

Ирина Горюнова

Как издать книгу
Советы литературного агента
(Пособие для начинающих писателей)

Москва
«Вест-Консалтинг»
2012

Горюнова И. С.

Как издать книгу. Советы литературного агента (Пособие для начинающих писателей). — М.: Вест-Консалтинг, 2012. — 130 с.

ISBN 978-5-91865-179-7

Ирина Горюнова – владелец известного литературного агентства, является агентом таких звездных авторов, как Татьяна Догилева, Гарик Сукачев, Роман Фад и др., что говорит о его успешной деятельности, и именно поэтому «как издать книгу» знает гораздо лучше других. Кроме того, автор еще и писатель, книги которого выходят в ведущих издательствах, таких как «АСТ», «Олимп», «ЭКСМО», «Время». В книге дана исчерпывающая информация по самым разным аспектам, включая кино, электронную книгу, зарубежный рынок, литературные премии и объединения (союзы), а так же информация по продвижению книг и пр. Объединив в себе достоинства многих изданий, эта книга является неоценимым пособием для начинающего писателя. Кроме того, в ней раскрываются секреты общения с редакторами, инструкции по оформлению договоров и многое-многое другое.

© И. Горюнова, 2012

© О. Витт, обложка, 2012

© «Вест-Консалтинг», верстка, 2012

Предисловие

Когда-то давным-давно я поступила на Высшие литературные курсы (ВЛК) при Литературном институте имени А. М. Горького и пришла в деканат с вопросом: «А что они мне дадут? Мастерство, знакомство с известными писателями, журналистами и издателями?» «Да, все это», — ответила мне секретарь, и была права. С тех пор утекло немало времени, я прошла большой путь, очень интересный, познавательный, полный неожиданностей, но я ни разу не пожалела о том, что тогда пришла на ВЛК. Правда, всего того, что знаю теперь, никто из мастеров студентам не рассказывал. Тогда я решила поделиться с вами той информацией, которая нарабатывалась несколько лет. Потому что мало писать и совершенствовать свое мастерство, мало знакомиться с нужными и интересными людьми, много работать над словом и желать издать свою книгу. Если вы не живете литературой, не дышите ею, а всего лишь воспринимаете ее как средство развлечения, небольшое хобби, вам, пожалуй, не стоит читать эту книгу, потому что слишком много сил придется приложить для того, чтобы книга не только вышла на рынок, но и была замечена читателями и критиками и получила некий резонанс.

Издать книгу и поставить ее на полки магазинов можно и за свой счет, но шанс на то, что ее заметят, минимален. Необходимо знать законы рынка, способ функционирования системы в целом, и только тогда у вас появится реальный шанс.



После окончания курсов мне сказочно повезло — я устроилась на работу в издательство «Олимп», где и приобрела немалый опыт и связи и научилась работать с текстом, превращая или не превращая его в книгу. Кроме таланта писателю необходимо иметь большую выдержку, чтобы пройти семь кругов ада и не сдаться и рано или поздно поддержать в руках некое количество печатных листов с собственной фамилией на обложке.

Я благодарна Александру Ткаченко, устроившему меня на работу в издательство «Олимп», генеральному директору и владельцу издательства Михаилу Каминскому, научившему меня не только работе с книгой, но и стойкости в отстаивании своего мнения, а также многим моим коллегам, работавшим со мной в условиях аврала и цейтнота, — Евгении Лариной, Капитолине Келаскиной, Екатерине Кузнецовой, Ирине Соколовой, Наталье Андриановой и многим другим.

Отдельная благодарность судьбе за встречу с Ольгой Славниковой, рекомендовавшей мне бросить работу и садиться писать, что со временем я и сделала, после чего появился мой первый роман «У нас есть мы», вошедший, к моему глубокому удивлению, в лонг-лист премии «Большая книга».

По большому счету, писатель должен быть везунчиком, которому судьба преподносит не только уроки и набивание шишек на лбу, но и чудесные встречи с добрыми и отзывчивыми издателями, учителями, соратниками.

В этой книге я коснусь разных насущных вопросов, скорее технического характера. Именно они помогут вам при выборе жанра, в котором вы хотите творить, издательства, в которое вы обратитесь, а также возможно разъяснят некоторые туманные вопросы, время от времени появляющиеся в вашей голове. Единственное, чего не будет в этой книге, это информации о том КАК НАПИСАТЬ ГЕНИАЛЬНЫЙ РОМАН. Кулинарные рецепты из писательской кухни останутся вне этого текста. Может быть, они появятся в другой книге.

Удачи!

1. С чего начинается писатель

Же все студенты, приходящие в Литературный институт, становятся писателями или хотя бы сценаристами. Для начала новичкам вбивается в голову одна простая мысль: «Если можешь не писать — не пиши». Не трать свое время, пойми, что писатель — профессия не прибыльная, а, наоборот, убыточная, более того, для многих это скорее терновый венец, но никак не лавровый венок славы. Кто-то из выпускников становится журналистом, кто-то подается на «партийные» союзписательские должности, завоевывая медали и повышения, другие же уходят в совершенно иные сферы деятельности и лишь малая часть продолжает писать и надеяться на то, что когда-нибудь его книга не только выйдет на книжный рынок, но и будет переведена на другие языки и со временем завоеует если не Нобелевскую премию, то хотя бы «Большую книгу». Между тем есть писатели и довольно успешные, не имеющие литинститутского образования. Тут дело не только в мастерстве и технических приемах, скорее в карме (модное слово, но уж куда мы без него) и фортуне. А еще в оригинальности мышления, ярких образах, хорошем слоге, умении держать сюжет и увлекать за собой читателя, особенной писательской жилке, фантазии, самокритике, упорстве и складе характера (вернее, определенном психотипе мышления).

Давайте разберемся, что такое искусство? Зачем оно нужно человеку в его жизни? Зачем художник создает



произведение, а читатель, зритель, слушатель внимает ему?

Искусство стремится отразить жизнь, познать ее, превзойти ее, уловить тонкие, невидимые глазу связи с реальностью и ирреальным, вычленив какие-то космические, психологические и иные закономерности и случайности жизни, какие-то тонкие грани бытия.

Воздействие произведения искусства на человека отличается от воздействия на человека каких-либо событий жизни своим эффектом. Произведение искусства дает эстетическое наслаждение, рождает катарсис, несет в себе знание и познание, тогда как жизнь влечет за собой деяние или неделание, устранение от принятия решения. Произведение, созданное одним художником, заставляет зрителя, слушателя, читателя воспринимать картину с его угла зрения. Психологические эмоции и переживания, испытываемые читателем от книги, гораздо интенсивнее, чем эмоции в повседневной жизни. Художник направляет читателя, словно говоря, на что следует обратить внимание, где надо заплакать или расчувствоваться. И читатель подчиняется, срабатывает психический механизм, который обозначают как феномен допущения, заставляющий смотреть на вымышленное, как на реальное. Но если сильный стресс и сильное переживание в жизни побуждают человека изменить ситуацию, исправить ее, то сильное переживание в искусстве, катарсис уже является самодостаточным, представляет ценность сам по себе.

В самом деле, повседневная жизнь любого человека подтверждает, что эмоцию вызывает как реальное событие, так и воображаемое. Оказывается, что иллюзии жизни равны ей самой, между воображаемым и реальным — проницаемая граница. Воображаемое всегда может оказаться реальным, а реальное — воображаемым. То, что представляется реальностью, не всегда есть суть реальность, это может быть лишь видимость, обман, а воображаемое, желаемое может оказаться действительностью.

Вместе с тем искусство гораздо более насыщено, концентрировано событиями, эмоциями, переживаниями, дей-



ствиями, чем реальная жизнь, которая может течь спокойно и умиротворенно долгие годы. Искусство может быть ярче и блистательнее, совершеннее, но реальность гораздо шире, вмещает в себя много непознанного, незнаемого. Говоря иначе, одну сторону, одно событие искусство может отразить гораздо ярче, осветить с разных граней, найти там что-то запредельное, вытащить на свет божий потаенные пружины и механизмы, увидеть это что-то глазами более внимательными и чуткими, но в целом жизнь гораздо богаче и многограннее, чем искусство, и соответственно непознаннее.

Если же продолжать говорить о соотношении искусства и жизни, то можно добавить одну очень важную вещь. Еще Аристотель говорил о том, что, будучи перемещенными в сферу искусства, знакомые предметы и явления обнаруживают в себе новый смысл. Сравнивая историю — науку фактов и поэзию, Аристотель отмечал, что историк говорит о том, что было, в то время как поэт обладает возможностью говорить о том, что может случиться. «Поэзия философичнее и серьезнее истории: поэзия говорит о более общем, история — о единичном». То есть, осмысливая с помощью искусства какие-то реальные вещи, можно открывать их тайны и закономерности, чтобы в реальной жизни воспринимать их уже по-новому. Это как свойства волшебной палочки, с которой не умеешь, а только учишься обращаться, — свойства волшебные, стихийные, но закономерности существуют, их можно узнавать и применять. Искусство и жизнь диалектически и мистически связаны между собой, и нельзя говорить о том, что одно «выше» другого там-то и там-то, а другое «выше» там-то и там-то, они диалектически связаны, обусловлены друг другом, переплетены в таинственную и сложную структуру взаимопроникновений.

Именно поэтому, забегая вперед, скажу вам, в следующей главе мы будем с вами говорить об отличии графомана от настоящего писателя. Зачем пишет графоман? Есть ли в его произведении катарсис и что в таком случае он пытается осмыслить в своем тексте?



Художник — это определенный психологический тип человека, со своей судьбой, странностями, эмоциональными надрывами. Несколько лет назад вышедшая книга Григория Чхартишвили «Писатель и самоубийство» еще раз показывает нам, какой сложной структурой является личность художника и как разрушительно она на него влияет. Риск профессии художника в его раздвоенности, в личностях, которые сосуществуют в нем, в его андрогинности (Платон) и исконной бисексуальности (Бердяев), в стремлении «залезть в шкуру» каждого из своих персонажей, прожить его жизнь, прочувствовать его мысли. Это такая амбивалентная структура, это луч света, распадающийся на составляющие его цвета, это и гармония, и дисгармония вместе взятые, это хаос и порядок...

Французский ученый Жак Маритен пишет, что парадоксальность внутреннего мира художника в том, что он, его таинство «открыто как для Неба, так и для Ада», что это человек и безумец, и рациональный ремесленник, т. е. парадокс — это нормальное состояние творческой личности. Непрерывная смена ролей, персонажей, явных и тайных желаний, грехов, какой-то чудовищной смуты и блаженно-го умиротворения, пробуждение самых различных страстей и совершение благородных и низких поступков — это вихрь, составляющий жизнь художника. И как пишет О. А. Кривцун в книге «Психология искусства»: «Сверхчеловеческое напряжение необходимо художнику, чтобы вместить в себя всю эту разрушительную полярность, овладеть обостренной отзывчивостью к миру».

Непрерывная самоидентификация художника с самыми разными персонажами — необходимость, цель жизни, пища для ума и души, суть творческого человека.

Совокупность всех черт человечества — способность быть любым из людей, выбрать и проиграть любую судьбу, множество судеб — это сродни возможности стать Творцом, Богом. Правда тут есть опасность не прожить своей жизни, не художнической, а простой, человеческой... хотя, с другой стороны, — это тоже судьба. Многогранность творческой личности часто приводит к душевным кризисам, опустоше-



нию, вживанию в образ настолько, что выдираться из него бывает мучительно больно, но еще большее не делать этого. Это становится сущностью, воздухом, наркотиком, а при попытке избавиться от такого существования — ведет к смерти. Ощущение самых тонких граней бытия, невысказанного количества оттенков цвета, света, звука, слова переполняют художника и расширяют его, иногда до такой степени, что за нею таится пустота безумия.

Находясь в процессе творческого акта, художник всецело погружается в него, в сюжет, отвлекаясь от реального мира и почти не существуя в нем. Он может забывать о реальных, насущных делах, перестать принимать пищу, потому что он находится в другом мире.

Ортега-и-Гассет пишет: «Жить — значит выходить за пределы самого себя». Те же мысли волнуют и М. М. Бахтина: «Изнутри себя самоё жизнь не может породить эстетически значимой формы, не выходя за свои пределы, не перестав быть самой собою». Многие ученые и художники обращались к этим мыслям независимо друг от друга. «Жизнь — театр», не правда ли? Каждый играет, пробует и примеряет на себя какие-то роли, оставаясь в тех, в которых удобнее и уютнее, но художник не ищет удобства, он, как змея, сбрасывает кожу, чтобы тут же начинать наращивать новую, а вырастая из нее — опять сбросить и повторить тот же процесс заново. Снова и снова.

Жан Маритен утверждал, что искренность художника — «это искренность материи, готовой принять любую форму. Она состоит не в том, чтобы видеть себя, но в том, чтобы принимать и лелеять себя именно таким, каким в тот или иной момент себя обнаруживаешь». Но эта беспредельная пластичность художника достаточно спорна и не безусловна. Все же какой-то стержень обязательно должен иметься. Иначе художник уподобляется марионетке, которую дергают за нити и лаги, но которая сама по себе безвольна, мягка и тряпична. Вряд ли это на самом деле так.

Художник, безусловно, имеет какую-то иную энергетику, которая подпитывает его, дает ему иное зрение и видение окружающего мира, с которым он общается посредством



неких таинственных сигналов, невидимых и неосязаемых. Это сродни чуду. Настоящий художник, очнувшись от своего творческого забытья, порою сам не может поверить в то, что это его слова, мысли, чувства, мазки кисти запечатлены на этом листе бумаги или холсте. Трансцендентное состояние — это норма. Иначе начинаются ломки. Энергетика, связывающая с космосом, с какими-то земными и неземными энергиями, — одна из главных составляющих такого Творца. Это простая истина, явленная через простые и обычные слова и понятия, но, между тем, она настолько щемящее сакральна, что от понимания и осознания ее захватывает дух.

Вместе с тем совершенно естественно то, что художник желает создать и из себя мистического и сказочного персонажа, сотворить некую легенду, необычную, способную оставить память о нем в веках. Самоутверждение не только в творчестве, но и посредством создания мифа о себе составляют потребности этого психологического типа. Театральность, эпатажность, ощущение себя вне социума диктуют манеры поведения в обществе, создавая легендарность, отчужденность, возводя на какой-то иной пьедестал. Это и свобода, и зависимость одновременно. Это диалектика существования художника. Выдержать такой накал способны немногие. Поэтому и жизнь многих величайших художников — это трагедия от начала и до конца.

Судить о том, хорошо это или плохо, правильно или неправильно, смысла нет, так как обычные критерии тут не действуют, те же мерки не подходят. Как прокрустово ложе, в которое невозможно уместить то, что изначально там не умещается.

Поэтому мы просто отметим эту миссию избранничества, надевшую на себя вериги блаженных, отметим уникальность и призванность в этом мире данного психологического типа, типа художника, не позволяя себе судить его и судачить о нем.

Какие же условия необходимы художнику, чтобы состоялся процесс самоотожествления его с персонажем, событием или явлением? Разумеется, вдохновение. Но это еще



не всё. Непрерывная потребность превзойти себя, сделать лучше, написать лучше, по-иному осмыслить те или иные события, характеры, поступки, для того, чтобы реализовать все грани своей личности, всё, что таится в зародыше, запрятано изначально в душе, генах и т. п. Способность учиться, по-новому осмысливать жизнь, события, постоянно открывать что-то новое, не отрицать оголтело каких-то вещей, предварительно не изучив их, способность временно мимикрировать, менять взгляды и установки, способность колоссально много работать и изучать необходимый материал с разных сторон и многое другое – все это требуется художнику в его работе.

И если Фрейд стремится показать развитие и преломление разных психических комплексов в произведениях крупных художников, мотивируя их проявление специфической сексуальностью, либидо, то всё равно его научные изыскания сводятся к психологии художественной личности, а не к психологии художественного текста.

В отличие от Фрейда его ученик Карл Юнг считал, что то, что применимо к художнику как к личности, неприменимо к нему как к творцу. Нельзя слишком гипертрофировать индивидуальные сексуальные комплексы, строя на них такую зыбкую систему. Юнг считал, что художническая психология есть вещь коллективная и слишком ее индивидуализировать – это неправильно. Иначе говоря, проникновение создателя произведения в коллективное бессознательное – одно из важнейших условий продуктивности художественного творчества.

Юнг не отрицает те психические комплексы, которые живут в индивиде и которые сформулировал Фрейд. Однако Юнг истолковывает их по-иному, рассматривая в качестве архетипов. Архетипы, согласно Юнгу, выступают как всеобщие образы, формы, идеи, представляющие собой доопытные формы знания, бессознательные мыслеформы. Коллективные образы наиболее явно претворились в формах народного фантазирования и творчества. Разрабатывая эту линию, ученый внес весомый вклад в теорию мифа. Юнг убежден в том, что коллективные образы, так или иначе,



предопределяют природу творческой фантазии и отдельно-го художника. Наблюдение над повсеместностью схожих мифотворческих мотивов у народов, которые никогда не приходили в соприкосновение друг с другом, приводит Юнга к идее об укорененности истоков мифотворчества и фантазирования в общей природе людей.

Продуктивной явилась и разработка Юнгом теории психологического и визионерского типов творчества. Психологический тип творчества основан на художественном воплощении знакомых и повторяющихся переживаний, повседневных людских скорбей и радостей. Переживание, которое культивирует визионерский тип творчества, — это взгляд в бездну, в глубины становящегося и еще не ставшего, в скрытые первоосновы человеческой души. Именно такого рода первопереживание приближает к постижению онтологической сущности мира.

Заметное влияние на развитие интереса к психологии художественного творчества оказал и Бердяев, толковавший творческий акт как процесс самопревышения, способность выхода за пределы собственной субъективности и за границы данного мира. Он утверждал, что ценность природы творчества в том, что оно всегда развивается в оппозиции к нормативности, и шире — в оппозиции к любому рационализму.

Тем не менее, изучая процессы природы художественного творчества, многие ученые и мыслители приходили к выводу, что эти процессы настолько иррациональны, что выявление их механизмов и законов невозможно. Разложить всё по полочкам и найти закономерности, при помощи которых осуществляется творческий акт, нереально. Так, в диалоге «Ион» Платон приходит к мысли, что в момент творчества художник не отдает себе отчета в том, что он творит. Акт творчества демонстрирует силы художника выйти за пределы себя, когда душа его проникает в мир за-предельных сущностей. Конечно, экстаз — это в некотором смысле безумие, изменение нормального состояния души, но это, по словам Платона, — божественное безумие, божественная одержимость.



Творчество – по самому своему определению – это создание того, что еще не существовало, в этом смысле любой творческий акт не может быть измерен критериями, сложившимися в культуре до него. Откуда приходит творческий импульс, рожающий озарение и прозрение и разбивающий прежние правила и стереотипы? Творческий акт никогда целиком не детерминирован извне, но и не исходит целиком из души художника, из его внутренней сущности. Творческие мотивы – это наиглавнейшие побудительные мотивы личности художника, он пишет потому, что не может не писать. Но эти мотивы описать также практически невозможно. Они остаются тайной.

Художник, прежде всего, живет внутренней потребностью творчества, силой, которую невозможно остановить, если она уже зародилась и как огромная волна покатила по своему назначению. Все другие факторы тогда отодвигаются в сторону, отбрасываются, становятся мелкими и незначительными. Внутренние импульсы оказываются гораздо важнее внешних. Таким образом, художник стремится жить в этом мире, чтобы иметь возможность сотворить то, что ему предназначено.

Но все это касается в первую очередь художественной литературы. Деловая литература, нон-фикшн, – несколько другая сфера, требующая делового подхода, логического мышления и жестко поставленных сроков. Об этом мы будем говорить в других главах.

2. Писатель и графоман. Почувствуйте разницу

Википедия дает нам следующее определение графомании: «Графомания (от греч. γράφω — писать, чертить, изображать, и греч. μανία — страсть, безумие, влечение) — патологическое стремление к сочинению произведений, претендующих на публикацию в литературных изданиях, псевдонаучных трактатов и т. п. Графоманические тенденции нередки у сутяжных психопатов».

«Графомания — это психиатрический термин, подразумевающий болезненную страсть к написанию текстов, чаще всего не представляющих никакой культурной ценности. Обычно произведения таких авторов шаблонны, невыразительны и не представляют собой никакого интереса ни для читателей, ни для критиков. Как и любое подобное заболевание, графомания может иметь более или менее тяжелую форму.

Аналогично другим диагнозам в этой области, графомания не возникает на пустом месте и, в принципе, поддается лечению, в том числе и медикаментозному.

Как человек становится графоманом? На бумаге мы выражаем свои чувства, эмоции и переживания, иногда заводим дневники, с которыми делимся наболевшим, в стихах выражаем восторг или скорбь, любовь или ненависть. Однако в большинстве случаев у человека есть много собеседников и кроме листа бумаги. А у графомана — нет. Изначально одинокий, может быть, страдающий от заниженной самооценки



или невозможности с кем-то поговорить по душам, он начинает писать. Его творения — это часть его болезненного и одинокого мира. Чем больше он их создает, тем меньше он сознательно стремится к живому общению. Однако, ограничивая себя в контактах, графоман должен реализовывать естественную тягу к общению, это заложено в личности на подсознательном уровне. И снова его рука тянется к листу бумаги.

Такого человека можно только пожалеть. Его произведения кажутся ему гениальными, более того, он совершенно искренне в это верит. Как и любой психиатрический больной, он не может разглядеть у себя признаков болезни, не может объективно оценить свой образ жизни. Именно поэтому графоманы крайне болезненно воспринимают критические высказывания относительно их творчества.

Для большинства авторов мнение их аудитории является стимулом для развития, а также основным источником информации о недостатках их произведений. Люди, страдающие болезненной тягой к писательству, этого лишены, а значит, не имеют возможности развиваться и совершенствоваться. Как результат — произведения, лишенные какой-либо литературной и духовной ценности, однообразные и неоригинальные. Со временем все контакты с внешним миром сводятся для графомана к демонстрации его творений. А внешний мир, именно по этой причине, начинает его избегать.

Впрочем, описанное — тяжелый случай заболевания. В легкой форме графомания может быть связана с некими временными условиями. Например, любимый человек находится в отъезде, и писательство в данном случае — лучший способ отвлечься от переживаний, связанных с этим. После возвращения объекта вожделения все приходит в норму, и симптомы графомании проходят сами собой.

Помочь графоману можно. Если отвлечь его от ручки и листа бумаги, предложить иные развлечения и интересы,



возможно, что при регулярных контактах с кем-либо со временем он откажется от мысли о творчестве. Однако в случае тяжелой формы заболевания понадобится вмешательство специалиста, иначе, как и с любым другим подобным заболеванием, последствия от неквалифицированного воздействия могут быть фатальными»¹.

Обращаясь к издателям, редакторам, литературным агентам, графоманы тяжело и болезненно переживают даже вежливые отказы и стараются как можно больше обидеть человека, отказавшего в публикации. Иногда они пишут оскорбительные письма годами, правда это встречается редко.

Графоман не способен воспринимать критику и требует, чтобы его произведения печатались дословно, без редактуры. При публикации за свой счет (маленькие типографии охотно выполняют такие заказы) книги выходят, но тут графомана поджидает следующий удар: подобного плана фолианты или брошюры книжные магазины и книжные дилеры практически не берут. Выхода на широкий рынок, известности, славы, почета и денег по-прежнему нет. Если писатель задается вопросом «А не графоман ли я?», значит, еще не все потеряно и шанс на благополучный исход весьма велик.

Литературный институт, к примеру, хорош тем, что учит критиковать других и принимать критику по отношению к себе, править произведения, шлифовать, переделывать порой много-много раз.

Грань между писателем и графоманом бывает очень тонка, поскольку и тот и другой могут быть психически неуравновешенны. Вот только неуравновешенность эта разного характера и этиологии.

И если настоящий художник (я повторяюсь), очнувшись от своего творческого забытья, порою сам не может поверить в то, что это его слова, мысли, чувства, мазки кисти запечатлены на этом листе бумаги или холсте, то графоман пре-

1. Источник <http://pishi-stihi.ru/detail.php?id=67>



красно понимает, что эти чудесные слова, складывающиеся во фразы, написал именно он и никто другой. Ничего трансцендентного.

Если художнику свойственны непрерывная потребность превзойти себя, сделать лучше, написать лучше, по-иному осмыслить те или иные события, характеры, поступки, для того, чтобы реализовать все грани своей личности, всё, что таится в зародыше, запрято изначально в душе, генах и т. п., способность учиться, по-новому осмысливать жизнь, события, постоянно открывать что-то новое, не отрицать оголтело каких-то вещей, предварительно не изучив их, способность временно мимикрировать, менять взгляды и установки, способность колоссально много работать и изучать необходимый материал с разных сторон, то графоману до этих эмпирей, простите за грубость, — до лампочки. Никакой способности учиться, никакого желания превзойти себя для него не существует. Наоборот, графоман изначально уверен в гениальности своих текстов, в том, что его зажимают, а все премии даются исключительно по блату и за большие деньги (постель). Ревнив не к музе, а к благам и почету, графоман болезненно стремится получить и то и другое, несмотря на то, что его текст может пестреть не только клише, но и огромным количеством орфографических ошибок.

