 000 новых книг. Успешными при этом становятся не более 30 тысяч. Причём слово «успешный» в данном ключе означает «хоть как-то продаются». Это уже внутри этих 30 000 появляется не шибко большая группа тех, кто по-настоящему «выстрелили». Почему так? Неужели все остальные 270 000 новых заголовков в году – полный мусор?

Скорее всего, это не так. Просто помимо ежегодной статистики нужно помнить ещё одну вещь – книги, попавшие на рынок за прошедшие годы, тоже никуда не делись. И печаль состоит в том, что конкурентная среда новоиспечённого автора не ограничена каким-то осязаемым временным промежутком. Понимаете? Это видеоигры двадцатилетней давности выглядят сейчас жутко и их чаще всего невозможно запустить на современных компьютерах или игровых приставках. Приключенческие фильмы 50-х и 60-х годов сейчас чаще всего не вызовут ничего, кроме смеха, со всеми своими резиновыми масками, пластилиновыми монстрами и мультипликацией вместо компьютерной графики. С книгами же всё по-другому. Буквы не стареют. Поэтому, выходя на книжный рынок, вы начинаете конкурировать не с такими же новичками, как вы, а почти со всем наследием мировой культуры. От Гомера, Чосера, Шекспира и Пушкина до Брэдбери, Жюль Верна, Ремарка, Моэма, Драйзера, Паланика, Пелевина и Донцовой. Представьте себе, что в онлайн-библиотеке ВООКМАТЕ на полках помимо вашей книги будут стоять ещё 500 000 наименований. ПОЛМИЛЛИОНА – вот так, капсом, чтобы было нагляднее. В любом крупном магазине – будь то «ЛитРес» или Amazon – их будет ещё больше. И очень многие из этих книг – известные работы именитых авторов, чьи названия на слуху, кого рекомендуют обзоры и критики, в продвижение которых вкладывают деньги ведущие издательства. Вы всерьёз продолжаете

верить, что на этом фоне вашу работу ждёт «счастливый случай»? Единственный, маловероятный с математической точки зрения, шанс?

Может быть, вам повезёт. Именно вам. Кто знает? Но если вы всё же планируете вывести вероятность своего успеха из зоны статистической погрешности возле нуля, то вам придётся заниматься маркетингом. Никуда от этого слова вы не денетесь.

Кстати, бояться этого не стоит. Вы уже им занимаетесь – когда определяете жанр своей работы или подбираете название. Ведь нельзя написать просто книгу – для всех и обо всём сразу. Даже Библия на подобное не замахивается. Пишется что-то конкретное: методическое пособие, сборник советов, детектив, душераздирающая любовная история. Даже в рамках одного жанра нет какого-то единства. В той же фантастике куча подразделов, со своими правилами, законами, поджанрами. Поэтому, когда вы, избрав для себя жанр «путешествия во времени в антураже космооперы», воздерживаетесь от попыток воткнуть сюда же историю школьника, которого временная петля забросила в магическое средневековье, то вы как раз занимаетесь маркетингом. То есть защищаете своего потенциального читателя от попадания в глупое положение, когда он откладывает в сторону прочитанную книгу и думает: «Боже, что это было?».

Но хватит шуток, поговорим предметно. Для начала вам потребуется стратегия. В неё в обязательном порядке войдут следующие пункты – и все они должны быть известны до того, как вы начнёте работу. Или, по крайней мере, в самом её начале.

1. Короткое описание – о чём этот роман. Этот пункт у вас появится естественным образом во время планирования, о котором мы писали в очерке про работу с текстом. Его размер – половина страницы А4. В нём должна содержаться суть вашей будущей работы.
2. Название. Очень, кстати, важный и сложный в работе момент. Про выбор хорошего названия написана масса литературы, но

общие правила, в принципе, просты. Во-первых, оно должно быть оригинальным – если, конечно, вы не ставите своей целью паразитирование на уже раскрученном бренде. Во-вторых, оно должно быть достаточно коротким. Времена, когда уместным было писать что-то вроде «Приключения Квентина Дорварда, стрелка королевской гвардии», давно миновали. В-третьих, оно должно хоть как-то соотноситься с содержанием вашей книги. Раз уж она, к примеру, называется «Великий Гэтсби», внутри неё должен быть кто-то с таким именем. В-четвёртых, оно должно цеплять, то есть содержать в себе некую тайну, разгадать которую можно, только заглянув под обложку. Поэтому «Унесённые ветром» всегда лучше «Хроники старого Юга времён Гражданской войны в США». Или, скажем, «Метро 2033» прямо провоцирует интерес узнать – а как там всё будет в 2033 году и при чём тут, собственно, метро. Ну и так далее. Увлекательный это процесс – выбор названия.

3. Кто ваш потенциальный читатель. Зарубите себе на носу – не существует среднестатистического читателя самого по себе, как не существует обобщённых мужчин и женщин. Даже возрастное деление тут вам не сильно поможет. Только комбинирование нескольких признаков способно дать хоть какие-то ориентиры. Как это сделать? Чёрт его знает, честно говоря. Придётся много думать. Вот вам такой отвлечённый пример: знаете, кто во времена видеопрокатов был самым устойчивым потребителем жанра «боевик»? Охранники и ночные сторожа. За время смены можно как раз успеть посмотреть пару трёхчасовых кассет, а необходимый динамизм происходящего (вне зависимости от качества) позволял успешно бороться со сном. Такие дела. Зато, если вы

- хотя бы приблизительно вообразить своего предполагаемого читателя, вам станет значительно проще в следующем пункте.
4. Где искать своего читателя (аудиторию)? Понятно, что если вы пишете о чём-то в жанре «милитари», вряд ли стоит искать потенциальных читателей в сообществах распространителей продукции косметических фирм. Возможно, они там есть, но вероятность слишком мала. Всё-таки в разделах «Страйкбол», «Снаряжение для охоты и рыбалки» и «История оружия» таких найти будет проще. Так что тут совет один – думайте. Каждый раз, когда вам приходит предложение вступить в очередную группу в социальной сети, прикидывайте: «Могут ли там быть нужные мне люди?». И да, вы всё правильно поняли – без социальных сетей вам не обойтись, если только у вас не завалюсь несколько тысяч зелёных денег, чтобы по готовности книги заказать её раскрутку профессионалам. Здесь работает старое правило – третишь либо время, либо деньги. Возможно, что без расходов на рекламную кампанию всё же не обойдётся, но чем раньше вы начнёте действовать, тем меньше на неё придётся потратить. О том, как продвинуться в мире социальных сетей, мы ничего полезного рассказать не сможем, для этого есть свои ресурсы и целые руководства. Заметим только, что вам обязательно понадобится Твиттер – для коротких сообщений и публикации ссылок – и что-то из больших социальных сетей, Фэйсбук или Вконтакте. Здесь дело вкуса, но большинство специалистов утверждают, что на русскоязычном пространстве Вконтакте сработает лучше. В Фэйсбуке слишком много сетевых предпринимателей и странных персонажей с невнятными амбициями. И ещё. Заведя аккаунт в любой социальной сети, вам нужно будет играть по её правилам – общаться, комментировать, писать что-то

интересное, иначе к моменту выхода книги вы будете по-прежнему одиноки, как тополь на Плющихе. Социальные связи и капитал не возникают просто так, их маловероятно насобирать за пару недель, когда приспичит. Так что не откладывайте, начинайте сразу. Даже если у вас ничего не выгорит, мало ли чего полезного вам может подвернуться?

