



Jak samemu wydać e-książkę?

Piotr Kowalczyk

Published: 2010

Categorie(s):

Tag(s): 2.0, pisarz, Podpisany, Niżej, publikacja, Książka, e-book, poradnik, indie, self-publisher

Wprowadzenie

W książce tej zebrałem wszystkie części cyklu "Pisarzu, zostań indie", w którym, głównie na podstawie własnych doświadczeń, opisałem zjawisko jakim jest ruch pisarzy niezależnych, czyli tych publikujących swoje książki samodzielnie, bez udziału wydawnictw, a wykorzystujących przy tym wszystkie możliwości jakie daje web 2.0.

Przedstawiam powody, dla których warto samemu opublikować książkę, jak również podaję szereg praktycznych wskazówek, jak to zrobić.

indie *independent writer*, pisarz niezależny. Samodzielnie wydaje i promuje swoje książki. Działa poza głównym nurtem wydawniczym, wykorzystuje Internet, by bezpośrednio dotrzeć do swoich czytelników. Ruch *indie* nie byłby możliwy bez rozwoju e-książki i platform umożliwiających samodzielne publikowanie.

Dla kogo jest ten cykl

Zapraszam do przeczytania serii artykułów, w których będę zachęcał do samodzielnego publikowania książek. Bardzo możliwe, że cykl powstał zbyt wcześnie i że wcale nie będzie zapotrzebowania na wiedzę, którą chcę się podzielić. Uznałem jednak, że to, co teraz może być potraktowane jak zwykła anarchia, za parę miesięcy będzie uznane za wartościowy materiał. Z drugiej strony ruch *indie* właśnie teraz przeżywa swój rozkwit, więc nie ma powodu czekać.

Najpierw o tym, dla kogo ten cykl **nie został** napisany (tak, jest to celowa demitologizacja postaci pisarza):

:: Jeśli twoim marzeniem jest być pisarzem spoczynkowym w powyciąganym szarym swetrze i gierkowskich denkach, któremu przeznaczone jest wyładować za młodu w więzieniu, szpitalu psychiatrycznym albo na cmentarzu, możesz przestać czytać już teraz.

:: Jeśli wydaje ci się, że jako pisarz masz komfort, by skupić się tylko i wyłącznie na pisaniu, i że możesz być ponad całą tą maskaradą związaną z wydaniem książki i jej promowaniem – możesz przestać czytać w tej chwili.

:: Jeśli nie masz absolutnie żadnych wątpliwości, że twoje dzieła są epokowe, noblowskie lub po prostu genialne i że prędzej czy później wydawcy będą w grupkach meldować się u drzwi twojego mieszkania urządzonego w stylu “pisarz po przejściach” – możesz przestać czytać.

:: Jeżeli uważasz, że samodzielne wydawanie książek to obciach i zwykłe odzianie postaci pisarza z magii materializowanej dymem papierosowym i okresami niemocy twórczej – daj sobie spokój i zajmij się kolejną wysyłką konspektu twojej trzeciej powieści do tych samych wydawnictw co poprzednio (pytanie tylko, gdzie tu magia).

Jeśli jeszcze czytasz, witam cię serdecznie. Masz zamiar zrealizować swojego marzenie o książce i nie boisz się zrobić tego od nowa? Ten cykl powinien ci się przydać. W pięciu kolejnych częściach opiszę:

- :: Dlaczego poszukiwanie wydawców jest błędem
- :: Jakie cechy ma pisarz niezależny
- :: Dlaczego warto nim zostać
- :: Jak rozpocząć, czyli lista porad
- :: Test “Czy jestem *indie*?”

Nie poszukuj wydawców

W tej części cyklu chciałbym podać przyczyny, dla których poszukiwanie wydawców jest błędem.

Pisarze rozsyłają do agentów i wydawców tzw. *query letters*. W Internecie można znaleźć wiele porad, jak taką propozycję przygotować. W Polsce próby zwrócenia uwagi sprowadzają się do napisania krótszego lub dłuższego maila.

Przykład z własnego podwórka. Jako właściciel wydawnictwa Indigo, pod szyldem którego wydałem cztery tomy swoich opowiadań absurdalnych, bardzo często otrzymuję propozycje wydania książki. Korespondencja tego rodzaju jest bardzo intensywna, ale tylko niewielka część autorów zapoznała się z bardzo specyficznym profilem wydawnictwa, jakim jest literatura absurdu. Tak więc otrzymuję propozycje wydania powieści historycznych, poradników dla samotnych matek i tomików wierszy miłosnych. Ci, którzy zorientowali się że Indigo absurdem stoi, wykonali pewną pracę, fakt, i dodali w masowo wysyłanym mailu zdanie typu "też bardzo lubię absurd" – po czym dołączyli: powieść historyczną, poradnik dla samotnych matek i zbiorek wierszy miłosnych.

Wyczuwasz pogardliwą nutę? Bardzo dobrze, na tym mi najbardziej zależy. Chcę tylko powiedzieć, żeby nie liczyć na takich aroganckich jak ja panów z wydawnictwa, którzy reagują mieszanką obojętności (brak odpowiedzi lub autoresponder) i copy&paste ("dziękuję, ale mamy zamkniętą listę tytułów").

Poniżej przedstawiam listę powodów, dla których poszukiwanie wydawnictwa to nie jest dobry trop. W skrócie: wydawcy stawiają na pewniaki i ograniczają ryzyko do minimum. Mają wiedzę o tym co się sprzedaje, niekoniecznie o tym, co może się sprzedawać.

