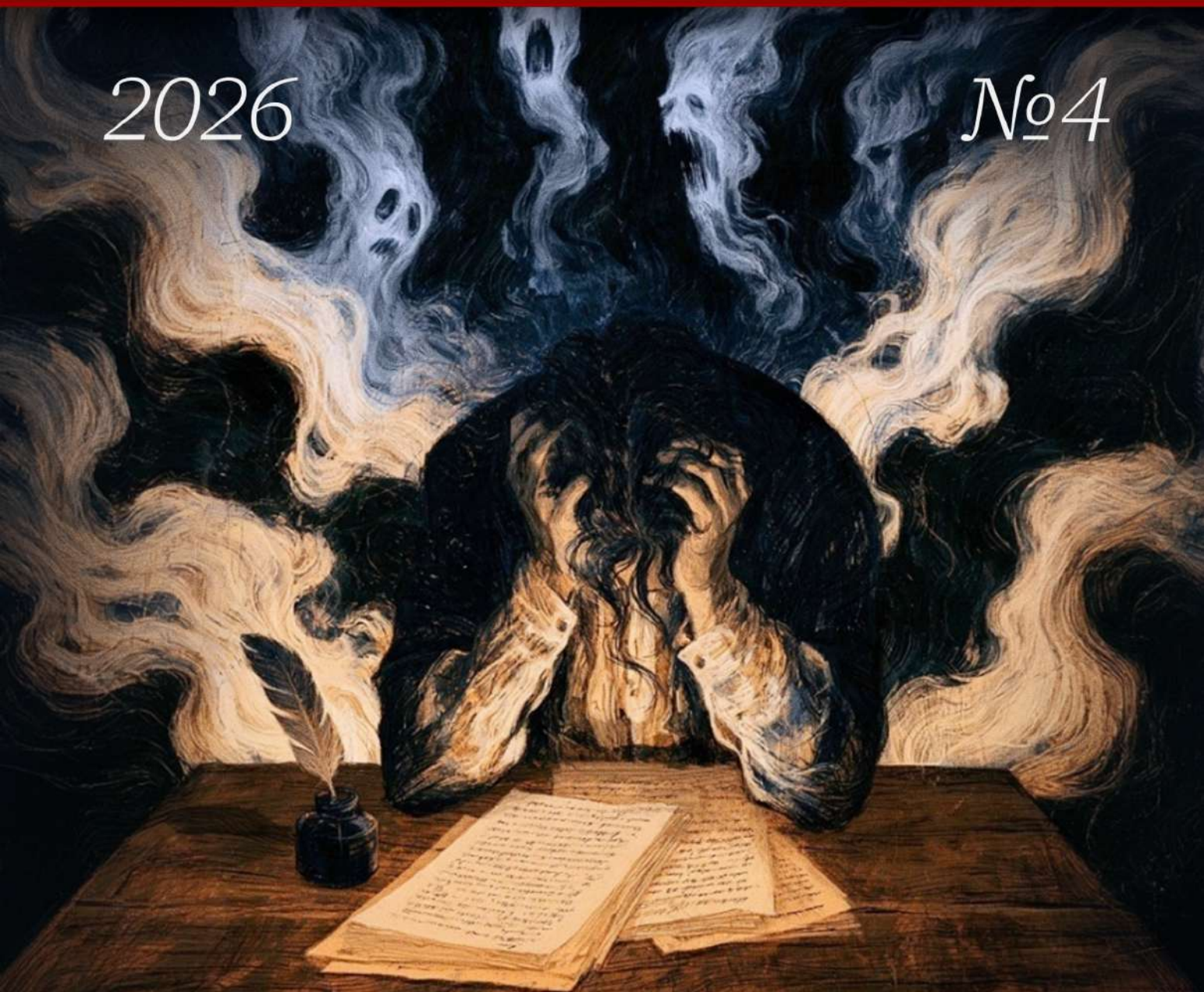
ПИСАТЕЛЬСКИЙ

ЖУРНАЛ

Научно-практический журнал о писательском мастерстве

2026 №4



Тема номера:

Страхи писателя: капкан или стимул к развитию?

Писательский журнал, №4 (2026)

Научно-практический журнал
о писательском мастерстве

Антон Чиж Book Producing Agency

2026

УДК 82-9
ББК 76.01
П34

Авторы: Чиж Антон, Логунова Елена, Капьев Евгений, Янковский Леонид, Виноградов Михаил, Колмакова Наталья, Гутиева Анна, Райдер Мария, Рыжков Лев, Малинина Наталья, Чичирин Владимир, Пензенский Александр, Колдыркаев Николай, Ракитина Полина

Шрифты предоставлены компанией «ПараТайп»

Писательский журнал, №4 (2026) : Научно-практический журнал о писательском мастерстве / Антон Чиж [и д. р.]. — [б. м.] : Антон Чиж Book Producing Agency, 2026. — 72 с.
ISBN 978-5-0071-5116-0

П34

«Писательский журнал» — первый журнал для авторов жанровой литературы, посвященный писательскому мастерству.

Его цель — вдохновлять, делиться опытом и полезной информацией.

УДК 82-9
ББК 76.01

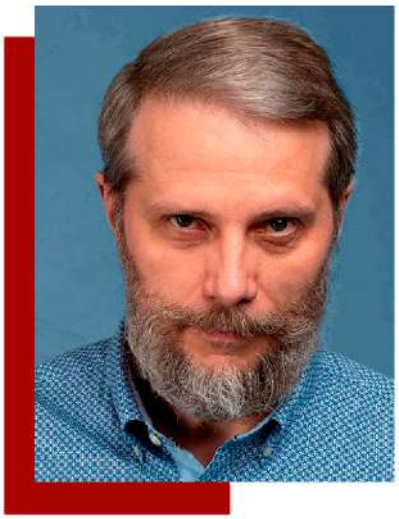
12+ В соответствии с ФЗ от 29.12.2010 №436-ФЗ

ISBN 978-5-0071-5116-0

Оглавление

Слово издателя 5
Евгений Капьев. Станьте автором, которого захотят читать 6
Леонид Янковский. Идеального пути нет 11
Михаил Виноградов. Книги дорогие не потому, что издатель жаден 14
Наталья Колмакова. Ищите тех, кто продвигает чтение! 23
Елена Логунова. Кабана бояться — книг не видать 27
Анна Гутиева. Сила и слабость писателя 34
Мария Райдер. Страх финала: как перестать переписывать книгу и наконец ее закончить 38
Лев Рыжков. Писатель живет среди страхов 44
Наталья Малинина. Хороша Маша, да не ваша — ша! 49
Владимир Чичирин. Польза «страха проявляться» 54
Александр Пензенский. Писатель и страх 58
Николай Колдыркаев. Служенье муз не терпит… промедленья 62
Полина Ракитина. Пять главных страхов начинающего коммерческого автора 66

Слово издателя



Буду краток.

