



ЛЮБОВЬ  
БРОСАЛИНА

# НАПИШИТЕ *МОЮ* КНИГУ!

{ ВСЕ ТОНКОСТИ  
РАБОТЫ  
С НАЕМНЫМ  
ПИСАТЕЛЕМ

Любовь Бросалина

**Напишите мою книгу!  
Все тонкости работы  
с наемным писателем**

«Альпина Диджитал»

2022

**Бросалина Л. М.**

Напишите мою книгу! Все тонкости работы с наемным писателем /  
Л. М. Бросалина — «Альпина Диджитал», 2022

ISBN 978-5-9075-3487-2

По неофициальной статистике, до 50 % деловых, экспертных, биографических книг в России написаны вовсе не теми людьми, чьи имена стоят на обложках. Наемные писатели остаются серыми кардиналами книжного пространства. Их деятельность полностью легальна, но о ней не принято говорить. Эту книгу о профессиональной жизни гострайтеров, которые привыкли оставаться в тени, написала Любовь Бросалина, автор 32 книг на заказ. Теперь деликатная тема полностью рассекречена, и после прочтения у вас не останется вопросов о работе таинственных создателей рукописей. Вы узнаете, где найти надежного исполнителя, как его проверить, как выстроить процесс сотрудничества в вашем конкретном случае, как защитить свои права. Любовь Бросалина рассказывает, какие опасности и ловушки ждут соавторов в процессе создания рукописи и как их избежать. Автор не только дает практические советы, но и предлагает поразмышлять, действительно ли вам нужна книга и какие задачи и сверхзадачи она решает.

ISBN 978-5-9075-3487-2

© Бросалина Л. М., 2022  
© Альпина Диджитал, 2022

# Содержание

Знакомство	6
Четыре причины написания этой книги	9
Термины, используемые в книге	11
Глава 1	13
Пятнадцать причин написать и издать свою книгу	16
Конец ознакомительного фрагмента.	20

# **Любовь Бросалина**

## **Напишите мою книгу! Все тонкости работы с наемным писателем**

Редактор *Н. Казакова*

Руководители проекта *С. Цоцериа, В. Подкутина*

Дизайнер обложки *М. Грошева*

Корректоры *Н. Казакова, Н. Ерохина, М. Лозовская*

Компьютерная верстка *О. Щуклин*

© Текст. Л. Бросалина, 2022

© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2022

*Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.*

*Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.*

**\* \* \***

*Если любому человеку, ничего не объясняя, вручить Нобелевскую премию по литературе, то где-то в глубине души он будет знать за что.  
(с просторов Интернета)*

## Знакомство

**2010** год, осень. Окраина Москвы, ресторанчик. Уголок, огороженный ширмой, тусклое освещение. На столе две чашки кофе, рюмки и графинчик с водкой. Рюмки пусты: мы оба не пьем.

Мой собеседник – пожилой мужчина болезненного вида. Очень худой, желтоватое лицо, запавшие глаза. Пиджак ему явно велик.

Я сижу напротив. Это мой первый заказ на написание книги. Кто-то посоветовал моему визави нанять меня в качестве исполнителя. Я никогда не писала книг, умею только короткие тексты. И еще умею редактировать. Наверное. И вообще я в профессии недавно. Мне немного не по себе. Он говорит очень тихо, приходится вслушиваться.

– И тогда они сказали, что жить мне осталось месяцев семь. Может, год, если повезет. Понимаешь, деточка, я совсем не испугался. Я столько раз умирал – умру еще разок, ничего. Страшно только, что не останется после меня ничего. Знаешь, сколько всего вот здесь? – он кладет руку на грудь. – Хочу передать. Пусть знают, каким я был, чего достиг и как. Ничего не скрою. Это сейчас я известный бизнесмен и благотворитель, а как я к этому пришел? В общем, книгу хочу написать. Как думаешь, девочка, успеем?

– Успеем, – говорю, а сама, конечно, ни черта не уверена.

– Значит, постараемся, – тянет он. – Но времени мало, а рассказать мне надо много. Готова со мной работать?

– Готова.

– Вот и умница. Мне про тебя хорошо говорили... Значит, поработаем. Заплачу сколько скажешь. И вперед заплачу, а то мало ли... Я человек честный, без долгов хочу уйти. Но есть у меня условия.

И смотрит на меня пронзительно.

– Слушаю вас.

– Писать будешь то, что я скажу. Никаких твоих фантазий, никакого приукрашивания. Сама увидишь – жизнь такую прожил, что Голливуд рядом не стоял. И еще. Других книг в это время писать тоже не будешь. Брезгливый я, хочу от тебя верности. Подумай, сколько она будет стоить.

– Хорошо...

– И второе. Тебе ведь жизнь твоя дорога? Сынок у тебя, я знаю, подрастает...

Вздрагиваю.

– Это вы к чему сейчас?

– Не бойсь, деточка. – Клиент то ли смеется, то ли кашляет. – Старая привычка. После таких слов обычно слушают внимательнее. Так вот. Я писать-то умею. Стихи раньше сочинял, хорошие стихи. И о себе написать, наверное, смог бы и сам. Только сил совсем нет. Вот поговорим сейчас с тобой, и лягу отдыхать, сутки не встану. И семья моя, и друзья знают, что я все могу сам. И ты знай это, – он пытается повысить голос, но не очень получается. – Ты поняла меня?