Если вы начинающий писатель, не поленитесь, изучите правила правописания, возьмите сборник Розенталя («Справочник по правописанию и литературной правке») или на худой конец отдайте текст редактору, корректору, учителю русского языка в школе. Право слово, эти услуги стоят не так дорого, но вполне возможно, что именно этот шаг станет первым на пути к публикации вашего текста.

3. Коммерческие и некоммерческие жанры в современной литературе

Если вы не графоман, а писатель и пишете «вполне себе ничего», далеко не факт, что ваше произведение заинтересует издательство. Причин может быть несколько.

Во-первых, стихи, драматургию, дневники, записки, эссе, критику начинающих авторов издательство не издает по причине некоммерческойности этих текстов и невозможности продать даже небольшой тираж в две-три тысячи экземпляров.

Во-вторых, если вы пишете на стыке жанров, это отнюдь не ваше ноу-хау, а графоманская лажа, которая также никому не интересна.

В-третьих, если вы выбрали жанр любовного романа, вам следует знать, что издательства завалены ими по уши на несколько лет вперед. Уже купленные рукописи и подписанные договора лежат в издательствах пачками и ждут своей очереди на печать (иногда годами).

В-четвертых, есть жанры, популярность которых уже уходит. Не спешите писать новую вампирскую сагу в стиле «Сумерки». Читатели уже ими «наелись», издатели уже выпустили «Вторые сумерки», «Последние сумерки», «Черные сумерки» и еще кучу подобных «сумерек», со скрипом распродавая по дешевке (а то и пуская под нож, уничтожая) остатки тиражей.

В-пятых, популярность в нон-фикшн книг о магии отнюдь не означает того, что вашу книгу непременно возьмут. Кол-



дун должен быть с именем, желательно звездой телеэкрана и иметь большую толпу поклонников, проверивших на деле заклинания, заговоры, присушки и прочие советы. Вкладываться в рекламу книг неизвестных Афанасия Забудыжно-го или Ефросиньи Каторжной никто не будет. На книжном рынке слишком много книг подобного плана, причем авторы уже выпустили не один десяток брошюр, так что «подвинуть в сторону» известных ведьм и ведьмаков вам удастся разве что при победе в «Битве экстрасенсов».

В-шестых, детская литература. Как правило, родители не покупают, а издатели не издают книги неизвестных детских авторов. Путь в детскую литературу еще сложнее и тяжелее, чем во «взрослую». И гонорары там еще более копеечные, потому что производство детских книг штука весьма дорогостоящая, а хорошие художники завалены заказами от издательств на несколько лет вперед. Без хорошего проекта думать о публикации книг для детей смысла нет совсем. Для начала стоит поучаствовать в каких-либо премиях (к примеру, «Книгуру» <http://книгуру.рф/>, «Премия Сергея Михалкова» <http://www.svmihalkov.ru/>, конкурс издательства РОСМЭН http://rosman.ru/new_book/ и др.). Возможно, именно этот шаг приблизит вас к желаемой публикации. И опять-таки, если это не стихи. Тут еще сложнее. Ну не нужна новая Агния Барто по имени Авдотья Бабашко. Не купят ее родители детям. Увы, это горькая правда.

Не пугайтесь. На самом деле все не так страшно. Мне вполне удастся помогать начинающим писателям издавать книги или на худой конец публиковаться в журналах и участвовать в премиях. Даже в жанре современной интеллектуальной прозы, несмотря на то, что жанр совершенно некоммерческий, скорее премиальный. Это что-то типа высокой моды, пред-а-порте в мире литературы. Хотя тут больших тиражей и гонораров ждать не приходится, увы.

Если вы выбрали для себя этот жанр — вам необходимо быть в курсе модных тенденций толстых литературных журналов, таких как «Новый мир», «Знамя», «Октябрь» и проч. Читайте Ольгу Славникову, Дмитрия Быкова, Михаила Шиш-



кина, Людмилу Улицкую, Романа Сенчина, Александра Иличевского и иже с ними. Читайте, думайте, анализируйте. Пробуйте писать (для начала рассказы) и относите их с поклонами в журналы. Вполне возможно, вы станете новой звездой книжного пред-а-порте. Вполне возможно издать ваш роман небольшим тиражом за ваш счет и подать его на премию. А вдруг заметят! Тогда шансы на публикацию в журналах и издательствах несколько возрастут.

Стихи, если они опять-таки подходят под модные тенденции, несите в те же журналы. Для драматургов существуют разные конкурсы («Премьера» <http://premierafest.livejournal.com/>, «Действующие лица» <http://www.protagonist.ru/>, «Любимовка» <http://www.lubimovka.ru/>, «Свободный театр» <http://dramaturg.org/> и др), вполне способные поднять неизвестного автора до уровня становящегося профессионала. Особенно, если вы плавно вольетесь в ту или иную драматургическую тусовку. Вполне возможно, что какой-либо начинающий режиссер разглядит прелесть именно вашей пьесы для своего творческого дебюта. И далеко не факт, что, если вы будете подражать манере Гришковца, этот козырь сработает. Скорее всего — наоборот. Индивидуальность, авторский стиль, новое, свежее гораздо привлекательнее.

4. Книга как инструмент продвижения бизнеса

Задумывались ли вы о том, что книга может явиться одним из мощнейших инструментов для продвижения вашего бизнеса? Человеку, написавшему книгу, больше доверяют, а прочитав его книгу, с радостью идут на его бизнес-тренинги. Книга не только способ рекламы, это способ общения и привлечения в свою орбиту все новых и новых людей, может быть, далеких от вашего обычного круга общения. Это возможность привлечь новых клиентов, уже узнавших о вас из вашей книги и желающих наладить контакты и деловые связи. Это ваша визитная карточка. Мои утверждения не голословны, я знаю многих авторов, которым помогала издавать книги через издательства, что способствовало успеху их бизнеса. Через книгу вы общаетесь со множеством людей. Если книга понравится, читатель передаст ее знакомому с рекомендацией прочесть, тот другому — «сарафанное радио» работает, и работает очень хорошо. Конечно, для того чтобы написать и издать книгу, потребуется много усилий, но для создания и развития бизнеса всегда придется их прилагать. Если захотите, вы с этим справитесь. Самое главное — это действительно работает и привлекает новых клиентов, а значит, повышает ваши продажи и содействует укреплению вашей репутации.

Книга позиционирует вас как эксперта в своей области и поднимает ваш авторитет, разумеется, в том случае, если



она издана в хорошем издательстве, имеющем большую сеть распространения. Если за первой книгой последует вторая, а потом третья, — ваши позиции укрепятся еще больше.

С чего же начать? Первым делом надо подумать о следующем:

— о чем вы будете писать? Сформулируйте содержание книги;

— какова ваша целевая аудитория? (домохозяйки, банковские служащие, менеджеры среднего и высшего звена и т. п.);

— какие у вас есть возможности для рекламирования книги? Готовы ли вы тратить время на создание и поддержание сайта, заниматься продвижением книги?

Для создания книги нужен не только литературный талант, но и талант к продвижению. Если у вас нет таланта, то, разработав план книги, ее содержание и основные постулаты, вы можете нанять литобработчика, который поможет вам довести книгу до ума. Но этого мало. Необходимо еще заинтересовать книгой издателя. Незвестный автор на книжном рынке не может претендовать на большие тиражи, а тратиться на рекламу издатель не будет, потому что эффект может оказаться весьма невысоким.

Соответственно, вашей задачей будет:

— подать тему книги так, чтобы она показалась интересной издателю;

— провести маркетинговое исследование рынка и выявить аналогичные издания, посмотреть, насколько хорошо они продаются и чем ваша книга выгодно от них отличается;

— создать сайт (книги или вашего бизнеса, или и то и другое);

— продумать, где и какая реклама могла бы быть размещена (СМИ, Интернет и проч.).

Забудьте о том, что издатель будет продвигать вашу книгу. Если вы не самый известный писатель — не будет. Знаете, сколько начинающих авторов об этом мечтают? Очень много. Только ваши усилия могут принести свои плоды, в резуль-



тате чего вам удастся продать тираж. Подумайте, возможно у вас и ваших знакомых есть необходимые контакты со СМИ, с директорами книжных магазинов, чтобы устроить презентацию и пригласить журналистов и т.д. Только человек, использующий все возможности и вероятности, добивается результатов, остальные – увы, не добиваются ничего.

Одной из самых распространенных ошибок является следующая. «Я начинающий автор. Хочу написать книгу, но не знаю о чем. Подскажите, о чем мне писать». На такое обращение никто не ответит. Равно как и не ответят на письмо подобного плана: «Я хочу написать книгу о маркетинге. Раньше я не писал, но, думаю, у меня получится. Вам это интересно?» Не интересно. Сразу же. Пока издатель не увидит синопсис, аннотацию, содержание и как минимум пару глав, он вам ничего не ответит. Плюс к этому желательно еще написать стратегию продвижения вашей книги на рынок и мотивацию ее публикации с приведением конкретных фактов по книгам-конкурентам. На самом деле все не так страшно как кажется и занимает это не так уж много времени. «Глаза боятся – руки делают». Только этот подход поможет вам в работе, иначе не стоит и затевать.

Когда вы определитесь с темой книги, вам нужно будет просмотреть сайты издательств и выбрать те, которые издают литературу подобного плана. Есть издатели, специализирующиеся исключительно на нон-фикшн, есть издательства, в которых наряду с нон-фикшн издается и художественная литература. Имея на руках аннотацию, синопсис, текст книги и заявку, можно отправляться по издателям. При подписании договора желательно посоветоваться с юристом или литературным агентом, чтобы не попасть впросак.

В своей книге «Книга как инструмент продвижения вашего бизнеса» Сергей Жуковский и Ольга Сашечкина пишут о том, что книгу можно предлагать издателям, еще не написав ее. Это неправда. Вернее, предлагать-то вы ее можете, но кто ее у вас купит? Одно дело известный, издающийся автор, другое – неизвестный. С первым можно подписать договор, со вторым – никогда. Кот в мешке никому не ну-



жен. Конечно, если вы придете к издателям и скажете, что готовы вложить в проект достаточно большое количество денег, они согласятся, и даже найдут того, кто напишет за вас книгу, если потребуется. Иные варианты не сработают.

То же самое касается и звездных соавторов. Вы должны предложить им очень большой гонорар за соавторство для того, чтобы они согласились. Иначе, зачем им это нужно? Они успешно пишут свои книги сами. Вы видели книги, написанные в соавторстве с Улицкой или Пелевиным? Правильно, нет. Делайте выводы.

Я, как литературный агент, в плане нон-фикшн предпочитаю работать с Издательским домом «Питер». Удачных проектов среди них достаточно много, естественно, не только моих. Это книги Константина Бакшта, Романа Фада, Андрея Явного, Алексея Маматова и Рустема Агишева и многих-многих других.

В крупных и средних бизнес-компаниях клиентам принято дарить ручки, блокноты, зонтики и прочую чепуху. Гораздо лучше и престижнее дарить собственную книгу. Это повысит ваш статус и окажет на клиентов благоприятное впечатление. Многие компании на данный момент предпочитают использовать именно этот способ рекламы своего бизнеса как наиболее продуктивный.

Многие писатели пользуются услугами бета-ридеров, читающих их тексты и дающих свои отзывы. Причем бета-ридеры должны быть независимые, т.е. не должны быть страстными. Их мнение следует учитывать. Они могут указать вам на ошибки, которые вы не заметили, или даже подсказать, как их исправить.

Книга — источник знаний. Об этом нам говорят с детства. Это может быть художественная литература или учебники. Когда мы вырастаем, заканчиваем институт и начинаем работать, мы продолжаем учиться и приобретать опыт. Это может быть изучение иностранного языка или повышение



квалификации. Но как часто мы не можем найти на прилавках книжных магазинов именно то, что необходимо! Оглядываясь на пройденный путь, мы понимаем, что обладаем уникальными знаниями. Так почему бы не поделиться ими с другими людьми? Тем более, что это может принести нам не только дополнительную известность, но и финансовую прибыль!

Если вашей целью является привлечение людей на консультацию и бизнес-тренинги, вам необходимо помнить, что в книге должна содержаться не вся информация. В ней стоит оставлять «крючки», писать о том, что дополнительную информацию можно получить только на ваших курсах или на консультации в вашей компании. Читателю книги стоит предлагать скидку при обучении или консультации. Если же такой цели вы себе не ставите, все равно, лучше не раскрывать все секреты сразу, а оставить хотя бы часть из них для следующей книги или пары-тройки книг. В зависимости от выбранной цели вы будете использовать и определенную стратегию при написании.

Самое главное для вас при издании книги — это ваш положительный имидж. Читатель проникается к вам доверием и соответственно скорее выберет вашу компанию, чем какую-либо иную, потому что у него появится ощущение, что он с вами знаком и может вам доверять. Поверьте, это важно.

Теперь о написании книги. Сколько времени у вас должно уйти? Конечно, вы можете писать книгу месяц или год, но стоит помнить, что все меняется, технологии устаревают, да и фирмы порой разоряются, поэтому откладывать дело в долгий ящик нельзя, тогда лучше совсем за него не браться. Если же взялись, поставьте себе четкие сроки. Одновременно с написанием книги вы должны заняться созданием сайта, а также выкладывать куски (но не все!) в своих блогах. Вы можете создать блог, посвященный конкретной книге или вашему бизнесу, но помните, что ваше общение должно стать регулярным, а не время от времени. Блог это



тоже работа, причем довольно эффективная. Кстати, именно через блоги вы можете выяснить, что хотят знать о вас и вашей компании люди. В каких советах они нуждаются? Что кажется им наиболее актуальным? Проведите серию тестов, попросив людей ответить на вопросы. Это поможет вам в работе над книгой и одновременно покажет вашим соблограм, что вы относитесь к своей работе серьезно, а значит, так же относитесь и к клиентам.

При обращении в издательство и рекламировании своей книги ни в коем случае не следует хвастливо писать о том, что у вас нет конкурентов. Ведь это автоматически означает, что ваш бизнес не слишком интересен и не слишком продуктивен, а также то, что книга по этой тематике вряд ли будет раскуплена даже минимальным тиражом. Конкуренция в любом случае должна быть. Другое дело, если вы нашли новый подход к проблеме, разработали оригинальную идею и выгодно отличаетесь именно этим в среде своих конкурентов. Подобный шаг может сработать эффективно. Но теперь необходимо разобраться: действительно ли ваша тема такова, что люди будут охотно покупать вашу книгу? Вы провели исследование рынка, опросили по тестам большое количество людей или просто поинтересовались у друзей и знакомых? Последние, конечно, сразу скажут вам, что непременно купят вашу книгу. Сказано это будет из вежливости, но результат может оказаться несколько иным. Многие зависит и от вашей компетентности в вопросе, о котором вы пишете. Поверхностные знания никому не интересны, покупатель заинтересован в том, чтобы получить знания, которыми он не обладает. Если окажется так, что его «надули», то пострадает ваша репутация, не говоря уже о том, что вторую книгу никто не купит. Поэтому не стоит жалеть времени, проштудируйте похожую литературу и тщательно изучите вопрос. Не стоит жалеть денег, заплатите литообработчику, корректору, редактору, которые избавят вашу книгу от орфографических и лексических ошибок, неточностей, опечаток и проч. Книга — ваш инструмент, а инструмент должен быть качественным. Это вам подтвердит и музыкант, и деревообработчик,



и часовщик. И еще: вы должны быть заинтересованы в своей теме и любить свою работу, говорить о ней заинтересованно и страстно. Если же вы просто пересказываете чужие мысли, отстраненно, лишь бы хоть что-то написать,— забудьте о книге. У вас ничего не выйдет.

Приведу пример. Книги моего клиента Романа Фада, известного колдуна, расходятся очень хорошо. Люди постоянно стремятся прийти к нему на консультацию и получить помощь. Почему? Роман знает, о чем пишет, у него обширная практика, и люди, обращающиеся к нему, получают то, за чем пришли. Кроме того, его книги оказывают именно тот эффект, на который надеются люди. Проверив советы на практике, люди проникаются доверием к Роману и идут за консультацией.

По сути если вы профессионал в своей деятельности, книга поможет укрепить ваш авторитет и ваши позиции на рынке. Это долгоиграющий эффект, рассчитанный не на один год. Быстро сорвать прибыль не получится, но медленно и верно повышать авторитет — да.

Зачем вам может понадобиться в данной ситуации литературный агент? Разумеется, вы можете проделать всю работу сами, ничего невозможного тут нет. Но если у вас не так много времени, а бизнес требует внимательного к себе отношения, то лучше всего связаться с агентом, который не только займется поиском издательства и редактора для вашей книги, но также просмотрит, протестирует книжный рынок на предмет аналогичных изданий, поможет подобрать наиболее яркое, запоминающееся название для книги и аннотацию, займется продвижением вашей книги и сайта и т.д. Скажем так: это просто сократит ваши временные затраты и позволит сосредоточиться конкретно на книге и бизнесе.

Давайте поговорим об успехе книги и ее продажах. Что нужно для того, чтобы книга стала бестселлером? Интересная тема, звездное имя соавтора или отзывы звезд на обложке книги, интервью и рецензии в прессе, широкое ос-



вещение в СМИ, выкладка книг на лучших местах во всех книжных магазинах и многое другое.

Как этого достичь?

Я уже писала о том, что кое-что из этого вы можете сделать сами, как то: сайт, блог, реклама через друзей и знакомых, поиск знакомых журналистов... Кое-что поможет вам сделать издательство, при условии, что вы не будете вводить его в затраты, по крайней мере на первых порах. Вы можете вложить свои собственные деньги или привлечь партнеров-рекламодателей в вашу книгу и за счет этого оплатить, к примеру, приоритетную выкладку в магазинах. Главное, надеяться только на себя и не пускать все на самотек. Если же вы обращаетесь к пиарщику или пиар-агентству, вы должны тщательно проанализировать:

- что из обещанного реально будет выполнено?
- есть ли у вас знакомые, уже пропиарившие книгу через это агентство?
- насколько велики затраты и готовы ли вы на них пойти?
- насколько вы сами готовы участвовать во всевозможных презентациях, телепередачах и устраивает ли вас именно этот способ пиара?
- будут ли прописаны все пиар-мероприятия в договоре или они идут только на словах? Если последнее, значит, не стоит и связываться, скорее всего, вас обманут.

Если вы все-таки решитесь издавать свою книгу как инструмент продвижения своего бизнеса, то в качестве бонуса я предлагаю вам бесплатную консультацию по всем интересующим вас вопросам. Мои контакты находятся в конце книги.

5. Обращение в издательство и зачем нужен литературный агент

Разумеется, дорога в издательство открыта для любого автора. В Интернете есть все контакты, а порой и адреса издательств – посылайте свой текст и ждите ответа. Вполне возможно ваш роман заметят и захотят издать. Такое порой случается. Но зачастую рукописи просто не доходят до редакторов, теряются, удаляются в силу того, что рукописей приходит несметное количество. Писать нынче модно. А вот если вы получили отказ, то второй раз вашу рукопись рассматривать уже не будут, в базе данных будет висеть отказ. Вы попадаете в так называемый черный список. По крайней мере, с одной рукописью.

Литературный агент это в своем роде гарант качества, т. е. то, что он предлагает напрямую издательствам, уже им прочитано и одобрено. Это означает более внимательное отношение к рукописи со стороны редактора издательства, заведующего редакцией или его генерального директора. Разумеется, гарантий по-прежнему никаких, но шансы увеличиваются раз в десять.

Если дело доходит до заключения договора, именно агент поможет вам заключить наиболее выгодный и наименее капризный контракт, тщательно проверив его юридически. Очень часто случается так, что договор заключен, а книга не выходит. Но вы отдали права на пять лет и сделать не можете ничего. Кусаете локти, но положительного эффекта от



этого не случается. Ругань и угрозы не помогут, суды тоже, потому как в контракте есть пунктики, которые вы в эйфории от счастья проглядели. А издатель передумал, у него появились более интересные проекты. И ему вас не жалко. Он денег хочет заработать. Он, извините, капиталист, и в этом абсолютно прав.

На Западе книжные издательства вообще работают исключительно с агентами. Практика такая. В принципе, мы постепенно начинаем приходить к тому же. Это экономит время и издателя, и писателя. Всем выгодно, включая литературного агента.

Ваш литературный агент может помочь вам отредактировать текст, указать на неточности и провалы сюжета, поможет заключить договор с зарубежными издателями и предложит сюжет вашего романа для экранизации, т. е. сделает то, что вы сами не сможете по причине отсутствия нужных связей, сил, желания, времени. Хороший литературный агент в какой-то степени ваш друг, мать, отец, кум, сват, поверенный, исповедник, юрист и персональный шаман.

Литературный агент дружит с субагентами и издателями других стран, а также с кинорежиссерами и сценаристами. Ни один уважающий себя профессионал не будет тратить время на прочтение тонн предложений, поступающих ему от неизвестных авторов. Сами подумайте: кинорежиссер работает в аврале. У него то съемки в разных странах мира, то монтаж, то подбор актеров, то написание сценария совместно со сценаристом, то переговоры со спонсорами, инвесторами, телеканалами и кинозвездами (и это еще не включая сюда личную жизнь и семью)... Он едва может прочитать синопсис предложения, который ему подсунет знакомый агент, актер, продюсер... А тут в почте за сотню предложений от разных неизвестных людей. Как правило, все такие e-мейлы удаляются как спам. Та же судьба ждет и обратившихся к зарубежным издателям и агентам. Поверьте, у них хватает предложений и без вас. Они живут в таком напряженном графике, что вам и не снилось. И рассматривать будут только по личным и профессиональным контактам, что предохранит их от траты времени даром.



Если же вы обращаетесь в издательство самостоятельно, вам необходимо выучить некоторые правила:

1. Обязательно пишите обращение в издательство в теле письма, а не только в прилагаемых файлах. Это невежливо, и письмо может быть воспринято как спам.

2. Лучше всего позвонить в издательство и выяснить ФИО человека, которому вы будете писать. Каждый из редакторов занимается определенным жанром.

3. Держите с редактором связь, но не надоедайте. Не ждите, что он вам ответит сам. Месяца через 2-3 аккуратно поинтересуйтесь, есть ли решение по вашему тексту или необходимо еще подождать. Если второе, то когда примерно перезвонить или написать.

4. В художественной литературе предпочтительны тексты от 7 до 15 авторских листов. В нон-фикшн – от 4 авторских листов. Не стоит предлагать тексты, заведомо не укладывающиеся в эти рамки.

5. Тексты необходимо присылать с синопсисом и авторской литературной биографией (где и когда печатались).

6. Наиболее оптимальные параметры текстового файла: Word, Times New Roman, 12 кегль через 1,5 интервала. Не стоит экспериментировать с цветом шрифта, размером и проч. Для редактора это будет лишь раздражающим фактором.

7. Если у вас есть какие-то рисунки (особенно это касается детской литературы) или фотографии (нон-фикшн), не стоит прилагать сразу все. Пришлите несколько штук на свой вкус, желательно в заархивированном виде и не слишком тяжелые. Присылать фотографии по 10 мб просто дурной тон.

8. Не стоит писать, что вы новый, но пока неизвестный и недооцененный гений. Это воспримется не как здоровый юмор, но болезнь графомана.

9. Если вы задумали серию книг, напишите это в синопсисе и развейте идею так, чтобы заинтересовать издателя.

10. Никогда не пишите в письме о личном. Издателя, в глаза вас не видевшего, не интересует, что вам надо из-



дать книжку для того, чтобы помочь больной маме на лекарства или дедушке на операцию. Это моральное вымогательство и побирушничество. Такие письма уничтожаются как спам.

11. Если вам откажут, не хамите редактору. Возможно, когда-либо вам придется показывать ему другой текст, а ваша фамилия запомнится с негативным оттенком. Лучше попробуйте поинтересоваться почему. Хотя, скорее всего, вы получите корректную формулировку, типа «несоответствие издательским планам».

12. Прежде чем посылать ваш текст в издательство, посмотрите сайт издательства и книги, которые оно издает. Возможно, вы пишете в том жанре, на котором издательство не специализируется. Тогда посылать им текст заведомо глупо – ответа не будет. Так, если вы написали любовный роман, а издательство издает исключительно фэнтези, то совершенно понятно, что ради вас политика издательства не поменяется даже в том случае, если роман гениален. Стоит также посмотреть, как давно издавалась та или иная серия. Возможно, подходящая серия закрылась несколько лет назад, а другие не соответствуют вашему предложению.