Тема этого номера — страхи.

Да, писатель плавает в страхах, как рыбка в аквариуме. Иногда это приносит пользу и дает стимул для создания жанра хоррор. Иногда сильно мешает, отнимая силы и парализуя волю. Иногда страхи живут с писателем тихо и незаметно, как бактерии на коже.

Страхи есть у каждого автора. Свои особенные, родненькие.

Большие или маленькие. Тайные или публичные.

Мы решили поговорить о взаимодействии автора со страхами во всех их проявлениях.

Изучить вопрос и сделать выводы.

Авторы номера с разных сторон рассматривают эту проблему.

Мы надеемся, что после прочтения материалов номера у вас станет меньше профессиональных страхов и вы сможете немного лучше с ними справляться.

Или даже приручить их для собственной пользы.

Не бойтесь.

Листайте смелее.

Мы уже не боимся. Ну, почти…

Дело за вами.

Искренне вашъ,
Антон Чиж

P.S. Не пугайте журналом читателей!

Евгений Капьев. Станьте автором, которого захотят читать

«Отправил рукопись в черную дыру» — так описывают свой опыт общения с крупными издательствами десятки начинающих писателей. Это, пожалуй, главный страх дебютанта: месяцы ожидания, тишина в ответ и отказ без объяснений. Мы спросили у Евгения Викторовича Капьева, генерального директора «Эксмо», можно ли сделать этот путь прозрачнее — и что вообще сегодня происходит с «путем автора» в крупнейшем издательстве страны.

— Евгений Викторович, вы руководите крупнейшим издательством в стране. Сколько авторов сегодня работают с «Эксмо»? Много ли новичков прибавилось за последний год? А за год до этого?

— Сегодня в авторском портфеле «Эксмо» около 8 тысяч имен. В 2025 году мы выпустили почти 12 тысяч наименований общим тиражом 50,5 млн экземпляров. Ежегодно мы открываем для российских читателей сотни новых имен. Специально для поддержки начинающих авторов в 2023 году мы создали премию «Эксмо. Дебют». Победители определяются в четырех номинациях: «Художественная литература», «Молодежная литература», «Прикладная литература (нон-фикшн)» и «Лучший автор-дебютант до 30 лет». Есть еще партнерские номинации. В этом году общий тираж книг лауреатов составил 135 357 экземпляров.

— Если обобщить — кто сегодня ваш «типичный» автор? Это женщина или мужчина? Какого возраста? Где живет — в Москве, в регионах или за рубежом? Какое у него образование? И в каком жанре он чаще всего работает? Есть ли какие-то неожиданные тенденции, которые вы замечаете в портрете автора?

— Я бы не пытался давать автору типичный портрет. Лица современной российской литературы очень разнообразны. Мы видим приток молодых авторов. Молодая аудитория сейчас во многом формирует новые запросы, в топе романтика, спортивные драмы, темное фэнтези, молодежная проза. При этом интерес к этим жанрам не означает, что взрослые авторы или традиционная литература становятся менее востребованными.

Для издателей прежде всего важны качество текста, структура и потенциал книги для читателя. Где живет автор и какое у него образование, уже не играет значительной роли.

— Насколько изменился «путь автора» в «Эксмо» за последние годы? Раньше считалось, что попасть к вам сложно, но возможно. Что сейчас? Какие каналы поиска новых имен для вас работают — самиздат, литературные конкурсы, агенты, социальные сети? Или «Эксмо» теперь полагается в основном на проверенные бренды и бестселлеры?

— Путь автора стал гораздо более разнообразным. Мы действительно смотрим не только на традиционный поток рукописей. Редакции отслеживают социальные сети, интернет-площадки и самиздат — это позволяет видеть, какие истории уже нашли своего читателя. Особенно интересно наблюдать за авторами, которые сначала самостоятельно сформировали аудиторию, а затем приходят в традиционное издательство. Но это не значит, что будущему автору достаточно иметь подписчиков. Аудитория может помочь обратить внимание на автора, но дальше все равно начинается работа редактора с текстом.

Есть и специальные инструменты поиска новых имен. Так, в 2024 году «БОМБОРА» запустила конкурс «Российский нонфик: новые имена», благодаря которому отбираются рукописи жанра нонфикшн.

— Самая нервирующая ситуация для автора — отсутствие обратной связи от издательства. При этом отказ может прийти моментально, а положительный ответ, если и будет, то очень нескоро. Понятно, что рукопись в издательстве, особенно таком крупном, как «Эксмо», проходит множество этапов, но нельзя ли сделать этот путь более прозрачным и как-то оповещать автора о том, что происходит с его произведением?

— Это как раз то направление, где мы уже многое изменили. Сегодня в «Эксмо» реализована многоступенчатая система отбора рукописей. Автор сначала отправляет произведение через форму, затем рукопись проходит модерацию, регистрируется и ставится в очередь, после чего ее рассматривает редакция и принимается решение. Мы специально сделали систему такой, чтобы автор понимал, что его рукопись дошла и находится в работе.

Сейчас мы заявляем срок рассмотрения до трех месяцев, хотя предупреждаем, что в отдельных случаях из-за объема рукописи или загрузки редактора он может увеличиваться.