:: Wydawcy nie mają czasu

Pamiętaj, że jesteś jednym z setek ludzi, którzy codziennie pukają do drzwi wydawnictw. To, czy zostaniesz zauważony jest w dużej mierze dziełem przypadku. Oczywiście najskuteczniej jest mieć w wydawnictwie wuja lub kumpla, wtedy sprawy szybko nabierają kolorów "Tańca z gwiazdami". Ale gdybyś był w takiej sytuacji, to pewnie nie czytałbyś tego artykułu. Ludzie odpowiedzialni w wydawnictwie za poszukiwanie nowych twórców wolą wybrać łatwiejszą metodę niż morderne czytanie każdego nadesłanego tekstu. Tu kluczem jest dorobek.

:: Wydawcy wolą twórców z dorobkiem

Poprzednia książka, która okazała się bestsellerem, nagroda w konkursie literackim, przychylna recenzja w renomowanym piśmie literackim, rekomendacja znanej osoby. Wydawcy najchętniej wybierają sprawdzone rozwiązania. Pisarz z dorobkiem jest o niebo lepszy niż pisarz bez dorobku. Jeśli na twoim koncie jest "jedynie" świetna powieść, to jest to stanowczo za mało. O tym, że powieść jest świetna wydawca nie wie, a czytać mu się nie chce, bo nie masz dorobku. Koło się zamyka – i jest to koło z rodzaju tych najbardziej absurdalnych.

∴ Wydawcy wolą sprawdzone gatunki

Są dwa warianty rozwoju wypadków:

A. Masz własny styl, ulubioną tematykę, chcesz się ich trzymać. Przygotowałeś idealny według ciebie opis książki. Jako twórca masz oryginalne podejście i nowatorski styl. Hmm, no tak, ale czy to chwyci – zastanawia się wydawca. Przecież ludzie najchętniej sięgają po to, co już dobrze znają. Może to i jest super i tak dalej, ale ryzyko jest za duże. Może za parę lat.

B. Piszesz "literaturę na podobieństwo", czyli tworzysz powieści w stylu Krajewskiego lub połączenie Kalicińskiej z Masłowską. Sam z własnej woli wrzucasz siebie do szuflady, oznaczonej plaketką "tu są pieniądze". Trop może i racjonalny, ale już pewnie na etapie tworzenia koncepcji książki musisz zrezygnować z oryginalności. Oczywiście twoje szanse wzrastają, może nawet o parę procent. Jedyna wątpliwość, jaką może mieć wydawca to: "no tak, on pisze jak Krajewski, ale Krajewskim to on nie jest, a ludzie Krajewskiego kupują i tylko Krajewskiego".

Na koniec kilka przykładów.

1 ∴ *Przeminęło z wiatrem* Margaret Mitchell było odrzucane przez wydawców 38 razy (sic!).

2 ∴ Stephen King po trzydziestokrotnym odrzuceniu przez wydawców *Carrie*, wyrzucił powieść do kosza i pewnie nigdy byśmy jej nie przeczytali, gdyby nie jego żona Tabitha.

3 ∴ *Dublińczycy* Jamesa Joyce'a – 22 razy.

4 ∴ Jane Rowling miała więcej szczęścia – odeszła z kwitkiem pod nazwą Harry Potter jedynie osiem razy. Najbardziej irytuje mnie to, że pan w wydawnictwie, które w końcu powieść wydało, nazywa siebie "odkrywcą Jane Rowling". To, że ktoś zrobił to, co było jego obowiązkiem, to nie powód, by przypisywać sobie cechy, jakich się nie posiada. Jane Rowling odkryła siebie sama. I musiała mieć dużo determinacji, by zostało to dostrzeżone przez wydawców.

Kim jest "indie"

Pisarz niezależny w znaczeniu, jakiego używam w tym cyklu to synonim pisarza 2.0. Jest osobą, która wydaje książki, a w szczególności e-książki, bez pośrednictwa wydawnictwa. Nie potrzebuje również pośredników, by dotrzeć do czytelnika. Jest to możliwe dzięki Internetowi, który pozwala na publikowanie praktycznie bez żadnych kosztów. Składają się na to w dużym uproszczeniu trzy czynniki:

książka w formie elektronicznej :: do opublikowania książki w nowoczesnym formacie nie jest potrzebne studio graficzne, nie ma potrzeby przygotowania książki do druku, odchodzą koszty samego druku. Wystarczy plik tekstowy oraz jpeg z okładką. Należy założyć konto i w kilku krokach książka znajduje się w katalogu

platformy dla self-publisherów :: tak właśnie można publikować w Amazonie, Feedbooks, Smashwords i innych serwisach, których na rynku pojawia się coraz więcej. Wprowadzony plik konwertowany jest na do odpowiednich formatów, np. ePub czy mobi. W takich formatach można czytać e-booki na komórkach lub czytnikach

media społecznościowe :: dzięki Facebookowi i mikroblogom takim jak Twitter można dotrzeć do potencjalnych czytelników i przyciągnąć ich do strony z informacjami o książce – czy to w katalogu serwisu, w którym jest opublikowana, czy na blogu autora.