Литературный агент также может помочь получить рецензию или отзыв на книгу у известного писателя или журналиста, направив ему примерно такое письмо:

Письмо журналисту, известному писателю, поэту с просьбой прочитать книгу

Образец одного из вариантов текста письма (от имени лигента), сопровождающего отправку. Письмо согласовывается с автором.

Если автор сопровождает отправку собственным письмом, оно также должно быть согласовано с издательством.

Уважаемый _____!

Я, литературный агент Ирина Горюнова, имеющая государственную лицензию № ..., предлагаю Вам ознако-



миться с книгой нашего автора, и если она покажется Вам интересной и значительной,— высказать о ней свое мнение — в прессе, в письме в редакцию или автору. Ваш домашний адрес без Вашего желания автору сообщаться не будет.

Я специализируюсь на издании авторов современной поэзии, прозы, драматургии, а также научных и научно-популярных работ разными тиражами. Работаю с российскими и зарубежными авторами, максимально используя возможности Интернета. В среднем помогаю издавать по 20-30 книг в год, стараясь заметить и выделить среди них те, которые могут стать интересным явлением в современной литературе.

Книги, которые, на мой взгляд, интересны не только близкому окружению автора, но и широкому кругу читателей, я стремлюсь продвигать. С этой целью я и посылаю Вам книгу. Как Вы, наверное, знаете, ситуация в мире некоммерческой литературы на сегодняшний день достаточно тяжела — автор, не обладающий заметными средствами на рекламу, не может найти прямого пути к читателю. На его пути стоят те, кто хочет ограничить читательский спрос несколькими именами, приносящими прибыль определенным лицам, поэтому книги авторов некоммерческой литературы с трудом принимаются в магазины, о них нелегко опубликовать материал в прессе, даже если журналисты или критики искренне хотят написать о том или ином издании. Я прошу Вас отнестись с пониманием и вниманием к посланной Вам книге, прочесть ее и по возможности проявить обратную связь. Я уверена, что от нас, издателей и критиков, представителей прессы, во многом зависит духовное благополучие русской литературы, само ее существование (и не только в России). Кастовость в литературе ведет к невосполнимым потерям в культурной жизни общества, тогда как разнообразие новых литературных имен — залог благополучия этой культурной жизни.

С уважением, Ирина Горюнова



К какому агенту обращаться? Если у вас нет опыта работы с агентами или друзей, которые пользуются услугами литературного агента, смотрите информацию об агентах в Интернете. Можете пообщаться с кем-нибудь в блогах и спросить совета. Только спрашивать его надо у публикующихся авторов, а не у завистливых неудавшихся писателей, которых пока так и не опубликовали. Неудача в работе с агентом может быть связана не с плохой работой агента, а с низким уровнем рукописи отвергнутого претендента.

Если агент или агентство соглашается, попроситесь на встречу и составьте собственное мнение о человеке, с которым вам, вероятно, доведется работать. Я намеренно не оставляю в книге контактов других литагентов, потому что иногда случается следующее: «А мне вас рекомендовали такие-то...» — говорят по телефону. Это может быть и уловкой, поскольку ни один уважающий себя агент не будет давать рекомендаций другому агентству. Если рукопись нравится — будет работать сам, если нет — откажет, но при этом не будет сваливать «шлак» на другого. Исключение составляет работа с субагентами других стран, но и тогда работа ведется только между двумя агентами.

6. Зарубежный рынок¹

Ж е некоторые наивные писатели думают, что если их не печатают в России, то возможно издадут за рубежом. Это не так. Если вы неизвестны здесь, там вами никто не заинтересуется. Увы. На зарубежный рынок попасть гораздо труднее, чем на российский. Так что, если вам не везет здесь, значит, нужно совершенствовать свое мастерство, а может быть, стоит найти агента.

Публиковать книги за рубежом за свой счет — смысла нет никакого. Скорее всего, это аферисты, желающие вытянуть из вас деньги. Ваша книга не будет переведена и напечатана, это обман. Кроме того, не стоит самостоятельно или с помощью знакомых переводить ее на другие языки. Переводить текст должен исключительно носитель языка! Иначе перевод может оказаться таким ужасным, что это навсегда закроет для вас двери престижных издательств.

То же самое касается публикации в Интернете русских текстов, но на зарубежных сайтах. Вам якобы предлагается престижнейшая площадка, и нужно всего-то заплатить за обложку, макет и размещение книги, а потом вас ждет вал предложений от зарубежных издательств, готовых заплатить вам безумные гонорары в десятки тысяч долларов, плюс экранизация в Голливуде.

1. Большая часть информации о правилах подачи рукописей в зарубежные издательства дана на сайте (автор Рина Грант): <http://rina-grant.livejournal.com/2720.html> Много полезной информации вы можете почерпнуть также отсюда: http://zhurnal.lib.ru/editors/f/frezi_g/



Вилку дать, чтобы удобнее лапшу было с ушей снимать? Или так ходите? Раньше, на заре перестройки, так неопытный люд наперсточники разводили, цыгане и другие аферисты. Кстати, как правило, все эти предложения, опять-таки, исходят от русских, живущих за границей. Конечно, вольно-му воля, если есть лишние деньги, почему бы и не поучиться уму-разуму.

Исключение, пожалуй, составляет издательство «Za-za Verlag» (<http://za-za.net/>), предлагающее авторам печать по требованию. Их книги хорошего европейского уровня и продаются на сайтах Lulu и Amazon. Стоимость предпечатной подготовки и макета с обложкой минимальна, права на книгу, обложку и макет принадлежат автору. С каждого проданного экземпляра автор получает проценты. Возможно, есть и другие издательства, работающие на подобной основе, но оценить качество их работы у меня не было возможности, поэтому рекомендовать их я не могу.

Есть агенты в России, которые специализируются и на переводах книг за рубежом. Например, «Банке, Гумен & Смирнова». Вы можете попробовать обратиться к ним. При этом следует помнить, что конкуренция будет гораздо больше, чем на российском рынке, да и требования гораздо жестче.

Если вы все же будете искать переводчика, имейте в виду:

- скорее всего, вам придется переводить текст книги полностью, поскольку вы не самый известный автор;

- поискать переводчика вы можете на сайтах: <http://proz.com> или <http://translatorscafe.com/>;

- стоимость перевода будет у всех разной, примерно от 3 до 5 тыс. долларов за книгу в 10 авторских листов;

- если вы не владеете языком, вам необходим кто-то знакомый, который смог бы оценить качество перевода. Поэтому стоит для начала попросить перевести пару страниц текста, а уже потом решать, будете вы работать с данным переводчиком или нет. Иначе вы можете получить настолько безобразный перевод, что стыда не оберетесь.



Где искать зарубежных агентов? Есть несколько сайтов, готовых раскрыть вам эти секреты, но информация на них платная, поэтому думайте: платить или не платить. Это сайты: <http://literarymarketplace.com> или <http://writersmarket.com>.

И все-таки: что самое важное для русского автора, стремящегося издаться на английском (к примеру) языке? Написать талантливое, сильное произведение? — Безусловно. Найти профессионального литературного переводчика, носителя английского языка? — Абсолютно необходимо. Заинтересовать своим сочинением профессионального, «легитимного» (legit) агента или издателя? — Без этого никак. Но одна маленькая деталь может свести на нет все вышеупомянутые действия автора, и именно о ней мы поговорим в первую очередь. Это — порядок и этикет обращения в англоязычные издательства и агентства. За многие десятилетия интенсивной деятельности издательский бизнес, прежде всего в США, выработал жесткие нормы оформления рукописи и процедуры ее подачи. Они во многом разительно отличаются от российских, а несоблюдение их в подавляющем большинстве случаев приводит к отказу редакции, причем часто даже без предварительного знакомства с рукописью.

Американские и британские редакторы объясняют такую «тиранию» просто: если автор не потрудился выяснить, как следует правильно оформлять рукопись и в каком порядке подавать ее в данное издательство, такой автор — дилетант и лодырь, который не принимает всерьез ни свое творчество, ни книгоиздательский бизнес. Конечно, не исключено, что этот лодырь написал гениальное произведение. Но в среднестатистическое американское издательство поступает самотеком в среднем от 300 до 900 рукописей в год (это помимо плановых и затребованных произведений), и из них в производство будут приняты в самом лучшем случае одно-два. При таком раскладе у издательства нет ни времени, ни необходимости нянчиться с талантливыми дилетантами. И решение по неправильно оформленным рукописям принимается одно: в корзину.



Поэтому на этом, самом первом, этапе нам уже необходимо знание английского языка. И первым выученным английским словом русского автора должно быть: Writers' Guidelines. Дословно – «Указания для авторов». Возможны варианты: Submission Guidelines, Guidelines for Contributors и проч. (Кстати, словом submission – дословно, «поступление» – называется любая присланная в редакцию рукопись.) Writers' Guidelines – это документ, в котором издательство или агент перечисляют свои требования к присылаемым произведениям. Иногда это сухая, короткая справка: «Современная экспериментальная проза, предпочтение отдается афроамериканской тематике. Фэнтези, детективы, дамские романы не рассматриваются. Оформление рукописи: стандартный формат. Только эксклюзив. Электронные заявки и поступления не рассматриваются. Ответ редакции в течение 5-6 месяцев».

Иногда Writers' Guidelines (WG) превращаются в прощанные методички на нескольких листах с более или менее дружелюбными рекомендациями автору в отношении желаемого стиля, жанра, сюжета, а также имен и специализации конкретных редакторов. В любом случае, соблюдение всех перечисленных в них требований – это абсолютное, обязательное условие обращения в данное издательство или агентство. Если они пишут, что не рассматривают фэнтези, то не посылайте им фэнтези! Если они не рассматривают электронные заявки – не посылайте ничего по мылу! Если дамские романы рассматривает Нора Смит, не адресуйте их Джону Брауну! И если они требуют эксклюзив – значит, ни в какое другое издательство вы уже вашу рукопись до их окончательного ответа не имеете права посылать.

Другими словами, если ваша рукопись в чем-то не соответствует их требованиям, – или изменяйте рукопись, или посылайте ее в другое место. Это – правило. Как известно, из всякого правила бывают волшебные, случайные исключения, но они, скорее всего, не про нас.



При всем внешнем различии, некоторые требования остаются общими для всех или подавляющего большинства WG. Поговорим теперь о них.

No electronic queries/submissions. Действительно, абсолютное большинство профессиональных, «легитимных» (legit) агентств и издательств США и Великобритании не вступают в переписку с потенциальными авторами по электронной почте. В отличие от России, где рукописи часто отсылаются именно «по мылу», английские и американские предпочитают иметь дело только с «бумажными» документами (hard copy), присланными обычной (неэлектронной) почтой (snail mail). Причин этому несколько.

1. Традиция. В 1990-е годы казалось логичным, что издательства схватятся за возможность легко и без затрат вести переписку. Произошло обратное: «электронная почта» в глазах маститых редакторов стала синонимом интернетовского самиздата. «Мы так вели дела 100 лет, и проблем не возникало». Ситуация еще хуже в Великобритании, где значительная часть солидных агентств и издательств до сих пор предпочитают не иметь своего сайта и электронного адреса. Исключение составляют начинающие, маленькие и онлайн-вые издательства, которые часто (но тоже не всегда) согласны вступать в переписку с авторами «по мылу». Принцип простой: чем мельче издательство или агент, тем больше вероятность, что он принимает заявки и рукописи по электронной почте. Как это узнать? — прочесть их WG.

2. Удобство. Абсолютное большинство англоязычных рецензентов и редакторов предпочитают читать текст на бумаге, а не на экране. Все они сходятся во мнении, что на бумаге впечатление от произведения другое, да и ошибки заметнее. Распечатывать же за свой счет все 300-900 произведений, из которых в лучшем случае будут приняты 1-2, редакция не намерена.

3. Защита от графоманов. Слышала я и такое редакторское мнение: отсылать обычной почтой увесистый роман



в одно издательство за другим, по полгода дожидаться отказа и пересылать дальше — на это способен не каждый, тут нужны определенная целеустремленность и хотя бы зачаточный профессионализм. Даже если автор бездарен, такое упорство заслуживает уважения со стороны редакции. Но даже в этой ситуации более 90% самотека составляют графоманы. И если вся процедура отправки произведения сведется к нажатию кнопки, издательства и агентства захлестнет волна «произведений» от психически больных людей, для которых Интернет — часто единственная отдушина.

Исключения:

1. Журналы — и бумажные, и онлайнные — часто с удовольствием принимают заявки и готовые статьи/рассказы «по мылу». Но всегда следует уточнить в WG! Вариантов тут не счастье: заявка «по мылу» — произведение почтой или произведение почтой плюс дискета, или произведение «по мылу», но в строго оговоренном формате (text, RTF и т.п.). Нарушить любое из этих правил — и произведение сотрут, не читая.

2. Единственный случай, когда автор может с чистой совестью вступить в электронную переписку с издательством или агентом,— это чтобы запросить вот эти самые WG. Естественно, сначала нужно проверить их наличие на сайте издательства. Также они печатаются во всех справочниках, таких как, например, *Writers' and Artists' Yearbook*. Но я бы не рекомендовала руководствоваться справочниками. В-первых, где их купить русскому человеку, а главное, в них публикуются данные в лучшем случае за прошлый, если не позапрошлый год. За это время мог смениться издатель, могли полностью измениться требования к произведениям, мог измениться адрес... мало ли что. Очень мило будет, если вы пишете заявку на имя редактора, а он уж год как умер! Поэтому, если у издательства или агента нет сайта или на сайте отсутствует страница *Writers' Guidelines* (что тоже случается, и вовсе не говорит о том, что издательство/агент не заинтересованы в новых авторах), вполне прилично послать



им электронной почтой кратенькую мессагу следующего образца:

*John Smith, Editor
ABC Publishers*

Dear Mr. Smith,

Could you be so kind to send me a copy of your writers' guidelines, please? Thank you.

Подпись

Не нужно описывать ни себя, ни свое произведение — скорее всего, это письмо и близко к мистеру Смиту не попадет, а какая-нибудь редакционная девочка шлепнет ответ с приложением Guidelines. Срок ответа может колебаться от нескольких часов до нескольких недель. Может быть и так: «В данный момент наш редакционный портфель переполнен, и мы не принимаем...» Если ответа нет вообще — лучше всего перестраховаться и вычеркнуть данное издательство или агента из своего списка до выяснения всех обстоятельств.

Теперь про другие общие черты WG.

No multiple submissions. Это очень просто. A multiple submission — это отправка одновременно нескольких произведений в одну редакцию, когда им нужно от вас только одно. Например, несколько рассказов в журнал, «на выбор». Как правило, это не приветствуется и даже может повредить автору: если первое из предложенных сочинений покажется редактору слабоватым или несоответствующим профилю издательства, к остальным уже будет гораздо меньше интереса. Но некоторые журналы, особенно онлайн-овые, терпимо относятся к multiple submissions. Они обязательно указывают на это в своих WG.

No simultaneous submissions. А вот это уже гораздо серьезнее. A simultaneous submission — это одновременная подача од-



ного произведения на рассмотрение в два и более мест. Нечто вроде «одновременная рассылка». Большинство серьезных, крупных издательств, агентств и редакций журналов категорически не приемлют simultaneous submissions. Им нужен полный эксклюзив. Другими словами, посылаете рассказ или роман — полгода ждете ответа — получаете отказ — шлете дальше тем, кто у вас следующий по списку. Но никогда — сразу в несколько мест! Если редакция терпимо относится к simultaneous submissions, они обязательно говорят об этом в своих WG, причем, как правило, с добавлением: «в случае одновременной рассылки просим поставить нас в известность». Это означает, что в сопроводительном письме к рассказу/роману вы должны будете приписать: This is a simultaneous submission. Возможно, это негативно скажется на отношении к вашему произведению.

Исключение: единственное исключение из этого правила составляют заявки, которые можно слать во много мест одновременно. Но если издательство или агент в ответ на вашу заявку просто запросили отрывок из рукописи, уж лучше перестраховаться и предоставить им на отрывок эксклюзив. На полные же рукописи эксклюзив полный, если в WG не сказано иначе. Издательский мир США не такой большой, все друг друга знают, и если два редактора случайно, по закону подлости проведуют, что оба рассматривают одно и то же ваше произведение... откажут оба и остальных про вас предупредят.

Законный вопрос: так что же, по полгода сидеть и ждать отказа?! Ответ: да, сидеть и ждать. Писать другие произведения. Или идти печататься за свой счет.

А поскольку писать и выговаривать simultaneous submission — язык ломаешь, укоренилось жаргонное словечко simsub: a simsub, to simsub, simsubbing.

Еще распространенные в WG термины:

No unsolicited submissions. Или наоборот: Unsolicited submissions are welcome. To solicit в данном контексте зна-



чит «запросить», «затребовать». To solicit a manuscript — запросить, затребовать рукопись у автора. Соответственно unsolicited manuscript или submission — это рукопись непрошенная, редакцией не заказанная, поступившая самоотемом. Даже начинающие англоязычные авторы пугаются этой страшной надписи — no unsolicited submissions. Пугаются потому, что путают ее по смыслу с похожей надписью «no unagented submissions», означающей, что издательство принимает рукописи только от агентств. На самом деле выражение «no unsolicited manuscripts/submissions» совсем не страшное, и означает оно всего-навсего то, что редакция принимает рукописи только на основании предварительной договоренности — заявки. Пожалуйста, пишите заявку, а если получите на нее положительный ответ, тогда и посылайте произведение.

А вот no unagented submissions — это значит, что без агента в такое издательство нет смысла и соваться. Значит, сначала найдем агента, а уж агент потом сам разберется, в какие издательства лучше наше сочинение направить.

Standard Manuscript Format (SMF), или Правильное оформление рукописи англоязычного художественного произведения.

Все поступающие в американские и британские редакции произведения должны быть оформлены ТОЛЬКО как SMF. Все не соответствующие данному формату рукописи отвергают, не читая (поскольку это свидетельствует о недостаточном профессионализме автора и незнании требований издательской индустрии).

Внимание! Всё нижеследующее относится к БУМАЖНЫМ, а не электронным рукописям. Требования к электронным поступлениям могут различаться следующим образом: обычные «бумажные» редакции, в тех редких случаях, когда они принимают рукописи по электронной почте, также предпочитают, чтобы они были оформлены как файл Word RTF в стан-



дартном формате, описываемом ниже. Но в случае подачи произведения в онлайн-издание по электронной почте следует внимательно изучить их Writers' Guidelines, в которых могут быть перечислены требуемые ими отступления от SMF. Эти личные редакционные предпочтения – например, отправка рукописи как файл txt (в котором все форматирование, естественно, пропадет) или пропуск строки вместо красной строки, или некий предпочитаемый ими фонт – автор также должен соблюдать неукоснительно.

Что же касается бумажных рукописей, они могут быть поданы в англоязычное издательство/агентство ТОЛЬКО в следующем виде:

1) бумага формата А4 (в США несколько другой формат, чуть короче и шире, но европейский стандарт А4 тоже принимается);

2) бумага ТОЛЬКО белая не менее 80 г/кв.м (лучше 90);

3) если роман, то стопкой рассыпью в крепкой картонной коробке подходящего размера (рукопись должна быть не переплетенная, категорически не скрепленная ничем) плюс сверху сопроводительное письмо, даже если рукопись затребована;

4) если рассказ или статья, то скрепить сверху слева обычной канцелярской скрепкой (не скобкой, как тетрадь, не степлером!) и послать, не сгибая, в конверте формата А4 с приложением сопроводительного письма (если рукопись совсем тоненькая, например два листочка стихотворений, то можно сложить вдвое и послать в соответствующего размера конверте);

5) поля 2,5 см со всех четырех сторон;

6) правое поле РВАННОЕ (установить выравнивание по левому краю, но ни в коем случае не по ширине – правое поле должно быть неровным);



- 7) печать только черная;
- 8) фонт ТОЛЬКО Курьер 12 (Courier, Courier New или Dark Courier одинаково разрешаются);
- 9) расстояние между строками два интервала;
- 10) абзацы в художественном произведении выделяются красной строкой (а не пропуском строки);
- 11) пропуск строки в тексте, обозначающий разделение двух сцен художественного произведения, обозначается значком «#» в центре пустой строки (чтобы наборщику было его легче заметить);
- 12) в правом верхнем углу каждой страницы произведения должен стоять колонтитул: фамилия автора/ключевое слово из названия/номер страницы. Например: Twain/Huckleberry/265. Настройка колонтитула имеется в Ворде. Это обязательное требование ко всем рукописям;
- 13) курсив в тексте заменяется подчеркиванием (тоже чтобы наборщику было легко разглядеть);
- 14) **болд** в тексте заменяется двойным подчеркиванием (можно от руки, если в компе нет);
- 15) каждая глава начинается примерно с середины нового листа;
- 16) и, конечно, текст только на одной стороне листа!
- 17) и (тоже конечно) никакого эффектного форматирования типа разбивки текста на колонки или выделения какой-то части текста в рамочку не должно быть. Редактор сам сообразит, как ему что форматировать. Задача автора – преподнести голый текст без всяких фенечек.



Титульный лист рукописи (не путать с cover letter, сопроводительным письмом, оно прилагается отдельно):

1) в левом верхнем углу титульного листа произведения столбиком через 1 интервал – полное имя автора по паспорту (не псевдоним!) и полный подробный адрес с телефоном и электронным адресом;

2) напротив в правом верхнем углу ставится количество слов, округленное до ближайших 10,000 слов в романе или ближайших 500 слов в рассказе. Например, если это рассказ, то не 3658 words (неправильно), а 3500 words. Если это роман, то не 67,931 words, а 70,000 words;

2а) если автор разрешает редакции не возвращать ему рукопись, то под количеством слов столбиком ставится словечко Disposable;

3) затем, отступив вниз до середины страницы, в центре ставится название произведения (простым Курьером 12 без подчеркиваний, болда и прочих фенечек), а ниже через 2 интервала центруется byline – имя или псевдоним автора, под которым он хочет напечатать произведение. Это имя может полностью отличаться от настоящего имени, указанного в левом верхнем углу;

4) если это рассказ или статья, то, отступив еще немного вниз, начинается текст с тем расчетом, чтобы влезло строчек 5-7. Имеет смысл поэкспериментировать с расположением текста на первой странице, чтобы выглядело красиво и хотелось перевернуть страницу и читать дальше;

5) если это роман, то текста на первой странице нет, а начинается текст на второй странице, отступив вниз до середины листа.

Возможные отступления от SMF:



1) в узкоспециальной научной и технической литературе принято использование фонта Times New Roman вместо Курьер. В художественной – только Курьер! (он облегчает расчет объема произведения и наименее вреден для глаз). Никакие другие шрифты не допускаются;

2) в нехудожественной литературе, особенно журнальных статьях, абзацы не выделяются красной строкой. Вместо этого абзацы разделяются пропуском строки;

НИКОГДА ни в каких целях нельзя пользоваться машинным переводом. Это игрушка для программеров, практической ценности не имеющая. Отредактировать машинный перевод нельзя, потому что он настолько запутывает смысл, что проще и быстрее перевести все по новой... по-человечески, живым переводчиком. А человек, не совсем уверенно владеющий языком, в жизни не сумеет отредактировать машинный перевод до уровня нормального.

1. Чем солиднее издательство, агент или редакция, тем ниже шансы, что они ведут переписку с авторами по электронной почте.

Самые крупные не общаются с незнакомыми авторами вообще. Наиболее известные издательства работают только со строго ограниченным списком «своих» авторов и агентов. Пробриться к «их» агенту в большинстве случаев практически невозможно. Повторяю, чудеса случаются, но крайне редко и, по закону Мёрфи, они произойдут не с нами.

Следовательно, придется либо ограничить свой список теми, кто принимает письма от авторов по электронной почте (а это в большинстве случаев второразрядные, начинающие и онлайн-вые издания), либо разоряться на нормальные почтовые отправления. Впрочем, разоряться особенно и не придется: заявки и синопсисы, даже с вложением оплаченного обратного конверта, довольно легкие (3-4 листочка) и вряд ли превысят стандартное 20-граммовое письмо.



А сам материал — отрывок из рукописи (он называется a partial или просто pages, например: «An agent wants to see my pages!» — «Агент хочет посмотреть отрывок!») или всю рукопись целиком — нам доведется посылать от силы раз в полгода.

Есть еще ход конем, позволяющий сэкономить на почтовых расходах. Им часто пользуются коллеги-авторы, живущие в разных странах. Если у вас есть друзья или родственники в стране, куда вы хотите послать свое произведение, вы свободно можете отправить им рукопись по мылу, а они ее сами распечатают и отошлют в редакцию — местный почтовый тариф, естественно, во много раз дешевле, а рукописи в США даже подпадают под особый «медийный» тариф, со скидкой. Вы же с ними потом рассчитаетесь сами, что будет намного дешевле, чем посылать тяжеленную рукопись из России почтой.

