

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	5
Глава 1	
Зачем писать свою книгу и кому стоит это делать	11
Глава 2	
Знакомимся с будущими читателями, придумываем тему для книги и цепляющее название	33
Глава 3	
От хаоса в голове к структуре книги	51
Глава 4	
Как удерживать внимание читателя и сделать книгу интересной	69
Глава 5	
О страхах начинающих авторов	83
Глава 6	
Авторский стиль и тонкости работы над книгой. Как облегчить себе работу	101
Глава 7	
Редактура рукописи — подводные камни и способы их обойти	119
Глава 8	
Книга — это марафон. Как быть, если вы спринтер?.....	135
Глава 9	
Начало продвижения книги.....	155

Глава 10	
Большие продажи вашей книги: как сделать книгу бестселлером	183
Глава 11	
30 терминов, которыми пользуются издатели и опытные авторы	207
Глава 12	
Авторское право, плагиат и правила оформления цитат в тексте	215
Глава 13	
Текст в законе	225
Глава 14	
Рукопись готова. Что дальше?.....	233
Глава 15	
Работа с издательством: мы выбираем, нас выбирают.....	241
Глава 16	
Договор с издательством и жизненный цикл книги ...	247
Глава 17	
Дизайн в издании книги.....	255
Глава 18	
Электронные, аудиокниги, постановки по текстам и переводы	263
Заключение	271
Приложение	274

ПРЕДИСЛОВИЕ

У этой книги два автора: Анна Шуст — журналист и блогер, предприниматель и автор трех книг-бестселлеров, и Юлия Шевченко — редактор в одном из крупнейших издательств России («Феникс»), выпустившая десятки книг общим тиражом более 150 тысяч экземпляров.



Анна Шуст



Юлия Шевченко

Анна Шуст:

Моя часть книги (главы с 1-й по 10-ю) — для тех, кто сейчас стоит на пороге решения, стоит ли браться за написание собственной книги. Здесь вы найдете ответы на вопросы, которые вас, скорее всего, волнуют:

- Имеет ли смысл писать книгу? Какой она может быть?
- Реально ли издать книгу автору без связей? Будет ли кто-то покупать эту книгу?
- Как найти «ту самую» тему, которая будет интересна читателю?
- С чего начать работу над рукописью? Как превратить кучу мыслей в стройный план

- повествования? Существует ли какой-то алгоритм работы для автора? Всем ли он подходит?
- Где взять время на писательство, если его катастрофически не хватает — работа, дом, дети, блог, ремонт, развод, домашние питомцы, не был в отпуске три года (нужное подчеркнуть)?
 - Как сделать так, чтобы ваш читатель прочел книгу от корки до корки, да еще и посоветовал всем друзьям?
 - За счет чего книги становятся бестселлерами? Как продвигать книгу бесплатно? Что делать, чтобы как можно больше будущих читателей взяли в руки ваше творение с полки магазина и отправились с ним на кассу?..

Все эти темы мы разберем подробно и с примерами. Здесь не будет оторванной от жизни теории — только то, что применимо на практике.

Почему я говорю с такой уверенностью? Я автор трех книг-бестселлеров в жанре нон-фикшен. Издание, которое вы держите в руках, — уже моя четвертая книга.

Я начала писать книги 4 года назад. К этому времени у меня уже был 25-летний опыт работы в СМИ, 10-летний опыт в маркетинге и блогинге. Мне действительно есть чем поделиться.

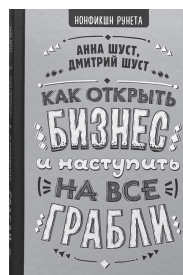
Первая моя книга — «Текст, который продает товар, услугу или бренд» — написана для тех, кто развивает свой проект и хочет привлекать покупателей через страницы в соцсетях.

Работа над этой книгой столкнула меня со всеми возможными трудностями автора: и все бросить хотелось, и договориться с издательством о важных моментах удалось не сразу, и руки опускались от негативных отзывов, и продвигать книгу я начала гораздо позже, чем стоило бы... Все эти истории я подробно разберу и поделюсь своими выводами.

Вторая книга — «О мой блог!» — это ответы на 50 самых важных вопросов, которые волнуют начинающих авторов и блогеров: как найти цепляющую тему, как создавать тексты, где искать вдохновение и идеи для интересных постов, как сделать блог популярным и зарабатывать на текстах.

Эта книга принесла совершенно другой опыт. Я начала писать ее на девятом месяце моей третьей беременности. Создала рукопись от и до всего за два месяца, нашла много инструментов, которые оптимизируют работу. Использовала один необычный прием для ее раскрутки — реалити-шоу, и это спровоцировало взрывные продажи книги.