Oczywiście można się zastanawiać, czy pisarz, który wydaje oprócz e-booków również książki drukowane, to *indie* czy nie. Albo czy ktoś, kto część książek wydaje samodzielnie, a część nie. Dla mnie dużo ważniejsze od takich rozgraniczeń są cechy jakie *indies* posiadają (lub posiadać powinny):

WSZECHSTRONNOŚĆ

Podobnie jak czytelnik staje się w świecie 2.0 recenzentem i współtwórcą książki, pisarz również przyjmuje nowe role – często bardzo wiele. Nie chodzi tylko o to, że sam wydaje książkę i w związku z tym wykonuje zadania redaktora, korektora czy grafika. Po opublikowaniu książki rozpoczyna się dla pisarza niezależnego drugi, bardzo ważny etap – pisanie o książce.

W przypadku autora związanego z wydawcą, jego praca często kończy się na oddaniu tekstu do wydawnictwa, które zajmuje się dystrybucją i promocją. Oczywiście czasem od autorów wymaga się uczestniczenia w spotkaniach, targach, itd. Coraz częściej również, czy to

samodzielnie czy za pośrednictwem wydawcy, zaznaczają swoją obecność w Internecie.

To, co dla pisarza 1.0 jest zajęciem dodatkowym, dla *indie* jest koniecznością. Zostają blogerami, działają na Twitterze, zakładają grupy na Facebooku albo społeczności w Ning, aktywnie działają w Fictionaut, Filed by Author czy The Authonomy. To ile zadań weźmie na siebie pisarz zależy od osobistych preferencji, oceny możliwości oraz samozaparacia. Warto zaznaczyć, że taka wszechstronna aktywność jest możliwa z prostej przyczyny – nic nie kosztuje.

Ktoś powie, że można robić wiele rzeczy jednocześnie, i w żadnej nie być dobrym. Moje podejście jest inne. Jeśli wejdiesz do jakiegokolwiek księgarni, łatwo odnajdziesz w niej książki, w których czcionka ma wielkość 7 punktów i do tego dziwaczny kształt. Sam wtedy dojdiesz to wniosku, że można specjalizować się w jednej rzeczy i też nie być w niej dobrym. Nie ma większej różnicy między pisarzem, który jest złym dtp-owcem ale się stara, a dobrym dtp-owcem, który się nie stara.

Przykład .: Pierwszą osobą, która przychodzi mi na myśl jest Adrian Graham (funkcjonuje w sieci jako Small Stories). Pisze książki; projektuje ich okładki; publikuje na każdej możliwej platformie; udziela się w społecznościach; przygotowuje opowiadania w wersji audio (świetne *3 Minute Stories* tworzone w Audioboo); łączy pisanie z rozwijaniem innych umiejętności, np. fotografowaniem.

PROAKTYWNOŚĆ

Pisarz współpracujący z wydawcą ma zadanie napisać książkę i nie musi interesować się niczym innym. Postawa wygodna, ale ograniczająca. Pisarz niezależny nie ma innej możliwości, tylko działać. Za te działania ponosi odpowiedzialność. Nie czeka na cud, na szczęśliwy zbieg okoliczności. Stara się szczęściu pomóc.

Oczywiście taka postawa może tobie nie odpowiadać. Codziennie trzeba podejmować decyzje, które mogą mieć duży wpływ na losy książki. Z drugiej strony, w swojej książce co chwila każesz bohaterom podejmować decyzje. Jako *indie* sam jesteś bohaterem swojej historii. Nie daj jej opowiadać ludziom, dla których często jesteś postacią ze zdjęcia z czwartej strony okładki.

Autorzy niezależni często podejmują odważne decyzje po to, by zwrócić na siebie uwagę opinii publicznej. Jeden z ciekawszych przykładów poniżej.

Przykład .: Projekt 3D1D (*3 Days 1 Dispatch*). Jego autor ukrywający się pod pseudonimem MCM postanowił poddać testowi swoje możliwości

twórcze i wytrzymałość fizyczną – i **napisać powieść w 3 dni**. Obliczył, że będzie w stanie pracować 17 godzin dziennie. Na specjalnej stronie publikował kolejne rozdziały, a czytelnicy na bieżąco komentowali akcję.

KREATYWNOŚĆ

Najwspanialszą cechą pisarzy niezależnych jest kreatywność. Nie mają pieniędzy na wielką premierę w salonach prasowych, nie stać ich na zorganizowanie okazałego spotkania z dziennikarzami, po którym można przy lampce wina zrobić dobre wrażenie. Nie mają środków na realizację traileru książkowego. Co pozostaje? Kreatywność.

Każdy człowiek dysponuje sumą pasji, doświadczeń i umiejętności, które pozwalają mu odpowiedzieć na dwa pytania: “co chciałbym zrobić?” oraz “czy jestem w stanie to zrobić?”. *Indies* swoją kreatywność lokują w twórczości – oraz w sposobach jej promocji.

Przykłady :: Dwóch studentów zaczyna pisać 140-znakowe streszczenia światowej literatury. Są zabawną interpretacją znanych dzieł, ale najważniejsze – można je publikować na Twitterze. Niedługo potem zostaje wydana książka • David Nygren pisze pierwsze na świecie opowiadanie w excelu (tak, arkusz kalkulacyjny). Narracja prowadzona jest w kolumnach. W pierwszej narrator obiektywny, w czterech kolejnych – myśli czwórki bohaterów • Żeby daleko nie szukać – sam tworzę *one picture stories*. Historie powstają w całości na iPhone. Najpierw zdjęcie i jego obróbka, potem tekst, a premierą jest *tweet* bezpośrednio z telefonu.