– Кажется, да...

– Кажется ей. Скажу так, чтобы не казалось. Чтобы точно поняла. Если хоть кто-нибудь узнает, что книгу вместо меня написала вот эта юная девица, она сильно об этом пожалеет. Короче, рот держи зашитым, ясно? – Он приподнял полу пиджака, совсем как в кино, достал небольшой пистолет и положил его на стол.

Никогда, ни до ни после, я не испытывала такой странной смеси чувств, как в тот момент. Мне было ужасно страшно и в то же время ужасно любопытно. А еще я себя чувствовала оскорбленной. Адский микс. Проблеяла дрожащим голосом:

– А вот так со мной не надо! Доверяете – давайте работать. Не доверяете – я пошла. Еще никто из клиентов не мог пожаловаться на мою болтливость. И нечего меня пугать. Да, я пугаюсь! И что я вам напишу в таком состоянии? Мое дело – писать, ваше – чтобы мне было комфортно это делать. Готовы или будете дальше глупости говорить?

Кажется, я произнесла что-то подобное. Но уже не уверена. Не помню. Давно дело было. Помню только, что он сразу убрал оружие. И улыбнулся. Извиняться не стал, еще чего.

– В субботу начинаем, деточка. Много у нас дел. Завтра тебе позвонят от меня, скажешь, сколько денег надо. Подвезут к тебе домой.

\* \* \*

Мы написали текст за четыре месяца и издали книгу еще за полтора. Напечатали всего пять экземпляров. Успели. Клиент остался доволен. Так и сказал: «Уйду теперь спокойно».

Еще через полгода его не стало, об этом я узнала гораздо позже, от случайных людей. Но он успел порекомендовать меня нескольким знакомым, и в следующем году были написаны еще две биографические книги. Пистолетом меня больше никто никогда не пугал.

\* \* \*

Почему я начинаю книгу с этой давней истории? Потому что в ней – все оттенки моей профессии, все детали отношений с клиентом. Концентрат.

«Наша служба и опасна, и трудна, и на первый взгляд как будто не видна» – это и про нас, наемных писателей.

Я расскажу все, что мне удалось понять о профессии наемного писателя за одиннадцать лет работы. С тех пор утекло много воды. Написание книг на заказ стало привычным делом. Но не меняется главное:

1. Клиент требует от писателя молчания;
2. Книга меняет личность автора, это неизбежно;
3. Книга – не цель, а инструмент для достижения цели;
4. Наемный писатель – порой один из самых близких для автора людей.

А теперь от лирики – к делу.

Если ваше внимание привлекла эта книга, то, вероятно, вам нужна собственная книга и вас интересует помощь профессионального писателя, так? А может быть, вы райтер, который такую услугу оказывает? Или вам просто любопытен вопрос современного писательства, которое без наемных авторов уже не существует?

Обо мне вы, скорее всего, никогда не слышали или не знаете точно, чем я занимаюсь. Вроде что-то писательское или издательское, да?.. Я пишу книги на заказ и отдаю рукописи людям, которые в будущем назовут себя их авторами. Тем же занимаются сотрудники моего издательства «Человек слова». За девять лет мы создали около восьмисот рукописей (мой личный счет – тридцать две). За эти годы мне и моим коллегам довелось поговорить с тысячами авторов, желавших привлечь к созданию рукописи наемного писателя. Это много. Такой опыт позволяет анализировать информацию, делать выводы и делиться ими.

Все разговоры о заказе рукописи ведутся строго тет-а-тет, а иногда перед началом разговора еще и подписывается договор о неразглашении – первый в длинной цепочке документов.

Вы не увидите упоминания имен наших клиентов в постах в соцсетях, в нашем портфолио, в моих интервью и, конечно, в этой книге. Молчу как партизан. И вряд ли кто-то из заказчиков признается, что воспользовался такой услугой. Возможно, позже, когда отношение к ней изменится. Но не сегодня. Не сейчас.

Наемные писатели – серые кардиналы книжного рынка нехудожественной литературы. Деятельность их засекречена, хотя абсолютно легальна. Громкое заявление, да?

По неофициальной статистике до половины *нехудожественных книг*, выходящих в крупных российских издательствах, написаны совсем не теми людьми, чье имя стоит на обложке. (Почему эта цифра так ошеломляюще велика, я расскажу в книге.) Какими бы ни были причины, нас не видно. «Наши» книги получают премии, их авторы получают славу и деньги, на основе книг создаются сообщества, курсы; книги становятся иногда основой для целого бизнеса.

А мы довольствуемся гонораром. Мы себя практически не рекламируем. Мы просто есть.



## Четыре причины написания этой книги

### 1. Обозначить явление.

Оно существует и имеет отношение к каждому, кто читает книги. Глупо замалчивать и шептаться по углам. Спрос огромный и будет расти, нравится это кому-то или нет. А отрасль – полностью в серой зоне, терра инкогнита. Непорядок. Нахождение в серой зоне мешает развитию услуги, растет ребенок криво, с деформированным позвоночником.