5. Работая с потенциальной аудиторией, обращайтесь внимание, какие именно способы взаимодействия с ней будут срабатывать лучше всего. Какие сообщения находят наибольший отклик? Дискуссия с какими участниками вызывает наибольший интерес? Кто в этом сообществе является авторитетом, лидером мнений? Кого можно попросить об информационной поддержке в случае чего? Вам кажется, что всё это слегка отдаёт неискренностью и манипуляцией? Перестаньте. Давайте не будем лукавить – мы общаемся с теми, кто нам либо интересен, либо полезен и это нормально. Возможно, что ко времени вашей публикации все нужные люди станут вам настоящими друзьями.
6. Готовясь распространять информацию о своей книге, заготовьте перечень возможных вопросов о ней и необходимые ответы. Поиграйте с собой в виртуальное интервью. Сформулируйте чёткое понимание того, что вы будете говорить о своей работе, если вас начнут спрашивать – «а о чём эта книжка, которую ты тут нам подсовываешь?». Причём, выработав свои ответы, затвердите их в памяти так, чтобы вас можно было среди ночи поднять, а вы будете в состоянии ответить на любой вопрос. Не слово в слово, но без ненужных импровизаций и противоречия самим себе. Ещё лучше будет, если вы разобьёте своё интервью на некоторые подуровни – некий набор общих фраз в начале, затем немного подробнее, чтобы поддержать интригу. Только не

перестарайтесь, чтобы ненароком не слить какой-нибудь ключевой ход. Не стоит всем рассказывать о действительной роли дворецкого.

7. В итоге, если вы сделали хоть что-то по всем предшествующим пунктам, у вас должен появиться некоторый план, приблизительное представление о стоящих задачах и идеи, что можно сделать. Не бойтесь, что ваш маркетинговый план выйдет чересчур расплывчатым и неконкретным. Даже грубый набросок на салфетке лучше абсолютной пустоты. Как только вы поймёте, что и зачем вы делаете, идеи начнут приходить сами. Возможно, всё это время внутри вас спал гений маркетинга – кто знает?

Сам себе редактор – рецепт хорошо выдержанного текста.

Представим, что вы, используя наши предыдущие советы и всё то, что смогли почерпнуть из других источников, наконец-то добрались до финальной точки в своей работе. Закончили черновик. Хорошо ли, плохо ли, но ваш план завершён, все основные фрагменты отработаны. Или не все? Как проверить и убедиться, что вы не заплутали в хитросплетениях собственного сюжета?

Здесь, собственно, и начинается увлекательный процесс редактирования. Стойте, стойте, не прямо сейчас! Не надо кидаться править свой черновик по горячим следам. Ничего толкового из этого не выйдет. Обязательно дайте себе передышку, освободите свой разум от всего, связанного с этим проектом. Даже не заглядывайте в него, слышите? Увлечитесь лучше наращиванием своего социального капитала – пишите отзывы на записи друзей в соцсетях, постите котиков и умные мысли. Короче говоря, следуйте простому правилу любого «инди» – «не знаешь, чем заняться – займись маркетингом!». Ну, или начните набрасывать план следующего произведения.

Длительность этого вашего преднамеренного простоя должна составлять от одного до двух месяцев. Меньше бессмысленно – чердак не успеет проветриться должным образом, а больше – опасно. Можно охладеть к работе настолько, что всё в очередной раз умрёт на стадии черновика. Пять-шесть недель – вот, пожалуй, оптимальная продолжительность ваших творческих каникул. После того, как они пройдут, можно начинать первую редактуру.

Сразу дадим важный совет – хоть вы и писали всё это время на компьютере (или что там у вас), сквозную вычитку черновика перед редактированием нужно делать по бумаге. Именно так, берёте и распечатываете всё, что вы написали. Зачем, спросите вы?

Ну, во-первых, это круто. Нет, серьёзно. Держать в руках пачку из двухсот-трёхсот листов, на которых напечатан ваш текст –

действительно сильное чувство. Кроме того, это зримое доказательство того, что последние полгода–год вы на самом деле работали, а не просто валяли дурака. Во-вторых, вы удивитесь, как чтение с бумаги, а не с экрана монитора, меняет ваше восприятие текста. Вы обязательно заметите ошибки и несурезицы, которые проскакивали мимо глаз, пока существовали исключительно в электронном формате. Всё-таки принудительная смена декораций очень здорово помогает мозгу.

Теперь садитесь перед стопкой бумаги с текстом, вооружайтесь красной ручкой или карандашом и приступайте. Длительный отдых поможет вам увидеть в своём тексте много нового. И много лишнего. Будьте готовы к тому, что этот первый этап редактирования может оказаться самым болезненным. Вам понадобится вся ваша чёткость и беспристрастность, чтобы трезво оценить свою работу и безжалостно перекроить её, отсекая попутно всё бесполезное. В центре внимания сейчас должен быть сюжет. Просмотрите его внимательно, проследите, не болтается ли он из стороны в сторону, выписывая ненужные петли? Не перегружен ли он местами совершенно ненужными подробностями, которые никак не помогут ему в дальнейшем? Не проваливаются ли в никуда сюжетные ходы и арки, на которые вы многозначительно намекаете в начале? Нужно ли вам подробное жизнеописание каждого героя или достаточно просто обозначить его двумя-тремя характерными мазками, а всё остальное отдать на волю воображения читателя? Не сливаете ли вы преждевременно какую-то сюжетную интригу из благого желания рассказать всё по порядку? Может, стоит переставить местами некоторые фрагменты, вывести на время какой-то сюжетный ход или героя из поля зрения читателя? Масса, масса вопросов потребуют вашего внимания.