EKSPANSYWNOŚĆ

Pisarze niezależni szukają okazji, trampoliny, która pozwoli im szybko dotrzeć do nowych czytelników. Nie ma to nic wspólnego z wycofanym geniuszem, który generalnie pije wódkę i od czasu do czasu zabiera się za napisanie wiersza, który to wiersz będąc jeszcze w formie białej kartki, już jest arcydziełem.

Treść w czasach Internetu rozchodzi się na zasadzie minesweepera. Z miliona informacji rozpowszechniają się nieliczne. Dlatego wiedza o tym, co może chwycić, połączona z ekspansywnym przynosi takie efekty, jak ten opisany poniżej.

Przykład :: Znowu Adrian Graham. Tym razem jest to jego projekt literacki w oparciu o Google Wave. W czasach, gdy Wave było dostępne na zaproszenia, kilkadziesiąt osób zostało włączonych do współtworzenia pisanego przez niego opowiadania *Bathrobe Guru*. Jednocześnie autor sprawdzał, czy daje się publikować treść z wave'a na którejś z

platform dla self-publisherów. Dało się w Feedbooks. Następnego dnia po ukończeniu opowiadania, ukazało się ono jako książka.

OTWARTOŚĆ

Każdy pisarz niezależny prędzej czy później dochodzi do wniosku, że nie ma nic lepszego niż otwartość. Przez wielu ludzi książka odbierana jest przez oko kalejdoskopu, w którym w licznych kawałkach błąka się autor. Niech lepiej będzie sobą. Wiem, że może być trudno. Sam jestem introwertykiem i za każdym razem, gdy piszę o swoich osobistych doświadczeniach mam obawę, czy dobrze robię.

Pisarz ze wspomaganiem wydawniczym ma tę przewagę, że może być wykreowany – czasem na kogoś zupełnie innego, niż jest w rzeczywistości. Czy masz tyle pieniędzy, żeby być kimś innym? Lepiej jest być autentycznym. Jak jest dobrze – pisać, że jest dobrze. Jak jest źle – pisać, że jest źle. Nie masz żadnej gwarancji, że czytelnik polubi w tobie kogoś innego, ale masz szansę, że polubi cię takim, jakim naprawdę jesteś.

Przykład :: Joe Konrath, autor blogu *A Newbie's Guide to Self Publishing*. Autor nie ma nic do ukrycia. Opisuje wszystkie swoje doświadczenia związane z samodzielnym publikowaniem książek. Nie unika podawania takich informacji jak liczba sprzedanych książek w Amazonie i zyski ze sprzedaży.

SOLIDARNOŚĆ

Pisarze niezależni świadomie rezygnują z pomocy wydawców. Zdani są sami na siebie. Dlatego jedną z bardziej wyrazistych cech ruchu *indie* jest chęć dzielenia się wiedzą i potrzeba wzajemnego wsparcia. Autorzy dzielą się w sieciach społecznościowych linkami do artykułów poradnikowych, sami je piszą na swoich blogach.

Przykłady :: Bradley Robb pisze opowiadania, ale prowadzi również blog dla pisarzy *Fiction Matters* – jeden z lepszych, jakie znam • April Hamilton prowadzi blog dla *indie* autorów pod nazwą *Publetariat*, jest propagatorką samodzielnego publikowania książek, prowadzi również blog autorski – co nie przeszkadza jej pisać świetnych opowiadań • Najlepszym przykładem współdziałania są autorzy tworzący grupę *Year Zero Writers*. Prowadzą wspólny blog, wydają antologie, wspierają się nawzajem na Twitterze, wspólnie rozpowszechniają informacje o swoich osiągnięciach.

Dlaczego warto

Można teraz łatwo dojść do wniosku: “no tak, wszystko ładnie, *indie* to, *indie* tamto. Mam się zaharować na śmierć, niech będzie, tylko ile z tego będę mieć?”. Wiadomo, że prędzej czy później każdy zadaje sobie pytanie o pieniądze. Mogę ci powiedzieć, że w wersji “małżeństwo z wydawcą”, jako nieznany pisarz nie masz co liczyć na dużą zaliczkę przed ukończeniem książki. Możesz natomiast liczyć na przygody tego rodzaju.

Wielu twórczych ludzi, po zadaniu sobie pytania “czy można na tym zarobić”, często rezygnuje z wysiłku, uznając, że jest nieopłacalny. Po co wyrwać sobie parę wieczornych godzin na promowanie książki, skoro sprzedało się dopiero czternaście egzemplarzy, a minęły już trzy tygodnie!

Ja mam odmienne podejście. Chcę po sobie coś zostawić – jak nie zostanie w ludzkich umysłach, to przynajmniej na serwerach Google. Najpierw z siebie trzeba dać, żeby potem z tego coś mieć.

Jeśli nie chodzi ci tylko i wyłącznie o pieniądze, lub nie chodzi o nie w pierwszej kolejności, przeczytaj listę korzyści, jakie odniesiesz zostając niezależnym pisarzem.

Zdobędziesz wiedzę o rynku

W czasach rodzącego się self-publishingu brak wiedzy o rynku wydawniczym to poważny błąd. Pisarz podłączony do wydawcy zdobywa ją wolniej lub nie zdobywa wcale. Po pierwsze specjalnie dużej wiedzy posiadać nie musi, bo ma go w tym przecież wyręczyć wydawca. Po drugie, nawet jeśli coś do niego dotrze, będzie to obciążone punktem widzenia wydawcy. Po trzecie wreszcie: taki pisarz uczy się przestarzałych zasad funkcjonowania rynku, które w skrócie można określić w ten sposób: wydawca-dystrybutor i cała reszta.