Когда мы довольны или сильно недовольны качеством какой-либо услуги, нам хочется этим делиться, так уж мы устроены, и это нормально. «Отсутствие» обозначенного явления мешает свободно обсуждать услугу и, как следствие, мешает рынку цивилизованно развиваться. Предположим, клиенту очень не понравилось, как наемный писатель с ним работал. Но он не может высказать этого вслух, потому что не смеет раскрыть Ужасную Тайну. По поводу любой другой услуги клиент моментально высказался бы в соцсетях, получил извинения, скидку на следующий заказ и чувствовал бы торжество справедливости. А в нашем случае не произойдет ничего, и недобросовестный писатель будет продолжать валять дурака и портить очередную рукопись.

То же самое происходит с довольным клиентом. Он был бы счастлив поведать всему миру, что писатель Пелагея Ликеро-Водочная великолепно справилась с задачей, но это же означает признать сам факт задачи! Это невозможно.

Поставщики услуги от этого здорово страдают, поэтому в вытаскивании проблемы на свет божий есть мой шкурный интерес. Дорогие, индивидуальные, сложные услуги продаются через рекомендации. Психологи, маркетологи, визажисты, модельеры немалую часть своих клиентов получают благодаря сарафанному радио: довольные заказчики приводят новых клиентов. А мы – досадное исключение. Порекомендовать нас сложнее, чем написать в соцсетях «Был вчера у венеролога Иванова. Здорово, быстро, безболезненно, недорого! Два раза ходил, еще пойду. Рекомендую!»

Я хочу дать авторам возможность свободно говорить: «Мою книгу мне помог написать Василий Лампочкин-Ильичев», не стыдиться этого и не бояться косых взглядов.

### 2. Заложить первый кирпичик в разработку стандарта профессии.

Естественным путем это будет происходить весьма долго, а я хочу ускорить процесс.

Вокруг гострайтинга – масса мифов. Кто они такие, эти несчастные литературные негры, чем занимаются? Воображение рисует либо подпольные фабрики угнетаемых гениев, либо вальжных сытых литераторов, некогда талантливых, но продавших дар божий за презренный металл и скатившихся теперь в обслугу.

Все это ерунда. Давайте лучше подумаем о другом: что должен знать и уметь писатель, как он может это подтвердить, каковы его права и обязанности, чего от него ожидать. Представления о наемном писателе пока весьма расплывчаты.

3. Дать заказчикам и исполнителям практические рекомендации, инструмент для работы уже сейчас.

Рассказать, как устроен процесс. Где найти исполнителя и как его проверить. Как дать тестовое задание и как его оценить. Какие опасности и ловушки ждут соавторов в процессе создания рукописи и как их избежать.

Мы рассмотрим основные юридические моменты – чем рискует заказчик и исполнитель, какие документы можно и нужно подписывать, а какие нельзя ни в коем случае.

Я расскажу, на чем можно сэкономить, а на чем нельзя и почему. Вы узнаете, сколько стоит книга на заказ у разных категорий исполнителей и откуда берется разница. Помимо сугубо практических приемов мы немного и пофилософствуем. Подумаем, а зачем вообще

нужна книга, какие задачи и сверхзадачи она решает. Книга влияет на человека гораздо сильнее, чем можно себе представить, и на старте хорошо бы понимать, как именно.

Может быть, книга вам и не нужна вовсе? Поговорим и об этом. Если нужна, я расскажу, что делать с ней после того, как она будет написана. И, конечно же, мы подробно рассмотрим этический момент – не нарушают ли заказчик и исполнитель базовых законов Вселенной, продавая и покупая талант за деньги; не оскорбляют ли действия заказчиков чувства наемных писателей и не прилетит ли им за это от вселенского разума что-то нехорошее. Впрочем, людей, рефлексирующих на эту тему, с каждым годом все меньше, и связано это с развитием рынка. Об этом поговорим тоже: куда движется услуга, что нас ждет через год, через пять лет.

Я хочу, чтобы прежде чем приступить к созданию книги, вы очень хорошо, до мелочей, представляли себе процесс взаимодействия с наемным писателем. Это на пользу и процессу, и результату; и заказчику, и исполнителю.

#### 4. Поделиться знаниями.

Глупо держать десятилетний опыт при себе. Я хочу подвести итоги, собрать воедино собственные мысли. Взглянуть на картину сверху, подумать о движении рынка, о будущем. Заодно для меня эта книга – отчет о проделанной работе. Отчет перед вами, уважаемые коллеги и заказчики.

Прежде чем вы перейдете к чтению, договоримся о некоторых моментах и пропишем термины.

В этой книге я в основном буду говорить о нехудожественной литературе, то есть нон-фикшн. Почему?

Во-первых, таков мой опыт. Да, наши писатели способны помочь автору и с художественной книгой. Но такие заказы поступают редко. Моя клиентская аудитория – авторы именно нон-фикшн, и эту аудиторию я хорошо знаю и хорошо понимаю.

Во-вторых, рынок нон-фикшн растет гораздо быстрее, и книг на нем все больше. Художественная литература требует от автора фантазии, умения писать, терпения, времени. Нон-фикшн, по большому счету, требует только релевантного опыта и соответствующей упаковки. Следовательно, порог входа гораздо ниже. Нехудожественную книгу может написать практически любой желающий – и запрос на мои знания поступает именно от таких желающих. Мой опыт позволит принести пользу большему числу авторов.