Этот этап редактирования также поможет выправить хронологию повествования. Убедитесь, что всё происходящее укладывается в

разумные временные рамки, что сломанные, допустим, руки-ноги не заживают волшебным образом на следующее утро, если у вас реалистичное произведение. Или что на дорогу в две сотни вёрст пешком отведено положенное для этого время, а не одна ночь.

Не забывайте попутно отслеживать очевидные ошибки и опiski, вроде повторения одного и того же слова несколько раз на соседних строчках. Дробите, по возможности, все сложносочинённые конструкции на более простые предложения, как бы вам не нравился витиеватый стиль. Помните, что вы пишете для массового читателя, а не только для поклонников Гаврилы Державина. Старайтесь выражать свои мысли проще и короче, хотя это гораздо легче советовать, чем сделать самому.

До какого уровня стоит доводить подобное препарирование? Есть ли хотя бы приблизительный критерий того, сколько первичного материала стоит отправить в корзину? Дадим два совета.

Первый – помните, что мы говорили в одном из предыдущих очерков про каркас и глину? Исходя из этой конструкции, у вас в тексте *неизбежно* будет много лишнего. Выбросьте его, переставьте в другое место или перепишите полностью.

Второй совет исходит от Стивена Кинга и заключается в формуле: текст после редактирования = исходный текст – 10%. Просто и доходчиво. В эти 10% входит весь лишний «жир» вашего текста, все ненужные подробности, описания и красоты. А также большая часть прилагательных и подавляющее большинство наречий. Запомните последнее особенно хорошо. Придирчиво анализируйте при каждой вычитке свой текст, выискивайте прилагательные и наречия – и убивайте, убивайте без жалости! Единственным оправданием для их помилования может быть только то, что в данном конкретном месте без них невозможно *обойтись*. Поняли критерий отбора? Не «оно здесь никому не мешает», а «в этом месте оно

необходимо, без него текст теряет смысл или атмосферу». Как справедливо заметил тот же Кинг: «Наречиями выстлана дорога в ад».

Ну и ошибки – куда ж без них. Описки, опечатки, просто технические ляпы, пропущенные или лишние знаки препинания. Бесконечный процесс, сродни наблюдению за огнём или смотрению на воду. И поверьте – за один раз вы с этим не покончите.

Только после того, как вы пройдёте этот первый раунд редактирования, получившийся в итоге текст можно показывать кому-нибудь для того, чтобы узнать – годится ли на что-то ваш текст в качестве цельного произведения. Как бы вы не боялись критики, мнение посторонних людей – не абы каких, а тех, кому вы доверяете – будет вам крайне полезно. Зарубите на своём, уже достаточно испещрённом зарубками носу, что вы, как автор, в принципе не способны объективно оценивать свой текст. Этот навык приходит только вместе с опытом и то не всегда. Чаще всего автор не может даже точно определить, что именно он написал – книгу приключений, пародию или технотриллер. Поэтому свежий взгляд со стороны очень пригодится. Будьте внимательны в выборе таких «бета-ридеров» (да, желательно, чтобы их было несколько). Нет смысла привлекать человека, который за последний год не прочёл ни единой книги, также как и подругу, с которой вы крупно поругались на прошлой неделе. Вряд ли их оценка будет объективной. Но и не стоит выбирать исключительно тех, кто вам симпатизирует – любящие бабушки и дедушки всегда будут рады дать конфетку, не задумываясь о её вреде или пользе.

Если же вы махровый интроверт или мизантроп – что ж поделать. Вашим уделом станет стезя боли и страданий, а подопытными кроликами – доверчивые читатели. Будьте готовы к тому, что первыми откликами в вашу сторону полетят вовсе не розы.

После того, как получите отклики от ваших «тестовых» читателей или выдержите паузу ещё в пару недель, можно приступать

ко второму сквозному редактированию. Да, опять всё по новой – распечатываем, перечитываем, ловим ошибки, кривые обороты в тексте. Будем надеяться, что в этот раз глобальная сюжетная правка вам уже не понадобится и основная работа придётся на проверку правописания и мелкие улучшения. Главное, не тешьте себя иллюзией, что теперь вы исправили *все* ошибки. Когда сядете за свой текст через месяц, вы их найдёте ещё столько же.

Последний совет, связанный с редактированием – финальную вычитку лучше всего делать не просто с листа бумаги, но ещё и вслух. Приготовьтесь к тому, что на этот раз вместе с глазами пострадает горло, однако сделайте именно так, как мы советуем. Чтение вслух помогает заметить то, что пропускает зрение, плюс очень хорошо выделяет излишне сложные или некрасиво сконструированные предложения. Вы это поймёте сразу. Как только произносимая вами фраза ломается на середине, или вам некомфортно выговаривать написанное – будьте уверены, что где-то здесь затаился подвох. Присмотритесь к предложению или абзацу в целом, перестройте их или разбейте на более простые конструкции. Добейтесь того, чтобы чтение вслух было гладким и естественным. Не сомневайтесь – потом это создаст у читателя чувство комфорта и удовольствия. Вспомните, ведь вы сами наверняка не раз попадали в ситуацию, когда при чтении один текст «идёт» у вас легко и непринуждённо, а другой через полчаса вызывает утомление. Последнее – как раз результат корявостей, которые исподволь нагружают мозг. Не пожалейте своих связок, «причешите» текст. Вам это зачтётся.

Ну и наконец, теперь, когда у вас на руках оказался уже третий вариант текста, наступает пора задуматься о публикации. Но об этом мы поговорим чуть позже.

Дизайн упаковки – обложка и аннотация.

Теперь вернёмся немного назад и пройдемся по трём очень важным моментам. Мы бы назвали их тремя китами успеха, тремя столпами, которые помогут вам привлечь внимание к своей работе. Это название книги, её обложка и аннотация.

Запомните эти три слова наизусть, напишите на зеркале, в которое смотрите по утрам, сделайте себе татуировку. Поступайте, как угодно, но уясните, что никто и никогда не сможет оценить ваш писательский труд, красоту стиля и изящество сюжета, если читатель пройдёт мимо книги, не обратив на неё внимания. Поэтому нужно крайне ответственно и внимательно подойти к дизайну её упаковки – тому, что привлечёт читателя, заставит его потянуться, заглянуть внутрь, начать читать. Там уже должны будут сработать все те усилия, которые вы вложили в работу над текстом. Но для этого вам сначала нужно завоевать внимание.