Распечатать рукопись и послать по указанному адресу — дело несложное, его можно доверить любому близкому человеку. Но! Если ваши друзья или родственники сами литературой не занимаются и к издательской индустрии отношения не имеют, я бы не советовала доверять им более сложные вещи: например, поиск для вас издателя/агента и самостоятельную с ними переписку. Помощь дилетанта здесь может только навредить.

2. SASE

Я уже упоминала несколько раз (и повторю еще столько раз, сколько нужно будет), что к любому посланию в редакцию автор должен приложить пустой конверт, адресованный себе любимому, и с оплаченной доставкой. Такой конверт называется SASE — Self-Addressed Stamped Envelope. Англичане (мы в течение этого курса узнаем, что британская издательская терминология в некоторых мелочах отличается от американской) называют такой конверт SAE — Stamped, Addressed Envelope.



Редакция отправит в этом конверте свой ответ автору. Ответ может быть либо отрицательный, либо (очень хочется в это верить) положительный, но если автор не приложил к заявке или рукописи этот самый оплаченный, адресованный себе конверт, то ответа из редакции он не дожидается никогда.

SASE — это один из самых незыблемых элементов редакционного этикета. Это также первая препона на пути вашей рукописи. На письма, к которым не приложен SASE, англоязычные редакции не отвечают! Эти рукописи первыми летят в корзину, так как никто их не читает, и никакие объяснения-извинения автора в расчет не берутся.

Резонный вопрос: а где же взять иностранные марки, которые надо приложить к конверту?

Раньше была такая превосходная вещь, как IRC (International Reply Coupons) — международные купоны для ответа. Редакции охотно их принимали вместо марок, и все были довольны. Теперь редакции практически не принимают IRC, так как их нужно потом идти отоваривать на почте, а англоязычные редакции, агентства и издательства, как я еще объясню ниже, принципиально строят свою работу так, чтобы на почту лишний раз не ходить.

Так что теперь в плане марок приходится крутиться. Лучше всего в этом смысле США и Великобритания, так как у них есть сайты, где американские марки можно заказать по почте, а британские так просто даже распечатать с принтера. Для этого, однако, нужна оплата по карте — Visa, MasterCard и что там еще.

С Канадой дело хило, так как их почта продает свои марки за рубеж только как коллекционные, т. е. упаковывает их так надежно и роскошно, что пересылка стоит во много раз дороже самих марок. Тут придется покрутиться: можно даже в Интернете у коллекционеров поспросить НЕГАШЕ-



НЬЕ марки нужной страны. На аукционах Ebay тоже иногда негашеные марки попадают.

Там же на сайте можно рассчитать стоимость отправлений по весу. В отличие от России, где «рукописи не рецензируются и не возвращаются», англоязычные редакции всегда возвращают непринятую рукопись автору — в том случае, если автор приложил к рукописи оплату обратной пересылки. Но вряд ли имеет смысл этим пользоваться: посылка с рукописью (скажем, 3 фунта, 1300 грамм максимум) обойдется нам в 23 бакса с копейками. Да и вернется-то наверняка потрепанная в странствиях, еще и с пятнами от кофейных чашек, ни в какое другое место вы ее уже послать в таком поношенном виде не сможете.

В такой ситуации гораздо дешевле будет каждый раз распечатывать рукопись заново, чем оплачивать ее возврат из-за рубежа. Поэтому проще поставить на титульном листе рукописи в правом верхнем уголке словечко Disposable — «возврату не подлежит», и редакция в случае отказа просто выкинет ее в бумагорезку, сэкономив этим ваши денежки. (Нет, никто вашу рукопись не украдет, не волнуйтесь. Они и так не знают, куда им от рукописей деваться.)

Поэтому, если вы не хотите переплачивать за возвращение вам вашего опуса, пометьте рукопись как Disposable и приложите к рукописи этот самый SASE. В этом конверте редакция и пришлет вам ответ.

А если вы все-таки хотите, чтобы вам вернули все материалы, то приложить придется не только оплату обратной пересылки, но и соответствующего размера конверт (если это роман, то рукопись вернут в той коробке, в которой она пришла).

Имейте в виду, что марки лучше на конверт не наклеивать, а прицепить к конверту скрепкой.

И, конечно, если вы послали рукопись по мылу проживающему в этой стране другу или родственнику, он без про-



блем купит нужное количество марок и приложит их к вашему пустому конверту.

И еще раз повторю: рукописи, к которым не приложен SASE, летят в корзину непрочитанные! Их регистрируют во входящих с пометкой «отсутствует SASE» и отправляют прямиком в бумагорезку!

Некоторые агенты, издательства и особенно редакции журналов идут навстречу авторам из-за рубежа: иногда они готовы принимать рукописи от иностранных авторов (но не от местных!) по электронной почте. Обо всех этих послаблениях они обязательно говорят в своих Writers' Guidelines. Если в WG ничего об этом нет — не испытывайте судьбу и посылайте рукопись обычной почтой.

И самое последнее на тему почтовых отправлений. Еще одно неписаное правило англоязычной издательской индустрии — это запрет на письма заказные, срочные, «с уведомлением» и проч. — т. е. любые отправления, в получении которых нужно расписываться. Редакторы — занятые люди, их часто не бывает на месте, и у них совершенно нет времени стоять в очереди на почте, чтобы им выдали очередную неподходящую для них рукопись. Поэтому все рукописи должны отправляться обычной, не заказной почтой. Оно и дешевле выйдет.

И, наконец, самое-пресамое последнее: никогда не посылайте единственный экземпляр рукописи. У вас всегда должна оставаться хотя бы одна копия. И как минимум одна копия должна у вас храниться на бумаге! Не доверяйте компьютерам, ключам памяти, дискам и дискетам: они могут заглохнуть, гробануться и навеки похоронить в своих недрах ваше произведение. Надежнее бумаги пока ничего не придумано.

3. Обращения в переписке

Любые письма — обычные или электронные — в англоязычное издательство или агентство всегда должны адресоваться



на имя конкретного человека: редактора или агента. Кажется, совсем просто, но этот момент надо уяснить предельно четко. К этому там очень щепетильное отношение. Иначе говоря, не должно быть никаких безличных обращений типа Dear Editor или того пуще «Dear Sir or Madam». Всегда пишем: Dear Mr. (или Ms., если это женщина) плюс фамилия.

Прежде чем адресовать письмо в конкретную редакцию или агентство, нужно убедиться, что вы посылаете его именно тому человеку, который уполномочен рассматривать произведения этого рода. Естественно, в большом издательстве или агентстве бывает несколько редакций, каждая из которых может работать с одним конкретным направлением или жанром. Поэтому, если в WG не сказано иначе (например, «все рукописи должны быть адресованы на имя главного редактора»), от автора ожидается, что он адресует рукопись именно тому редактору, который работает с данным типом произведений. В подавляющем большинстве случаев их имена указываются в Writers' Guidelines или списках редакционных сотрудников — на сайтах это обычно страницы About Us или Contact Us.

В самом крайнем случае допустимо позвонить в редакцию, чтобы выяснить имя и должность человека, который занимается рукописями данного рода. Такого рода звонки допускаются «редакционным этикетом». В отличие от России, где многие редакции и издательства спокойно относятся к звонкам от авторов, а некоторые их даже поощряют («позвоните нам насчет рукописи недельки через три»), американские и отчасти британские издательства и агентства крайне негативно относятся к подобным звонкам. «Позвонить по поводу рукописи», «напомнить о себе» в лучшем случае бесполезно, а в худшем может повредить шансам сданной рукописи. Но звонить с целью выяснить правильное имя, должность и (см. ниже) пол редактора — нормально и даже похвально. :-)

Если редакция большая, но имена сотрудников не афишируются, следует адресовать письмо на имя главного ре-



дактора. Никогда, однако, не следует адресовать письма на имя ассистента/помощника редактора или рецензента, не смотря на то, что именно они, скорее всего, и будут заниматься вашим произведением.

В отличие от рукописей (которые ВСЕГДА, за исключением научно-технических работ для специализированных изданий, должны оформляться как Курьер 12, через два интервала, выравнивание по левому краю и т.д.) сами письма (включая заявки и синопсисы) должны оформляться не как рукопись, а как деловая переписка: Таймс 12 или 10, через один интервал, выравнивание по обоим краям. Действительно, зачем нам Курьер или выравнивание по левому краю — ведь они придуманы для того, чтобы легче было рассчитать объем написанного, а считать слова в письме или заявке никто не собирается. И через два интервала тоже незачем писать — ведь никто не будет править наше письмо или синопсис, никто не будет делать пометки между строк.

Как и в случае с титульным листом рукописи, всегда следует поэкспериментировать с расположением текста письма, чтобы выглядело красиво и с достоинством. В отличие от рукописей, заявок и синопсисов, которые всегда подаются только на белой бумаге, деловые письма можно писать на бумаге очень светлых пастельных тонов (особенно слоновой кости и сероватый), можно придумать красивую «шапку» со своим адресом — главное не переборщить. Чем скромнее, тем лучше.

Шапка письма (и в бумажном, и в электронном варианте) будет такая:

Столбиком в левом верхнем углу или по центру ваши контактные данные:

Полное имя по паспорту (не псевдоним!)

Полный почтовый адрес

Телефон обычный и мобильный с указанием кодов



Электронный адрес
Сайт (если есть)

Правило тут такое, что контактных данных необходимо предоставить как можно больше, чтобы в случае необходимости редакция или агент могли с вами связаться любым образом как можно скорее.

Затем, пониже вашего обратного адреса, столбиком в правом верхнем углу листа или левом верхнем углу электронного письма ставится:

Имя и должность редактора/агента
Название издательства/агентства
Полный почтовый адрес
Адрес сайта
Электронный адрес (если у данного редактора есть свой отдельный адрес e-mail, привести именно его, а не «общий» адрес издательства).

Затем идет личное обращение.
Например:

John K. Brown, Editor

*ABC Publishers
154 «B» Lime Street
Brighton B1 1AB
Great Britain
www.abcpublishers.com
johnkbrown@abcpublishers.com*

Dear Mr. Brown,

В случае, если письмо адресуется редактору-женщине, чье семейное положение автору письма неизвестно, современная политкорректность требует использовать титул Ms. («миз»). Например: *Dear Ms. Brown.*



Бывают сложные случаи – например, когда по имени редактора или агента невозможно определить, дяденька это или тетенька. По закону подлости двуполые имена типа Бобби, Робин или Алекс весьма распространены среди редакторов. В таких случаях придется провести небольшое исследование: поискать в тексте сайта, нет ли где фотографии данного сотрудника, не упоминается ли тот где-нибудь как «он» или «она» и т.п. В особо сложных случаях приходится и погуглить: поискать ссылки с информацией по данному человеку, поспрашивать коллег-авторов на форумах и проч. В крайнем случае (см. выше) позвонить в редакцию. И только в том случае, когда найти эту информацию почему-то оказалось невозможно (а так практически никогда не бывает – почти всегда можно найти в Сети интервью с данным редактором/агентом, фотографию или даже отдельный собственный сайт), только тогда можно использовать следующую неуклюжую, грубоватую, но в данном случае извинительную форму обращения, например:

Dear Editor Alex Brown,

или

Dear Agent Robin W. Smith.

Лучше использовать эту форму обращения, чем обозвать женщину-редактора «мистером».

Обратный случай – это когда редактор или агент очень известные в своей области люди, чье имя у всех на слуху. Тут особенно важно не ошибиться, ведь ошибка в имени или звании будет говорить не только о вашей лени, а о простейшем невежестве – хорош автор, который посылает рукопись знаменитому редактору или агенту, а сам даже не знает, как пишется его имя! «Кто же не знает товарища Крупского!» Даже не читая рукопись, уже ясно, что автор в данном жанре зеленый новичок, да еще и не особо эрудированный.



И из этого логически проистекает пункт четвертый:

4. Всегда следует показать в письме знакомство с деятельностью издательства/агентства/редакции

Достаточно одного предложения, но оно должно быть искренним (но не подхалимским) и деловым. Смысл тут в том, что редактор/агент должен видеть, что ваше письмо — не массовая рассылка, что вы написали его в единственном экземпляре специально для них, что вы знакомы с их деятельностью, читали их последние книги, что вы видите свое произведение именно в их руках. Но ни в коем случае не льстить, не подхалимничать и вообще очень важно соблюсти меру: если вам уж так хочется сказать им (даже от всего сердца) комплимент, лучше приберегите его до тех пор, пока они не примут вашу рукопись. Любой комплимент их деятельности на данном этапе будет восприниматься как подхалимаж. Но несколько деловых, доброжелательных слов произнести необходимо.

5. Особенности электронной переписки

Их мало, но и тут есть нюансы. Во-первых, всегда следует оформлять электронное письмо наподобие делового. То есть в левом верхнем углу ставится шапка с вашим адресом и полным именем (не псевдонимом), затем, через пропуск строки, «кому» — конкретному человеку, затем полный адрес редакции, плюс дата. Такое письмо сразу производит хорошее первое впечатление: видно, что оно писалось всерьез и не впопыхах. Также всегда есть вероятность, что письмо будет распечатано для архивов — так пусть выглядит не как панибратская мессага, а как образец деловой корреспонденции.

Второе — размер. Как «бумажное» деловое письмо должно уместиться на одном листке бумаги, точно так же электронное письмо надо по возможности стараться уместить в видимое поле, чтобы читающим не надо было пробегать



его колесиком мыши вниз. С учетом «шапки» с адресами места это оставляет очень мало, но краткость — одно из главных достоинств писателя :-)) Идеальное письмо — два-три абзаца по два-три предложения. Пять абзацев — абсолютный максимум, даже для заявки это многовато.

Третье — сабж. Он должен быть одновременно деловым и нестандартным, чтобы не угодить в спам. Идеальный сабж рукописи такой:

Submission. Name Of Story by Author's Pen Name

(подставить название произведения и свое имя или псевдоним, например:

Submission. War and Peace by Leo Tolstoy).

А заявки (query letter) следующий:

Query. Name of Story by Author's Pen Name

(подставить аналогично).

Не забудьте, что ниже в шапке со своим адресом нужно указать не псевдоним, а свое настоящее полное имя по паспорту! Подписать же письмо можно как настоящим именем, так и псевдонимом.

Иногда редакции, особенно онлайн-журналов, указывают в своих Writers' Guidelines особые хитрые требования к сабжам электронных отправок. Например: «POETRY — Name of Poem» (не указывать имя автора) или «Fantasy Story Submission» (но вообще не указывать заголовок), или еще как-нибудь. Эти требования должны соблюдаться неукоснительно. С одной стороны, такой сабж помогает сортировать поступления, но, с другой стороны, часто это дополнительные меры со стороны редакции для того, чтобы отсеять дилетантов и халтурщиков.

Самое главное, что нужно запомнить по поводу переписки: по тому, как написано письмо или заявка, редактор или



агент уже будут судить о ваших литературных способностях. Во многих случаях неграмотное или неуклюжее письмо решало судьбу произведения. «Если человек не может составить связного предложения в сопроводительном письме, то скорее всего он этого не умеет и в рассказе», — говорит бывшая помощник редактора Рэчел Фьюнари.

По поводу отказов русскоязычному автору нужно запомнить следующее.

Во-первых, нужно готовиться к потоку отказов.

Во-вторых, поток отказов — вовсе необязательно показатель бездарности произведения. Это показатель перегруженности англоязычных редакций грамотной прозой и нехватки средств, чтобы опубликовать всё хорошее. Только у меня есть пара-тройка друзей — исключительно талантливые авторы, профессионалы, поэты слова, ни к чему не придерешься. Уж лет десять «пробиваются».

Американский писатель и педагог Джерри Клевер в своем прекрасном учебнике для начинающих авторов *Immediate Fiction*, вышедшем в 2002 году, пишет:

«Лет с десять назад, когда ситуация на литературном рынке была неплохая, некое статистическое исследование утверждало, что каждый напечатанный рассказ до своего принятия к публикации отклонялся редакциями в среднем 28 раз».

В наши дни это завышенная, оптимистическая цифра. Известны случаи, когда начинающие англоязычные авторы получали до 100 и более отказов, после чего очередное издательство благополучно принимало и печатало их произведение. Великое множество замечательных книг неоднократно отвергалось издателями, после чего попадало-таки в печать и становилось классикой. Из этого мораль: набраться терпения и не терять веры в свое сочинение.



Кстати, по поводу веры: как определить, продиктован ли отказ редакции их личными соображениями или все-таки у произведения есть серьезные недостатки? Вычислить это трудно, но возможно.

Во-первых, во всех англоязычных редакциях и агентствах существует два типа отказов. Это *form rejection letter/slip* (типовой отказ на стандартном бланке) и *personal rejection letter* (личное послание конкретному автору). Личный отказ посылается в том случае, если редакцию чем-либо «зацепило» сочинение автора, хотя использовать его она не может. Это первый сигнал того, что вы на правильном пути и вам не следует бросать занятия литературой.

«Правило тыка» гласит, что если на протяжении 2-3 лет регулярных (это где-то раз в месяц минимум) отправлений рукописей в редакции автор ни разу не получил личного отказа, а получал только типовые («Уважаемый Автор, к сожалению, Ваше произведение в данный момент не отвечает нашим потребностям» и т. п.), то, вероятно, в произведениях имеются серьезные литературные огрехи.

Во-вторых, как мне кажется, поначалу начинающему автору имеет смысл посылать свои произведения в маленькие, часто онлайн-журнальчики и издательства. Не только потому, что конкуренция там меньше (даже отпетые графоманы предпочитают слать свои опусы в «Плейбой» или «Космополитен»), а еще и потому, что в маленьких редакциях всегда есть надежда нарваться на подробный отказ с объяснениями, а то и рецензию. Некоторые (совсем маленькие и совсем онлайн-овые) даже заводят свои форумы для авторов — это скорее возможность повесить свое сочинение в Интернете, чем сдать в «настоящий» журнал или издательство. Но именно там автор может услышать, часто впервые, непредвзятое критическое мнение о своем произведении.

Существует три основных типа переписки автора с редакцией/агентством, которыми нужно овладеть по всем правилам:



это сопроводительное письмо к рукописи (cover letter), заявка (query letter) и коммерческое предложение (book proposal).

Внимание: даже начинающие англоязычные авторы часто путают понятия cover letter (сопроводительное письмо) и query letter (заявка).

Заявка, или a query letter,— это ваше предложение редакции напечатать такое-то ваше произведение. Она, в сущности, продает ваше сочинение. Заявка содержит краткую, обычно эффектно поданную информацию о произведении и данные о вас. Часто к ней прикладываются синопсис и/или отрывок, но никогда — произведение целиком. Заявка — это с вашей стороны запрос редакции: желает ли она ознакомиться с сочинением? И на заявку они вам отвечают: валийте присылайте, или спасибо, не надо.

Сопроводительное письмо, или a cover letter, в отличие от заявки не содержит никакого запроса или саморекламы. Это просто информативная бумажка, прикладываемая к любой рукописи: я такой-то, посылаю вам то-то. Прикладывается она к любому пакету в редакцию, к которому не приложена заявка (возможно, поэтому их и путают). Пишется оно в основном для того, чтобы редакции было что зарегистрировать во входящих и заархивить в папочку. С самой рукописью может много чего приключиться: она может завалиться за шкаф, попасть по ошибке в бумагорезку, рецензент может взять ее домой и потерять, а письмо лежит себе в папочке, с адресом и именем автора, с отметкой, когда была получена рукопись. В случае его отсутствия редакция, не найдя никакого упоминания в архивах, может даже сказать автору потерявшегося произведения, что оно к ним никогда не поступало! Так что в бюрократическо-канцелярском плане оно играет роль очень даже важную.

Во всех остальных отношениях это вещь совершенно ненужная и даже вредная: многие редакторы признаются, что принципиально не читают cover letters, другие их читают только после ознакомления с самим произведением, а неко-



торые даже в своих Writers' Guidelines просят не прикладывать их к рукописи вообще (такие требования тоже должны выполняться неукоснительно — в таких случаях они кладут в архив копию титульного листа рукописи, где тоже стоят адрес и имя автора).

Принцип написания сопроводительных писем предельно деловой: официальный тон, кратко и нейтрально. Один или два абзаца, в каждом одно-два абсолютно грамотных предложения. И никакого пиара и подхалимажа!

Разумеется, прежде всего вам необходимо решить, куда именно посылать ваш роман. В наши дни сделать это не проблема: в Интернете существуют как минимум несколько надежных, проверенных баз данных издательств и литературных агентств. В них публикуются ссылки только на полноправные, «легитимные» фирмы, которые действительно профессионально издают литературу и работают с авторами. Надежные базы данных либо публикуются известной, проверенной писательской организацией, либо требуют от каждого издателя/агента подтверждения профессиональных полномочий — членство в солидной профорганизации и т. п.

<http://www.anotherealm.com/prededitors/peba.htm>

<http://www.anotherealm.com/prededitors/pubagent.htm>

<http://www.internet-resources.com/writers/markets/online-guidelinesAGENTS.htm>

<http://www.internet-resources.com/writers/markets/online-guidelinesPUBLISHERS.htm>

<http://www.bloomsbury.com/WritersArea/AgentsUK.asp?&BLLI=>

<http://www.bloomsbury.com/WritersArea/AgentsUS.asp?&BLLI=>



Нужно учесть, что даже в самые солидные базы данных может закрасться дилетант или мошенник. Поэтому каждого неизвестного агента или издателя следует перепроверить — проследить «судьбу» их книг или авторов: что за книги, как пошли, упоминались ли в прессе. Уточнить биографию самого агента или издателя также не помешает, прогнать его имя и название издательства/агентства через уже упоминавшиеся ранее «черные списки».

Помимо настоящих существуют также во множестве ненадежные базы данных, на которые автору нельзя полагаться, такие, в которые попасть может любой назвавший себя издателем или агентом. Ими также можно пользоваться, но непременно нужно применять меры предосторожности — уже упомянутые и те, о которых поговорим ниже. Основной отличительный признак таких ненадежных баз данных — это если любой агент или издатель может добавить в них информацию о себе.

Также следует насторожиться, если от автора требуется платная регистрация для доступа к базе данных: доверять таким сайтам можно лишь в том случае, если они принадлежат солидным писательским организациям (которые обычно народ небогатый и таким образом иногда пытаются окупить содержание сайта). Но чем больше на платном сайте разноцветных восклицательных знаков, чем больше восторженных восхвалений предлагаемых ими услуг, свидетельств осчастливленных пользователей и прочего рекламного охмурения, тем выше вероятность, что они пытаются вам впарить лажу (или инфу, которую в другом месте можно получить бесплатно). Приведу только парочку ненадежных, чтобы было ясно, что я имею в виду:

http://www.firstwriter.com/subscriber/agents/agents_details.cgi? RecordNumber=24

<http://www.writers.net/publishers.php>



Наконец, существуют совершенно ненадежные источники данных, публикующие в основном ссылки на полумошеннические платные vanity press — игрушечные «издательства», наживающиеся на удовлетворении авторского тщеславия богатеньких графоманов и наивных новичков. Многие, наверное, замечали на последних страницах глянцевого англоязычного журнала — того же «Космополитена» — объявления вроде «Writers Wanted!» — «Требуются авторы!». Это и есть объявления от vanity press.

Страницы объявлений отраслевых литературных журналов — американский Writer's Digest прежде всего — заполнены объявлениями именно от таких мошенников. Простейшее «правило тыка» начинающего англоязычного автора гласит: если издатель или агент поместил объявление о своих услугах в Writer's Digest или другом литературном журнале — ему нельзя ничего посылать.

Итак, в надежной базе данных вы находите ссылки на всех агентов, которые рассматривают литературу, подобную вашей. Также вы находите данные всех издательств, которые принимают рукописи, подобные вашей, и не требуют наличия агента. Составляете список всех потенциальных агентов и издателей, которым теоретически может подойти ваше творение.

Затем вы внимательно изучаете Writers' Guidelines каждого агентства и издательства по отдельности. Большинство агентов и издателей публикуют WG на своих сайтах: имейте в виду, что в базах данных часто содержится только краткая выжимка из полного текста WG, поэтому всегда нужно ознакомиться с ними полностью — там может оказаться жизненно важная для вас информация. Если на сайте нет WG — пошлите мейл и ждите ответа, прежде чем принимать какое-либо решение.

Скорее всего, после внимательного изучения всех WG ваш список агентств и издательств сократится как минимум



второе: одним не подходит такая, как у вас, длина, другие требуют особого подхода к жанру, третьи временно прекратили принимать рукописи, четвертые принимают только работы местных авторов, и т. д. и т. п. Оставшиеся вы будете изучать более подробно, уже с прицелом послать им сочинение.