В-третьих, я по духу предприниматель. Мне интереснее продукты-инструменты, с помощью которых достигаются нужные цели, и я умею рассматривать книгу именно в этой плоскости. Читаю ли я художественную литературу? Конечно, да! Делаю ли я это ради удовольствия? Увы, редко. В основном у такого чтения есть опять-таки практическая цель: прокачка писательских навыков, обогащение языка, усвоение литературных приемов. Всем коллегам я рекомендую читать хотя бы одну новую художественную книгу в месяц; без чтения не бывает и написания. Однако, повторяюсь, нон-фикшн мне интереснее.

Для тех, кому это важно: в книге я не использую феминитивы («редакторка», «авторка», «блогерка» и т. п.) и не люблю, когда так называют меня.

## Термины, используемые в книге

**Нон-фикшн, non fiction** (словарное написание – нон-фикшен, но в русском языке прижился первый вариант, как и «экшн», «продакшн» и т. п. Скоро, полагаю, он будет заменен в словарях). В широком смысле это любая нехудожественная литература, то есть книги, основанные не на вымысле, а на фактах. Например:

1. Экспертная книга («Маркетинг в ресторанной сфере»);
2. Прикладная книга («Как вырастить огурцы на балконе»);
3. Биографии, автобиографии, мемуары;
4. Энциклопедии, учебники, словари;
5. Научная и научно-популярная литература;
6. Философия;
7. Развивающая литература и т. д.

**Автор (книги)** – клиент. Он заказывает рукопись, он платит деньги, его имя будет стоять на обложке.

**Писатель (наемный, коммерческий)** – специалист, создающий рукопись по заказу автора на основе его материалов. В абсолютном большинстве случаев не предполагается упоминание его имени (исключение – корпоративные книги). Существует также термин «гострайтер» (от англ. ghostwriter – «писатель-призрак»), но у нас он не очень распространен и лично мне не нравится. Кроме того, очень скоро он перестанет отражать действительность: деятельность наемных писателей перестает быть призрачной.

**Права на книгу** – комплекс прав, имущественных и неимущественных, среди которых: право называться автором, право изменять текст книги, право использовать персонажей в других произведениях, право продавать книгу и распоряжаться полученной прибылью, право называться единственным автором, право использовать псевдоним и т. д.

**Книга на заказ.** Итак, что же это за услуга, о которой целая книга?

Кое у кого по щеке сейчас ползет скупая слеза: они представляют себе мрачный подвал, где сидят на цепи десятки литературных рабов и ваяют шедевры. Два раза в день лязгает дверь и суровые молчаливые надзиратели вносят миски с пресной едой. Над подвалом высится роскошный особняк, в котором живет хозяин литературной фабрики. Сегодня в его доме бал. Он принимает гостей и за светской беседой воодушевленно рассказывает, как много времени посвящает творчеству и в следующем году непременно станет автором великолепного романа, который перевернет судьбу русской литературы.

Оставим в покое эти страшилки из девяностых. Они не имеют никакого отношения к реальности. Написание книги на заказ – это процесс создания рукописи, в ходе которого автор передает писателю информацию. Форма может быть любая: статьи, лекции, курсы, ранее написанные книги и просто мысли, озвученные на интервью. Писатель на основе этой информации создает книгу. Писатель не привносит в книгу собственные мысли без согласования с автором. Автор может быть вовлечен в процесс в большей или меньшей степени, но не может быть не вовлечен вовсе. Писатель получает за свою работу гонорар и, как правило, отказывается от претензий на авторство.

**Литературное редактирование** – обработка написанного текста. Цель редактирования – литературное «окультуривание», стилистическое единство, оптимизация логики повествования, по договоренности – проверка фактов, дат, цитат и т. п. Литературный редактор обычно не проверяет рукопись на соответствие научной достоверности, это прерогатива редактора научного. Впрочем, не так важно, кто сделает проверку; главное, чтобы она была.

Редактор не дописывает и не переписывает фрагменты книги.

Редактирование может происходить как с вовлечением автора, так и без: все зависит от договоренностей и рабочей модели издательства/фрилансера.

**Корректурa** – правка окончательного варианта текста с целью устранения ошибок, опечаток. Корректурa выполняется после редактирования, когда текст полностью утвержден. Корректор вычитывает текст минимум дважды: перед версткой и после (корректуру сверстанного макета часто называют технической, так как ее назначение – в том числе исправление недочетов верстки. Ошибки и опечатки в основном должны были быть выловлены на этапе первой корректуры).

В большинстве случаев корректурa не подразумевает вовлечения автора в процесс. Однако в отдельных случаях (сложная авторская пунктуация) правка может вноситься под контролем автора.

**Рерайт** – изложение текста другими словами. Основные цели рерайта: изменение стиля (например, перевести с канцелярита на человеческий); увеличение или сокращение объема; формирование нескольких уникальных текстов на базе одного (например, для публикации в разных СМИ); маскировка заимствований или излишнего цитирования. Пример рерайта: было «юная дева трепещет», стало «молодая баба дрожит».