Названию мы уже уделили немного места в статье про маркетинг, но вернёмся к этому ещё раз. Запомните, что парадигма изменилась – в который уже раз. Раньше считалось, что основным продающим элементом книги является обложка. Работать над ними приглашали известных художников и наоборот – многие художники сделали себе имя, начиная с книжных обложек и иллюстраций. Всё это было актуально во времена витрин книжных магазинов, когда обложка слыла королём – маяком, раздражителем, привлекательной, броской рекламой для своего содержимого. Сейчас увы, ситуация слегка иная. Главным инструментом стала строка поисковой выдачи, текст, упоминание в обзоре. Поэтому яркое, броское, нешаблонное, уникальное название нынче оказывается важнее, нежели полуобнажённые мускулистые тела, нарисованные очередным Борисом Вальехо.

Приведём здесь для примера короткий список прекрасных, цепляющих, возбуждающих любопытство названий:

«Чудовища были добры ко мне», Генри Лайон Олди.

«Герой должен быть один», они же.

«Прежде чем их повесят», Джо Аберкромби.

«Унесённые ветром», Маргарет Митчелл (да, мы продолжаем настаивать, что это одно из лучших названий в истории книг вообще).

«Исчадия разума», Клиффорд Саймак.

«Дивергент», Вероника Рот (безотносительно качества самого текста, название цепляет своей непонятностью).

Ну и так далее, каждый может набросать свой любимый список.

Суть понятна. Название должно быть кратким и заключать в себе загадку. Некий призыв, побуждающий хотя бы пройти по ссылке, содержащей его, чтобы там уже обнаружить следующие крючки, зацепки, которые доведут вашего читателя до цели – текста книги.

Следующее, что должно попасться на глаза читателю – это обложка. Здесь всё немного проще и сложнее (одновременно). Проще потому, что можно точно сказать, что не нужно делать. Во-первых, не стоит рисовать обложку самостоятельно, если вы понятия не имеете, как работать в графическом редакторе. Маловероятно, что нелепое нагромождение разномастных картинок, грубо вырезанных, необработанных и как попало слепленных кто-то примет за абстракционизм. Скорее всего, такая «работа» пополнит коллекцию «Худшие обложки на Amazon» или ещё какой-нибудь подобный список стыда и унижений. Короче говоря, лучше воспользоваться старым правилом: «не умеешь – не берись». Обложка – слишком важный элемент образа книги, чтобы устраивать сомнительные эксперименты. Во-вторых, стоит трезво оценивать уровень квалификации своих друзей, если они предложат вам свою помощь. Редко, кто читает фамилию дизайнера обложки, а вот имя автора

будет напрямую ассоциироваться как с успехом внешнего вида книги, так и с лютым позорищем, которое её «украсит». Одним словом, пусть лучше у вашей книги не будет оригинальной обложки, чем окажется дрянная. По крайней мере, большинство редакторов подготовки к электронной публикации позволяют сейчас подобрать вполне приемлемый вариант на базе нейтральных фонов или фотографий.

Если же вы достаточно в себе уверены (или в том, кого подрядили на это дело), запомните несколько простых цифр. Размер обложки для электронной публикации – это, как правило, изображение размером 1600 на 1200 пикселей. Некоторые магазины или платформы самостоятельной публикации требуют соотношение 1400 на 1200 пикселей, так что имеет смысл подготовить оба варианта. Разрешение 300 точек на дюйм, если файл при этом не получится слишком уж большим – помните, что многие магазины контента накладывают на это жёсткие ограничения. На всякий случай пусть у вас будут варианты в меньшем разрешении (96 dpi). И обязательно подготовьте файлы только с фоновым изображением. Некоторые платформы публикации позволяют добиться лучшего результата, если не заливать готовую обложку целиком, а конструировать её во встроенном редакторе, накладывая на фон название, имя автора и т.д.

Теперь пара советов по самой обложке. Во-первых, помните старое правило дизайнера – никаких значимых объектов, текста и прочего возле краёв. Все платформы электронной публикации растягивают изображение за край обложки, так что оставляйте достаточно места на виртуальный «подгиб». Во-вторых, правильно спроектируйте пространство и разместите текст. Вряд ли ваше имя является узнаваемым брендом, иначе – зачем вы читаете эти советы для начинающих? Не стоит пока слишком выпячивать себя, любимых. Всему своё время. А вот название должны быть читаемым

и узнаваемым. Не забывайте – в большинстве случаев сейчас именно название приводит из строки поиска к обложке, а не наоборот. Ещё обратите внимание на то, что если вы пишете серию, нужно сразу проектировать обложку так, чтобы сквозное название цикла было доминирующим, объединяющим, связующим звеном. То есть, например: вверху, некрупным шрифтом – имя автора; ниже (крупно, броско) – наименование серии; внизу, средним шрифтом – название самой книги с необходимыми пометками (книга или том номер такой-то и т.д.).

Если позволяет фантазия, время или деньги (если вы заказываете обложку на стороне), то стоит сделать несколько вариантов, чтобы понять, какой наилучшим образом подходит. Ну, и последнее. Не стоит перегружать картинку деталями. Вряд ли нужно рисовать целый комикс, который будет пересказывать весь сюжет. Помните, что цель обложки – заставить читателя заглянуть под неё. Иногда лаконичный дизайн, в котором есть загадка, справляется с этой задачей значительно лучше, чем сложная многофигурная композиция.

Ну и, наконец, перейдём к последнему элементу упаковки – аннотации. К тем нескольким строчкам, которые читатель видит на странице книги в электронном магазине или онлайн-библиотеке. Именно они подчас определяют, начнёт ли он читать ознакомительный фрагмент или нажмёт на стрелку «Дальше».

Очень сложно давать здесь какие-то простые советы. Эти несколько десятков слов по своей сути – краткий рекламный проспект, слоган вашей книги. Правильному их подбору учат маркетологов, по искусству их создания написаны сотни книг. Короче, как любят говорить в современном кино – «всё непросто». Однако три совета мы вам всё же дадим.

Во-первых, не стоит пересказывать сюжет книги. После фразы «История о герое, который отчаянно искал своё место в мире, боролся за любовь, всё преодолел, а потом умер счастливой, спокойной

смертью» вряд ли имеет смысл заглядывать дальше. Аннотация – это ещё один, уже третий крючок, которым вы намереваетесь поймать вашего читателя. Повесьте на него наживку поаппетитнее, не стесняйтесь. Но при этом не забывайте...

Во-вторых, будьте честны. Не надо анонсировать «леденящий душу триллер с элементами паранормального», если внутри у вас затаился любовный роман или философское нравоучительное эссе.

В-третьих, обещайте читателю НЕЧТО. Что-то, ради чего он откроет вашу книгу и потратит несколько часов (может быть дней) на то, чтобы оказаться в мире, придуманном вами. Вокруг сейчас и так слишком много соблазнов, поэтому предлагать вы должны нечто особенное. Не бойтесь, что не можете заинтересовать всех сразу, такого всё равно никогда не бывает. Но убедитесь, что хотя бы избранные поймут ваш призыв. В конце концов, мы же писатели, разве нет? Нам ли пасовать перед несколькими предложениями?