Czasy web 2.0, self-publishingu i pisarzy/wydawców niezależnych wymuszają szereg zmian na rynku wydawniczym. Zmierzamy w kierunku modelu: autor-czytelnik i cała reszta.

Lepiej uczyć się tego, co **już** ma na ciebie wpływ, niż tego, co wpływ ma **jeszcze**. Jako autor zdobędziesz podstawową wiedzą o tym, co dla ciebie, a nie wydawcy, jest najważniejsze. Warto pamiętać, że realia zmieniają się w coraz szybszym tempie. Takie zwykłe trzymanie ręki na pulsie to dobra rzecz.

Powiększysz dorobek

W świecie 1.0 dorobkiem jest recenzja w Newsweeku, notka o książce w katalogu Empiku, nominacja do środowiskowej nagrody literackiej. W świecie 2.0 dorobkiem jest recenzja znanego blogera, komentarze w serwisie książkowym, liczba pobrań darmowego fragmentu czy liczba fanów na Facebooku.

Musimy zdać sobie sprawę z tego, że Internet daje użytkownikowi mnóstwo narzędzi powiadamiania świata o swoich preferencjach i wyborach. Świat analogowy opierał się na rekomendacjach nielicznych – dziennikarzy, krytyków. **Świat cyfrowy opiera się na sumie i skali rekomendacji wielu użytkowników.**

Wróćmy teraz do tego, o czym pisałem wcześniej: wydawca woli twórców z dorobkiem. Wyobraź sobie dwie sytuacje:

1 :: Wysyłasz książkę do recenzenta lub wydawcy – jedynie z twoim opisem

2 :: Wysyłasz tę samą książkę – z opisem, informacją, że została pobrana kilka tysięcy razy i opiniami czytelników.

Jak myślisz, która wersja ma większe szanse wzbudzić zainteresowanie? Do tej pory moje książki zostały pobrane z różnych serwisów ponad 25 tysięcy razy. Całkiem nieźle, jeśli weźmie się pod uwagę, że są to opowiadania, o których jeszcze trzy lata temu jedno z wydawnictw odpisywało w mailu “nikt teraz nie czyta opowiadań”.

Poznasz czytelnika

“Napisz kryminał plus mroczne uliczki, no powiedzmy Przemyśla, ludzie to kupią” – taka wiedza o czytelniku przekazana przez wydawcę to stanowczo za mało.

Jako pisarz niezależny, będący w kontakcie z czytelnikami książki na każdym etapie jej istnienia, możesz poznać ich opinie bezpośrednio, nie wrzucone do żadnej maszyny generującej wynik statystyczny. Już sam fakt, że w czynny sposób poszukujesz wiedzy o wszystkim, co związane jest z twoją książką, spowoduje przyływ opinii – zupełnie przeciwnie niż gdybyś zamknął się na odludziu i pisał tak, jak każe ci serce i wydawca.

Jestem pewien, że prędzej czy później dojdiesz do wniosku, żeby zacząć angażować czytelników w proces powstawania książki. Opublikujesz na blogu rozdział z prośbą o ocenę. Stworzysz na Facebooku ankietę, w której twoi znajomi będą mogli zdecydować, która wersja okładki jest lepsza. Zorganizujesz konkurs na najlepszy tytuł.

Wyobraź sobie teraz, że masz napisać notkę o książce. O ile łatwiej będzie to zrobić wiedząc, co jest ważne dla czytelników bloga, którzy zapoznali się z jej darmowymi fragmentami.

Będziesz lepiej radzić sobie z krytyką

Bezpośredni kontakt z odbiorcą bywa rujnujący. Celowo nie napisałem "czytelnikiem", bo trzeba przyjąć założenie, że twoja aktywność w Internecie będzie spotykała się z aktywnością ludzi, którzy nigdy nie będą mieli zamiaru przeczytać twojej książki, za to mają akurat komuś ochotę dokopać, a najłatwiej zrobić to w komentarzach jako anonim.

Niektóre opinie będą zachęcały do dalszej pracy. Niektóre przeciwnie. Oczywiście te drugie pomogą znacznie bardziej – trzeba je tylko oswoić. Im częściej spotkasz się z krytycznymi uwagami, tym łatwiej będzie ci ocenić wartość każdej z nich. Odróżnić pusty przytyk od wartościowej wskazówki. Wiem, że ta część pracy będzie najtrudniejsza, sam ciągle nie radzę sobie z komentarzami, które jednym zdaniem burzą cały mój dorobek, ale takie jest właśnie życie 2.0. Lepiej już teraz się do niego przyzwyczajać.

Rozpoczynamy!

Ten odcinek możesz potraktować jako poradnik, który pomoże ci wystartować. Starałem się w nim zawrzeć wiedzę praktyczną zdobytą w ciągu ponad roku funkcjonowania jako uzależniony od technologii pisarz *indie* z Polski.

Punkt wyjścia: książka. Zakładam, że jest napisana albo w trakcie pisania, a ty masz pewność, że ją skończysz.