**Допечатная подготовка:** комплекс работ, в результате которых текст превращается в макет – файл для печати в типографии или электронную версию книги. В подготовку входят редактирование и корректурa, дизайн обложки и внутреннего блока, создание иллюстраций, верстка, техническая корректурa.

**Электронная книга:** файл в специальных форматах, предназначенных для просмотра в программах для чтения на электронных устройствах (ридерах, или читалках). Самые распространенные форматы электронных книг: ePub, fb2, mobi и др. Электронный файл может быть как «резиновым» (пользователь подстраивает вид на экране под себя), так и статичным: как сверстали – так и есть (формат PDF).

**Традиционное издательство** – организация, основной доход которой формируется от продажи изданных ею книг. Такое издательство, в случае приемки рукописи у автора, обычно полностью вкладывается в издание книги, финансирует предпечатную подготовку, печать, распространение, рекламу; выплачивает автору гонорар. Взамен автор передает издательству исключительные права на рукопись.

В традиционном издательстве могут быть отделы по коммерческому изданию книг. Например, в издательстве «Альпина Паблишер» такое подразделение называется «Альпина PRO». В этих отделах издаются книги, которые в целом подпадают под специфику издательства, но по каким-то причинам не могут быть изданы на традиционной основе.

**Коммерческое издательство** – организация, которая получает прибыль от продажи платных услуг по изготовлению книг (написание, редактирование, корректурa, дизайн, верстка, иллюстрации, печать), дополнительных услуг (продвижение, реклама книг и их авторов), реже – от продажи. К коммерческим издательствам относится, например, мое собственное: «Человек слова». Мнение «За деньги они издадут все, что угодно» – неверное, далее в книге я расскажу, как с этим обстоят дела.

**Издание книги** – комплекс издательских действий, превращающих сырую рукопись в продукт (книгу). Часто сталкиваюсь с ошибочным запросом: под изданием подразумевается только печать в типографии. В большинстве случаев печать – это самый несложный этап издания, да простят меня печатники, которых я очень уважаю. Самый сложный этап – допечатная подготовка, интеллектуальная работа.

## Глава 1

### Для чего человеку книга

В самом деле, так ли она нужна? Силы, деньги, время, эмоции – ради чего? Простого «очень хочется» может быть недостаточно, как только подумаешь о расходах. И потом – «у всех она есть». Во всяком случае, создается такое впечатление. С одной стороны, «есть у других – надо и мне». С другой – ровно наоборот: чем выше массовость и доступность процедуры издания, тем ниже, казалось бы, ценность. Может быть, уже поздно и надо было «брать» лет десять назад, как биткоин?

Нет, не поздно; ценность никуда не делась и будет только возрастать. Все дело в отношении к книге. Книга – это *проект* и *продукт*.

О чем писать?

Представьте: живет себе человек. Занимается любимым делом, оказывает сложные услуги, строит удаленный бизнес, воспитывает ребенка, музицирует, путешествует, увлекается гонками по бездорожью – пока в качестве зрителя, но уже получает приглашения стать штурманом или даже пилотом. О чем ему писать? Вроде бы логично – о бизнесе, чтобы продвигать себя как эксперта, а хочется – о поездках в экзотические страны. Разорваться не получится, да и будет ли кто-то читать о путешествиях? Ведь автор не гид, его бизнес не связан с туризмом. А если брать профессиональные навыки? О чем получится лучше: о нюансах услуги или о принципах работы удаленной команды – ведь в этом он тоже неплохой специалист? Голову можно сломать.

Если мы хоть немного знакомы, вы, вероятно, узнали в этом описании меня. Если мы знакомы чуть лучше, вы знаете, что я написала два путеводителя для детей, а сейчас издала наконец экспертную книгу. В будущем хочу опубликовать пособие по изданию книг для начинающих авторов и книгу о методике «Психотерапия через написание книги».

Один человек может писать о разном и достигать разных результатов. Главное – понять зачем.

**Книга – это не цель, а средство для достижения цели. Примем это утверждение за аксиому.**

Кто сегодня пишет книги?

«Такое ощущение, что все!» – сказал мне один автор. И поморщился.

С мнением согласна, а морщиться смысла нет.

Не обязательно быть публичной личностью, знаменитым оратором или представителем редкой специальности, чтобы стать автором. Вы можете быть самым обычным человеком со своими собственными мыслями. Суть не в том, чтобы поразить читателей гениальным произведением, а в том, чтобы найти единомышленников, которым произведение будет интересно. Вы разводите крокодилов? Выводите новые сорта роз? Умеете ездить по миру за 10 евро в день? (Согласна, в 2021 году звучит как издевательство, простите меня.) Легко выучили трудный иностранный язык, потому что открыли собственный способ им овладеть? Открываете уникальные веломаршруты? Служили на подводной лодке?

Понимаете, какое дело... Обо всем этом можно и нужно писать книги. И многие уже поняли это и пишут. Почему? Да потому что это сверхэффективный и притом простой и понятный инструмент, решающий десятки задач. Так зачем же от него отказываться?

Впрочем, заводчик собак или джипер-гонщик действительно может не дружить со словом – имеет право. В собаководстве он прекрасен и на трассе – бог, а с писательством плохо дело. И вроде бы умом потенциальный автор понимает, что для нехудожественной книги лите-

ратурный талант почти не имеет значения, но все равно его это останавливает. А еще он, как тот поморщившийся автор, пугается огромного количества книг вокруг.