Третья книга — «Как открыть бизнес и наступить на все грабли» — написана мной в соавторстве с мужем. Это веселые, грустные и полезные истории из нашего 13-летнего опыта развития



собственного дела. Эту книгу я от начала и до конца написала на... смартфоне (покажу его и объясню, как так получилось). И именно благодаря этой рукописи я окончательно поняла, какие именно инструменты вовлечения читателей работают лучше всего (поделюсь, конечно!).

Несмотря на мой немалый опыт, я не буду ограничивать вас исключительно своими инсайтами. Я взяла интервью у восьми авторов рейтинговых книг в жанре нон-фикшен, у каждого из них есть свои «фишки», любимые инструменты и схемы работы над книгой. Вы узнаете о закулисах писательства людей, выпустивших бестселлеры, о тонкостях деловой переписки, о копирайтинге, о пользе изучения иностранных языков, о развитии внимания и памяти, о поиске своего предназначения и о детской безопасности.

Юлия Шевченко:

За годы моей работы редактором мне довелось консультировать сотни авторов. У начинающих писателей две главные проблемы.

Первая — непонимание, зачем ИМЕННО выпускать книгу, и, как следствие, отсутствие мотивации. Человек видит, что многие знакомые стали писателями, и не хочет отставать. Или поддается на уговоры окружающих и ввязывается в эту авантюру. Таких причин множество, но объединяет их мнимость. Только когда

вы поймете, в чем ваша мотивация для создания книги, из этой затеи выйдет толк.

В моей редакции выходила книга «Укрощение строптивых. Как приручить микрофлору кишечника и стать здоровым». Книга обеспечила автору, доктору Ольге Лебедевой, запись пациентов на много месяцев вперед. Не говоря уже о том, что все экземпляры издания были раскуплены за считанные дни и оно отправилось в допечатку с повышенным тиражом.

Выгод от выпуска книги на самом деле множество: от статуса эксперта и писательских гонораров до взрыва продаж ваших услуг или товаров. Об этом мы еще поговорим, а пока вернемся к трудностям начинающих писателей.

Вторая проблема: с мотивацией у автора все отлично, но из-за отсутствия писательского опыта книга никак не клеится. Это и правда сложное дело! Нужно определиться с темой и названием. Потом у многих начинается страх «чистого листа». Когда рукопись наконец удастся начать, появляется новая проблема: лишь бы ее не забросить. Что делать с готовым текстом и как его издать — самому или в сотрудничестве с издательством — отдельная история.

Так, Леся Рекунова, совершившая вместе с супругом кругосветное путешествие, решила написать книгу еще в начале этого приключения. Сидя ночами в палатке то в Евразии, то в Африке, то в Америке, она регулярно описывала события очередного дня, чтобы ничего не упустить. Многим из

тех, кто помогал паре в пути, они обещали отправить экземпляр издания в подарок. Только вот по возвращении в Россию оказалось, что рукопись в несколько сотен страниц от начинающего автора энтузиазма у издателей не вызывает. Это риск! Но Леся точно знала, что аудитория их с мужем блога захочет купить книгу. Как мы пришли к компромиссу и выпустили тираж в свет, я расскажу далее.

Писательские инсайты Анны Шуст я дополню информацией из мира книгоиздания:

- как можно цитировать чужие тексты в вашей рукописи и что писать в книгах запрещено законом;
- какие способы распространения книги существуют и чем они отличаются;
- как выбрать издательство, составить идеальную заявку и на что обратить внимание в договоре о выпуске книги;
- из чего состоит производство (верстка, редакция и корректура, дизайн, печать) и сколько это занимает времени;
- какими способами продвигать книгу на рынке, чтобы она стала бестселлером.

Также я предложу вам список из 30 терминов, которыми пользуются издатели и опытные авторы. Вы поймете процесс изнутри и будете говорить со специалистами на одном языке.

Глава 1

В этой главе вы узнаете:

- почему надо радоваться, если по вашей теме уже продается много книг;
- об одном важном тренде на книжном рынке;
- как понять, что лично вам уже пора браться за рукопись.

ЗАЧЕМ ПИСАТЬ СВОЮ КНИГУ И КОМУ СТОИТ ЭТО ДЕЛАТЬ

Анна Шуст

Перед тем как начать работу над этой книгой, я зашла в крупный книжный магазин рядом с домом. На входе — большая стойка с манящим названием «Бестселлеры месяца», иду напрямик к ней. Там выложены книги, которые люди спрашивают и покупают чаще всего.