WŁASNA PLATFORMA KOMUNIKACJI

Chodzi o stworzenie w Internecie kanałów, dzięki którym:

- ∴ dotrzesz do potencjalnych czytelników twojej książki,
- ∴ potencjalni czytelnicy sami odnajdą ciebie i twoją książkę.

Blog oraz konto w jednym, dwóch serwisach społecznościowych na początek w zupełności wystarczą.

∴ **Blog**

Do czego może służyć pisarzowi blog? Podobnie jak wydawcy nie wystarcza krótka informacja o autorze w podaniu o wydanie książki, tak czytelnikowi może nie wystarczyć notka biograficzna na czwartej stronie okładki. Blog idealnie wypełnia potrzebę poznania twórcy. Jest wirtualnym spotkaniem, co ważne odbywającym się zgodnie z wolą autora, a nie wydawcy.

Blog można wykorzystać do:

- ∴ informowania o postępach w pisaniu książki,
- ∴ publikowania darmowych fragmentów,
- ∴ dzielenia się tajnikami warsztatu pracy,
- ∴ dzielenia się przemyśleniami, inspiracjami, opiniami,
- ∴ organizowania konkursów związanych z książką.

Jeżeli nie prowadzisz jeszcze bloga, to zapewniam, że jego założenie nie jest żadnym problemem. Najważniejszą decyzją jest wybór platformy blogowej. Polecam trzy: Posterous, Tumblr lub Wordpress.

Posterous i Tumblr idealnie nadają się do szybkiego blogowania. Są bardzo proste w obsłudze, posiadają rozbudowane funkcje społecznościowe i można dodawać wpisy na wiele sposobów (wysyłając maila, z aplikacji na komórce, itd.). Pisanie pierwszego artykułu można rozpocząć w parę minut po utworzeniu bloga.

Jeżeli myślisz o blogu jako rozwiązaniu długookresowym, które ma być twoim głównym kanałem komunikacji, to zdecydowanie polecam Wordpressa. Jest to najpopularniejsza i najbardziej zaawansowana

platforma blogowa na świecie. Panel administracyjny może na początku przerazić liczbą funkcji, ale szybko zorientujesz się, że jest bardzo sensownie wymyślony. Istotne jest też to, że jeżeli będziesz chciał przenieść blog z Wordpress.com na inny serwer, to będziesz dalej mógł wykorzystywać ten sam panel. Trzeba jedynie ściągnąć odpowiednie oprogramowanie. Najważniejszą zaletą Wordpressa jest olbrzymia liczba dodatków, dzięki którym będziesz mógł skonfigurować blog pod swoje indywidualne potrzeby.

Jeszcze jedno. Być może zastanawiasz się, czy łatwo ci będzie poradzić sobie z prowadzeniem bloga. Nie chodzi o kwestie techniczne, ale o przełamanie w sobie zwykłej obawy, że podajesz swoją twórczość na tacy – i to ludziom, których (przynajmniej na początku) wcale nie znasz. Mogą pojawić się niepochlebne komentarze, trzeba będzie na nie szybko reagować. To nie to samo, co książka. Książka jest przepływem jednostronnym. Dopiero gdy jest już napisana i wydana, czytelnicy mogą się nad nią pozachwycać – albo poznać. Takie obawy można i trzeba przezwyciężyć. Sam się zdziwisz, jak szybko można się przyzwycząić, uodpornić i nauczyć wyciągać wnioski z wartościowych komentarzy.

Jeżeli już prowadzisz blog, ale nie wykorzystywałeś go jeszcze do promowania swojej twórczości, zadaj sobie kilka pytań:

∴ jaki jest jego profil i czy dodanie nowego tematu, jakim jest twórczość literacka nie spowoduje zamieszania?

∴ czy obecni czytelnicy mogą i będą chcieli być dobrymi recenzentami literackimi?

∴ jak wpłynie na odbiór twojej osoby informacja o nowej, nieznannej dotąd twoim czytelnikom pasji?

Jeżeli na co dzień blogujesz o aplikacjach Java, lepszym rozwiązaniem niż dodawanie zakładki “opowiadania” będzie utworzenie nowego bloga – tym razem o profilu całkowicie literackim.

∴ Społeczności

Świetnym uzupełnieniem bloga jest aktywność na którejś z platform społecznościowych. Można je wykorzystać do szybkiego uaktualniania statusu, informowania o nowych wpisach na blogu, dzielenia się uwagami o swojej twórczości lub twórczości twoich ulubionych autorów. Serwisów społecznościowych jest wiele, polecam Facebooka i Twittera, ale najlepiej, żebyś sam poznał specyfikę każdego z nich i zdecydował się na jeden lub dwa – te najlepsze.

W przeciwieństwie do bloga, który jest miejscem, do którego czytelnicy będą przybywać, serwisy społecznościowe świetnie nadaje się do poszukiwania osób. Przede wszystkim możesz znaleźć czytelników

zainteresowanych tematyką poruszaną przez ciebie w książce. Tu także możesz łatwo odszukać osoby, które byłyby skłonne pomóc w doprowadzeniu publikacji do końca, np. grafika, który za niewielką opłatą lub całkowicie za darmo, może przygotować okładkę książki (w przypadku e-booka jest to jpeg w średniej rozdzielczości).

Jeśli już używasz Facebooka i dobrze znasz jego możliwości, możesz stworzyć *fan page* albo grupę, które znakomicie sprawdzą się w roli bloga.