На сайте каждого издательства или агентства внимательно изучите всю информацию об изданных ими книгах и их авторах. Если ее почему-то нет на сайте (и такое бывает) – гуглите, пока не найдете. Пойдите на amazon.com и сайты крупнейших книжных магазинов мира, прежде всего Barnes & Noble, и внимательно прочитайте все, что можете найти о каждой книге – от выходных данных до читательских рецензий. Обязательно прочитайте отрывок из книги, если он там есть, и проанализируйте его: каковы стиль, лексикон, грамматическая сложность публикуемых книг. В идеале, конечно, надо взять книги в руки, проглядеть их как минимум, еще лучше – прочитать. Но такая возможность есть только у тех, кто имеет доступ к крупным англоязычным библиотекам или магазинам. Однако посылать рукопись в издательство только на основании их WG, не имея представления о самих изданных книгах, – часто значит заранее обречь себя на неудачу.

Затем спросите себя по каждому из агентств или издательств: что общее у всех принятых или изданных ими книг, помимо очевидного – жанра, темы, сюжета? В чем именно все эти книги соответствуют требованиям, выдвинутым редакцией или агентом в их WG? Вы заметите иногда, что некоторые из книг, казалось бы, вовсе не соответствуют изложенным в WG требованиям – почему тогда они были приняты? Кто потенциальный читатель всех этих книг, или такого нет, все книги рассчитаны на разную аудиторию? Чем моя книга может дополнить «репертуар» этого агента или издателя? Что у нее общего с теми книгами, о которых я только что прочел? И чем она от них отличается? Почему этот издатель или агент должен заинтересоваться именно моей книгой из десятков рукописей, которые он получает каждую неделю?



После того как вы честно ответите себе на эти вопросы, ваш список может сократиться еще примерно вполовину — отсеются все те, кому ваше произведение не подходит по стилю, художественному или интеллектуальному уровню, идеологии.

Оставшихся в списке распределите по степени «важности» — кому вы хотите послать рукопись в первую очередь, кому в последнюю. Делать это можно в любом порядке: кто-то распределит фирмы по степени их «солидности», кто-то по срокам получения ответов, кто-то по тому, насколько им подходит данное произведение. В любом случае не следует питать особых надежд на то или иное понравившееся вам издательство или агентство: отказы будут, в том числе и от тех, кто вам почему-то особенно приглянулся. Если вы себя убедите в том, что ваша рукопись идеально подходит тому или другому издательству, тем больнее будет принять от них отказ.

И вот теперь вы наконец можете писать им заявки.

Далее о разновидностях материалов, посылаемых в англоязычные издательства и агентства (заявки/сопроводительные письма, синопсисы/изложения содержания, отрывок/рукопись целиком).

Вариантов почти столько же, сколько самих редакций. Кому нужен отрывок (a partial) — обычно просят две или три первые главы, или сто первых страниц, или пятьдесят первых страниц. Бывают изредка и вовсе эзотерические требования, вроде «около 10 тысяч первых слов».

В любом случае, когда просят отрывок — это ВСЕГДА только начало произведения. Редактор хочет видеть, чем открывается ваш роман и как вы затем начинаете развивать. Ни в коем случае нельзя посылать отрывок не из начала; ни в коем случае нельзя посылать разрозненные главы из разных мест («самые удачные куски»). Всегда — только



начало произведения, с первой страницы по ту, на которой оканчивается третья глава, или с первой страницы по сотую, по пятидесятую и т.п.

И еще раз повторю: каждый издатель или агент предъявляет свои требования к длине отрывка, всегда упоминает их в WG, и от автора ожидается абсолютное соблюдение этих требований. Отрывки «неправильной» длины большинство редакторов отправляет в корзину, не читая.

Кстати, если отрывок им понравился и они попросили прислать всю рукопись целиком, то вы должны прислать им и начало тоже. То есть шлете рукопись не с четвертой главы, а опять с самого начала.

Синописис. Пока что надо уяснить только разницу между синописисом и an outline — изложением содержания. Если синописис — это лаконичный, в несколько абзацев, обзор всего произведения, то изложение последовательно передает содержание каждой сцены и главы. Поэтому обычно изложение гораздо длиннее синописиса и может достигать нескольких страниц на каждую главу.

Заявка и сопроводительное письмо. Если в WG издательства и агентства прямым текстом написано, что им требуется «заявка» (a query letter) — тут все просто, пишете им заявку по образцу Мойры Аллен (сейчас ниже рассмотрим на примерах, как могут выглядеть заявки на роман).

А если издательство или агентство просит от автора прислать им не заявку, а пакет материалов при сопроводительном письме (a cover letter), то тут возможны два варианта:

1. Если пакет материалов (синописис, отрывок, рукопись целиком) посылается уже после положительного ответа редакции на вашу заявку, то к этому пакету прикладывается стандартное, нудное сопроводительное письмо: «спасибо за



ваш интерес, посылаю вам то-то такой-то длины...» Как его писать, мы уже рассматривали.

2. Но часто редакции готовы рассмотреть синопсис, отрывок или всю рукопись сразу, без предварительной заявки. В таком случае они тоже могут попросить приложить к материалам «сопроводительное письмо», но писаться оно в этом случае будет по образцу заявки — это письмо и есть по сути своей замаскированная заявка.

Обычно заявка состоит из четырех-пяти абзацев. Разберем каждый подробно.

1. Первый абзац заявки

Мойра Аллен приводит пять подвидов первого абзаца, и их все можно применить к заявке на роман, с той поправкой, что речь в заявке будет идти не о журнальной статье, а о художественном произведении. Разница тут небольшая, но есть. В первом абзаце заявки на роман вы должны дать самую главную информацию о своем произведении, прежде всего основываясь на требованиях жанра и самого издательства/агентства. Обычно это краткая, в одно-два предложения, эффектная «аннотация», подчеркивающая сильные стороны сочинения.

Например, если у вас триллер (жанр, в котором традиционно сюжет важнее характеров персонажей и прочей психологии), то вы сфокусируете первый абзац именно на сюжете, на главной интриге и проблеме героя. Если у вас роман о любви, то на первый план следует выдвинуть эмоциональные отношения персонажей. Если это фантастика или фэнтези — то следует погрузить первый абзац в атмосферу вашего мира, непохожего на придуманные до вас.

Пишется такая аннотация всегда в настоящем времени. Самое главное: эти одно-два предложения должны быть предельно наполнены действием (физическим или эмоциональным), создавать иллюзию энергии и движения.



Хорошо применять в первом абзаце классическую «когда»-формулу. В ней возможно сформулировать как главный сюжетный конфликт, так и духовный конфликт героя. Например:

«Когда террористы берут в заложники семью журналиста Брауна и требуют взамен доступа к секретным архивам ФБР, перед знаменитым репортером встает выбор: предать идеалы, которые он отстаивал столько лет, или согласиться на предложение отставного неудачника-сержанта освободить близких своими силами».

Но вовсе необязательно открывать заявку именно «аннотацией» на произведение. Вы можете, например, предъявить факты или статистику — чем ваша книга отличается от уже написанных на ту же тему. Также вы можете сразу в первом абзаце показать ваше знакомство с деятельностью издательства или агентства: четко сформулируйте, почему ваша рукопись подходит именно им (например, в книге вы рассматриваете под особым углом тему, которую они неоднократно затрагивали, или основываете интересующий их сюжет на своем профессиональном опыте и т. п.). Ваша задача — захватить редактора первым абзацем, чтобы он хотя бы дочитал письмо до конца. Как вы этого добьетесь — это вопрос вашего таланта, сообразительности и воспитания. :-)

2. Второй абзац

Вслед за первым абзацем вы раскрываете название романа, длину и жанр, например:

*I enclose a synopsis and three first chapters of my SF mystery novel *Orbiting Death*, complete at 90,000 words.*

(«К письму прилагается синопсис и три первые главы научно-фантастического детектива “Смерть на орбите”, длина в законченном виде 90 тыс. слов»)



Или, если это письмо к агенту, вы обращаетесь к нему с просьбой представлять ваши интересы:

I am seeking representation for my supernatural thriller Them There Eyes, complete at 120,000 words.

Традиционно следует обязательно указать в заявке, что роман закончен – completed. Начинающий автор никогда не посылает в редакцию незаконченное произведение. Только маститые писатели имеют право заключать контракт на очередной ковырнадцатый роман на основании блеснувшей за завтраком идеи. Начинающий романист сначала должен доказать, что он в состоянии дописать книгу до конца. Поэтому от неизвестных авторов принимаются только законченные сочинения, и считается хорошим тоном упомянуть об этом в заявке.

Или такой вариант, с плавным переходом в краткое содержание:

Orbiting Death, complete at 90,000 words, is a SF mystery set in the 25th century.

За этой фразой можно в одном, максимум двух абзацах дать более подробную картину произведения, раскрыть основные перипетии сюжета, особенно если от вас не требуется синопсис. Длина таких абзацев не должна превышать трех-четырех предложений. Никакой «воды», никаких сантиментов не должно быть: текст должен быть краткий, мощный и убедительный.

3. Третий абзац

В третьем абзаце следует показать в заявке ваше знакомство с деятельностью агента или издателя. Упомяните недавние изданные ими в вашем жанре книги и авторов, в двух словах объясните, чем ваша книга на них похожа и в чем отличается. Дайте понять, что вам известно, в чем заклю-



чается их главная «фишка» — например, что они принимают романы не вообще о женщинах, а только о чернокожих американках, и не про любовь, а про их борьбу за равноправие. (Послать роман о любви в феминистское издание — это ж смерти подобно :-))

4. Четвертый абзац

Этот абзац у вас уйдет на информацию об авторе — себе. Если вы написали роман, основываясь на своем профессиональном или личном опыте, — обязательно упомяните об этом. Если такого опыта нет — деликатно промолчите, никто за язык не тянет. Если у вас есть недавние публикации в том же жанре в солидной прессе или ранее вышедшие книги — тоже обязательно упомяните. Сомнительно будет редактору, согласится, если автор шлет в редакцию роман, а сам в жизни не опубликовал ни строчки, ни одного самого малюсенького рассказика (хотя писать рассказы во многом гораздо труднее, чем романы). Но если публикаций нет — тоже промолчите: заявка сама должна демонстрировать ваше умение талантливо писать.

5. Пятый абзац

Совсем коротенько — вежливо раскланяться, упомянув **ОБЯЗАТЕЛЬНО** про оплаченный конверт.

A SASE is attached for your convenience. Thank you for your time and consideration.

(«Для Вашего удобства приложен оплаченный конверт для ответа. Спасибо за Ваше внимание.»)

Почему обязательно упоминать про конверт? Как я уже сказала, вся переписка с автором архивируется. Если ваш оплаченный конверт нечаянно потеряют, то вам не пришлют никакого ответа. Но если в письме указано, что вы конверт приложили, то тогда вина за это лежит на редак-



ции и они обязаны прислать вам ответ за собственный счет. А если вы конверт приложили, а упомянуть в письме про него забыли, то тогда в случае утери конверта они с чистой совестью (где ж им упомянуть, что именно к каждой из сотен рукописей было приложено) могут заявить, что раз в письме упоминания нет, то и конверта, значит, не было.

В каком порядке расположить эти абзацы, о чем сказать сначала, а о чем — в конце, тут не так важно. Порядок абзацев нужен такой, чтобы заявка читалась единым духом и обладала стройной внутренней логикой. Естественно, полностью текст заявки каждый раз сочинять заново необязательно: можно составить хорошую «рыбу» (например, написать заранее аннотацию и информацию о себе), а детали варьировать (данные издательства, их книги, интересы и т. п.). Разные редакции могут потребовать разного подхода: одни так и источают серьезность и солидность, другие смогут оценить юмор в тексте заявки. Нужно только, чтобы было написано сильно, грамотно и убедительно.

И самое главное, еще раз: ко всем почтовым отправлением не забудьте приложить SASE — пустой, адресованный себе любимому конверт с оплаченной доставкой! Именно в этом конверте они пошлют вам свой ответ! Конверта нет — и ответа не будет.

И последнее: чего неизвестному автору нельзя делать.

Автору нельзя: звонить в редакцию по телефону (за исключением описанных ранее случаев), посылать рукопись или заявку по факсу, нарушать указания WG, требовать к себе особого внимания, расхваливать себя и свое сочинение («я второй Стивен Кинг, а моя книга всех вас обогатит»). Подобное неадекватное поведение обычно является симптомом графомании. :-)

Вот на ссылках хорошие примеры на английском заявок на произведения разных жанров:



– на триллер, с подробным анализом текста заявки:

<http://www.anotherealm.com/prededitors/pubquery.htm>

– на НФ-роман агенту, тоже с подробным анализом:

<http://www.sfga.org/writing/query.htm>

– и еще хорошее на фэнтези:

<http://www.suite101.com/lesson.cfm/17564/893>

– несколько вариантов первого абзаца, построенные на «когда»-формуле, например:

http://www.agentquery.com/writer_hq.aspx

– на исторический роман о войне во Вьетнаме:

<http://zackcompany.com/submissions/perfectpitch.pdf>

Рынок нон-фикшн на Западе гораздо обширней, чем рынок художественной литературы. В среднем в небольших издательствах на каждый роман выходит по четыре нехудожественных произведения.

Но, с другой стороны, на этом рынке существует очень жесткая специализация. Каждое издательство, даже если оно выпускает литературу по очень широкому кругу вопросов, ожидает от автора рукописи понимания их редакционной философии и уровня подачи материала.

Ваша рукопись должна соответствовать по своему уровню и стилю уже выпущенным книгам, но в то же время раскрыть вопрос под тем углом, который еще не был охвачен. Поэтому автор нон-фикшн должен исследовать рынок потенциально заинтересованных в его рукописи агентств и издательств гораздо глубже и серьезней, чем романист.



Какие именно сочинения на англоязычном рынке относятся к нехудожественной литературе (non-fiction)? Fiction по-английски означает «вымысел» — как противоположность слову «факт». Fiction books, fiction writing — это художественная литература, то есть такая, которая является плодом артистического вымысла автора. Все, что не есть вымысел, что основано на фактах и явлениях реальной жизни — это non-fiction, нехудожественная литература.

Таким образом, к non-fiction относится все, что не имеет вымышленного сюжета или персонажей (как роман, пьеса или поэма). Публицистические эссе, календари, записки путешественника, таблицы звездного неба, диссертации, воспоминания, чертежи и самоучители — это все нехудожественная литература, даже если она облечена в чрезвычайно артистическую форму.

Особенное внимание при исследовании рынка следует уделять внимательному изучению уже выпущенных книг — как данным издательством, так и всего спектра литературы на данную тему. На какой уровень читателя рассчитаны книги — на «чайника», профессионала средней руки или эксперта? Кто является авторами книг? (Если все поголовно — кандидаты и доктора наук, лауреаты того и сего, то автору без степеней и званий вряд ли обрадуются.) В какой форме подается материал? Каков подход к материалу — критический, иронический, прямолинейно-серьезный и т. п.? Нужно ли подкреплять собственный текст цитатами, мнениями экспертов, случаями из практики? Часто нехудожественные книги, особенно самоучители и справочники, выходят сериями — может быть, имеет смысл писать «под» определенную серию?

Только внимательно изучив весь рынок литературы по данному вопросу, можно принимать решение — в какие издательства/агентства и под каким углом вы будете предлагать идею книги. Составьте список потенциально заинтересованных редакций. Вот теперь вы можете писать



коммерческое предложение — a book proposal — на вашу идею. Каждое пишется в единственном экземпляре, подстраиваясь под требования конкретного издательства или агентства.

7. Литературные премии и фестивали

Зачем нужны литературные премии и фестивали? Во-первых, писать нынче модно, как я уже говорила. Во-вторых, для поддержания имиджа толстых литературных журналов и издательств, ну и отчасти для реализации тиража последними. Уже в-третьих, для открытия новых имен в литературе. Как правило, это не первостепенная задача. Но самим авторам, это, разумеется, помогает, в том случае, если они становятся лауреатами. Вхождение книги в лонг-лист или шорт-лист срабатывает не всегда.

Итак, если вы желаете принять участие в какой-либо премии или фестивале, то ваш первый шаг — изучить правила приема книг или рукописей на конкурс. Многие премии берут только изданные книги (причем издательство может быть и коммерческим, т. е. книга напечатана за ваш счет), и подать на премию может даже сам автор. Это премия «Большая книга» <http://www.bigbook.ru/>. На «Русский Букер» <http://www.russianbooker.org/> номинировать может издательство, библиотека, литературный критик и т.д. В премии «Национальный бестселлер» <http://www.natsbest.ru/> есть институт номинаторов, так что проскочить туда удастся только в том случае, если номинатор ваш знакомый, решивший поспособствовать вашей карьере.

В Интернете найти информацию о литературных премиях не так сложно, поэтому, приложив немного усилий, вы впол-



не сможете заявить о себе. Но стоит отметить тот фактор, что любая премия имеет свой стиль, свои требования (не только к оформлению заявки и подаче рукописи, это касается и жанра). Словом, наиболее премиальный жанр — современная интеллектуальная проза (см. толстые литературные журналы).

Чуть менее известные, но также почитаемые премии: «Белкинская премия» <http://belkin-premium.ru/calendar.html> (за лучшую повесть), литературная премия имени Юрия Казакова (за лучший рассказ) <http://magazines.russ.ru/project/kazak/>, «Ясная поляна» <http://www.yasnayapolyana.ru/Litpremia/index.htm>, «Бунинская премия»¹, «Горьковская премия» и др.

Среди начинающих литераторов пользуется популярностью международный литературный Волошинский конкурс (+ премия, + фестиваль). Обратите внимание на то, что в этом конкурсе четко обозначены номинации и жанры. Т. е. вы не можете прислать им все, что захотите. Если написано, что стихотворение должно быть о Коктебеле, значит, вы не можете прислать им поэму о Гражданской войне.

Поэтические премии — это премия «Поэт» <http://poet-premium.ru/>, «Московский счет», премия имени Марины Цветаевой и др.

Несколько особняком стоит Новая Пушкинская премия (проза) <http://www.pushkin-premia.ru/>. В ней, как и в премии «Поэт», победителей выбирает жюри на безконкурсной основе. Заявки посылают бессмысленно.

Есть премии и помельче. Их довольно много, поэтому перечислять бессмысленно. Тем не менее, советую вам принять к сведению, что конкурс не может быть платным, за участие в нем платить не нужно. Платное размещение ваших произведений на сайте также отдает коммерческим и бесперспективным душком. Ехать в другую страну за свой счет также бессмысленно. Скорее всего, это просто разводка на деньги. Вас там примут, поселят, проведут лекции и познакомят с такими же начинающими писателями, не знающими, куда им ткнуться.

1. Поскольку не на все премии есть прямые ссылки, я даю только на те, которые даются на сайт премии. Остальное можно легко найти в Интернете.



Давайте вернемся к тем же премиям. Для того чтобы не быть исключенным на первоначальном этапе, вам следует тщательно прочитать указания по оформлению рукописи и заявки к рукописи, а также сроки премиального процесса.

Возьмем, к примеру, «Большую книгу».

На сайте есть «Положение» о премии, где есть вся необходимая информация. Далее смотрим «Порядок выдвижения произведений на соискание премии».

Правом выдвижения на соискание Премии опубликованного произведения обладают автор (авторы) произведения, книжные издательства, средства массовой информации, творческие союзы, федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, члены Жюри премии – Литературной академии (в соответствии с п. 3.12 настоящего Положения).

Правом выдвижения на соискание Премии неопубликованных произведений (рукописей) обладают книжные издательства, средства массовой информации, творческие союзы, федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, члены Жюри премии – Литературной академии (в соответствии с п. 3.12 настоящего Положения). Рукописи неопубликованных произведений, выдвинутые авторами, к рассмотрению не принимаются.

Каждый номинатор имеет право выдвинуть не более пяти произведений.

На соискание Премии могут выдвигаться первые издания литературных произведений (книжные, а также опубликованные в средствах массовой информации, включая электронные, в том числе литературных журналах и альманахах), подписанные в печать в период с 1 января 2011 года по 29 февраля 2012 года. (Информация о сроках премиального процесса дана на премиальный сезон 2012 года. На последующие сезоны сроки необходимо смотреть на сайте премии.)



Произведения, подписанные в печать в период с 1 января 2010 года по 31 декабря 2010 года и не выдвинутые на соискание Премии в предыдущем премиальном сезоне, могут быть выдвинуты на соискание Премии в текущем премиальном сезоне, в случае их выдвижения не менее 10 членами Литературной академии.

В случае выдвижения рукописей неопубликованных произведений дата создания произведения значения не имеет.

Произведение не может быть выдвинуто на соискание Премии повторно.

Один автор может быть представлен любым количеством произведений (в том числе написанным в соавторстве), если дата их публикации соответствует условиям, указанным в п. 3.4 настоящего Положения. Дилогии, трилогии и т. д. рассматриваются как одно произведение при условии их завершенности, общности героев и преемственности сюжетных линий. За дату опубликования дилогии, трилогии и т. д. принимается дата выхода в свет завершающего тома.

Если произведение, написанное в соавторстве, становится лауреатом Премии, денежное выражение Премии делится между соавторами в равных долях.

Минимальный объем романа, повести (в том числе документальных) не ограничен. Минимальный объем сборника повестей и/или рассказов — 10 авторских листов (за авторский лист принимается текст объемом 40 тысяч печатных знаков, включая пробелы). Максимальный объем произведения не ограничен.

В случае выдвижения сборника повестей и/или рассказов, состоящего как из неопубликованных, так и из ранее опубликованных произведений, неопубликованные произведения должны составлять не менее половины объема сборника.

При выдвижении на Премию предоставляются следующие материалы:

— книжное или журнальное издание произведения или рукопись (машинопись или компьютерная распечатка) в двух экземплярах;

— письмо о выдвижении, в котором должны содержаться следующие сведения:



– сведения о номинаторе – авторе либо организации, осуществляющей выдвижение произведения на соискание Премии, необходимые контактные телефоны и адреса;

– краткая творческая биография автора (всех соавторов, если произведение написано в соавторстве), с указанием фамилии, имени, отчества, псевдонима (если есть), перечня наиболее значительных публикаций (если есть);

– полное название произведения, основные сведения о произведении, его творческих особенностях, с мотивацией его выдвижения;

– письменное подтверждение автора или выдвигающей организации в свободной форме о соответствии произведения условиям п. 3.4 настоящего Положения;

– письменное согласие автора на выдвижение произведения на соискание Премии в случае, если номинатором выступает не автор произведения.

Каждый член Жюри премии – Литературной академии имеет право выдвинуть одно произведение. При выдвижении произведения член Литературной академии направляет в адрес премии текст произведения в двух экземплярах, письмо о выдвижении в свободной форме и письменное согласие автора на выдвижение произведения.

В случае отсутствия полного пакета материалов в соответствии с п. 3.11 председатель Совета экспертов имеет право снять произведение с рассмотрения.

Все произведения, выдвинутые на соискание Премии, регистрируются в секретариате Премии и получают регистрационные номера. К рассмотрению принимаются произведения, отправленные по почте или доставленные в адрес Премии не ранее даты объявления Премии и полученные не позднее указанной в п. 10.3. даты окончания приема рукописей. Рукописи рассматриваются Советом экспертов под регистрационными номерами.

Автор выдвинутого произведения вплоть до даты объявления «Длинного списка», указанного в п. 10.4. настоящего Положения, имеет право снять свое произведение с рассмотрения, направив личное заявление на имя генерального директора Премии.



Произведения, выдвинутые на соискание Премии, не рецензируются, представленные экземпляры произведения не возвращаются. Переписка с авторами не ведется.

Далее, сроки премиального процесса, адреса и телефоны (куда звонить, как присылать или привозить произведения) – все есть на сайте премии.

Прежде чем посылать свой роман на премию, не худо бы почитать лауреатов прежних лет, для того, чтобы оценить ваши шансы. Вполне возможно ваш детектив совершенно не вписывается в концепцию этой премии. Если же вам хочется рискнуть, то может стоить написать другой текст и попробовать на следующий год?

Для начинающих авторов есть очень неплохая премия «Дебют». Недавно они увеличили возраст участников до 35 лет, так что у многих начинающих писателей вполне есть шанс попасть в списки лауреатов. Более того, на конференцию по открытию нового премиального сезона могут попасть все желающие, так что если вы находитесь в Москве или ближайшем Подмосковье, добро пожаловать. Если же нет, не отчаивайтесь. Сайт «Дебюта» достаточно большой и информативный, так что почерпнуть полезную информацию вы сможете и на расстоянии. На эту премию посылать рукописи вы можете и по электронной почте, так что особо трудиться не придется. «Дебют» принимает прозу (романы, повести, рассказы), поэзию, драматургию, фантастику. Если вы подходите по возрасту, то, скорее всего, найдете, с чем выступить на премии.