Из них 27 — художественные, в основном это творения маститых авторов вроде Лукьяненко, Акунина, Пелевина.

А 19 бестселлеров — нехудожественные, то есть книги в жанре нон-фикшен. И они от авторов, имена которых не на слуху и появились на обложке книги впервые... Но все-таки они очень востребованы. Сейчас объясню почему.

Нон-фикшен (*non-fiction* — невымысел) — это документальная проза. Этим словом называют любую нехудожественную литературу, которая основана на реальных событиях. Например, мемуары, практическое руководство, справочник, научно-популярная книга, история создания компании, описание личного опыта и так далее.

Нон-фикшен в тренде и почему это так

Важный факт: продажи книг в жанре нон-фикшен растут во всем мире, как бамбук под тропическим ливнем. Если заглянуть в годовые финансовые отчеты

крупных издательств, то можно обнаружить, что нон-фикшен прибавляет в продажах каждый год на 15–30%. Американское издание о книжной индустрии *Publishers Weekly* также утверждает, что объемы продаж нехудожественной литературы растут от года к году, то есть прямо сейчас мы находимся на пике тренда.

Почему это происходит?

Ну, вспомните, как учительница в школе рассказывала вам, что банковские вклады — это финансовый инструмент с низкой доходностью. И что резюме для трудоустройства нужно составлять по таким-то и таким-то правилам, чтобы повысить свои шансы получить работу. И что крепкий брак, в котором люди счастливы, — это не просто лотерейный билетик, а знания о том, как строить и поддерживать отношения. Не помните таких уроков? Я тоже не помню. Потому что их не было.

Мир стремительно меняется. Школы и вузы отстали от реалий. Они, конечно, дают фундаментальные знания, и это тоже важно, но все же этого уже недостаточно, чтобы уверенно чувствовать себя в современном мире.

Именно поэтому читателям сейчас интересны не только выдуманные истории о несуществующих людях. Им кажется правильным потратить деньги и на руководство по попаданию из точки А в точку Б, и на описание реального опыта людей, которые уже

чего-то достигли, и узнать из первых уст об изнанке профессии, которую хочется освоить.

На моих глазах люди брали со стойки «Бестселлеры месяца» и несли на кассу книги о воспитании детей, здоровом питании, продвижении в соцсетях и домашних тренировках.

Поэтому сейчас идеальная ситуация, чтобы написать собственную книгу в жанре нон-фикшен. Это как стать акционером *McDonald's* или *Apple* до того, как стоимость компаний взлетела до небес, или открыть интернет-магазин по продаже спиннеров за пару недель до того, как все подростки страны начали сходить по ним с ума, или стать продюсером Билли Айлиш в 2016 году, когда об этой певице еще мало кто слышал.

Кто может стать автором книги

Если бы я написала на обложке этой книги, что написать и издать бестселлер может «абсолютно любой человек», продажи этой книги были бы выше, но это была бы неправда. У того, кто хочет написать нехудожественную книгу, должно быть что-то ценное, чем действительно стоит делиться.

Например, так:

У вас есть экспертность и результаты в теме, по которой вы будете писать книгу.

Вы уже поработали 10 000+ часов в своей профессии. Возможно, вы разработали авторскую

методику. И у вас точно уже есть экспертность (успешные кейсы и результаты), и ее признают другие люди — клиенты, пациенты, покупатели, подписчики вашего блога или ваше окружение. Например, вы врач и у большинства ваших пациентов наступило улучшение после того, как они начали применять ваши протоколы лечения. Или вы обучаете кройке и шитью — и ваши ученики так входят во вкус, что создают собственные бренды толстовок, детского трикотажа или вечерних платьев. Или вы меняли место жительства уже раз 20 и в каждой квартире обязательно делали ремонт — так что теперь друзья и друзья друзей постоянно спрашивают у вас советы по этой теме, пользуются этими советами и им это помогает.

Если же вы непризнанный гений, то есть лично вы не сомневаетесь, что очень круты, но от других людей пока нет обратной связи, подтверждающей это, — о книге задумываться пока рано.

Или так:

Вы выдерживаете конкуренцию с другими экспертами в вашей сфере.

Представьте, что в России работает 20 000 диетологов и вы один из них. И сейчас вам нужно составить рейтинг из 500 или 1000 самых опытных специалистов, лучших из лучших, тех, кого вы знаете и кто хорошо разбирается в вашей теме. На какое место вы поставили бы себя в таком списке? Если вы аргументированно разместите себя на какой-то