При этом нельзя забывать о масштабах. У нас более 500 редакторов, огромное количество проектов и десятки тысяч позиций в каталоге. Поэтому полностью индивидуальный процесс «редактор лично ведет каждого автора с первого письма» в большом издательстве невозможен. Но наша задача — сделать так, чтобы автор не чувствовал, что отправил рукопись в черную дыру.

— Мы знаем, что сегодня «Эксмо» и другие издательства переживают серьезную трансформацию. Как эти изменения в работе издательства — ужесточение внутренних проверок рукописей, использование AI для сканирования текстов — отражаются на ав-

торах? Как изменились договоры с ними?

— Главное изменение сейчас связано не столько с творческой стороной издательского процесса, сколько с необходимостью проверять книги на соответствие законодательству.

В «Эксмо» действует многоступенчатая система автоматического анализа контента, лучшая в отрасли. Она проверяет книги на потенциально проблемные категории, а окончательное решение все равно принимает человек — редактор или, в сложном случае, профильный юрист.

Что касается договоров, я бы здесь не стал говорить о какой-то единой революционной новой форме. Условия сотрудничества обсуждаются индивидуально, согласовываются с автором при положительном решении о публикации его произведения.

— Сегодня очень много нагрузки по продвижению книги ложится на плечи самого писателя. Издательство дает рекомендации и медийную поддержку, но «строить личный бренд» автору часто приходится самому. Это осознанная стратегия «Эксмо» или вынужденная мера? И как быть тем авторам, которые не хотят или не могут быть публичными персонами, а хотят просто писать?

— Продвижение книги — это совместная работа издательства и автора. Мы никогда не исходили из того, что писатель должен самостоятельно заменить собой маркетинговый отдел.

Успех книги складывается из нескольких вещей: качественного текста, упаковки и маркетинга. Мы работаем с обложкой, позиционированием, целевой аудиторией, рекламой, социальными сетями, экранизациями и другими каналами.

Но современная книжная индустрия изменилась. Если автор умеет разговаривать со своей аудиторией — это большое преимущество. Мы рекомендуем авторам работать с личным брендом, связывать публичную деятельность со своим творчеством.

Но я бы не ставил знак равенства между «строить личный бренд» и «каждый день вести соцсети». Автор может быть публичным человеком, а может практически не появляться в медиа. Общая задача издательства — найти подходящую для конкретной книги модель коммуникации.

— Один из самых острых вопросов сегодня — «запрещенка». Темы, которые оказались под запретом или требуют крайней осторожности. Многие авторы боятся даже подходить к острым социальным темам, опасаясь, что издательство просто не возьмет их текст. Насколько оправданы эти страхи? Должен ли автор исключать из своего творчества все, что может вызвать вопросы, или есть пространство для «правды жизни», если она подана художественно? Как вы советуете авторам работать с этой реальностью, чтобы их книги увидели свет?

— Здесь я бы разделил две вещи — смелость в творчестве и нарушение закона.

Автор не обязан превращать литературу в стерильный текст. Но издательство не может выпускать произведение, если оно нарушает действующее законодательство. Именно поэтому сегодня мы уделяем так много внимания юридической экспертизе.

Принцип здесь достаточно простой: если книга нарушает законодательство, она не должна издаваться.

Для автора практический вывод простой: нужно знать законодательные ограничения еще на стадии работы над рукописью и понимать, что художественная форма сама по себе не отменяет требований закона.

— Еще одна глобальная тема — нейросети. Мы видим, что «Эксмо» активно использует AI в издательских процессах. Но что насчет авторов, которые сами используют нейросети для написания текстов? Будет ли издательство как-то маркировать контент, созданный при помощи ИИ? Изменится ли гонорарная политика для таких произведений? Считаете ли вы, что «нейролитература» — это будущее, или она всегда будет уступать книгам, написанным человеком?

— Мы активно используем искусственный интеллект, но прежде всего как инструмент издательского процесса, а не как замену автору. ИИ помогает нам не только в проверке рукописей, но и в маркетинге, аналитике, подготовке саммари.

Что касается книг, полностью созданных искусственным интеллектом, сегодня их доля в нашем издательском потоке меньше одного процента. И мы не рассматриваем ИИ как инструмент прямого производства книг.

При этом я бы не стал говорить, что использование нейросети в любом виде автоматически делает текст плохим. Есть огромная разница между человеком, который использует ИИ для исследования, поиска идей или технической работы с текстом, и произведением, которое фактически написала машина. Вопросы маркировки и авторского вознаграждения будут зависеть и от развития законодательства, и от того, как будет определяться вклад человека в создание произведения. Это еще формирующаяся область.

— Мы, «Писательский журнал», много пишем о том, как меняется книжный рынок. Вы в своих выступлениях отмечали рост популярности фэнтези и любовных романов, а также снижение доли нон-фикшна. Что вы посоветуете начинающему автору, который не пишет в этих «трендовых» жанрах? Есть ли у него шанс быть изданным в «Эксмо»?

— Если бы издательство публиковало только то, что уже находится в сегодняшнем топе продаж, через некоторое время рынок просто перестал бы развиваться.

Тренды важны, но они не являются единственным критерием. Например, сейчас действительно очень популярны романтика, спортивная романтика, темное фэнтези и молодежная проза. Одновременно сохраняют позиции уютные детективы, книги о России, историческая литература и другие направления.

Но начинающему автору я бы не советовал искусственно переписывать свою книгу под тренд. Тренд закончится раньше, чем вы успеете написать хороший роман. Гораздо важнее понять, кому нужна именно ваша книга и чем она отличается от уже существующих.

— И последний, самый главный вопрос для многих: что бы вы сказали автору, который сейчас заканчивает свою первую книгу и мечтает о публикации

в «Эксмо»? Какие советы вы бы ему дали — исходя из реалий сегодняшнего дня, а не из розовых мечтаний?

— Первое — закончите книгу. Не отправляйте в издательство идею, первые три главы или красивый синопсис вместо произведения. Нам нужна законченная рукопись; требования к объему зависят от жанра.

Второе — перечитайте ее еще раз. А потом еще раз. Автор должен быть готов не только написать текст, но и работать над ним вместе с редактором.