Я руковожу коммерческим издательством, каждый год общаюсь с доброй сотней авторов и хорошо знакома с классическим запросом: «Посмотрите, пожалуйста, моя идея вообще кому-нибудь нужна? Тема вроде бы хорошая, но ведь книг так много, а издать книгу в наше время так просто! Я почти уверен, что другие эксперты, мои конкуренты, уже давно все сказали, и моей книге не осталось места. Ее никто не заметит, ей не достанется ни кусочка читательской аудитории».

На этом месте так хочется кинуться успокаивать: «Что вы, ваш опыт бесценен, не говорите так, вы, безусловно, уникальны и книга достойна публикации...» Но это никого не утешает: подобные слова звучат фальшиво.

А дело в том, что авторы абсолютно правы! Нет никакого смысла их переубеждать. Издать книгу в наше время действительно очень просто, можно и бесплатно (например, через замечательный сервис самиздата «Ридеро»). И книг – в самом деле море! На главной странице того же «Ридеро» когда-то висел лихой баннер: «Мы помогли издать книги уже 100 000 авторов!» Потом убрали: видимо, поняли, что пугают людей.

Ощущение «Все уже написано до нас», на мой взгляд, возникает у писателей от не вполне правильного, а точнее, несколько устаревшего взгляда на книгу, на самого автора и их место в этом бездонном море. Они ставят перед собой охватить цель как можно большую аудиторию – разумеется, это страшно!

Но задача современного писателя – не затмить конкурентов, не выйти на первые строки рейтингов (такие задачи вообще не решаются на уровне автора, это дело издательств, менеджеров по рекламе и пиару).

Чтобы книга помогла ему достичь запланированных целей, ему нужно лишь найти свою аудиторию, пусть не очень большую, но концентрированную и верную. Найти читателей, которые будут ждать новых книг, которые станут костяком сообщества вокруг автора, которые будут от души этого автора рекламировать, поддерживать, любить и уважать, содействовать увеличению его влияния.

И эта задача абсолютно реальна. Дело не в количестве, а в качестве. Именно о качестве аудитории я рекомендовала бы думать в первую очередь.

Две-три тысячи проданных экземпляров для начинающего автора – это не просто нормально, это хорошо. Что такое 2000–3000 человек? Столько людей помещается в девяти вагонах московского метро в час пик (всего в составе семь или восемь вагонов).

Уже не так страшно, правда? Такое количество читателей можно найти, вероятно, для любой книги. Конечно, хочется, чтобы эти составы с читателями прибывали, как и в метро, каждые две минуты, но зачем? Что это даст вам как автору? Зачем вам аудитория, которая не отличает вас от других?

Немного страшно и оттого, что три тысячи читателей рассеяны по свету и их еще предстоит найти. Если вы знаете, как выглядит ваш читатель и что ему нужно, встретиться с ним – дело техники, тактическая задача.

Страшновато? Попробуем взглянуть на связь с читателем иначе.

Вернемся в метро. Представьте: вы едете домой в час пик (если эта мысль вызывает ужас – замените набитый вагон на автомобильную пробку). Вокруг вас толпа чужих людей. Они давят, напирают, нависают над вами – настоящее море людей, нет ему конца-края, и даже если в метре от вас едет ваш собственный супруг, вы его не увидите. В пробке – то же самое: все торопятся, и все вынуждены стоять. Навигатор показывает, что за ближайшие полчаса вы проедете целых четыреста метров. И хотя пробка огромна, вы видите лишь небольшой ее кусочек: машины, окружающие вас. И никому нет до вас дела, никого не интересует, как вы торопитесь и как вы

устали. Кажется, что вы – часть бескрайней толпы, в которой растворяется индивидуальность и остается только чувство безнадежности и усталости. Хоть бы все провалилось куда-нибудь!

Но если мы посмотрим на пассажиров в вагоне или водителей в пробке как на отдельных личностей, то увидим, что каждый из них связан с другими людьми множеством связей. Просто связи эти неочевидны. Крупного загорелого дяденьку ждут дома веселая жена и трое голосистых детишек. Таксист везет в аэропорт женщину, ей нужно встретить деловых партнеров из другого города. А этот парень на мотоцикле, который так нахально протискивается между рядами автомобилей, едет на кладбище – договориться о памятнике для матери. Каждый человек связан с другими людьми тысячами незримых нитей.

С вашей книгой то же самое. Тысячи ниточек свяжут ее с вашими читателями, просто пока вы их не видите в огромной безликой массе людей. Вы пока не ощущаете, насколько вы значимы для тех, кто ждет ваш опыт, вашу книгу. Эта невидимость понятна, до поры до времени она не может проявиться по объективным причинам. И нет другого способа увидеть эти связи, кроме как написать и издать книгу.

А пока вы будете проходить через долгий и не очень простой процесс ее создания, подумайте, какие мысли будут вас поддерживать? Что ждет вас в будущем? *Для чего это все?*

## Пятнадцать причин написать и издать свою книгу

Все причины, которые я перечисляю, не придуманы мною, не высосаны из пальца. В течение многих лет я имела возможность наблюдать, как работает книга у самых разных авторов и, конечно, у меня лично. Мне нет нужды придумывать – успевать бы записывать увиденное.