DARMOWE FRAGMENTY

Najpierw o tym, dlaczego nie trzeba bać się publikowania darmowych fragmentów. Jeśli nie jesteś autorem, którego książki w momencie premiery zajmują dwie półki zaraz przy wejściu do każdego Empiku w kraju, to musisz zagwarantować swoim przyszłym czytelnikom inne sposoby zapoznania się z jej treścią – a do tego najlepsze są darmowe fragmenty. Boisz się, że czytelnicy nie będą chcieli kupić książki już skonsumowanej, albo że będzie ona nielegalnie rozpowszechniana? Oczywiście należy liczyć się z ryzykiem. Jeśli opublikujesz fragment lub całą książkę w Internecie, to nie masz kontroli nad tym, kto i na jakich warunkach będzie ją udostępniał innym. Mogą przydarzyć się takie historie, ale wtedy najlepiej jest zrobić sobie listę “za” i “przeciw” i odpowiednio zareagować. Nie ma skutecznego sposobu na walkę z piractwem – i dotyczy to również wielkich wydawców.

Jakie są sposoby udostępniania darmowych fragmentów? Oto lista możliwości:

- ∴ na blogu (np. rozdział po rozdziale, raz na tydzień o tej samej porze),
- ∴ na portalach i forach literackich,
- ∴ w postaci książki elektronicznej (informacje jak to zrobić, znajdziesz w cyklu Gdzie publikować),
- ∴ link do każdej z powyższych można przesłać do społeczności.

Nadanie darmowemu fragmentowi postaci książkowej to bardzo dobry pomysł. Przygotowanie i opublikowanie książki zajmuje niewiele czasu, a jest ona lepszym narzędziem promocji niż wpis na blogu. Blog to blog, tak jak wpis łatwo stworzyć, tak łatwo usunąć. Darmowa edycja to co innego. Jest to forma skończona, do ściągnięcia. Ma okładkę, ma opis. Stawia czytającego w roli **czytelnika książki**.

EGZEMPLARZE PROMOCYJNE

Jeśli nie jesteś przekonany do postaci elektronicznej, możesz pokusić się o wydrukowanie egzemplarzy promocyjnych. Oczywiście wiąże się

to z kosztami, w przypadku druku – sporymi. Ale nikt nie powiedział, że nie da się wydrukować 50 egzemplarzy promocyjnych. Jest to możliwe dzięki drukowi cyfrowemu (sprawdź tutaj, jakiego rzędu jest to wydatek). Książka nie trafia do sprzedaży, więc nie musi mieć numeru ISBN ani kodu paskowego. Dodatkowe koszty, z jakimi należy się liczyć to skład i strona graficzna. Dzięki społecznościom możecie dowiedzieć się, gdzie zrobić to najtaniej.

Po co drukować egzemplarze promocyjne? Dla recenzentów. Myślę, że w Polsce jeszcze długo recenzenci nie będą skłonni oceniać książek w wersji elektronicznej. Tak więc egzemplarz recenzencki powinien mieć formę tradycyjną – choćby nawet sama książka miała ukazać się jako e-book.

WYDANIE KSIĄŻKI

Książki można publikować w postaci nowoczesnej – elektronicznej (i to, według mnie, jedynie w nowych formatach, takich jak ePub) oraz tradycyjnej, czyli drukowanej.

Jeżeli chodzi o e-książkę, to sporo już na ten temat na blogu napisałem. Dobrą stroną e-booka jest to, że nigdy nie zostanie wycofany z dystrybucji. W Amazonie można będzie wkrótce zatrzymać dla siebie 70% ceny detalicznej. W Smashwords autor sam ustala, jaki procent chce przeznaczyć na marżę. Im jest ona większa, tym sprzedawcy mają większą chęć, by dany tytuł promować. W Polsce nie powstała jeszcze platforma dla self-publisherów, ale jak tylko to się stanie, na pewno o niej napiszę.

Z wydaniem książki w wersji drukowanej wiąże się więcej pracy, większe wydatki i więcej zachodu z dystrybucją. Przybliżony koszt wydania książki drukiem podałem w tym wpisie. Musisz założyć, że bardzo dużo czasu trzeba będzie spędzić na kontaktach z hurtowniami książkowymi. Jeżeli chodzi o potencjalne zyski ze sprzedaży, to hurtownie generalnie zatrzymują dla siebie 50% ceny detalicznej.

* * *

Posiadanie wydawcy ma jedną zaletę – zawsze można zrzucić na niego winę w sytuacji, gdy sprzedaż nie ruszyła.

Ja akurat takiej pociechy nie potrzebuję. Uznałem, że nigdy nie dowiem się, czy moje opowiadania są dobre, jeśli nie zrobię wszystkiego, co możliwe, żeby dotarły nie do setek odbiorców, ale setek tysięcy. Jest ryzyko, jest praca, jest zwątpienie. Ale świadomość, że robię wszystko

po swojemu i że na koniec tylko sobie będę mógł zawdzięczać porażkę albo sukces – najlepiej motywuje mnie do pracy.

Ankieta

Na koniec chwila prawdy. Po przeczytaniu tych kilku artykułów możesz mieć wątpliwości. To zrozumiałe. Ktoś zachęca cię do tego, żebyś poświęcił sporą część wolnego czasu na wykonanie pracy zwykle zarezerwowanej dla wydawcy. Jeśli czytasz ten cykl dlatego, że jesteś rozczarowany efektami wysyłek do wydawnictw, to wcale jeszcze nie znaczy, że możesz im utrzyć nosa i udowodnić, że się mylili.