Третье — много читайте. Читайте книги тех писателей, которых считаете своими конкурентами. Это помогает понимать, как устроены хорошие произведения и чего хочет читатель.

Четвертое — не бойтесь начинать с небольшой аудитории. Сегодня у автора гораздо больше возможностей найти читателя самостоятельно: самиздат, цифровые платформы, социальные сети, литературные конкурсы. Если книга действительно вызывает интерес, это становится важным сигналом для издателя.

И наконец, не думайте только о том, как попасть в издательство. Думайте о том, как стать автором, которого читатель захочет читать.

Леонид Янковский. Идеального пути нет

Страх может быть и двигателем, и тормозом в работе писателя. Страх чистой страницы, страх отказа, страх, что твою книгу не купят. А в последние месяцы к этому привычному набору добавился новый, куда более приземленный: страх за само существование книжного рынка. Склады горят, маркетплейсы лихорадит, издательства сворачивают проекты. Где искать читателя? Как искать издателя? И стоит ли вообще сейчас идти в литературу?

Эти вопросы мы задали человеку, который руководит издательством с четвертьвековой историей, — Леониду Вацлавовичу Янковскому, генеральному директору «Речи».

— Леонид Вацлавович, крупные издательства сейчас срочно переходят на продажи со своих складов, а независимые, как «Бумкнига», и вовсе приостанавливают поставки на маркетплейсы. «Речь» придерживается той же стратегии или у вас свой путь?

— Мы стараемся сделать все возможное, чтобы у наших читателей был привычный им доступ к книгам «Речи». Реорганизуем внутренние процессы, но таким образом, чтобы все работало если не как прежде, то почти как прежде. Конечно, мы не знаем, что будет завтра, но на сегодняшний день мы продолжаем сотрудничать с маркетплейсами.

— Что делать читателю, который привык приобретать книги «Речи» в определенном месте, а этот канал стал ненадежным? Как и где искать вашу продукцию?

— Основным рупором издательства «Речь» уже многие годы остается наша группа «ВКонтакте» https://vk.ru/rech_deti. Обо всех изменениях мы объявляем там. Разумеется, есть у нас и сайт, и площадки в других соцсетях — там мы тоже выкладываем важные новости. Но исторически так сложилось, что именно в группе «ВКонтакте» собралось активное ядро читателей, которые поддерживают с нами постоянный диалог. Так что найдите группу «Речи», подпишитесь — и всегда будете знать, где купить наши книги. Или пишите в личные сообщения.

— Обсуждая ситуацию с коллегами, мы слышим, что издательства пересматривают планы выпуска новинок, а некоторые даже приостанавливают прием рукописей. Это временная история или новые правила игры на годы вперед?

— Правила игры всегда меняются, нет ничего постоянного. Невозможно законсервироваться в текущем моменте — реальность постучит в стенку и скажет: «Я тут!»

— Начинающему автору всегда было трудно пробиться, но теперь, когда все считают расходы, не станет ли это абсолютно невозможным? Насколько оправданы опасения, что издательства перестанут рисковать с новыми именами?

— Примерно две трети нашего издательского багажа — это переиздания советских детских книг и классики, поэтому вопрос, наверное, больше к другим издательствам. Мы, конечно, выпускаем книги современных авторов, но не в таком количестве. В случае с «Речью» ничего не поменяется. Видим перспективную рукопись — берем ее.

Комментарий «Писательского журнала»
В энциклопедии «ПроДетЛит» перечислены более 200 классиков и современных писателей, чьи книги выходили в «Речи». Издательство активно ищет новые таланты, работая не только с признанными мастерами, но и с начинающими авторами и художниками.

— Известно, что для вас главный принцип — «не навреди». Вы говорили, что не станете издавать книгу, которая не соответствует вашим моральным принципам, даже ради больших денег. Но чему сейчас важнее не навредить — репутации или бизнесу? И что изменилось в вашем подходе к отбору рукописей в последние месяцы?

— Издательство «Речь» появилось в 1999 году как проект выпускников психологического факультета СПбГУ. Тогда мы выпускали психологическую литературу, которой очень не хватало на рынке. За минувшие годы многое изменилось — ушли одни люди, пришли другие, мы стали издавать художественную литературу, обратились к переизданиям. Но принципы остаются с нами всегда. И «не навреди» — читателю, в первую очередь ребенку — один из главных.

Справка «Писательского журнала»
«Речь» была основана 25 декабря 1999 года для издания психологической литературы и стала одним из лидеров в этой области, получив высшую награду в сфере психологии — премию «Золотая Психея». Затем издательство обратилось к детской литературе, начав с переизданий книг из золотого фонда советской классики. Сейчас «Речь» — одно из ведущих детских издательств России.

— Начинающие авторы часто спрашивают о самиздате. Сейчас, когда вход в издательство усложняется, — это хороший шанс собрать свою аудиторию? Или, пока рынок лихорадит, луч-

ше подождать и дорабатывать текст, а не торопиться с публикацией?

— Доработать текст всегда лучше, чем прислать в редакцию или выложить сырым. При этом издатель, как правило, чувствует потенциал рукописи и может дать автору время на доработку, если видит перспективу. Но опечатки все равно лучше исправить самостоятельно.

Самиздат подходит не для всех жанров. И не все авторы способны выдавать ежедневно необходимые для самиздата 10–15 тысяч знаков.

Наверное, главное правило — не только писать, но и читать. И не только книги, но и сайты и группы издательств в соцсетях. Чтобы не предлагать свой текст всем подряд, а найти то издательство, которое выпускает похожие на вашу рукопись книги или проводит конкурс рукописей определенного жанра или на определенную тему. Потому что часто причиной отказа бывает нефомат. «Речь», к примеру, не издает современную взрослую прозу, какой бы великолепной она ни была.

Комментарий «Писательского журнала»

За 25 лет работы издательство «Речь» собрало впечатляющую коллекцию наград. Так, в 2013 году книга Наринэ Абгарян «Семен Андреич. Летопись в каракулях» (с иллюстрациями Виктории Кирдий) стала первым лауреатом новой литературной премии «Baby-НОС» и была признана лучшей детской книгой десятилетия.