В этом списке нет главных и второстепенных причин. Подумайте о том, что будет вдохновлять именно вас.

1. Книга прибавляет вам веса в глазах вашей аудитории. Написать и издать книгу – большая сложная работа, бег на длинную дистанцию. Само наличие изданной книги говорит:

- о вашем умении работать над крупными проектами и не сливаться на полдороге;
- о наличии у вас достаточного количества контента, которого хватит на книгу, а следовательно – должного опыта. (У человека случайного на книгу просто не наберется материала, как бы он ни убеждал себя в обратном. Пока опыта мало, лучше выбирать другие способы заявить о себе.);
- о способности собирать и упорядочивать различные данные и доносить их в понятном, приносящем пользу виде.

Соберем все вместе – и перед нами опытный специалист, которому есть что сказать. И ему не нужно долго и дорого это доказывать.

2. Прямое следствие – возможность назначать более высокую цену за услуги. При прочих равных эксперт с книгой и без – два разных образа. Первому готовы платить больше. Он уже доказал, что многое может, смотри пункт первый. Книга – его адвокат, продюсер, пиар-менеджер. Прочтут книгу клиенты или нет – не так важно.

3. Книга – это возможность познакомиться с нужными людьми. Существует масса способов это сделать.

Некоторые способы работают, даже когда никакой книги еще нет (шепотом: и, возможно, не будет).

Итак, какие возможности у вас есть?

- Познакомиться и/или сблизиться с коллегами по цеху. Расскажите им, что вы пишете книгу, и попросите совета, взгляда со стороны. Предложите обсудить вопрос. Пообещайте, что упомянете собеседника в вашей книге (если это уместно).

- Навести мосты с признанными гуру в вашей области или в смежных. Если вы признанный эксперт, известная личность, много выступаете, давно вкладываете значительные средства в рекламу, то стучатся, скорее всего, к вам. Но что если вы пока не достигли этого уровня, а познакомиться не помешало бы?

- Действуйте так же: обратитесь за помощью, советом. Попросите написать рецензию – многие откажут, но кто-то и согласится. Попросите разрешения процитировать гуру в вашей книге – почти наверняка не встретите возражений.

- Таким образом, вы вполне законно и добросовестно забираете небольшой кусочек экспертного веса такого специалиста и прибавляете его к собственному.

- Сообщите своим клиентам, что вы пишете книгу, и спросите их, какие темы имеет смысл в нее включить, на какие вопросы ответить. Заодно это прекрасный повод узнать, всем ли они довольны, есть ли у них пожелания к вашей основной деятельности.

- Возможности есть не только у авторов экспертных книг. Предположим, вы пишете автобиографию – великолепный способ поднять забытые, *увядшие* знакомства! «Мы с тобой учились в одном вузе, ты на два курса старше, помнишь? Пишу автобиографию, хочу рассказать о студенческих годах. Поддерживаешь ли ты отношения с кем-то из преподавателей? А нет ли у тебя контакта Маши Степановой, не могу ее найти в соцсетях». Принцип, думаю, понятен.

Расскажу историю, одну из моих любимых.



*Однажды я присутствовала на мероприятии, посвященном взаимодействию представителей власти и бизнеса. После официальной части настало время нетворкинга. Инициатива общения в основном исходила от бизнесменов, а чиновники с разной степенью скуки на лице отвечали на многочисленные вопросы – скажу честно, довольно поверхностно.*

*Рядом со мной сидел предприниматель В., владелец сети автосервисов, большой любитель гонок по бездорожью (я сама сумасшедший джипер, так что неудивительно, что мы оказались рядом). У него был важный вопрос к чиновнику Н. Чиновник же порядком устал, все чаще поглядывал на дверь и отвечал бизнесменам в таком духе: «Сейчас ничего не могу сказать, надо подумать, запишитесь на прием в установленном порядке – я принимаю в пятый четверг шестого месяца накануне полнолуния». Каждому предпринимателю доставалось в лучшем случае минуты три. Из них две с половиной уходило на то, чтобы представиться, протянуть визитку и описать проблему.*

*Когда очередь дошла до В., он достал из сумки книгу, протянул ее чиновнику и сказал:*

*– Здравствуйте, Н., это вам. Это книга о гонках по бездорожью, которые проводятся в нашем регионе. Там есть несколько слов о вас. Мне будет приятно, если вы прочтете. Вопрос же мой заключается в следующем...*

*Когда я уходила с мероприятия, они все еще разговаривали.*

Я ничуть не сомневаюсь, что вопрос В. был рассмотрен оперативно, и совсем не исключая, что в его пользу. И, конечно же, это была не единственная задача, решенная В. таким образом. К изданию книги я не имею никакого отношения, но, разумеется, потом нашла автора в соцсетях и искренне повосторгалась его умением использовать инструмент.

Повторюсь: книга – это весомо. Когда вы говорите: «У меня книга, и в связи с этим...», вы автоматически переходите из толпы одинаковых просителей в разряд особенных собеседников. Возможно, книгу стоит написать только ради этого.

4. Книга – это возможность попасть в нужную тусовку. Иногда – единственная.