Postawa pisarza niezależnego wiąże się z jednej strony z wolnością, a z drugiej ryzykiem i ciężką pracą. Bądź wobec siebie szczery i odpowiedz na kilka pytań:

:: Czy mam potrzebę niezależności?

Są ludzie, tacy jak ja, dla których jest to jedna z ważniejszych wartości w życiu. Nie lubią by to, co stworzą było zmieniane, a zwłaszcza przez ludzi, którym zmienianie przychodzi łatwo, bo nie dotyczy pracy, którą sami musieli wcześniej wykonać.

:: Czy chcę wziąć na siebie obowiązki, które z pisaniem nie mają nic wspólnego?

Trzeba zamienić się w blogera, trzeba odnaleźć w sobie społecznościowego ducha, trzeba umieć rozmawiać z recenzentami, z dziennikarzami. Być może trzeba będzie opanować podstawy języka html, albo nauczyć się umieszczać wideo w plikach ePub.

:: Czy jestem przygotowany na ryzyko?

Ryzyko jest dwojakiego rodzaju. Po pierwsze niezależność wiąże się, o czym już wiesz, z dużo większym zaangażowaniem czasowym. Czy ryzyko poświęcenia się sprawie, która może skończyć się tak samo jak jedna albo druga wysyłka do wydawnictw cię nie przeraża? Druga sprawa to koszty. Mimo, że bardzo niewielkie, to ponosisz je sam.

:: Czy mam pewność, że moja aktywność nie zabije we mnie pisarza?

W życiu pisarza niezależnego relacja pisanie/niepisanie zmienia się na korzyść tego drugiego. W moim przypadku to drugie jedynie pomaga lepiej pisać. Spróbuj sobie wyobrazić, jak to się będzie odbywać w twoim przypadku.

:: Czy jestem odporny na krytykę?

Jako pisarz ze stajni wydawnictwa mógłbyś pozwolić sobie na bez troskie podejście i zupełnie ignorować komentarze czytelników. Jako autor budujący z czytelnikami bezpośrednie relacje, często nawet przed ukazaniem się książki, najzwyczajniej w świecie nie możesz pozwolić sobie na taki komfort.

:: Czy ważniejsza od pieniędzy za książkę jest sama książka?

Jeżeli najważniejszym pytaniem jakie sobie zadajesz jest: "ile mogę na tej książce zarobić", to jest bardzo prawdopodobne, że dobry z ciebie biznesmen, którego pasją są pieniądze, niekoniecznie pisanie.

Jeśli cztery, pięć razy odpowiedziałeś sobie "tak", możesz spróbować. Jeśli mniej – zastanów się. Nie warto zaczynać czegoś, co skończy się za dwa tygodnie mnóstwem wątpliwości i chęcią ucieczki w Bory Tucholskie.

* * *

Ja też na samym początku myślałem, że wystarczy założyć szary sweter i pojawić się w wydawnictwie z rozwianym włosami oraz konспекtem powieści ułożonym w tzw. artystycznym nieładzie, a wszyscy będą już robić imprezy z okazji wylądowania książki na 17 miejscu listy bestsellerów hurtowni książkowej Olesiejuk. Na szczęście szybko się zorientowałem, że to nie wystarczy. Wydawca szybko doda: "no jasne, wystarczy talent". Z tym, że ja nie wierzę w to, że wydawcy mają sposób, by talenty skutecznie odnajdywać.

Za dużo u nas dobrze zapowiadających się pisarzy, dobrych, fantastycznych, wybitnych, którzy za szybko rezygnują. Są wśród nich ci, którzy jeszcze nie wiedzą, że można inaczej, samemu. I właśnie dla nich napisałem ten cykl.

O Autorze

Piotr Kowalczyk (pseud. Niżej Podpisany) - pisarz niezależny, tech-absurdysta i popularyzator czytelnictwa e-booków na urządzeniach mobilnych. Samodzielnie wydaje i promuje swoje książki, wykorzystując wszystkie możliwości, jakie daje świat Internetu i mediów społecznościowych.

Jego książka wydana specjalnie dla użytkowników iPhone'a została pobrana ponad 30 tysięcy razy. W efekcie powstały dwa zbiory opowiadań, które można kupić m.in. w księgarniach Amazon, iBookstore i Barnes&Noble.

Pisze artykuły dla serwisów TeleRead, Marketing Tips for Authors, Publetariat oraz Fiction Matters. Polski partner akcji Read an E-book Week.

Tworzy opowiadania na Twitterze. Jego autorskimi projektami literackimi są: Hashtagstories (historie opowiadane za pomocą sekwencji tagów z Twittera) oraz One Picture Stories (historie tworzone całkowicie na iPhone).

Blog: <http://passwordincorrect.com>

Twitter: <http://twitter.com/nizejpodpisany>

Facebook: <http://www.facebook.com/nizejpodpisany>

Licencja

Książka dostępna jest na licencji Creative Commons - Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych 3.0 Polska

From the same author on Feedbooks

Opublikuj książkę w Feedbooks (2008)

Praktyczny przewodnik jak krok po kroku opublikować książkę w serwisie Feedbooks.com.

Gdzie publikować książki? (2010)

Przewodnik po serwisach, w których pisarze mogą samodzielnie publikować książki. Znajdziesz w nim opisy serwisów: Amazon, Scribd, Smashwords i Feedbooks.



www.feedbooks.com
Food for the mind