— Вы, как издатель, наверняка видите типичные ошибки, которые сразу говорят: «Это новичок». Если бы вы могли дать один совет автору, который сейчас заканчивает первую книгу, — что бы вы сказали?

— Пиши о том, что знаешь. *И дело не столько в фактах, сколько в том, чтобы писать то, что действительно волнует, идет от сердца.* А не вымучивать из головы. И не забудь перечитать.

— Каким вы видите идеальный путь для автора в ближайшие пару лет? Искать агента? Стучаться в издательства? Строить личный бренд в соцсетях? Или есть другая, более действенная стратегия?

— Идеального пути нет, есть путь, на котором ждут не только розы и признание, но и ямы, валуны и разочарование. *Каждый автор проходит свой путь в одиночку.* Если есть возможность заручиться поддержкой — агента, клуба авторов-единомышленников, подписчиков — это всегда плюс. Но и они не пройдут ваш путь за вас, максимум — поддержат. И гарантий не может дать никто, никогда.

Пишите, если не можете не писать. И не пишите, если можете.

Комментарий «Писательского журнала»

В коллекции издательства — работы двух единственных российских лауреатов главной мировой премии в области детской литературы имени Г. Х. Андерсена: художников-иллюстраторов Татьяны Мавриной и Игоря Олейникова.

Михаил Виноградов. Книги дорогие не потому, что издатель жаден

Склады Wildberries горят, тиражи уничтожены, издательства в панике пересматривают стратегии. На маркетплейсы, где продавалось более половины всех книг в стране, теперь страшно полагаться. Что это значит для авторов?

Михаил Виноградов — петербургский писатель, издатель и путешественник, основатель и совладелец издательства «Товарищество Виноградова». Автор официального детского путеводителя по Ленинградской области и книги «Код русского писателя», член фонда «Сибирский писатель» и резидент фестивального движения «Книжные маяки России».

vk.com/izdam

— Михаил, вы издатель и писатель — видите ситуацию с двух сторон. Насколько серьезно то, что происходит сейчас на книжном рынке? Это временный сбой или тектонический сдвиг?

— Если отвечать занудно — временный сбой. Склад выбыл, построят другой; страховые дела разберут, убытки покроют. Потеря ресурсная, а ресурсные потери восполняются деньгами и временем.

Сдвиг случился раньше пожаров и отношения к ним не имеет. Тектоническая плита посередине не рвется — рвется по шву, а швы известны заранее. Рынок прошел ту фазу, когда маркетплейс был чистым преимуществом: кто зашел раньше, тот продавал дешевле и виднее. Потом туда пришли все, преимущество кончилось само собой, и наружу полезло то, чего в фазе роста никто не считал: конская комиссия, чужой склад, чужая выдача, чужие правила, меняющиеся в одностороннем порядке. Тридцать процентов рынка в деньгах на одной площадке — это и есть шов. Отрасль дозрела до перемены задолго до августа.

Поэтому, отвечая на вопрос. Способ, которым рвануло, — случайность. Могло прогореть по экономике: комиссией, демпингом, кассовым разрывом у крупного поставщика. Прогорело по-настоящему, синим пламенем.

— Сгорело больше 11 миллионов книг, включая учебники и бестселлеры. На Wildberries приходится 30% книжного рынка в деньгах. Как вы оцениваете масштаб потерь для отрасли в целом?

— Горят деньги, а когда горят деньги, это всегда плохо. Рассказывают про букварь Жуковой, пособия по ЕГЭ, атласы автодорог, новую редакцию Конституции, книги Прилепина и Симоньян и «451 градус по Фаренгейту». Если считать среднюю книгу в триста граммов, это около трех тысяч тонн бумаги, полсотни железнодорожных вагонов.

Считать, однако, надо не пепел, а в столбик. Когда в 2024 году горели Шушары, Wildberries возмещал поставщикам по средней цене товара со скидкой за вычетом комиссии, хранения и логистики — то есть ровно так, как если бы товар был продан. Выплаты пошли с пятнадцатого января еженедельно; к началу марта площадка отдала все и всем. Как посчитают в этот раз, никто пока не знает. Но если по той же методике, то издатель, у которого сгорел тираж, свою выручку получит. Плохо это в первую очередь самой площадке: рынок выжигает ее саму, и не только дронами.

Автор в этой схеме не получает ничего. Сгоревший тираж не продан, а роялти — с продаж. Деньги за книгу в отрасль вернулись, до писателя не дошли, и это не жадность издателя, а формулировка в договоре, которую никто не писал со злым умыслом — ее просто писали для мирного времени.

Из отрасли уходят не деньги. Уходят люди: автор, который не заработал при заработавшем издательстве, идет не в другое издательство, а в такси. Читатель тоже недосчитался — буквари и пособия к ЕГЭ рынок ждал к сентябрю, а допечатают их к зиме. Я, кстати, не очень верю в список сгоревшего. Думаю, в этих кострах сгорели сотни тысяч книг, которые никто никогда не печатал.

Где-то убыло, где-то прибыло. Убыло в этот раз у авторов. Читатель все нужное где-нибудь скачает.

— Крупные издательства, такие как «Эксмо», переходят на продажи со своих складов (FBS), а независимые, как «Бумкнига» и «Альпака», и вовсе приостанавливают поставки на маркетплейсы. Эта новая реальность останется с нами надолго?

— Останется навсегда, и пожар тут только ускоритель. Крупные учатся продавать сами и, по сути, строят собственные книжные маркетплейсы: свой склад, своя сборка, своя доставка до покупателя, свой взрослый маркетинг. «Эксмо» стоит особняком просто по размеру — у них на все хватает. Мелкие делают то же самое руками, потому что деваться некуда. Конечно, издательствам не нравится, когда горят книги, даже если все компенсируют. Мы тоже ушли почти со всех маркетплейсов. Дальше, думаю, малые начнут объединяться в условно «честный» маркетплейс. Крест этот я бы с кем-нибудь разделил с удовольствием. И все бы разделили.