Приятный глазу. Подготовка текста к электронной публикации.

Пробежимся ещё раз по получившемуся результату. У вас есть текст в электронном виде, правильно сформатированный (смотрите очерк про рабочие инструменты), вычитанный, проверенный, приглаженный и причёсанный. Точка. Вы готовы явить миру своё творение. Какой шаг следующий?

Первое, что мы советуем вам сделать – сохраните ваши финальные файлы в максимальном количестве мест. Помимо вашего рабочего компьютера поместите копию на любой другой физический носитель – второй компьютер, планшет, сетевое хранилище, облачный сервис. Во все места, куда вы складывали резервные копии в процессе работы. Если есть возможность, запишите файл на оптический диск (CD или DVD) и *обязательно его финализируйте*. То есть сделайте невозможным любое его дополнение и изменение в дальнейшем. Положите этот диск в надёжный футляр и уберите в спокойное место.

Ради чего вся эта суета, спросите вы? Да так, на всякий случай. Мало ли, вдруг вам случайно удалось написать шедевр, который станет международным феноменом? Тогда непременно из какой-нибудь замшелой дыры вылезет субъект, который будет утверждать, что всю вашу историю на самом деле придумал он, а вы её у него бесстыдно похитили, применив технологию удалённого зондирования мозга. Тогда ваш диск с намертво закреплённой датой записи может оказаться очень полезным аргументом. Ну, или вдруг лет пять спустя вашу работу раскопает пытливый литагент и захочет предложить вам контракт на публикацию. А вы к тому времени пять раз сменили рабочий компьютер. Вот тогда аккуратно сложенные в *разных* местах копии текста здорово пригодятся.

Если предыдущий совет вам кажется слишком забавным, не спешите хихикать. Поверьте, не бывает чрезмерной заботы об юридических обоснованиях. Тем более в нашей стране.

Далее вам нужно будет конвертировать текст в электронные форматы для чтения. Нет, конечно, можно раздавать его в формате DOC (DOCX), но это неразумно. Во-первых, не все устройства его поддерживают. Во-вторых, кто мешает тогда любому постороннему человеку взять ваш файл, заменить в нём фамилию автора и присвоить себе все права? Оно вам нужно?

Существует несколько форматов распространения книг в электронном виде. Так, ведущий российский магазин «ЛитРес» предлагает, как правило, 12 штук на выбор. На самом деле, вам их понадобится гораздо меньше. В обязательном наборе – ePub, mobi, fb2, PDF. Если коротко, то первый из них – это фактически международный стандарт, mobi – формат книг для популярных читалок Kindle (Amazon). Fb2 был разработан на постсоветском пространстве, из-за чего практически неизвестен на Западе, но по умолчанию встроено в большинство русифицированных устройств для чтения. PDF же применяется для чтения с экрана монитора – в компьютерах, ноутбуках и некоторых планшетах.

Конвертировать текст в PDF проще всего. Опция сохранения в этом формате по умолчанию присутствует в пакетах Microsoft Office, начиная с версии 2010 года, а для Word'a 2007 есть бесплатный плагин, который можно найти в интернете. Два дополнительных совета. Первый: обязательно при сохранении в параметрах задайте формирование закладок, опираясь на заголовки в вашем тексте – так вы создадите оглавление. Второй: сделайте 2 версии PDF – с размером страницы А4 и А5. Страницы меньшего размера гораздо удобнее читать на планшетах.

Оставшиеся три собственно мобильных формата проще всего создать из исходного файла Word с помощью бесплатной программы

Calibre, о которой мы упоминали в очерке про рабочие инструменты (скачать можно с <http://calibre-ebook.com>). Там всё просто, после нескольких попыток разберётся даже ребёнок.

На распутье – куда податься со своим текстом?

Ну-с, давайте проверим, что у нас накопилось. Текст – есть, название – тоже. Обложку, которую не стыдно показать людям, мы (или нам) сделали. Аннотация – манящая, завлекательная, дразнящая воображение – готова. Самое время идти публиковаться. Вопрос – куда?

Ещё раз оговоримся – авторы этих очерков ничего не смыслят в бумажном книгоиздательстве. Мы попробовали туда сунуться, немного осмотрелись. Увиденное нам не понравилось. Мало того, что рынок, как бы это помягче сказать, слегка монополизирован, так ещё и нынешняя экономическая ситуация не слишком располагает издателей к экспериментам. Не стоит на них обижаться, это мы с вами сидим по одиночке, как сычи на ветках, не стала наша книга бестселлером – ну и чёрт с ней, другую напишем. Или, вообще, пойдём в копирайтеры, будем контент для сайтов генерить, а графоманствовать исключительно для себя, для души. Издательствам не так легко, на них люди работают, которым зарплату надо каждый месяц платить, да не по одному разу. Плюс владельцы и инвесторы, которые тоже на свой определённый процент рентабельности рассчитывают. Вот и гонят издатели серии и жанры, которые продаются, пусть не всегда хорошо, зато предсказуемо. Ну и авторы опять же. В кризис лучше знакомые проверенные лица, чем тёмные лошадки, отчего из года в год у нас в отчётах Роспечати фигурируют одни и те же люди. Это на «загнивающем» с завидной регулярностью выстреливают новые литературные звёзды, взлетают в топ свежие бестселлеры, за которыми охотятся изголодавшиеся по оригинальным сюжетам кино- и теледеятели. У нас, увы, – «традиция и стабильность», «ко-ко-ко, деды воевали», и вообще – классика не стареет, лучше мы ещё раз Достоевского переиздадим, и сериал по нему же снимем. И не питайте иллюзий, что раз вас послали в одном

месте, то в двадцатом или тридцатом издательстве кто-нибудь обязательно рискнёт запустить неизвестного автора в тайной надежде открыть новую Джоан Роулинг или Энди Уира. Для начала у нас не так много мест, в принципе издающих художественную литературу, а уж тех, кто способен на риск, вообще по пальцам пересчитать можно. И у них очередь на издание из подающих надежды авторов стоит на год вперёд. Как минимум. Даже не то, что на издание, а просто на рассмотрение заявки.

Так вот, посмотрели мы на всю эту печальную картину и подумали: «А не провести ли нам этот год по-другому? Не в очереди из толп претендентов, а уже имея изданную книгу на руках и всячески её продвигая?»