И еще: не стоит отчаиваться, если вы тут же не стали лауреатом. Как правило, этот процесс может длиться не один год. Причин тут может оказаться много. Либо вам необходимо совершенствовать свой стиль, либо вы пишете не в том жанре, либо, либо, либо... Пристрастно ли жюри подобных конкурсов? Некоторым образом, да. Но это не означает, что они питают своим «любимчикам». Просто любой человек субъективен и выбирает то, что нравится именно ему. Это



нормально. Шансы на то, что ваши вкусы рано или поздно совпадут, есть. А вот отчаиваться и ставить на себе крест не нужно, так же как и клеймить всех продажными, недостаточными интеллектуальными, не доросшими до подобной литературы и проч.

На премиях все не заканчивается. Даже если вы не выиграли ничего, вполне возможно ваши книги станут бестселлерами продаж самых известных издательств.

Теперь немного подробнее о премиях. Хочу заметить, что это не все существующие премии. Некоторые прекратили свою работу, другие только начинают появляться, да и упомянуть всех не представляется возможным, поэтому у желающих будет возможность изучить этот вопрос самостоятельно, особенно учитывая то, что в Интернете можно найти практически все.

Antologia — учреждена редакцией журнала «Новый мир» в феврале 2004 года в виде почетных дипломов, отмечающих высшие достижения современной русской поэзии.

Правом выдвижения кандидатов на премию обладают творческие организации, критики, издательства.

Рукописи и сетевые публикации не рассматриваются.

Координаторский совет:

Андрей Василевский,

Мария Галина,

Владимир Губайловский,

Павел Крючков,

Ирина Роднянская.

АБС-премия — Международная литературная премия в области фантастики имени Аркадия и Бориса Стругацких («АБС-премия») — международная литературная премия, которая вручается ежегодно решением специального жюри за лучшие произведения литературной фантастики, написанные на русском языке и опубликованные в предшествующем году. По формулировке Бориса Стругацкого:



«Премия присуждается за лучшее фантастическое произведение года, причем под фантастическим понимается любое произведение, в котором автор в качестве художественного сюжетобразующего приема использует элементы невероятного, невозможного, небывалого. Таким образом, рассмотрению подвергается чрезвычайно широкий спектр произведений – от чистой научной фантастики в манере Г. Дж. Уэллса, С. Лема и Р. Шекли до гротесков и фантазмагорий в стиле Ф. Кафки, М. Булгакова, В. Манин или современных сказок в стиле Е. Шварца или В. Шефнера».

Премия учреждена Петербургским Центром современной литературы и книги при содействии литературной общественности города в 1998 году. Премия вручается с 1999 года ежегодно 21 июня, то есть в день, равно отстоящий от дат рождения каждого из братьев Стругацких.

Премия вручается в двух номинациях:

– за лучшее художественное произведение (роман, повесть, рассказ) и

– за лучшее критико-публицистическое произведение о фантастике или на фантастическую тему (статья, рецензия, эссе, книга).

Премия присуждается в три этапа. На первом номинационная комиссия предлагает Борису Стругацкому произведения – кандидаты в номинации, вышедшие в течение года. На втором этапе Борис Стругацкий отбирает из предложенного списка несколько произведений в каждой номинации и предлагает выборку для тайного голосования членам литературного жюри премии. Определение лауреатов по результатам голосования жюри осуществляет тоже Борис Стругацкий.

Андрея Белого – старейшая независимая литературная премия в современной России. Учреждена в 1978 году редакцией ленинградского самиздатского литературного журнала «Часы». В круг учредителей премии входили Борис Иванов, Борис Останин, Аркадий Драгомощенко и др.

Премия получила название в честь Андрея Белого, оставившего заметный след и в русской поэзии, и в прозе, и в гу-



манитарных исследованиях, и присуждалась соответственно по трем номинациям. Материальное содержание премии составляло один рубль, бутылку водки (в просторечии водку, как известно, часто называли «белым») и яблоко в качестве закуски.

Несмотря на определенный игровой элемент, Премия Андрея Белого уже в первое десятилетие своего существования стала заметным явлением литературной жизни: ее были удостоены такие значительные авторы, как прозаики Андрей Битов, Саша Соколов, Евгений Харитонов, поэты Геннадий Айги, Ольга Седакова, Елена Шварц, исследователи Борис Гройс, Михаил Эпштейн, Владимир Малявин.

После некоторой паузы в начале 1990-х, с 1997 года премия обрела второе дыхание, прибавила себе четвертую номинацию – «За заслуги перед литературой» – и присуждается регулярно. Среди лауреатов 2000-х годов можно отметить такие значительные фигуры, как Михаил Гаспаров, Владимир Топоров, Виктор Соснора, Владимир Сорокин, Александр Лавров, Борис Дубин, Александр Гольдштейн, Всеволод Некрасов, Наталия Автономова и др. В то же время в число лауреатов вошли и сравнительно молодые авторы (Маргарита Меклина, Сергей Круглов, Михаил Гронас, Ярослав Могутин), и авторы, интенсивно работавшие в литературе несколькими десятилетиями ранее, но именно в 2000-е годы попавшие в фокус профессионального внимания (Елизавета Мнацаканова, Василий Филиппов).

В то же время Вячеслав Курицын в 2008 году заявил, что, хотя «свой авторитет премия Белого заслужила именно умением углядеть новое в новом, награждениями грядущих, а не состоявшихся классиков», в последние годы имена лауреатов «всё чаще вызывали недоумение», поскольку награждались они за прежние заслуги. Возражая Курицыну, член комитета Премии Дмитрий Кузьмин охарактеризовал политику премии как постоянное балансирование между авторами с давно сложившейся репутацией и новейшими литературными открытиями, а саму премию – как «настолько объединительную и инклюзивную, насколько это было возможно для конкретных людей в конкретную эпоху, и далее



всегда стремившуюся играть максимально широко по всему полю».

Аэлита — литературная премия, старейшая советская и российская премия в области фантастики. Премия основана в 1981 году редакцией журнала «Уральский следопыт» совместно с Союзом писателей РСФСР и с тех пор вручается ежегодно (с некоторыми перерывами) на фестивале фантастики «Аэлита» в Свердловске (Екатеринбурге) за лучшую книгу советской, а теперь и российской фантастики, вышедшую в течение предшествующих двух лет. Имена членов жюри премии никогда явно не оглашались.

С первого же года существования «Аэлита» присуждалась с нарушением статута премии (не только за книгу, но и за вклад, за переиздания, за журнальные публикации). Во многом для узаконивания этой ситуации вручение премии начиная с 1997 года возобновилось после двухлетнего перерыва с общепризнанной формулировкой «за вклад в фантастику».

Согласно Положению о премии от 2002 года ««Аэлита» является всероссийской премией, вручаемой писателям за успешную творческую деятельность и большой вклад в развитие русскоязычной фантастики».

Помимо основной премии, на фестивале «Аэлита» вручаются следующие премии:

- Премия им. И. Ефремова за выдающуюся редакторскую, организаторскую и просветительскую работу в области фантастики (вручается с 1987 года);
- Премия «Старт» за лучшую дебютную книгу (вручается с 1989 года);
- Премия им. В. Бугрова за выдающуюся редакторскую, библиографическую, литературоведческую, критическую и составительскую работу в области фантастики (вручается с 1997 года);
- «Орден рыцарей фантастики» им. И. Халымбаджи за выдающийся вклад в развитие отечественного фэндома (вручается с 2002 года);
- «The Great Master of SC-FI & Fantasy» отмечает выдающийся вклад иностранных авторов, редакторов



или издателей в развитие мировой фантастики (вручается с 2004 года);

- Премия победителя Конкурса Короткого Рассказа — вручается одному из участников Семинара Молодых Авторов (с 2005 года).

Белкина Ивана Петровича имени — учреждена в 2002 году журналом «Знамя» и издательством ЭКСМО. Присуждается за лучшую повесть года. Правом выдвижения обладают редакции газет и журналов, творческие организации, а также профессиональные литературные критики. Денежное вознаграждение лауреату — 5 тысяч долларов, суммами в пятьсот долларов вознаграждаются также авторы остальных четырех повестей, вошедших в шорт-лист. Начиная с 2003 года вручалась специальная премия «Станционный смотритель», присуждаемая критикам, литературным обозревателям, особенно пристально следящим за движением российской литературы. Координатор премии — Наталья Иванова. В 2005-2008 годах ввиду отсутствия финансирования премия не присуждалась. Возобновлена в осень 2008 года при поддержке Фонда Б.Н. Ельцина. Лауреату вручается премия в размере 150 тыс. рублей, финалистам по 50 тыс. рублей.

Большая книга — национальная литературная премия. Является крупнейшей в России и СНГ литературной наградой и второй по величине литературной наградой в мире по размеру призового фонда (5,5 млн. руб.) после Нобелевской премии по литературе.

- Принцип финансирования — проценты по вкладу учредителей Центра поддержки отечественной словесности (российских крупных бизнесменов и бизнес-структур).

- На соискание премии принимаются произведения всех прозаических жанров.

Большая литературная премия России — ежегодная премия авторам поэтических, прозаических, драматургиче-



ских произведений, которые отличаются верностью отечественным традициям в литературе, глубоким проникновением в нравственно-психологические основы бытия человека, общества, государства, в жизнь человека труда. Учреждена в 2000 году. Учредители — Союз писателей России и Акционерная компания «АЛРОСА». Цель премии — объединить усилия интеллектуальной, литературной и экономической России в обозначении знаковых имен в современной отечественной литературе. В рамках Большой литературной премии России с 2005 года присуждается специальная премия «На благо России».

Процедура присуждения

Премия присуждается авторам поэтических (сборник стихов, поэма, цикл стихотворений), прозаических (роман, повесть, сборник рассказов, литературоведческое исследование), драматургических произведений.

Выдвижение кандидатов на соискание Большой литературной премии России производится творческими коллективами, общественными и государственными организациями, печатными изданиями ежегодно с 1 января. Комиссия принимает документы ежегодно до 1 июня включительно при условии, что выдвигаемое на соискание премии произведение опубликовано не менее чем за полгода до этой даты. Итоговое заседание комиссии по присуждению премии проводится не позднее 1 июля.

Решение о присуждении премии принимается комиссией, в которой представлены все учредители премии. Состав и решения комиссии утверждаются секретариатом правления Союза писателей России. Решения комиссии принимаются коллегиально и являются действительными, если на заседании комиссии присутствовало не менее 2/3 ее состава. Лауреатами признаются авторы произведений, за которые проголосовало более половины участвующих в заседании комиссии.

Ежегодно присуждаются три премии:

1-я — общероссийская;



- 2-я – региональная, Саха-Якутия;
- 3-я – региональная, Российская Федерация.

Призы

Лауреатам вручается диплом о присуждении премии и денежное вознаграждение.

Денежный эквивалент:

- 1-я премия – 15 тысяч долларов США;
- 2-я премия – 10 тысяч долларов США;
- 3-я премия – 5 тысяч долларов США.

Бронзовая улитка – литературная премия за лучшие фантастические произведения, опубликованные в течение года на русском языке. Вручается ежегодно в городе Санкт-Петербурге с 1992 года. Премия учреждена Андреем Николаевым и Александром Сидоровичем в 1992 году. Пробразом премии являлась вручавшаяся в 1991 году премия Б. Н. Стругацкого.

Премия вручается в нескольких номинациях: за лучшую фантастическую публикацию крупной формы (роман), средней формы (повесть), малой формы (рассказ, новелла), а также за лучшее критико-публицистическое произведение, посвященное проблемам фантастики.

Председателем и единственным членом жюри является Борис Стругацкий, таким образом данная премия – «самая субъективная» из премий отечественной фантастики.

Букеровская – «Русский Букер» (в 1999-2001 «Букер – Smirnoff», с 2002 по 2005 «Букер – Открытая Россия») – литературная премия за лучший роман на русском языке, впервые опубликованный в минувшем году. Вручается с 1992 года.

Наряду с основной премией, с 2004 года существует «Студенческий Букер», в жюри которого входят пять студентов и аспирантов. Студенческое жюри также утверждает длинный и короткий списки книг, а затем называет имя победителя.

Учреждена в 1992 году по инициативе Британского Совета в России как проект, аналогичный британской Букеровской



премии (организованной, однако, совершенно иначе). Постепенно руководство премией было передано российским литераторам в лице Букеровского комитета, который с 1999 года возглавляет литературовед и критик Игорь Шайтанов.

Список соискателей премии первоначально определялся коллегией номинаторов, с 2003 года номинаторами выступают издатели и публикаторы. Ежегодно сменяемое жюри из пяти членов (четверо – писатели, критики, филологи, пятый член жюри чаще всего представляет какой-либо иной вид искусства) сперва определяет шорт-лист (от трёх до шести романов), а затем объявляет победителя. Сумма премии с 1992 года выросла с 10 000 до 15 000 долларов.

С 2005 года финансирование премии полностью осуществляется в рамках благотворительной программы компании British Petroleum. На следующий год размер премии был увеличен с 15 до 20 тысяч долларов для лауреата конкурса, остальные пять финалистов получают по одной тысяче долларов.

Бунина И. А. имени – учреждена в 2005 году Московским гуманитарным университетом, Обществом любителей русской словесности, Национальным институтом бизнеса, Национальным союзом негосударственных вузов, компаниями «Рименс», «Созвездие», «Фильм Аккорд». Председатель попечительского совета общества – Игорь Ильинский. Присуждается ежегодно за произведения, написанные в предыдущем году, – в первые два года по номинации «Проза», в 2007 году – по номинации «Поэзия», в 2008 году – по номинации «Автобиографическая проза», в 2009-м – по номинации «Публицистика» и т. д. Вручается 22 октября, в день рождения И. А. Бунина.

Государственная премия России – премия присуждается с 1992 года Президентом Российской Федерации за вклад в развитие науки и техники, литературы и искусства, за выдающиеся производственные результаты.

Лицам, удостоенным Государственных премий в области науки и технологий, Государственных премий в области литературы и искусства, Государственных премий за выда-



ющиеся достижения в области гуманитарной деятельности, присваиваются почетные звания соответственно «Лауреат Государственной премии Российской Федерации в области науки и технологий», «Лауреат Государственной премии Российской Федерации в области литературы и искусства» и «Лауреат Государственной премии Российской Федерации за выдающиеся достижения в области гуманитарной деятельности», вручаются денежное вознаграждение, диплом, почетный знак лауреата Государственной премии и удостоверение к нему. В дополнение к почетному знаку лауреата выдается фрачный знак лауреата Государственной премии Российской Федерации.

Государственные премии вручаются Президентом Российской Федерации в торжественной обстановке.

Порядок присуждения

Начиная с Государственных премий за 2004 год (включительно) устанавливаются следующие правила присуждения Государственных премий Российской Федерации устанавливаются:

- три Государственных премии РФ в области науки и технологий (с 2006 года – четыре);
- три Государственных премии РФ в области литературы и искусства;
- одна Государственная премия РФ за выдающиеся достижения в области гуманитарной деятельности (начиная с 2005 года).

Размер премий составляет 5 млн. рублей каждая. Премии присуждаются в целях стимулирования дальнейшей научной и творческой деятельности лауреатов данных премий, создания благоприятных условий для новых научных открытий и творческих достижений.

Государственная премия РФ в области науки и технологий присуждается гражданам РФ за выдающиеся работы, открытия и достижения, результаты которых существенно обогатили отечественную и мировую науку и оказали значительное влияние на развитие научно-технического прогресса.

Государственная премия РФ в области литературы и искусства присуждается гражданам РФ за выдающийся вклад



в развитие отечественной и мировой культуры, выразившийся в создании особо значимых литературных произведений и творческих работ.

Государственная премия РФ за выдающиеся достижения в области гуманитарной деятельности присуждается лицам, ведущим активную, плодотворную просветительскую и миротворческую деятельность, способствующую утверждению непреходящих нравственных ценностей, консолидации общества и получившую широкое общественное признание в России. Данный вид Государственной премии носит персональный характер и всегда присуждается одному лицу, повторное присуждение данного вида Государственной премии одному и тому же лицу не допускается.

Предложения о присуждении Государственных премий представляются Советом при Президенте Российской Федерации по науке, технологиям и образованию и Советом при Президенте Российской Федерации по культуре и искусству.

Государственная премия носит персональный характер и присуждается, как правило, одному соискателю. Если решающая роль в достижении принадлежит нескольким лицам, Государственная премия может быть присуждена коллективу соискателей, состоящему не более чем из трех человек. В этом случае денежное вознаграждение делится поровну между лауреатами Государственной премии, а диплом, почетный знак и удостоверение к нему вручаются каждому из лауреатов.

В исключительных случаях, при наличии новых, особо значимых результатов, Государственная премия может быть присуждена лауреатам повторно.

Допускается присуждение Государственной премии посмертно. Диплом и почетный знак награжденного посмертно или умершего лауреата передаются или оставляются его семье как память, а денежное вознаграждение передается по наследству.

Дебют — премия, учрежденная Международным фондом «Поколение», присуждается авторам литературных произведений на русском языке, не превысивших на момент награждения возраст 35 лет, вне зависимости от места их



проживания. Премия ежегодно вручается по пяти – семи номинациям, отражающим основные типы художественной литературы. Решением учредителя и администрации премии, исходя из опыта предыдущих конкурсов и актуальности явлений литературного процесса, номинации могут быть изменены.

Победители по всем номинациям получают почетный приз «Птица», а также право заключить с Международным фондом «Поколение» издательский договор с эксклюзивным гонораром – 200 тысяч рублей.

Выдвижение произведений

На конкурс могут быть выдвинуты произведения, созданные на русском языке писателями в возрасте не старше 35 лет и соответствующие номинациям премии. К рассмотрению принимаются тексты, опубликованные в книгах, бумажных или электронных средствах массовых коммуникаций, а также рукописи. Правом выдвижения обладают издательства, СМИ, общественные организации, участники литературного процесса. На практике, однако, большинство произведений выдвигается самими авторами: такая возможность тоже предусмотрена правилами премии. Именно поэтому общее число выдвинутых на соискание премии «Дебют» произведений ежегодно измеряется несколькими десятками тысяч текстов.

Ридеры

Предварительный отбор поступающих на соискание премии текстов производится ридерами – приглашенными экспертами по данному виду литературы. В их число входят писатели, литературные критики, литературоведы и другие участники литературного процесса. Свою точку зрения ридер передает в администрацию премии в установленной форме: с оценкой текста по десятибалльной шкале и краткой рецензией-аннотацией.

По рекомендациям ридеров формируется «длинный список» (лонг-лист), который и поступает на рассмотрение жюри. Состав ридеров ежегодно обновляется на 50 процентов.



Жюри

Жюри премии «Дебют» состоит из пяти – семи человек: председателя и членов жюри. В состав жюри входят известные писатели, критики, издатели и другие участники литературного и культурного процесса.

На основании «длинного списка» (лонг-листа) жюри формирует «короткий список» (шорт-лист) произведений, куда входят три-четыре работы по каждой номинации. Председатель и члены жюри проводят с финалистами премии недельные творческие семинары. Эта работа проходит в одном из домов творчества или пансионатов непосредственно перед церемонией награждения победителей. Накануне вручения премий жюри проводит заключительное заседание, где определяет победителей по всем номинациям.

Состав жюри ежегодно обновляется полностью.

Член жюри премии «Дебют» может войти в новый состав жюри только в качестве председателя жюри.

Награждение

Объявление победителей и вручение наград происходит на торжественном приеме в декабре каждого года.

Издательская программа

Произведения лауреатов и финалистов премии «Дебют» ежегодно выпускаются сборниками и отдельными книгами. Победители по всем номинациям получают за издание гонорар, прочие участники «короткого списка» получают по 20 авторских экземпляров книги.

Издательская программа премии «Дебют» осуществляется на некоммерческой основе.

История

«Дебют» – самый масштабный конкурс молодых литераторов.

За пять лет существования «Дебюта» на конкурс было прислано в общей сложности более 170 тысяч рукописей из всех регионов России, практически всех стран Европы и постсоветского пространства, а также из США, Израиля, Австралии, Японии и т. д.



Казакова Юрия имени — литературная премия журнала «Новый Мир», учрежденная им в честь Юрия Казакова, по случаю 75-летия со дня его рождения и 20-летия со дня смерти. Присуждается авторам московских толстых журналов за рассказ. Рассказ должен быть впервые опубликован в России на русском языке.

Московский счет — литературная премия в области поэзии. Вручается с 2003 года по инициативе Евгения Бунимовича как премия, отражающая коллективную оценку событий в поэтической жизни Москвы сообществом московских поэтов. Название премии должно отсылать к истории про «гамбургский счет», рассказанной Виктором Шкловским в одноименной статье (1928): будто бы цирковые борцы в дореволюционной России боролись друг с другом согласно предварительной договоренности о том, кто и когда победит, однако раз в году встречались в Гамбурге, вдалеке от своей публики, и боролись по-настоящему, чтобы выяснить, кто из них на самом деле сильнее; смысл образа Шкловского в том, что подлинную цену искусству знают именно профессионалы искусства.

В соискании премии «Московский счет» участвуют авторские поэтические книги, выпущенные московскими издательствами на протяжении года (в 2004 г. таких книг было отобрано 88: в список не включаются издания за счет автора и некоторые другие). Из этих книг составляется список для голосования. В голосовании участвуют отобранные организаторами московские поэты, представляющие все направления и поколения. Автор книги, набравшей большинство голосов, получает Большую премию «Московский счет». Малая премия может быть вручена набравшей наибольшее число голосов первой книге автора или книге молодого поэта. Специальной премией в некоторых случаях награждаются книги, которых отделили от победителей считанные несколько голосов. Почетные дипломы получают авторы книг, вошедших в первую десятку, и их издатели.

Национальный бестселлер — ежегодная общероссийская литературная премия. Вручается в Петербурге за луч-



ший роман, написанный на русском языке в течение календарного года. Девиз премии — «Проснуться знаменитым!». Премия была учреждена в 2001 году Виктором Топоровым.

Процедура присуждения

На первом этапе значительное число номинаторов (назначаемых Оргкомитетом с охватом всего спектра школ и вкусов — здесь представители основных издательств, «толстых» журналов, деятели русской литературы России и зарубежья, критики и знаковые писатели) называют по одному произведению, вышедшему в отчетном году или знакомому номинатору в виде рукописи. Так формируется лонг-лист. Он публикуется в СМИ с указанием, кто кого выдвинул.

На втором этапе Большое жюри (около 20 человек), также формируемое Оргкомитетом и состоящее в основном из профессиональных литературных критиков разных направлений, оценивает выдвинутые произведения. При этом члены жюри никогда не собираются вместе и ничего не обсуждают коллективно. Каждый критик отбирает из всего прочитанного два произведения, одному из которых выставляет 3 балла, второму — 1 балл. Результаты отбора также публикуются — с указанием, кто как проголосовал. Произведения (5-6), набравшие наибольшее число баллов, образуют шорт-лист.

На третьем этапе Малое жюри, формируемое Оргкомитетом и состоящее уже не столько из профессиональных писателей, сколько из просвещенных читателей, авторитетных деятелей искусства, политики и бизнеса, делает уже читательский выбор из произведений шорт-листа.

В случае, если за два произведения участниками Малого жюри подано одинаковое количество голосов, право определить победителя предоставляется Почетному председателю Малого жюри. Голосование происходит во время процедуры присуждения премии.

Призы

Победитель получает денежную премию (эквивалентную 10 000 долларов США), которая делится в пропорции 7:3 между ним и номинатором.



Участники шорт-листа получают поощрительные призы в размере, эквивалентном 1000 долларов США. И главный, и поощрительные призы вручаются лишь при условии присутствия участников шорт-листа или их доверенных лиц на заключительной церемонии,— как правило, в последнюю пятницу мая в Санкт-Петербурге.

Победитель становится членом Малого жюри следующего цикла премии.

Юбилейная премия «Супер-Нацбест»

В 2011 году в честь десятилетия существования премии было решено вручить юбилейную премию «Супер-Нацбест» (в размере 100 тысяч долларов) за лучшую книгу среди победителей премии «Национальный бестселлер» за прошедшие 10 лет. Условием вручения является присутствие лауреата на финальной церемонии 29 мая 2011 года.

Согласно открытому голосованию жюри во главе с помощником Президента РФ Аркадием Дворковичем премию «Супер-Нацбест» получил писатель Захар Прилепин за сборник рассказов «Грех».