Второе движение важнее первого, и о нем почти не говорят. Инфраструктура дозрела. Еще пять лет назад собственный интернет-магазин означал программиста, эквайринг, договор с курьерской службой и полгода возни. Сегодня банк дает прием платежей по СБП с оплатой по QR-коду, служба доставки отдает готовый список пунк-

тов выдачи, а магазин на сайте издательства собирается без единой строки кода. Порог входа упал до нуля ровно тогда, когда стало видно, во что обходится чужая витрина: комиссия, логистика, хранение, эквайринг, штрафы, возвраты, обязательные акционные скидки. Возьми 40% стоимости и вложи в развитие аудитории, в отношения с читателями. МИФ много продает сам, «Альпина» даже подписку платную продает на свой сайт. Все эти продажи ушли с маркетплейса. Даже если сами издатели там остались. Каждая книга, проданная напрямую, не продана на маркетплейсе.

Тут я скажу вещь, которую издатели вслух говорят редко. Книга, которую мы сами продаем за 500 рублей, через Авито — за 750, а в рознице — за 890, доходит до покупателя маркетплейса за 1790 рублей. Зарабатываем мы с автором при этом одинаково, но в случае с маркетплейсами я не уверен, что считаю до конца честно по отношению к себе.

Чтобы заработать на маркетплейсе столько же, сколько при прямой продаже, реальную цену надо поднять вшестеро. Книги в России дорогие не потому, что издатель жаден, а потому, что канал прожорлив. Читатель об этом не знает и, честно говоря, знать не обязан — но именно ему за это платить, и именно у него есть простой выход: дойти до сайта издательства или до сайта автора и заказать напрямую. Получать все равно придется в том же пункте выдачи или в железном ящике у «Пятерочки». Хуже от этого станет только маркетплейсу. И поделом.

У меня есть книги, которые, если покупатель не выкупил заказ, дешевле сжечь, чем дождаться обратной доставки и отправить вторично. Это не фигура речи, это арифметика: обратный путь стоит дороже самой книги. Причина простая и непоправимая — у книги как у товара два врожденных порока: она тяжелая и объемная, а логистика считает именно вес и объем. Невыкупов много. При отказе от своих собственных заказов маркетплейсы списывают деньги, а при возврате наших — нет. Зачем списывать с клиента, если можно с продавца? Это подход временщика, ищущего денежного потока, а не долгосрочного партнерства. Издатель отвечает единственным доступным способом: поднимает цену, а позиции с высоким процентом отказов снимает с продажи вовсе. Лечим симптом. Болезнь — в самой схеме.

Чужой покупатель кормит один раз, а свой кормит всегда. У «Манн, Иванов и Фербер» отличный собственный магазин, у «Альпины» — магазин и вдобавок платная подписка: это не аварийная мера августа, а давняя и осознанная работа. И только своя витрина дает то, чего чужая не даст никогда: книгу можно заказать в день выхода, с автографом, с наклейками, с открыткой, с футболкой, с кепкой. Мы тоже готовимся продавать напрямую: я и как издатель, и как писатель разговариваю с читателями сам, и было бы странно потом отправлять их к чужой полке. Почему так делают не все — вопрос не техники. Просто Алексеев Ивановых на свете немного, а Юль Зайцевых — еще меньше.

Пока все всё равно идут на маркетплейс, и по понятной причине: он держит механику. Издатель по FBS сам пакует коробки, но маршрут, склад, пункт выдачи и деньги на карте покупателя —

не его. Раньше без этого посредника было не обойтись. Теперь обойтись можно. Маркетплейсы позволяли продавать кому угодно. Это не бизнес. Это такси. Что водитель, что курьер, что селлер маркетплейса — как Леня Голубков: не лох, а партнер сервиса. Не развод, а платформенная экономика. Механизмы отрицательного роста.

Но земля под маркетплейсами горит давно. Все меняется на глазах. Wildberries становится логистической компанией, «Пятерочка» становится логистической компанией, СДЭК ею всегда и был, Ozon прошел путь целиком: торговал своим, потом чужим, теперь строит сеть пунктов выдачи. Но нагляднее всех «Магнит». Крупнейший перевозчик страны много лет называется продуктовым магазином: пятьдесят два распределительных центра, больше двух миллионов квадратных метров складов, почти девять тысяч собственных грузовиков. В октябре 2025 года «Магнит» начал возить чужое — открыл коммерческие перевозки сторонним клиентам. Свой маркетплейс он тоже строит. На продуктах розничная сеть зарабатывает считаные проценты; все остальное зарабатывается на движении товара, и торговля тут давно повод, а не суть.

Дорог у маркетплейса, по-моему, ровно две: либо снова стать сервисом для маленьких — тем, чем он и задумывался, — либо честно назваться перевозчиком и брать деньги за перевозку. Я за второе. По сути это почта, и место освободилось потому, что настоящая почта своей конкуренции не выдержала.

Продать сегодня несложно. Принять оплату несложно. Упаковать несложно. Сложное в этой стране одно — довезти. Отнес книгу в «Пятерочку», человек забрал ее в другой «Пятерочке» за две тысячи верст — это удобно настолько, что спорить не о чем. Поэтому на рынок, который делят, по сути, два маркетплейса, уже врываются Авито, «Пятерочка», «Магнит», и завтра нарисуется кто-нибудь еще.

Странно только, что в этой драке нет Почты России. Технически она работает уже неплохо. Ей бы это было логичнее всех.

А механика нужна ровно та, что придумана полтора века назад. В 1873 году Анна Григорьевна Достоевская выпустила «Бесов» тиражом три с половиной тысячи экземпляров по два рубля пятьдесят копеек и увидела, что книжные лавки берут книгу со скидкой в двадцать пять процентов. Она отказалась от лавок, стала торговать прямо из квартиры, из-под пера, а иногородним высылать почтой наложенным платежом: пришло письмо — ушла посылка — вернулись деньги. Двадцать пять процентов посреднику Анна Григорьевна сочла грабежом.

Сегодняшний канал берет вдвое больше.