Познакомиться с экспертом не так сложно; труднее попасть в сообщество профессионалов и удержаться в нем. Книга здесь может стать поводом для выступления, благотворительной акции и других действий – универсальных рекомендаций нет.

5. Лучший подарок – хорошая книга, со времен нашего детства тут ничего не изменилось. Мне никогда не приходится ломать себе голову, что подарить доброму приятелю или человеку, у которого все есть. И мой подарок всегда рассматривают, листают, посвящают ему время. Разумеется, каждую книгу я подписываю, стараюсь подобрать нужные слова.

Иногда уместно через какое-то время связаться с получателем подарка, спросить о впечатлениях.

6. Известность в профессиональном сообществе. Книга – это всегда в каком-то смысле учебник, даже если вы не ставили себе таких целей. Вы ведь учитесь, совершенствуетесь в вашем деле? И наверняка регулярно читаете книги коллег. Так вот, они делают то же самое: отслеживают и читают новинки, изучают новости, и ваш «учебник» может создать вам имя.

Порой достаточно одного поста в соцсети: «Знаете, любопытная книга мне тут попала. Автора совсем не знаю, какой-то Кузнецов. Отлично пишет, отлично мыслит. Вот вам пара цитат». И вас уже никогда не перепутают с другими Кузнецовыми.

7. Застолбить первое место в востребованной теме. Это большая удача.

Я не знаю, какая судьба ждет мою книгу. Возможно, она будет переиздаваться еще несколько раз, а может быть, тираж с трудом найдет читателя (конечно, я верю в лучшее). Но никто не отнимет у меня возможность называться первым русскоязычным автором, написавшим книгу о наемных писателях.

«Первый», «впервые», «номер один» – вспомните, как это привлекает внимание!

В том числе поэтому в наши дни пишутся в основном книги небольшие, на узкоспециальные темы: так легче застолбить нишу.

А конкуренция растет, причем стремительно! Если пять лет назад многие эксперты не писали книг просто потому, что им это не приходило в голову (они не видели себя авторами), то теперь издательства сами приходят к ним и уговаривают оформить знания в виде книги!

Создание книги – процесс долгий. Написать – до полугода, иногда дольше; издать – еще два-три месяца (можно быстрее, если не заморачиваться с бумажной версией). В среднем – почти год! За это время вас легко могут опередить.

Если в вашей голове действительно классная, востребованная тема – станьте в ней первым. Не пишите больших толстых книг. Напишите и издайте небольшую, потом сделаете переиздание. Время решает многое.

8. Деньги. Доход. Заработок.

Можно ли заработать нормальные деньги на продаже книги? Обычно нет, изредка да.

Можно ли заработать нормальные деньги благодаря факту издания книги? Обычно да, реже нет.

Издание книги – это всегда дорого. И даже если вы способны самостоятельно создать крепкую рукопись, даже если вы нашли традиционное издательство, готовое вложиться в вашу книгу ресурсами, ваш собственный вклад все равно не может быть незначительным. Достаточно перевести время, затраченное на написание книги, в деньги. Счет идет на сотни тысяч рублей, иногда миллионы – смотря сколько стоит ваш час.

Если же вы издаете книгу за собственные средства, то величина вложений очевидна сразу.

Окупятся ли эти вложения отчислениями от продаж? Практически никогда.

Можно надеяться, что в виде денег к вам вернется 5–10 % от общих затрат; в случае особой удачи – до 20 %. Я предлагаю сразу и навсегда забыть о получении прибыли через продажу книг. Даже если вы продаете их самостоятельно и забираете себе всю выручку. О подробностях очень убедительно рассказал в свое время Максим Ильяхов<sup>1</sup>.

Еще можно продавать книгу по очень высокой цене. Известный пример – книга Игоря Манна «Любишь деньги – люби клиентов», которая в сентябре 2021 года продается за 49 000 рублей<sup>2</sup>. Если у автора есть круг поклонников, готовых заплатить за книгу с автографом из его рук и краткий разговор, можно попробовать.

Конечно, не любая книга может быть продана за пятьдесят тысяч, и не удастся продать большой тираж. Такая цена – это в первую очередь пиар-ход, а не способ прямого заработка.

Каким образом автор получает отдачу?

От повышения цен на свои продукты (профессиональные услуги, консультации, товары). От расширения аудитории и повышения объема продаж. От новых возможностей – выступлений, например (благодаря книге его могут заметить как эксперта и приглашать на конференции, где спикеры получают гонорары). От партнерств, которые, возможно, не сложились бы без книги.

---

<sup>1</sup> <https://book.glyrd.ru/store-story/>.

<sup>2</sup> <https://www.igor-mann.ru/shop/lyubish-dengi-lyubi-klientov/>.

В этом плане книга работает не просто великолепно, но еще и долго, годами. Я знаю случаи, когда книга приносила 200, 300 % в год – и это не считая нематериальной выгоды, которая часто куда выше. Автору книги не приходится сидеть на игле рекламы.

Да, возможно, автор никогда не окупит свои расходы, но готов их нести ради удовольствия. Ничего плохого в этом нет, если отдавать себе отчет в происходящем.

Представляете ли вы себе, как ваша книга будет приносить вам деньги? А может быть, доход от книги неважен для вас?

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.