Новая Пушкинская — учреждена в 2005 году фондом Александра Жукова, Гос. музеем имени А. С. Пушкина и Гос. музеем-заповедником «Михайловское». С 2006 года присуждается по двум номинациям: За совокупный творческий вклад в отечественную культуру и За новаторское развитие отечественных культурных традиций. Позиционирована как частная премия, жюри и конкурс не предусмотрены. Председатель премии — Андрей Битов. Вручение происходит 26 мая, в день рождения А. С. Пушкина (по старому стилю), в Атриуме Гос. музея имени А. С. Пушкина.

Поэт — учреждена в 2005 году Обществом поощрения русской поэзии совместно с РАО «ЕЭС России». Присуждается ежегодно одному из поэтов современной России. Лауреатами премии могут стать только ныне живущие русскоязычные поэты. Национальность и место жительства при этом значения не имеют. Уставом премии запрещено вручать ее два-



ды одному и тому же лицу, а также посмертное награждение и разделение премии на несколько участников. Лауреатам премии «Поэт» вручается памятный диплом, специальный нагрудный знак и денежное вознаграждение, сумма которого эквивалентна 50 000 долларов США.

Русская премия – литературная премия, присуждающаяся авторам литературных произведений, проживающим за пределами России, в любой стране мира, и пишущим по-русски. Отбор в длинный и короткий список производится анонимными организаторами премии.

Учредитель и партнеры

- Учредитель конкурса – Фонд развития «Институт евразийских исследований».
- Официальный партнер – Фонд «Президентский центр Б. Н. Ельцина» (первоначально – Фонд Первого Президента России Б. Н. Ельцина).
- Партнер церемонии награждения – Фонд «Русский мир».
- Генеральные информационные партнеры – интернет-издание «Газета. Ru» и газета «Известия».
- Федеральный информационный партнер – федеральное информационное агентство REGNUM.
- Информационный спонсор – «Книжное обозрение».
- Информационная поддержка в Казахстане – журнал «Книголюб».

Основание конкурса

Литературный конкурс «Русская премия» был учрежден в сентябре 2005 года некоммерческими организациями Фонд развития «Институт Евразийских Исследований» и «Кавказский Институт Демократии». Первоначально премия присуждалась авторам, пишущим на русском языке и проживавшим в странах СНГ (кроме России) и Прибалтики, вне зависимости от их национальности. Целью конкурса было объявлено содействие сохранению русского языка как уникального явления культуры на пространстве СНГ и способствовать вос-



становлению гуманитарного единства народов Закавказья, Средней Азии, Казахстана и Российской Федерации. Победитель в каждой из трех номинаций получал премию в размере 3000 долларов и право заключить с учредителями конкурса договор на издание своих произведений.

Конкурс сегодня

Начиная с 2008 года конкурс стали проводить среди авторов, проживающих в любой стране мира за пределами России. Так, «Русская Премия» превратилась в единственную российскую премию для русскоязычных писателей зарубежных стран, а ее целью стало «сохранение и развитие русского языка как уникального явления мировой культуры».

По итогам конкурса определяются победители в трех номинациях: крупная проза (повести и романы), малая проза (повести и сборники рассказов) и поэзия (поэтический сборник). Победитель в каждой номинации награждается денежной премией в размере 5000 долларов США, а произведения, победившие в конкурсе, включаются в издательскую программу учредителей и партнеров «Русской Премии». Авторы, занявшие вторые и третьи места в каждой номинации, получают призы в размере 2000 и 1500 долларов соответственно.

Сахарова А. Д. имени — премия «За свободу мысли» имени Андрея Сахарова учреждена в 1988 году Европейским парламентом.

Награда вручается ежегодно за достижения в следующих областях:

- защита прав человека и его основных свобод;
- развитие демократии и отстаивание верховенства закона;
- уважение к международному законодательству;
- защита прав меньшинств.

Солженицына А. И. — премия учреждена для награждения писателей, живущих в России и пишущих на русском



языке, за произведения, созданные и опубликованные в послереволюционный период. В исключительных случаях премия может быть присуждена авторам посмертно. Вручается с 1998 года.

Положение о вручении

Премией награждаются писатели, чье творчество обладает высокими художественными достоинствами, способствует самопознанию России, вносит значительный вклад в сохранение и бережное развитие традиций отечественной литературы.

Премия присуждается ежегодно за произведения, написанные в одном из основных родов словесности: проза, поэзия, драматургия, литературная критика и литературоведение. Ни один из них не считается приоритетным; при присуждении премии не проводится ни принцип очередности, ни принцип ротации родов словесности.

Премия может быть присуждена за роман, повесть или совокупность рассказов; книгу или цикл стихов; пьесу; совокупность статей или исследование.

Лауреатом премии автор может стать только один раз. Получение иной литературной премии не препятствует присуждению автору данной премии. Автор, однажды выдвигавшийся на соискание премии, но не получивший ее, может быть выдвинут повторно. В случае, если премия присуждается автору посмертно, денежная сумма премии будет использована, согласно решению Жюри, для нового издания сочинений автора и/или увековечения его памяти (создание мемориального музея, открытие мемориальной доски и т. п.).

В исключительных случаях премия может быть поделена между двумя кандидатами.

Лауреаты премии прошлых лет получают право выдвижения кандидатов.

Финансовое обеспечение премии осуществляется Русским Общественным Фондом Александра Солженицына.

А. И. Солженицын основал этот Фонд в 1974 году, сразу после своего изгнания из страны, и передал ему все мировые гонорары за «Архипелаг ГУЛАГ». С тех пор Фонд оказывал систематическую помощь жертвам ГУЛАГа, а также



финансировал проекты, связанные с сохранением русской культуры. Денежная сумма премии 25 000 долларов США.

Объявление имени лауреата данного года происходит на первой неделе марта. Церемония вручения премии происходит на последней неделе апреля.

Церемония вручения премии происходит в помещении Дома Русского зарубежья (Москва, ул. Нижняя Радищевская, д. 2) и включает Слово лауреата.

Странник – российская литературная премия в области фантастики. Существует с 1994 года. Присуждается на основании тайного голосования жюри из известных писателей (что кардинальным образом отличает ее от другой престижной российской премии «Интерпресскон», в которой в голосовании может принимать каждый аккредитованный участник). Среди постоянных членов жюри – Сергей Лукьяненко, Борис Стругацкий, Евгений Лукин, Михаил Успенский и др. Вручается в следующих номинациях:

- Крупная форма;
- Средняя форма;
- Малая форма;
- Перевод;
- Критика, публицистика, литературоведение;
- Редактор, составитель;
- Издательство;
- Художник, иллюстратор.

Жанровые номинации:

- «Меч Руматы» (героико-романтическая и приключенческая фантастика);
- «Меч в зеркале» (альтернативно-историческая фантастика и фантастика о параллельных мирах);
- «Меч в камне» (фэнтези, сказочная фантастика);
- «Лунный меч» (мистика, хоррор, ужасы).

Спецпремии:

- «Паладин Фантастики» (за вклад);
- «Мастер издалека» (иностранным писателям);
- «Малый Странник» (приз симпатий отдельных членов жюри);



- «Пятый меч» (премия партнеров);
- «Легенда фантастического кинематографа» (кино-премия);

- «Золотой Остап» (за юмористическую фантастику).

Новые номинации (с 2009 года номинации премии изменены, а первичный отбор произведений проводит сайт fantlab.ru):

- Лучший сюжет;
- Блистательная стилистика;
- Необычная идея;
- Образ Будущего;
- Меч «Рыцарь фантастики»;
- Лучшее печатное издание (только 2009);
- Собиратель миров (только 2009).

Триумф — первая негосударственная российская премия в области высших достижений литературы и искусства, учрежденная в 1991 году. Вручается с 1992 года. Художественным координатором жюри премии является Зоя Богуславская.

Учреждена в 1992 году (по проекту писателя Зои Богуславской).

Учредитель — Фонд «Триумф-Логоваз» (создан Борисом Березовским).

Присуждается за выдающийся вклад в отечественную культуру.

Ежегодно присуждаются пять премий за достижения в различных видах литературы и искусства, в том числе одна — литературная.

Жюри премии самостоятельно определяет номинантов.

Лауреат получает ювелирную статуэтку «Золотого эльфа», выполненную по эскизу Эрнста Неизвестного, и денежное вознаграждение.

Денежный эквивалент — 50 тысяч долларов США.

Вручается в Москве в Музее изобразительных искусств имени Пушкина.

Зоя Богуславская — координатор жюри и генеральный директор фонда «Триумф-ЛогоВАЗ» (на момент создания).



Борис Березовский – глава попечительского совета фонда (на момент создания).

Порядок присуждения премии

Согласно Положению о присуждении премии лауреатом может стать «представитель любого вида искусства, внесший выдающийся вклад в отечественную культуру или уходящий корнями в нее, независимо от места жительства и гражданства». Последняя оговорка позволяет вручать премию не только гражданам России, но и представителям других государств, и в разные годы лауреатами становились граждане Грузии, Эстонии, Латвии, Белоруссии и Украины.

Единственным отступлением от «Положения...» на данный момент является присуждение «Триумфа» журналисту Юрию Росту, которого нельзя отнести к представителям того или иного вида искусств.

Определение лауреатов происходит посредством выдвижения кандидатов членами жюри и дальнейшего закрытого обсуждения. Председатель жюри меняется ежегодно. Имена лауреатов объявляются в начале декабря, а сама церемония проходит в январе следующего года в стенах Пушкинского музея. В 1992-2009 годах лауреатами премии становились 4-6 человек, однако в 2010 г. было названо лишь три имени. По словам Зои Богуславской, «таковы были результаты голосования».

Наряду с «большим Триумфом» с 2000 года присуждается так называемый «малый», или «молодежный», «Триумф». Каждый из членов жюри может выдвинуть на него своего лауреата без обсуждения.

Все лауреаты получают статуэтку «Золотой эльф» работы Эрнста Неизвестного, а также сумму, эквивалентную 50 тысячам долларов (для «молодежной» премии эта сумма равна 5 тысячам).

Шолоховская международная – международная премия, учрежденная в 1993 году журналом «Молодая гвардия», издательством «Современный писатель», МСПС и писательским АО (позднее к числу учредителей прибавился



Московский педагогический университет имени Шолохова). Бессменный председатель жюри — Юрий Бондарев. Денежное обеспечение премии не разглашается, лауреатам вручаются дипломы и медали.

Ясная поляна — ежегодная общероссийская литературная премия, учрежденная в 2003 г. Государственным мемориальным и природным заповедником «Музей-усадьба Л. Н. Толстого» и компанией Samsung Electronics. Вручается за лучшее художественное произведение традиционной формы в двух номинациях «Современная классика» и «XXI век».

Цель премии — отмечать произведения современных авторов, которые несут в себе идеалы человеколюбия, милосердия и нравственности, отражают гуманистические традиции классической русской литературы и творчества Л. Н. Толстого. Основными требованиями, которые предъявляются к работам номинантов, являются неоспоримые художественные достоинства текста, общечеловеческие моральные ценности, культурная, религиозная и расовая терпимость.

Процедура премии

1. Номинация «XXI век». Номинаторами литературной премии «Ясная Поляна» в номинации «XXI век» выступают толстые литературные журналы, российские издательства, лауреаты прошлогодней премии. В течение марта-апреля каждый номинатор выбирает одно художественное произведение, опубликованное после 2000 года. В мае жюри премии формирует лонг-лист и объявляет его. В сентябре в Ясной Поляне в ходе Международных писательских встреч объявляется шорт-лист премии. В октябре называются лауреаты.

2. Номинация «Современная классика». В номинации «Современная классика» номинаторами являются члены жюри. Они же и определяют победителя, выбирая общим голосованием выдающееся прозаическое произведение, написанное до 2000 года.



Награда и жюри

На сегодняшний момент денежная награда в номинации «Современная классика» составляет 900 000 рублей, в номинации «XXI век» – 750 000 рублей.

В состав жюри премии «Ясная Поляна» в разное время входили известные российские писатели, критики и общественные деятели:

Владимир Ильич Толстой – директор Музея-усадьбы Л. Н. Толстого «Ясная Поляна», журналист;

Анатолий Андреевич Ким – прозаик, драматург, переводчик, академик Академии российской словесности;

Лев Александрович Аннинский – писатель, критик, член Академии русской литературы;

Игорь Петрович Золотусский – писатель, критик, вице-президент Международной ассоциации «Мир культуры»;

Валентин Яковлевич Курбатов – писатель, публицист;

Павел Валерьевич Басинский – литературный критик;

Владислав Олегович Отрошенко – писатель, лауреат литературной премии «Ясная Поляна» за 2003 год;

Алексей Николаевич Варламов – прозаик, исследователь русской литературы XX века.

8. Продвижение книг. СМИ, реклама, Интернет, собственный сайт

*П*родвижение книг – штука хорошая и полезная, да только вот не горят издательства желанием вкладывать свои средства в раскрутку нового автора. Если первая книжка хорошо продается, тогда может быть, но если тираж зависнет, тогда, увы, второй книги не будет. Хорошо, если обложка вашей первой книги окажется удачной, а аннотация блестящей, но, несмотря на это, книжные магазины вряд ли поставят ее в «топы», следовательно, судьба ее – быть заткнутой между другими «неудачниками» так, что только невзрачный корешок будет пытаться сигнализировать читателю о своем существовании.

В таком случае шанс на то, чтобы продать тираж, остается в том случае, если вы являетесь известным блогером и вас читает несколькотысячная аудитория. Если вы являетесь популярным диджеем, медийным актером или ведете собственную передачу на радио или TV – ура, шансов прибавляется. Благоприятный прогноз поступит также к управляющим целой обложкой глянцевого журналов или скандально известным журналистам и политикам.

Но, скорее всего, вы обычный обыватель, написавший свой первый роман и мечтающий о том, чтобы ваше имя стало синонимом успеха в книжной индустрии.



И что же вам тогда делать?

Ответ прост — все что можете и чуть больше.

Создавайте и продвигайте свой сайт (будь то промосайт книги или сайт вашего бизнеса), не забывая о том, что сайт сайту рознь и, слепленный «на коленке», он произведет удручающее впечатление. Лучше сделать дорого и качественно, но один раз и так, чтобы это работало на вас, а не против. Кстати, раскрутка сайта — дело непростое, и вам придется изучить этот вопрос, прежде чем доверить его какой-либо фирме. «Развести» вас на деньги смогут все, но толку от этого будет с «гулькин нос». Следующий вопрос: что выкладывать на сайте? По согласованию с издателем вы можете выложить несколько кусочков своей рукописи, а также планирующееся продолжение книги, тоже отрывок. Обязательно выкладывайте рецензии на свои книги, интервью с вами и телепередачи. Организуйте конкурс лучшему читателю с вопросами и розыгрышем призов (книга с дарственной надписью, мобильный телефон или что-то еще). Если к вашей книге есть рисунки и фотографии — выкладывайте. Не забудьте на своем сайте сделать ссылку на свой блог и наоборот.

Что еще может быть на сайте?

— Ваша биография, в том числе литературная. — Фотогалерея. Несколько хороших фотографий. Не стоит выкладывать туда любимых хомячков и других домашних любимцев, а также жен и любовниц (в неглиже или без него) и детей. У вашего сайта другая цель. — Книги: обложки, аннотации, технические характеристики. — Новости: когда и какая книга выйдет, а также победы в конкурсах, экранизации и проч. — Полезные ссылки и статьи. — Свои контакты и способы связи. — Иностранная версия сайта, например англоязычная.

Рекомендация: посмотрите сайты известных писателей. Чем они отличаются и что у них общего? Ведут ли эти писатели блоги? Что вы можете взять из этого для себя и чем должен отличаться ваш сайт, какая изюминка у него будет?



Стоит ли делать сайт книги?

Все зависит от самой книги. Если это бизнес-проект или авторская серия – да, стоит. Если отдельное произведение в сфере интеллектуальной литературы – вряд ли.

Что может быть на сайте, посвященном отдельной книге или серии книг, допустим, по типу «Сумерки» Стефани Майер? Это:

- главная страница. Обложка книги. Аннотация;
- отзывы читателей, рецензии журналистов, интервью;
- баннеры партнеров;
- ваши контакты;
- контакты издателя;
- контакты литературного агента;
- ваша биография (в том числе литературная);
- текст первой главы и содержание книги, синопсис;
- описание героев, можно с рисунками;
- раздел «Дистрибьютерам» с информацией о том, где можно купить книгу оптом;
- компьютерные обои по мотивам вашей книги;
- если есть, компьютерная игра по мотивам вашей книги;
- аудиофайл с записью книги или его часть;
- видеоролик на вашу книгу;
- раздел, где купить книгу с перечислением магазинов, желательно в разных городах и странах;
- по вашему усмотрению можно скреативить что-то еще.

Заводите свой блог, пишите туда ежедневно и привлекайте туда все большее количество посетителей, день за днем, месяц за месяцем. Пишите только то, что может заинтересовать вашу читательскую аудиторию. Если блог об оружии, не стоит писать о косметических кремах или способах бальзамировки трупов. Не пишите слишком много. Блог – это короткие, но емкие сообщения, не стоит туда помещать свой роман целиком – вас просто «выключат» из друзей. Не пытайтесь слишком сильно себя расхваливать, блог должен быть интересен прежде всего читателю, а не вам лично. Пишите другим блогерам, отвечайте на их посты. Если вы интересуетесь только собой, никто не будет читать



ваш блог. Находите известных блогеров среди писателей, журналистов и актеров и пишите ответы на их посты. Есть шанс заинтересовать их вашим блогом, завязать переписку, а то и дружбу. Не забывайте ставить в своем блоге метки, именно по ним приходят люди, интересующиеся определенной темой. Это увеличит количество ваших читателей и френдов.

Если есть силы и время, создайте свое сообщество, в котором вы будете писать и модерировать темы. Разумеется, оно быть интересным для большого количества человек, поэтому потребуется немало времени и усилий. Помните, что вы должны создавать уникальные сообщения. Простой перепост абы чего не будет способствовать вашей популярности. Если вы пишете в какое-то сообщество, пишите по теме. Не стоит «флудить» (мусорить), это не одобряется модераторами – вас могут забанить (лишить возможности писать в сообщество) на время или навсегда.

Рассылайте свою книгу газетам и журналам на рецензию. Убеждайте издательство в том, что именно ваша книга может оказаться в хитах продаж. Просите знакомых блогеров написать рецензию, упомянуть вскользь, процитировать... Ищите сайты и странички литературных критиков, предложите им прочесть вашу книгу (разумеется, предоставленную за ваш счет).

«ЖЖ», «Фейсбук», «ВКонтакте», «Твиттер» и т. п. – ваши потенциальные читатели и покупатели. Разместите (с разрешения издательства) небольшие кусочки романа на соответствующих ресурсах.

Если вам некогда заниматься сайтом или блогом, найдите специалиста, который будет делать это за вас.

Подавайте книгу на конкурсы. Заявляйте о себе как можно громче (но без ложного пафоса).

Поинтересуйтесь у знакомых, возможно у кого-то из них есть друг или родственник в журнале, газете, TV, радио, ко-



торый согласится написать статью, рецензию на вашу книгу или взять у вас интервью.

Но все это мелочи, главное, чтобы фортуна была на вашей стороне. Тогда все сложится само собой. Если с первой, второй книгой не все прошло гладко, подумайте: есть вероятность, что ваша книга некоммерческая, рассчитанная на узкую аудиторию. Возможно, приступая к третьей книге, стоит поинтересоваться у издателей, в каком конкретно жанре они нуждаются.

Если у вас есть финансовые средства для раскрутки, лучше всего поинтересоваться у издательства, в котором вы издаетесь: возможно, у них есть на примете профессионалы, способные вам помочь. Если книга перспективна, может статься, пиар-служба обеспечит вам приоритетную выкладку книг (на пару недель) в книжных магазинах и даже самостоятельно раздаст ее журналистам. Но это максимум. Дальше — как повезет.

Что касается электронных прав — в России продажи по ним пока невысоки. Можете смело отдавать их издателю. Это обеспечит еще несколько ссылок на ваше имя по запросу в информационных системах. Права на аудиокнигу, перевод и экранизацию лучше, на всякий случай, оставлять себе. Естественно, они вам вряд ли понадобятся, но «под лежащий камень вода не течет». «А вдруг» тоже случается время от времени. Особенно если вами занимается ответственный литературный агент. Но не забывайте о следующем: не надо каждый день звонить агенту с вопросом, продал ли он права на экранизацию или перевод в десять стран мира. Эти вопросы иногда решаются годами.

Теперь давайте зададимся вопросом: когда читатель подходит к книжной полке в магазине, почему он берет ту или иную книгу? Если не считать известности автора, разумеется. Тут несколько тонкостей.



Хорошая обложка. Издатель не всегда делает такую обложку, какая бы вам понравилась, и ориентируется на свой вкус. Выход? Вы можете потратить некоторое количество денег, найти хорошего дизайнера и заказать свою обложку, предложив ее издателю. Есть шанс, что он согласится. Но при этом желательно найти дизайнера, специализирующегося на книжных обложках, имеющего большое портфолио, иначе ваша затея точно будет обречена на провал. Да, название должно хорошо читаться не только на титульном листе обложки, но и на корешке, потому как есть шанс, что ваша книга будет стоять именно корешком из-за отсутствия места в книжных магазинах.

Удачная аннотация. Разумеется, каждый покупатель для начала заглядывает в аннотацию и смотрит о чем собственно книга. И после этого решает: приобретать ее или нет. Написать удачную аннотацию не так просто, к этому также необходимо приложить немало усилий.

Название книги. Оно должно быть привлекательным, хлестким, емким и не заезженным. Назовите книгу «Очередные сумерки» или «Похождения Васи Пупкина в Египте в период царствования фараона Хатшепсут династии...» — и ее никто не купит. В первом случае всем уже надоели многочисленные подражания известной вампирской саге, во втором — слишком длинное и невнятное название уже навеивает скуку, даже не хочется заглядывать внутрь.

Если на четвертой сторонке (оборотная сторона книги) есть отзывы известных людей (звезд кино, эстрады, литературы), внимание к книге окажется более пристальным.

Если в вашей книге есть главы, сделайте их названия привлекательными для читателя. Это мотивирует его заглянуть в книгу, прочитать пару страниц и, возможно, приобрести.

Далее вам следует убедить издателя рекламировать именно вашу книгу. Как это сделать? Прежде всего, вам по-



требуется холодный ум и расчет. Убедите редактора в том, что ваша книга интересна и имеет перспективы на книжном рынке, а вы производительный и старательный автор, который не ограничится одной книгой, а готов написать целую серию. Фразы «Я гений», «Я не пишу в угоду рынку», «Я не пишу для плебса», «Мое дело писать, а ваше — продавать», «Сделайте хоть что-нибудь», «Я потратил на книгу половину жизни» — забудьте навсегда. Это слова графомана или как минимум писателя-однодневки, с которым никто не захочет работать. Издатель, прежде всего, бизнесмен. Издавая книгу, он должен быть уверен, что получит прибыль. Тратить деньги на рекламу стоит только тогда, когда эта реклама окупится, что происходит далеко не всегда. Другими словами жанр вашей книги должен быть востребованным, тема популярной плюс новая оригинальная идея, хороший литературный язык, реклама и т. д. В наше время писатель должен быть еще и бизнесменом и пиарщиком для самого себя. Если вы к этому не готовы, не ждите славы, денег и почета.

Помочь продажам первой книги может вторая книга. Хорошо, если вы ее уже написали или хотя бы предложили издателю готовый синопсис и главу из второй книги. Если же нет, пора садиться и делать это, чем быстрее, тем лучше. Очень часто случается так, что первая книга начинает хорошо продаваться, издатель делает допечатку и просит у вас вторую книгу. Вы пишете ее долго. Продажи первой книги падают, и все — вторую книгу издатель у вас не берет. Не упустите время и свой шанс, второго может не быть.

Помните, что если вас начали приглашать на телевидение или радио, если издательство устраивает вам презентации и интервью с журналистами, вы должны уметь хорошо и красиво говорить. Возможно вам для этого потребуются несколько репетиций перед зеркалом или несколько уроков сценического мастерства и ораторского искусства — лучше их взять, чтобы потом не чувствовать себя скованно и неловко. Если вы решили стать публичным человеком, этого не избежать. Перед интервью попросите прислать вам вопро-



сы, изучите тему, чтобы блеснуть перед журналистом знанием вопроса, и не отлынивайте – в дальнейшем это скажется на вашей репутации.

Помните, прежде всего, вы должны раскручивать не книгу, а себя как бренд. Книга быстро устаревает, выходит из новинок и перестает интересовать СМИ (если таковая заинтересованность вообще была). Иначе говоря вам нужна легенда, ваш бренд, который создается порой годами. Стоит ли всем этим заниматься – решать вам. Но помните, что, раз выбрав жанр, выбрав свое амплуа, поменять его (как и актеру) будет сложно. Либо вы известный фантаст, либо детективщик, либо писательница любовных романов. Сочетать в себе все вместе не получится. Читатель, не зная, что его ждет в следующей книге, просто будет приобретать книги другого автора, да и издатель, в первую очередь, скажет вам о том же.