— По некоторым оценкам, оборот интернет-канала может сократиться на 5–13%. Что это значит для уже издающихся авторов, которые привыкли получать роялти с продаж на маркетплейсах? Их доходы упадут?

— Упадут, но не там, где принято бояться. Посчитаем на условном примере, цифры возьму круглые: тираж три тысячи, розничная цена девятьсот рублей, отпускная цена издательства — рублей четыреста, роялти десять процентов, то есть сорок рублей с экземпляра. Весь ти-

раж — сто двадцать тысяч рублей автору, растянутых на полтора-два года. Если канал просядет на те самые десять процентов, автор потеряет двенадцать тысяч рублей. За два года.

А если сгорел сам тираж — он потерял все сто двадцать. Вот где деньги, и вот о чем стоит спрашивать.

Роялти начисляется с проданных экземпляров, сгоревшее не будет оплачено никогда — оно не продано и не продастся. Компенсацию от площадки получает издательство, а не автор, и попадет ли из нее что-нибудь автору, в типовом договоре не написано вообще ничего. Спросите издателя прямо: где лежал ваш тираж, что с ним и будет ли допечатка? Вопрос неприятный. Задавать его все равно придется, потому что сам собой он не задастся. Тиражи у нас крайне непрозрачны. Неизвестно, сколько напечатано, сколько продано, сколько сгорело.

А еще важно не путать интернет-продажи и продажи через маркетплейс. Интернет-продажи — это и социальные сети, и собственный магазин, и много чего еще. Покупателю было удобно покупать на маркетплейсе, но если там перестанут продавать, он уйдет. Как и в том случае, если ассортимент критически сократится. Куда? Гигачат и Алиса научатся быстренько находить книги напрямую в издательствах. Станет только удобнее. А добрая половина цены кому-то вернется — или автору, или читателю, или издателю. Все три варианта хорошие. Я бы даже сказал (а я сказал) — равнохорошие. По крайней мере, в случае с малыми издательствами.

— В одном из ваших постов вы писали, что издательства все чаще делают ставку на блогеров и большие аудитории, а не на литературное качество. Учитывая, что сейчас издательства экономят и сокращают издержки, не станет ли вход на рынок для новичков абсолютно невозможным? Ведь «традиционная издательская система с длинной логистикой и стандартными роялти 10–12%… перестала отвечать запросам авторов».

— Прежде чем отвечать, разложу накладную маленького издательства — без нее разговор про десять-двенадцать процентов идет вслепую, и начинающему автору полезнее увидеть счет целиком.

Издательство покупает права и договаривается с автором о роялти с продаж. Дальше печать: это деньги, которые надо вынуть из оборота и заморозить до последнего проданного экземпляра. Заработок начинается только тогда, когда продан весь тираж, — а из тиража еще до начала продаж вычитается то, что роздано на презентациях, отправлено журналистам, помялось в перевозке, замокло, ушло в брак. Из цены каждой уцелевшей книги канал берет от трети до половины (иногда больше). Хранение платится все время, пока книга лежит, а книга большая, тяжелая и требует определенных условий хранения. Маркетинг съедает еще двадцать-тридцать процентов. Обратную дорогу невыкупленных заказов считает тоже издатель. И менеджер, который ведет переписку с автором, держит сроки и отвечает на письма, стоит денег каждый месяц, независимо от того, продалось ли хоть что-нибудь.

Десять-двенадцать процентов автору — это то, что уцелело в конце этого списка. Не жадность, а остаток. Малень-

кое издательство часто зарабатывает меньше. Чтобы оно заработало больше, нужен хит.

Книга — бизнес долгий, и выгоден он только при большой номенклатуре и большом потоке продаж. Маркетплейс тем и был хорош, что давал большой поток при любой номенклатуре: маленькое издательство с двумя десятками наименований получало витрину, которой у него не могло быть никогда. Мы этой витриной пользовались и пользуемся, номенклатура у нас невелика — книги выбираем придирчиво и вкладываться можем не всегда.

А потом на эту витрину пришли все, и поток перестал быть преимуществом. Теперь ты конкурируешь сам с собой: по некоторым позициям мы конкурируем с собственным автором, у которого остались авторские экземпляры или который выпустил второе издание за свой счет. Он стоит на той же полке, рядом, дешевле. Конкурируем и с магазинами, которые купили книги у нас же, а продают их ниже нашей цены, потому что у них с площадкой своя договоренность, и с собственными оптовиками, а теперь еще и с читателями, решившими продать уже прочитанную книгу. Она ничем не отличается от новой. Просто она дешевле. На ВБ, например, продать старую книгу читатель может вообще без комиссии.

И вот арифметика, которой я как издатель не понимаю до сих пор. У крупного издательства книга на маркетплейсе стоит триста пятьдесят рублей. Ровно триста пятьдесят рублей тот же маркетплейс берет с меня за доставку одной такой книги. Значит, либо крупные за доставку не платят, либо платят как-то иначе. Брак этот неравный, и маленький издатель проигрывает большому еще до того, как читатель дошел до страницы с его книгой.

Теперь собственно про вход. У крупных издательств он сузится, и врать тут незачем: в кризис печатают то, что заведомо продается, — продолжение серии, автора с историей продаж, блогера с готовой аудиторией. Дебютант без аудитории есть чистый риск, а запас на риск сгорел вместе со складом. Зато цифра не горит: электронная и аудиокнига растут быстрее бумажной не первый год, и там автору достается кратно больший процент — просто потому, что в накладной нет ни бумаги, ни склада, ни вагона, ни обратной дороги. Малые издательства, предзаказ, краудфандинг, продажа с собственного сайта никуда не делись и в пожарах не пострадали. Уверен, что хорошая книга найдет путь к читателю. Да, пожалуй придется побольше поработать. Но разве это кого-то пугает?

— В вашей практике как издателя вы сталкивались с авторами, чьи тиражи пострадали от этого кризиса? Есть ли уже реальные истории? Что вы им советуете?