Для достижения этой цели существуют два пути: публикация на бумаге за свой счёт или издание в электронном формате. Первый вариант кажется простым, и местами даже доступным по деньгам, но простота эта довольно обманчива. Да, существуют десятки мелких издательств, простых типографий и прочих организаций, которые за деньги подготовят и издадут вашу книгу. Любым тиражом. Есть даже те, кто предлагают услуги в комплексе – подготовка, издание и дистрибуция, то есть доставка вашей книги на полки книжных магазинов. Только не забывайте, что без усилий по продвижению это вряд ли даст ощутимый результат, а маркетинговый бюджет для новичка обычно на порядок превышает издержки на собственно издательский процесс. Так что, если у вас нет совершенно свободных полумиллиона рублей или щедрого спонсора, вряд ли вам удастся добиться серьёзных результатов.

С электронным вариантом всё чуть сложнее и одновременно проще. Проще потому, что вполне возможно продвигать изданную в цифровом виде книгу за значительно более щадящую цену или вообще самостоятельно. Никто ведь не мешает вам за этот условный

год самому изучить все тонкости и стать толковым специалистом в интернет-маркетинге.

Сложнее потому, что при электронном издании мы немедленно сталкиваемся с любимой забавой постсоветского пространства – пиратством. А это, напомним, 95% от числа пользователей (по приблизительным оценкам). К счастью, одновременно мы получаем возможность выйти на международный книжный рынок, на котором присутствует достаточное количество говорящих на нашем родном языке читателей, привыкших к парадигме, что воровать нехорошо и любой труд заслуживает платы. В том числе и труд писателя.

Следующая сложность заключается в том, что существует не так много платформ и сервисов, доступных авторам для публикации напрямую. Отчасти виной тому общая кривая ситуация с авторским правом в нашей стране. Отчасти то же пиратство негативно сказывается на рентабельности бизнеса. Ну и ещё много чего, при желании можно целую диссертацию накатать об имеющихся на постсоветском пространстве особенностях. Нам это сейчас ни к чему, мы тут обсуждаем сугубо практические вопросы.

Для начала давайте определимся, где мы хотим продаваться. Как и везде, у нас есть несколько лидеров рынка и всякая сопутствующая мелюзга. На территории России однозначный локомотив по продаже электронных книг – это «ЛитРес». Большинство прочих игроков, типа «Озона» или внутренних корпоративных магазинов («М.Видео», например) – это его партнёры, перенаправляющие покупателя за покупкой к «ЛитРесу» же. Есть несколько независимых участников («АйМобилко» и прочие), но процент их присутствия на рынке несопоставимо меньше.

Далее, для обладателей мобильной техники (смартфонов и планшетов) есть два очевидных магазина: Google Play (рубрика «Книги») для устройств на базе Android, и соответствующий раздел на торговой площадке Apple.

С международным рынком всё ещё проще: есть Amazon и есть все остальные. Первый присутствует практически везде, прочая публика обычно топчется в регионах и имеет на порядок меньший охват аудитории. Возможно, что здесь мы существенно грешим против истины, но у нас и нет задачи досконального анализа рынка. Нам достаточно определить главных игроков.

Итого выбираем четыре основные площадки: «ЛитРес» для России, для международного представительства – Amazon, Google Play и iBookstore. У всех на момент написания этого текста есть один главный недостаток – они работают только с издательствами. Есть, конечно, обходные пути. Так, «ЛитРес» запустил в тестовом режиме собственный сервис для самостоятельной публикации произведений (<http://selfpub.ru/>), но он пока принимает только бесплатные книги. Если деньги для вас не главное – можете попробовать. iBookstore вроде бы позволяет публиковать свои работы обычным людям, но только из-под собственных операционных систем Apple. То есть, если у вас нет их планшета или компьютера – то извините, это не ваш праздник. Google не даёт авторам из России публиковать книги (пока, по крайней мере), но разрешает размещать их в виде *приложений*. В этом случае придётся зарегистрироваться в качестве разработчика через Google Play Developer Console (с единовременным взносом в \$25), а затем сконвертировать вашу книгу в приложение (с расширением .apk) и поместить её в раздел Google Play => Приложения => Книги. Короче говоря, если вы любите удалять гланды через заднее крыльцо, то этот путь – самое оно.

Что касается Amazon, то здесь ситуация ещё краше. Да, у них имеется свой прекрасный сервис самостоятельной публикации Kindle Direct Publishing. Который является образцом для всех прочих магазинов контента (ясно, что «ЛитРесовский» selfpub.ru вдохновлён именно им). Одна незадача – KDP официально не поддерживает русский язык. Вдумайтесь в этот факт: принимаются тексты на

каталонском, провансальском и корсиканском языках, а на русском – нет. Причём, учитывая текущее политическое положение в мире (извините за рецидив политинформации), мы бы не надеялись на скорое улучшение ситуации. Нет, конечно, вы *можете* попытаться разместить в KDP произведение на русском, и система вас даже пропустит. Но буквально пару дней спустя придут живые редакторы и отправят вас на мороз по причине неподдерживаемого языка.

Так что остаётся обращаться к сервисам, которые выступают эдакими провайдерами электронной публикации. То есть организациям, зарегистрированным в качестве издателей и имеющим соответствующие права на работу с вышеперечисленными торговыми площадками. На русскоязычном пространстве таких несколько, ищутся они по поисковым запросам «платформы (сервисы) самостоятельной электронной публикации». Попробовав разные, мы остановились на двух, но прежде, чем озвучить имена этих героев, дадим пару полезных советов – на что обращать внимание в своих поисках.

Во-первых, смотрите на внешний вид. Если сервис хорошо сделан, современно выглядит – это уже добрый знак. Ещё лучше, если в платформу встроены инструменты самостоятельной подготовки к публикации. То есть вы можете сами загрузить ваш текст, обложку, настроить внешний вид, проверить результат, а не просто послать куда-то по электронной почте исходный файл.

Во-вторых, обращайтесь внимание на техподдержку – насколько оперативно они реагируют на ваши вопросы? Если время отклика несколько часов, максимум сутки – то всё прекрасно, в сервисе работают живые люди, а не один частный предприниматель, который выступает прокладкой между вами и магазинами электронного контента, паразитируя на текущих экономических условиях. Если же переписка растягивается на недели, то лучше вообще поставить на таком партнёрстве крест.

В-третьих, читайте договор или пользовательское соглашение. Вам не предлагают договора вообще? Лучше пройдите мимо. Если он есть, оцените, насколько в нём расписаны передаваемые вами права, и какие обязательства принимает на себя провайдер.