9. Союзы писателей и литературные объединения

Если какой-либо союз писателей, кроме медали «за выдающийся вклад в развитие и поддержание отечественной литературы», иногда может дать вам полезные знакомства, рекомендацию в издательства и выдвижение на премию, то литературные объединения – небольшой между собой чик, где «кукушка хвалит петуха, за то, что хвалит он кукушку». Нужен ли вам подобный творческий допинг – решайте сами. «Завязнуть коготком так, чтобы потом вся птичка пропала» – очень легко. «Захваленный и маститый» член такого объединения вполне может на поверку оказаться обычным графоманом, печатающимся за свой счет. Поэтому, если вас уже охватил творческий азарт и без написания текстов вы себя не мыслите – идите лучше в литературный институт или на ВЛК.

По молодости мне приходилось читать тексты для маленького коммерческого издательства. Помню, прислали как-то раз рассказ одного ведущего автора подобного объединения. Его нельзя было отредактировать вообще – только переписать полностью. Знаете, как была возмущена вся тусовка? Он же у них был лучшим! Божественность его дара даже не подвергалась сомнению! В общем, я отказалась читать и редактировать тексты для того издательства, поскольку они все же напечатали тот рассказ в авторской редакции.



Я понимаю, что со стороны столичного жителя, я сужу несколько с другой «колокольни», и региональные литературные объединения могут оказывать начинающим писателям весьма неплохую поддержку, не только моральную, но и более действенную. С этой позиции наиболее результативным является РОСА (Российское общество современных авторов). Их первичное отделение находится в Старом Осколе, но и в других городах (лучше или хуже) существуют филиалы.

Вот их сайт: <http://art.oskol.info/>

Несколько лет назад мне даже удалось издать исторический роман одного из авторов — членов РОСА в издательстве АСТ.

Вернемся к союзам писателей. В России и Москве на сегодняшний день существует четыре союза писателей (официальных): Союз писателей России, Союз российских писателей, Союз писателей Москвы и Союз писателей XXI века.

Союз писателей России: <http://sp.voskres.ru/>

Союз писателей России — общероссийская общественная организация, объединяющая ряд российских и зарубежных литераторов (прозаиков, поэтов, эссеистов и т. д.). Преемник Союза писателей РСФСР. На 2004 год состоял из 93 региональных организаций и объединял 6991 человека. Образовался в 1991 году, когда на базе единого Союза писателей СССР образовались Союз писателей России («патриотической» направленности) и Союз российских писателей («демократической» направленности). Первый председатель — Юрий Бондарев.

Председатель правления — Валерий Ганичев.

Секретарь правления — Сергей Белкин.

Союз российских писателей: <http://www.writers.ru/>

Союз российских писателей — общероссийская общественная организация, объединяющая российских и зарубежных литераторов (прозаиков, поэтов, эссеистов и т. д.).



Союз российских писателей образовался в 1991 году, когда на базе единого Союза писателей СССР образовались Союз писателей России («патриотической» направленности), Союз писателей Москвы, Московская городская писательская организация и Союз российских писателей («демократической» направленности). Союз российских писателей насчитывает в своих рядах более 3,5 тысяч писателей.

У истоков его создания стояли Дмитрий Лихачев, Сергей Залыгин, Виктор Астафьев, Юрий Нагибин, Анатолий Жигулин, Владимир Соколов, Роман Солнцев. В Союзе российских писателей состоят Андрей Битов, Евгений Евтушенко, Фазиль Искандер, Руслан Киреев, Михаил Кураев, Юрий Кублановский, Александр Кушнер, Владимир Маканин, Валерий Попов, Олег Чухонцев и другие известные писатели.

Союз писателей Москвы: <http://soyuzpisateley.ru/>

Союз писателей Москвы организован в 1992 году в результате распада Союза писателей СССР после августовского путча 1991 года.

Его ядром стала созданная в 1990 году Независимая писательская ассоциация «Апрель», в которую вошли Булат Окуджава, Фазиль Искандер, Анатолий Приставкин, академик Д. С. Лихачёв, Леонид Жуховицкий, Владимир Корнилов, Белла Ахмадулина, Андрей Вознесенский и другие наши коллеги, понимавшие необходимость демократических перемен в общественной и политической жизни страны, не изжившей в ту пору тоталитарных методов общения с народом и его творческой интеллигенцией. «Апрель» выступал за свободу слова, за неподконтрольность литературы партийным органам и КГБ; за возвращение в отечественную литературу имен и книг Солженицына, Аксенова, Владимова, Максимова, Гладиллина...

Союз писателей Москвы придерживается демократической ориентации, противостоит любым проявлениям национальной нетерпимости, пропаганде насилия в обществе, считая своей главной задачей сохранение свободы творчества и русского языка, полагая оценочным критерием литературного произведения талант автора.



СПМ насчитывает около двух тысяч профессиональных литераторов разных жанров и творческих направлений, среди которых — Б. Васильев, В. Маканин, В. Войнович, Ф. Искандер, А. Курчаткин, Е. Попов, И. Лиснянская, Л. Улицкая, А. Битов и другие.

Членами организации состояли Б. Окуджава, Ю. Нагибин, Г. Бакланов, М. Рощин, А. Приставкин, Б. Ахмадулина, А. Вознесенский...

Руководит организацией Секретариат, куда входят Сергей Белорусец, Евгений Бень, Леонид Жуховицкий, Лола Звонарева, Елена Исаева, Кирилл Ковальджи, Галина Климова, Татьяна Кузовлева, Анатолий Курчаткин, Галина Нерпина, Евгений Попов, Александр Ревич (председатель Приёмной комиссии), Марк Розовский, Сергей Филатов, Игорь Харичев, Николай Шмелев и другие видные писатели.

Союз писателей XXI века: <http://writer21.ru/>

Союз писателей XXI века создан в феврале 2011 года, зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации.

Президент Союза писателей XXI века — поэт и прозаик Евгений Викторович Степанов.

Вице-президент — поэт и культуролог Арсен Аркадьевич Мелитонян.

Председатель ревизионной комиссии — Игорь Александрович Харичев.

Союз писателей XXI века — общественная организация, призванная объединить современных писателей из разных стран, наладить переводческие контакты, содействовать членам Союза в публикациях и продвижении на книжном рынке.

Союз писателей XXI века (совместно с холдинговой компанией «Вест-Консалтинг») издает журналы «Дети Ра», «Крещатик», «Зинзивер», «Футурум АРТ», газеты «Литературные известия», «Поэтоград», альманахи «Илья», «Другие», осуществляет информационную и техническую поддержку крупнейшего интернет-портала «Читальный зал».

Союз писателей XXI века — некоммерческая организация, которая существует за счет пожертвований и членских взносов.



На их сайтах вы можете почитать об их деятельности и понять, насколько вам нужно туда вступить.

На мой взгляд, Союз писателей XXI века выгодно отличается наличие большого количества функционирующих СМИ — газет и журналов, а также наличие большого количества литературных порталов и партнеров проекта. Кроме того, у них есть издательство и, что немаловажно, наличие книжного сбыта, т. е. связь с книжными магазинами.

У Союза писателей России есть литературные курсы для начинающих писателей: <http://www.moswriter.ru/>

В общем, смотрите сами.

Весьма любопытным мне показался сайт: <http://www.cinemotionlab.com/>

При нем есть курсы для сценаристов и начинающих писателей. Насколько он хорош — сказать не могу. Вам придется проверить на собственном опыте, если появится такое желание. Но несколько моих знакомых там преподавали и отзывались весьма благожелательно.

Русский ПЕН-ЦЕНТР — первая попытка создать Русский национальный ПЕН-клуб была предпринята еще в 1987 году Игорем Виноградовым, но успехом не увенчалась. Решение о создании Русского советского ПЕН-центра было принято 10 мая 1989 года на 53-м международном конгрессе ПЕН-клубов с участием советской делегации. 6 июля 1989 года состоялось организационное собрание членов — учредителей ПЕН-клуба, на котором президентом избран Анатолий Рыбаков, вице-президентами — Андрей Битов, Аркадий Ваксберг, Игорь Виноградов, Андрей Вознесенский, Евгений Евтушенко, Фазиль Искандер и Анатолий Стреляный. 23 августа 1991 года подавший в отставку Рыбаков единогласно избран почетным президентом ПЕН-центра. Его место занял Андрей Битов.

Согласно уставу ПЕН-центры создаются с исключительной целью защищать права писателей, подвергающихся уго-



ловному и судебному преследованию, и Русский ПЕН-центр ведет эту деятельность, принимая участия в судебных процессах (к примеру, А. Витухновской).

Помимо этих организаций можно еще назвать Академию зауми, Академию поэзии, Академию российской словесности, Академию русской современной словесности, Международную ассоциацию писателей и публицистов, Орден куртуазных маньеристов, Общество поощрения русской поэзии, Союз литераторов России и множество других организаций, перечисление которых считаю излишним.

10. Киноиндустрия и книжный рынок

Какой русский не любит быстрой езды и какой автор не мечтает о том, чтобы его роман экранизировали?! Вопрос, разумеется, риторический. Но киноиндустрия, несмотря на жалобы о том, что экранизировать нечего, не спешит отдавать пальмовую ветвь большинству новичков издательского рынка. И это не случайно.

Во-первых, режиссерам и продюсерам некогда читать книги (и не стоит им их дарить). Они, в лучшем случае, заглянут в ваш синопсис.

Во-вторых, от синопсиса и текста до сценария еще «дожить» и «доплясать» надо при помощи сценаристов, а кроме того еще необходимо найти деньги на съемку если не полнометражного фильма, то хотя бы сериала.

Конечно, есть множество режиссеров, но среди них «снимающих» — единицы. Остальные пытаются пробиться, надеются, ищут спонсоров... И могут их искать годами.

Как вы уже догадались, обращаться нужно только к первым. Но они как раз самые занятые люди и читать (даже синопсисы) со стороны не будут.

В Интернете вы найдете множество сайтов, где за деньги вам предложат поместить ваш текст в так называемую базу сценариев, но скорее всего эту базу никто не просматривает, и ваш текст так и останется неп прочитанным. В худ-



шем случае вас попробуют развести на деньги, скажем, для съемки пилотной серии телесериала, а уж тогда миллионы вам будут обеспечены, а небесная манна так и посыплется на голову, пока не погребет под собой полностью.

Угу. Десять раз. Снимите лапшу с ушей.

Существует еще несколько опасностей.

Во-первых, вашу идею могут украсть, и потом доказать, что вы ее автор, возможности не представится. Так было уже много раз.

Во-вторых, идею купят, совершенно не собираясь ничего снимать. Зачем? Чтобы не досталась конкурентам. Мало ли, вдруг пригодится.

Поэтому работать можно только с тем, кому доверяешь! Необходимо знать этого человека или иметь о нем отзывы от знакомых, прошедших данным путем.

При обращении к режиссерам, продюсерам, литературным агентам ни в коем случае не стоит заявлять: «Моим сценарием заинтересовался сам Михалков и хотел снимать, но пока (далее вариации: у него слишком много проектов, нет финансирования и т. п.)». Глупое бахвальство при дележе шкуры неубитого медведя способно лишь стать сигналом о том, что с вами нельзя работать, так как вы бахвал и пустозвон.

Кстати, при уже снятом фильме продать книгу (переделав ее из сценария) гораздо проще. Если вы являетесь автором снятого (снимающегося), но еще не показанного кинофильма, смело идите в издательство, предварительно просмотрев, где есть серия «Кинороман».

Мы с вами много говорили о коммерческих жанрах в литературе. То же самое можно применить и к кино. — Снять сериал гораздо проще, чем полнометражный фильм. — Авторское кино — вещь сложная, дорогостоящая и неприбыльная. Если



вы пишете в сфере интеллектуальной прозы, шансов на экранизацию у вас немного. — С мультфильмами еще сложнее, практически полная безнадега, как и с фильмами для детей. — Скорее всего, Голливуд не ищет днем с огнем именно вас, поэтому переводить свою книгу в сценарий, а сценарий на иностранные языки смысла нет. Разве что ваш дядюшка помощник Стивена Спилберга или совладелец известной кинокомпании. — Иногда мечты сбываются, так почему бы не попробовать. В худшем случае вы ничего не приобретете, а потеряете только время. Приобретя взамен опыт. — Если пойти на курсы сценаристов, вполне можно приобрести нужные связи и знакомства, получить пропуск на разные киношные тусовки, а там, как знать... — Проанализируйте спрос на фильмы и телесериалы: какой жанр востребован именно сегодня, здесь и сейчас. Если вы владеете английским, посмотрите, что находится в хитах англоязычной (американской) индустрии. Большинство новомодных веяний приходит к нам оттуда. Вероятно, это и ваш шанс так же.

Итак, даже если издательство требует у вас одновременно с правами на издание книги права на экранизацию, не стоит надеяться, что издатель предложит вашу книгу киностудиям. ЭКСМО, к примеру, издает около 800 наименований книг в месяц. Понятно, что часть из них это нон-фикшн, переиздание и проч., тем не менее, книг гораздо больше, чем режиссеров и продюсеров. А уж интересных книг для экранизации и того меньше.

Если вы пишете интеллектуальную прозу и при этом вы не Пелевин и не Улицкая, ищите спонсора, который даст вам денег, иначе «кино не будет». Ведь зарабатывается на таком кино только благодаря «распилу» бюджета, кинопрокат подобного фильма денег не принесет.

Другое дело телесериалы. Там деньги добываются за счет рекламы во время показа фильма. В лучшем случае за счет продажи DVD, что маловероятно в вашем случае, так как вы не написали самый успешный сериал.

Не все тексты подходят для экранизации. Если вы написали эпическое полотно с множеством баталлий, если дей-



ствие происходит в разных странах мира и проч.— съемки получатся слишком дорогостоящими, что ни продюсеру, ни режиссеру не нужно. Если вашему фильму потребуется дорогая компьютерная графика и спецэффекты — результат тот же. Вывод: чем дешевле, тем лучше.

Естественно, иметь готовый сценарий всегда надежнее, чем предлагать просто синопсис. Тут есть два пути: либо поучиться писать сценарий самому, либо обратиться к профессионалу и заплатить деньги. Выбирайте тот, который вас устраивает. Если вы платите сценаристу, договаривайтесь с ним заранее, кому будет принадлежать готовый сценарий: вам или ему. Если вам — не забудьте заключить договор, а то потом окажетесь в пренеприятнейшем положении. Помните, что права на экранизацию и права на сценарий — совершенно разные вещи.

Когда у вас есть готовый сценарий, посмотрите сайты кинокомпаний. Посмотрите фильмы, которые они снимали последние года два, и оцените свои шансы. Если фильмы сняты совершенно на другую тему, значит, вам не сюда. Пишите сценарную заявку. В ней обязательно должны содержаться следующие сведения: жанр, целевая аудитория, основная идея, основной конфликт, послужной список автора (изданные книги, снятые фильмы). Не путайте сценарную заявку с синопсисом! Это не одно и то же. Синопсис — это содержание текста, основные сюжетные линии.

Если вы пишете в жанре нон-фикшн, тогда ваше предложение к кинокомпаниям может быть обращено к документальному кино. Последовательность действий та же, что и для художественного фильма.

Что касается предложений для западного рынка киноиндустрии, к примеру для Голливуда, тут нужен свой особый поход. Кроме безупречного владения языком той страны, куда вы предполагаете послать сценарий, вам жизненно необходимо найти тамошнего агента и знать правила этикета при общении с ним, а также правила оформления заявок



и сценариев. В общем, это должно быть профессиональное бизнес-предложение, которое обычному автору, увы, не по плечу.

11. Электронная книга и аудиокнига

Жа сегодняшний день электронная книга приобретает все большую популярность, а количество устройств для чтения в этом формате постоянно растет. Разумеется, большая часть российских читателей скачивает книги через пиратские сайты, уменьшая тем самым прибыль издательств. Но вас как начинающего автора не должно это особо волновать. Пишете вы художественные тексты или нон-фикшн, пишете вы для души или для раскрутки своего бизнеса – неважно, главное для вас, чтобы как можно большее количество людей прочитали ваш текст и порекомендовали прочитать друзьям.

Электронная книга удобна, поскольку не занимает много места. Ее можно носить в дамской сумочке, взять с собой в поездку на отдых, почитать во время ланча и т. п. Если читатель покупает электронную версию, она обходится значительно дешевле бумажной, что является огромным плюсом. Времена больших библиотек отошли в прошлое. К тому же понравившуюся книгу всегда можно купить в печатном варианте, зато, если книга не произведет впечатления, вы просто нажмете на кнопку delete без всяких угрызений совести. Минусы электронной книги тако-



вы: любители бумажных книг весьма неохотно к ним приспосабливаются, причем не только в силу привычки, бумажная книга читается более внимательно и вдумчиво. К тому же, к электронной книге нужно приспосабливаться, необходимы навыки владения компьютером, а люди зачастую ленивы.

Издавать книгу исключительно в электронном варианте я бы не советовала – все же к ней будет несколько другое отношение, чем к бумажной. Большинство критиков предпочитают читать текст с бумаги, а распечатывать вашу «рукопись» никто не будет. Так что электронная книга скорее дополнительный приятный бонус, чем самостоятельное явление, особенно на российском рынке.

Что касается аудиокниги, скорее всего, это не ваша тема. Аудиокниги издаются в основном для детей или в том случае, если автор достаточно раскрученный и известный, хорошо тиражируемый. Начинающий автор может создать такую книгу за свой счет, но это повлечет за собой определенные расходы. Во-первых, вам необходимо найти актеров, которые будут читать текст. Во-вторых, найти студию звукозаписи и узнать о стоимости их услуг. В-третьих, договориться с издательством о продаже данной книги через магазины, что удастся далеко не всегда. Есть конечно вариант выложить ее в бесплатном доступе в Интернете, но ваших затрат это не вернет. Впрочем, если есть желание, то почему бы и нет.

Как у аудиокниги, так и у электронной книги количество потребителей все же меньше, чем у книги бумажной, об этом следует помнить. Хотя, если это касается бизнес-тренингов, то вполне возможно, это ваш вариант. Почему? Потому что большинство бизнесменов часто проводят время в пробках. Читать в пробке неудобно, а вот послушать аудиокнигу – самое оно. Хотя человек при этом может часто отвлекаться (к примеру, на дорогу) и не усваивать ту информацию, которую вы хотели до него донести. У книги это получается гораздо лучше. Кстати, аудиокнига тоже подвержена пиратским скачиванием, так что на большую прибыль тут рассчитывать не приходится.

В России лидерами рынка являются студия звукозаписи «Союз», компания «Ардис» и подразделения крупных изда-



тельств «ЭКСМО-Сидиком» при ЭКСМО и «Аудиокнига» при АСТ.

Следует сказать, что даже если вашу книгу выпускает одно из этих издательств, далеко не факт, что оно захочет выпустить и аудиокнигу, даже если в договоре берет на нее права. Скорее всего, вы сможете заинтересовать издательство в выпуске аудиокниги при наличии спонсора. Так что это скорее вопрос вашего имиджа, чем получения реальной прибыли от этого проекта.

Если вы не продали электронную версию книги издателям, у вас есть несколько способов продавать книгу самому.

Первый. Продавать ее на своем сайте и блоге. Выбираете формат электронной книги, в котором она будет храниться, и способ оплаты (Яндекс.Деньги, WebMoney, PayPal и др.) – и вперед.

Второй. Вы подписываете договор с издательством, специализирующимся на продаже книг в Интернете. Прибыль делится между вами и издательством.

Третий. Вы подписываете договор с агентством, специализирующимся на авторских правах в Интернете. Агентство размещает книгу в сетевых библиотеках, вы же получаете с этого некую прибыль.

Если вы занимаетесь продажей электронной версии книги сами, то должны непременно знать, в каких форматах она должна храниться. Это:

txt – текст без форматирования;

html – язык, на котором пишутся страницы в Интернете. Формат открывается на любом устройстве, через которое можно выйти в Интернет;

doc – формат программы Microsoft Word. Легко открывается в Windows и в наладонниках Windows Mobile;

fb2 – формат, основанный на универсальном языке XML;

pdf – данный формат создан фирмой ADOBE. Содержит как текст, так и форматирование текста, а так же иллюстрации и текст в виде картинки. Практически не поддается редактированию, не приспособлен для маленьких экранов.

12. Послесловие. Фактор успеха: гениальность или гань моде

В чем заключается на сегодняшний день фактор успеха того или иного автора? В его личных связях, литературном даровании, ежедневном труде и написании большого количества многотомных фолиантов, в умении распознать тенденции рынка и написать коммерческий текст?

Прежде всего, в таланте. Если рукопись действительно хороша — она будет напечатана и рано или поздно найдет своего читателя. Будет ли это большое и известное издательство или небольшое частное — не столь важно на первых порах. Главное, что ваш труд оценили.

Не ленитесь рассылать рукописи издателям и журналам или, как минимум, найти литературного агента, который сделает это за вас. Пишите и читайте. Исследуйте рынок — досконально, придирчиво, ежедневно. Интересуйтесь у издателей, что именно их интересует, какой жанр. Помните, что автор как проект гораздо интереснее, чем тот, у которого в заглавнике всего лишь несколько рассказов или один роман.

Используйте все шансы, которые дает вам судьба. Тогда вы увидите, что вариантов развития событий чрезвычайно много. Возможно, вам откроется неожиданный путь, о существовании которого вы и не подозревали.

Даже если вам придется кроить и перекраивать тексты — засучите рукава и вперед, но если вы не готовы на подвиги,



найдите себе более спокойное занятие, не столь трудоемкое и сложное.

Если вы нуждаетесь в моих услугах или консультации, используйте следующие способы связи:

Мой сайт: <http://moilitagent.ru/>

Мой e-mail: litbestseller@gmail.com

Мой телефон: 8 925 80 227 55

Удачи!

Приложение.

Использованная литература

1. *Сергей Жуковский, Ольга Сашечкина.* Книга как инструмент продвижения вашего бизнеса. М.: Риор, Инфра-М. Тираж 3000 экз.
2. *Эльвира Барякина.* Справочник писателя. Как написать и издать успешную книгу. М.: Университетская книга, 2011. Тираж 2000 экз (второе издание).
3. *Сергей Чупринин.* Жизнь по понятиям. Русская литература сегодня. М.: Время, 2007. Тираж 3000 экз.
4. *Сергей Чупринин.* Новый путеводитель. Русская литература сегодня. М.: Время, 2009. Тираж 3000 экз.
5. *Сергей Чупринин.* Малая литературная энциклопедия. Русская литература сегодня. М.: Время. 2012. Тираж 3000 экз.
6. *О.А. Кривцун.* Психология искусства. М.: Высшая школа, 2009. Тираж 2000 экз.
7. *Жак Маритен.* Творческая интуиция в искусстве и поэзии.— М.: РОССПЕН, 2004.— (Книга света).
8. *Рина Грант:* <http://rina-grant.livejournal.com/2720.html> и http://zhurnal.lib.ru/editors/f/frezi_g/

Содержание

Предисловие	3
1. С чего начинается писатель.	
Художнический психотип и акт творчества	5
2. Писатель и графоман.	
Почувствуйте разницу	14
3. Коммерческие и некоммерческие жанры в современной литературе	18
4. Книга как инструмент продвижения бизнеса	21
5. Обращение в издательство и зачем нужен литературный агент	29
6. Зарубежный рынок	35
7. Литературные премии и фестивали	75
8. Продвижение книг.	
СМИ, реклама, Интернет, собственный сайт	104
9. Союзы писателей и литературные объединения	112
10. Киноиндустрия и книжный рынок	118
11. Электронная книга	123
12. Послесловие.	
Фактор успеха: гениальность или дань моде	126
Приложение.	
Использованная литература	128

Научно-популярное издание

ГОРЮНОВА Ирина Стояновна

**КАК ИЗДАТЬ КНИГУ
СОВЕТЫ ЛИТЕРАТУРНОГО АГЕНТА
(Пособие для начинающих писателей)**

Редактор *Евгений Степанов*
Компьютерная верстка *Владимир Коркунов*
Обложка *Ольга Витт*
Корректор *Капитолина Келаскина*

Бумага офсетная
Гарнитура Trebuchet MS
Тираж 1000 экз.
Сдано в набор 01.08.2012
Подписано в печать 23.08.2012



Издательство «Вест-Консалтинг»
109378, г. Москва, Есенинский бульвар,
д. 1/26, корп. 1, офис 34.
Тел. (495) 978 62 75

Типография ИПК «Квадрат»
Белгородская обл., г. Старый Оскол
Комсомольский проспект, 73.