В-четвёртых, деньги. Для начала, не стоит связываться с теми, кто берёт их за саму публикацию. Не за подготовку к ней – корректуру, разработку обложки и прочее – а именно за сам факт. Приличные люди делают это бесплатно, а зарабатывают на отчислениях с продаж и на упомянутых выше дополнительных услугах. Обращайте внимание на размер этих самых отчислений. Запомните: правила хорошего тона требуют, чтобы процент, получаемый провайдером, *не был больше процента*, идущего автору. То есть, если после вычета комиссии торговой площадки вам предлагают 25 процентов от остатка, а остальное забирает сервис публикации, то это перебор и жлобство. Очень хорошим признаком окажется, если ваш сервис публикации будет ещё и некоторые обязательные налоги перечислять в бюджет, чтобы вы получали на руки максимально очищенный доход.

В-пятых, обязательно узнайте, возможно ли будет подгружать новые версии вашего текста, если через пару месяцев после публикации вы внезапно обнаружите чудовищный ляп, требующий обязательного исправления.

И в-шестых, хотя по-хорошему этот пункт надо бы поставить первым – где провайдер сможет опубликовать вашу книгу? Не забывайте, нас не интересует длинный список региональных местечковых магазинчиков, нам нужны основные площадки.

Этот вопросник пусть останется у вас на будущее, пока же нам удалось найти только два приличных места. Точнее говоря – один издательский сервис и одну электронную онлайн библиотеку. На момент написания этих строк, самым адекватным русскоязычным сервисом электронной публикации книг является платформа RIDERO.

Живёт в интернете по адресу ridero.ru. Публикация произведений бесплатна, вполне приемлемые цены на сопутствующие услуги – корректуру и обложку. Адекватная и оперативная техподдержка, нормальный договор, отчисления обязательных бюджетных платежей. Понятные инструкции. Очень удобный встроенный сервис для подготовки текста к изданию. Срок выхода книги в свет не превышает месяца. Площадок для публикации мало, но именно те, что нам нужны – «ЛитРес», Amazon и сервис печати книг по требованию на Ozon.ru. На торговые площадки Google и Apple вы тоже попадёте, не переживайте – через существующие там представительства того же «ЛитРес».

Что касается онлайн библиотеки, то это BOOKMATE (ищите по адресу bookmate.com). Позволяет читать книги по подписке на компьютерах и через специальное приложение на смартфонах и планшетах. Принимает ваши произведения к размещению бесплатно, отчисляет авторский процент с прочитанного.

Так что не опускайте руки, если вам дали от ворот поворот в традиционном бумажном издательстве. Размещайтесь, публикуйтесь самостоятельно, продвигайте своё творчество. Чем чёрт не шутит, может быть через полгода ваши продажи в электронном формате окажутся такими, что уже не вы будете стучаться в двери, а к вам выстроится очередь из желающих сотрудничать издателей.

Чего в жизни не бывает, верно?

Бесконечная история – вместо заключения.

Вот и подошёл к концу ваш труд по созданию и изданию книги в электронном виде. Неужели на этом всё?

Да ничего подобного!

Точно так же, как с рождением ребёнка у его родителей начинаются главные заботы, так и ваши хлопоты не станут меньше после того, как книга займёт место на витринах ведущих электронных магазинов. Вы ведь не забыли ещё нашу главу про маркетинг? Помните, в каком литературном океане оказалось ваше творение? Осознаёте, что за вашей спиной нет издательства, способного взять на себя заботу о продвижении книги, проложить ей путь к читателям?

Вы теперь инди, гордый и независимый. Всё, что произойдёт (или не произойдёт) с вами лично и вашими творением – всё это находится в ваших руках. Вам никто ничего не должен – ни читатели, ни издатели, ни критики. Но и вы ни от кого не зависите. Вам не надо ждать, когда в производственном плане типографии настанет очередь печатать вашу книгу. Вам наплевать, насколько подорожала бумага и краска из-за девальвации или санкций. Вас не интересуют нормы прибыли, диктующие издателю, какие книги получают дополнительный тираж, а какие отправятся доживать свой век в пыльном углу склада, где умирают неликвиды и писательские амбиции. Вы – творец успеха или провала, вы – решающий фактор и ключевое звено.

И перестаньте, бога ради, комплексовать: «Ой, моя книга плохо написана, ой, мне никогда не сравняться с великими писателями прошлого». Наплюйте на это всё, ясно? Вы же не думаете всерьёз, что русская литература 19 века исчерпывается персоналиями из учебника? Или что единственными авторами Британии того же периода были Джейн Остин, Диккенс, Байрон или Конан-Дойль? Тысячи и десятки тысяч авторов пачкали бумагу чернилами

одновременно с ними. И многие, между прочим, делали это совсем не хуже, чем светила, запечатлённые на портретах в школьных классах. Давайте признаем, положив руку на сердце – Лев Толстой местами писал откровенную нудятину. Пушкин вряд ли смог бы за всю свою жизнь написать приличный детектив. Многие классики породили сотни строк скулосводящей унылой серьёзности, но не придумали ни одной по-настоящему запоминающейся шутки. Возможно, именно поэтому очень многих из них хочется обменять оптом на единственный томик рассказов Марка Твена.

Кроме того, не забывайте, что рассказывать истории – это давнее и весьма богоугодное занятие. Недаром всякие скальды, сказители, трубадуры и прочие «старатели слова» с самой зари цивилизации были на особом счету. Есть некая потребность в человеческом сознании – заполнять яркими картинками воображения, придуманными событиями и необычными историями пустоты и рутину не самого интересного и невесёлого подчас существования. В конце концов, по сравнению со многими прочими занятиями человеческой породы, наше смотрится вполне прилично. Мы не высасываем ресурсы, убивая настоящее народов, не способных сопротивляться жажде наживы. Не уничтожаем природу, лишая следующие поколения будущего. Не торгуем кредитами, покупая души и свободу в обмен на выдуманные блага и ненужные вещи. Не вкладываем в руки других людей оружие и не отправляем их умирать и убивать во имя ложных показных смыслов и умело замаскированных истинных целей. Мы, все те, кто работает на уровне писательства – авторы, редакторы, корректоры, чтецы, советчики, наставники – заняты прекрасным делом. Мы создаем миры. Населяем их людьми, которые до нас не существовали, и событиями, которых не было, пока мы их не придумали. Мы – творцы, любимые ученики богов.

Вот теперь, после столь вдохновляющих строк, самое время поговорить о том, чем нужно заниматься после издания вашей книги.

Во-первых, продолжайте писать. Ведь именно ради этого всё происходит, верно? Не потому, что все мы ищем, как поёт Лана Дель Рей, «денег, власти и славы», а потому, что нормальный автор *не может иначе*. Для него писать – естественное состояние. Ну, а кроме того, это самый надёжный путь к успеху. Когда вы пишете, вы становитесь лучше. Ваш стиль, ваши навыки, способы работать над текстом – всё постепенно оттачивается, превращается из попыток подмастерья в искусство мастера.

Во-вторых, чем больше вы напишете (и издадите), тем заметнее вы станете. Одно дело – начинающий автор с единственной книжкой в портфолио, и совсем другое – писатель с багажом из десятка произведений. Здесь вспоминается прекрасная сцена из сериала «Касл» про выдуманного автора детективов. В одной из серий главный герой, Ричард Касл, приводит своего протеже, начинающего писателя, в закрытую компанию своих друзей-детективщиков, где они играют в покер и рассуждают о творчестве. Так вот, одним из этих писателей в сериале выступает реальный автор, Майкл Коннелли, написавший цикл романов о детективе Гарри Босхе. Он даёт новичку замечательный совет: «Знаешь, что я сделал, когда написал первый роман? Заткнулся и написал ещё двадцать три». Честное слово, к этому остаётся только добавить цитату из Томаса Джефферсона: «Я твердо верю в удачу. И я заметил: чем больше я работаю, тем удачливее становлюсь».

В-третьих, привлекайте к себе внимание. Начинайте относиться к себе, как бренду. Как бы вам тяжело не было выходить при этом из зоны комфорта. Помните, что здесь работает правило сообщающихся сосудов: чем чаще вас будут упоминать, как писателя, тем большее внимание вы сможете привлечь к своим работам. Это потом, когда вы добьётесь успеха, качели двинутся в обратную сторону и о вас будут

говорить, как «об авторе того самого романа». В статье о маркетинге уже упоминалось о работе в социальных сетях, но хочется добавить вот ещё что. Заведите привычку ходить на культурные мероприятия, особенно связанные с литературой. Подружитесь с кем-нибудь из журналистов. Им, беднягам, тоже кушать хочется, а хороших сюжетов в жизни не так много, всё больше грязь и чернуха. Кто знает, может вас позовут заткнуть какую-нибудь дыру в программной сетке на местном радио или телевидении. Самое главное, не забывайте постоянно повторять своё имя (или псевдоним) и название своей книги. Добивайтесь, чтобы у слушателя образовалась чёткая связь между этими двумя понятиями. Не стесняйтесь и не бойтесь переборщить – люди часто через пять минут забывают имя человека, с которым только что познакомились. Наука учит нас, что устойчивая ассоциация возникает только с пятого повторения.

В-четвёртых, проявляйте фантазию и воображение. Вы же творец, в конце концов. Кто мешает вам, например, отправиться в свою родную альма-матер и предложить вести там литературный кружок на общественных началах? Большую часть шишек, которые сейчас получают какие-нибудь студенты, вы себе уже набили, так почему бы не избавить молодёжь от страданий, не поделитесь с ними опытом? Или напишите цикл лекций о чём-нибудь, заведите собственный блог, шумите, размахивайте флажком, напоминайте о себе. Тычьте в окружающий мир палкой, рано или поздно он обязательно повернётся, чтобы посмотреть, что же здесь такое происходит.

Вот, собственно, пока и всё, чем мы смогли поделиться с вами. Опыт наш невелик, по сути, мы такие же, как вы. Может быть, всего на полшага впереди тех, кто вместе с нами вышел на тропу, ведущую в мир созидания, мир чудес, воли и воображения.

В прекрасный мир, каждый обитатель которого на вопрос, кто он такой, с гордостью отвечает:

«Я – автор!».

"Бог в помощь" - что почитать про сочинительство.

В заключение приведём небольшой список очень полезных книг:

Нора Галь, «Слово живое и мёртвое»;

Стивен Кинг, «Как писать книги»;

Юрген Вольф, «Школа литературного мастерства»;

Д. Розенталь и К. Былинский, «Литературное редактирование»;

Джозеф Кэмпбелл, «Тысячеликий герой» («Герой с тысячью лиц») – если пишете что-то эпическое, от этой книги вам никуда не деться;

Если же у вас в эпической истории не герой, а героиня, то вот вам

–

Кларисса Пинкола Эстес, "Бегущая с волками";

Роберт Макки, «История на миллион долларов»;

И многие, многие другие.

Повторим, книг на эту тему, как академических, так и гораздо более простых – два ведра и ещё полстакана. Ищите и читайте на здоровье. Только не забывайте – никакие знания о предмете не заменят собственного опыта. «Практика – наш лучший учитель» – сказано многократно, многими и это абсолютная правда.

Помимо специализированной литературы не забывайте ради вдохновения читать любую мифологию. Как справедливо замечено, почти все сюжеты уже кем-то придуманы, поэтому обязательно пройдитесь по этим кладезям сказаний, драм и приключений. Персы, Египет, греки, римляне, японцы. Кельты и скандинаво-германцы – особенно, поскольку их культурным кодом наряду с библией пронизана вся европейская культура.

Читайте просто художественную литературу. Много и разную. Не только однозначные хиты или классиков. Помимо шедевров не грех ознакомиться и с сомнительными образцами, просто чтобы понять – как писать *не надо*. Учитесь при чтении не только внимать истории, но и разбираться, *как она рассказана*. Какими приёмами пользовался автор, как строил сюжет, сцену, диалоги, как описывал своих персонажей. Знающие люди утверждают, что в этом состоит коренное различие школ преподавания литературы в бывшем СССР и в той же Британии. Советская традиция требовала понимания того, *что* автор хотел сказать в своём произведении (хотя иногда идеологические выводы не имели ничего общего с его действительными намерениями). Английский же стиль преподавания в первую очередь акцентируется на том, *как* писатель рассказал историю. Разница кажется не существенной, но на самом деле она имеет огромное *принципиальное* значение. Среднестатистический советский школьник вынужден был тащить за плечами груз бесполезных сведений о том, что «Катерина – луч света в тёмном царстве», или, что «Базаров – лишний человек», хотя и общество и уклад жизни – всё, что относилось к этим героям, всё, что вкладывало смысл в эти произведения – всё это давно ушло. Английский же выпускник выносил из школы понимание того, *как должно строиться повествование*, по каким законам функционирует сочинительство. То есть имел на руках не «сундук мертвеца» с давно протухшими смыслами и истлевшими историческими обстоятельствами, а *практический навык*, который мог быть применён в написании текстов – статей, законов или художественных произведений. Не в этом ли кроется секрет того, что англичан иногда называют «нацией сказочников»?

Одним словом – дерзайте. Не всех ищущих ждёт успех. Но он *никогда* не приходит к тем, кто бездействует.