— У нас горели книги в Шушарах. Никто не пострадал, ВБ выплатил столько, сколько выплатил бы при продаже всего. Мы и исходили из того, что все продали. Но там не так много было. Почти уверен, что и в этот раз выплатит. Сейчас еще государство подключилось. Я считаю, что это излишняя мера. Риски — часть предпринимательства. Так же как поломки машины — часть работы в такси. Я вот год почти болел, лежал лежнем, никто мне налогов не отсрочил, рабочую группу не создал, не обнял и со мной не поплакал. Так что прямо крутой исто-

рии у меня нет. Но в целом вся история крута, так что я не в обиде. Каждый селлер хоть раз желал маркетплейсу сгореть в аду. Что тут сказать? Бойтесь своих желаний.

— «Крупный издательский бизнес, ориентированный на быструю окупаемость, часто не учитывает литературную ценность текстов», — пишете вы. Сейчас, когда маркетплейсы стали ненадежными, у издательств может появиться шанс пересмотреть отношения с авторами в пользу большей честности и ориентации на смыслы? Или, наоборот, они зажмутся еще сильнее?

— Зажмутся. У крупного издателя кредиты, склад, план по обороту и типография, которой платят вперед; когда выручка падает, режут не менеджмент, а маркетинг дебютантов и авансы. Ждать в этот момент разворота к смыслам — примерно то же, что ждать от погорельца рассуждений об архитектуре.

Шанс появляется этажом ниже. У малого издательства нет ни склада, ни кредита, ни плана по обороту, и продавать оно умеет только руками: рассылка, ярмарка, встреча, книжный магазин, где продавец знает книгу в лицо. Огонь обесценил ровно ту компетенцию, которая была сильной стороной больших, — умение массово поставить товар на чужую полку. Компетенцию малых он не тронул вовсе. Кому-то даже помог.

Честность тут, боюсь, ни при чем: просто в прямой продаже каждый экземпляр считается поштучно, и автора в ней лучше видно. Я напечатал тысячу и могу ее посчитать по пачкам. А сколько холдинг напечатал по какой-нибудь госпрограмме дорожных атласов…

У крупнейших издательств есть запас прочности — они справятся. У малых ни черта нет, и мы тоже справимся. Причины разные, а смысл один. Глобально ничего не изменится. В части контента — точно.

— «Розничный книжный рынок сегодня демонстрирует явный дисбаланс… С одной стороны — полезный нон-фикшн, где авторы стабильно получают гонорары. С другой — кризис продаж художественной литературы». Как этот кризис с маркетплейсами повлияет на этот дисбаланс? Кому из авторов будет легче, а кому тяжелее?

— Тяжелее тем, кто жил с поисковой выдачи. Полезный нон-фикшн, пособия, детское развивающее, массовые серии — это покупка по запросу, импульсная, по цене, совершаемая внутри маркетплейса за полторы минуты. В списке сгоревшего рядом стоят букварь, пособия ЕГЭ и атлас автомобильных дорог: самый маркетплейсный товар в стране. Сломался канал — сломалась и покупка, потому что другого способа встретиться с этим читателем у книги нет.

Художественной литературе в этом смысле терять было почти нечего, и это не преимущество, а диагноз. Ее покупают по имени, по рецензии, по разговору, в офлайновом магазине или по ссылке из телеграм-канала. Слабость впервые сработала как страховка.

Легче будет тем, у кого есть прямой выход на читателя, — независимо от жанра. Тяжелее всем, кто отдал этот выход алгоритму. Я, кстати, не считаю, что у нас кризис продаж художественной литературы. Я сейчас много о ней пишу и вижу огромный интерес, как

со стороны моих ровесников, так и со стороны молодых людей.

— Вы говорите о переходе «от экономики охватов к экономике смыслов». Означает ли это, что сейчас, когда привычные каналы рушатся, у авторов появляется шанс быть услышанными не по количеству подписчиков, а по качеству текста? Или это слишком оптимистичный сценарий?

— Слишком. Когда ломается канал, деньги ищут другой канал, а не другое качество. Издатель, потерявший тираж, не начинает читать рукописи внимательнее — он начинает считать быстрее. И назвал бы я происходящее иначе: не экономикой смыслов, а экономикой персонификации.

Меняется вот что. В книжном деле всегда четыре роли: автор, издатель, книготорговец, читатель. Сегодня все из них технически может взять на себя один человек — автор в состоянии сам издать, сам продать и сам разговаривать с читателем, издатель в состоянии сам заняться логистикой и обратной связью. В состоянии-то в состоянии, только загнется и тот и другой. На двух стульях усидеть можно, с дыркой посередине. На трех уже нет.

Новое здесь то, что контур замкнулся с четвертой стороны: читатель становится продавцом. Партнерские программы, реферальные ссылки, читательские клубы — у маркетплейсов это пошло массово, хотя одну из первых больших пользовательских партнерок в стране сделала еще первая версия Ozon. Потом это выпало из обихода и вот вернулось. Все ходит по кругу.

Написать, издать, купить и прочитать сегодня может каждый по отдельности, а сервисы должны заниматься тем, что сложно. Сложное у нас одно — довезти. Издательство, если разобраться, есть логистика денег, и ничего сверх того. А в большой стране главный вопрос всегда один: сколько стоит дорога от производителя до покупателя, в нашем случае — от автора до читателя. Там, где они могут встретиться во дворе и обменяться, они так и делают: на Авито книгами торгуют бойко и без чьего-либо посредничества. Но двор есть не у всех, страна большая, и потому между всеми стоят сервисы. Извозчики. Весь вопрос в том, какие именно и на ком из них оседает прибыль.

И еще изменилась цена посредника. Аудитория, которую автор берет в аренду у чужого алгоритма, обнуляется за одну ночь — по техническим причинам, по коммерческим или при пожаре. Две тысячи читателей, которым можно написать письмо и которые его откроют, сегодня стоят дороже двухсот тысяч подписчиков в чужой ленте. Это разговор не про смыслы. Это разговор про собственность. На складе вместе с букварями и дорожными атласами сгорел тираж «451 градуса по Фаренгейту». Все написано до нас.

— «Пишите, если не можете не писать», — посоветовал нам Леонид Янковский из «Речи». А что бы вы сказали автору, который сейчас держит в руках готовую рукопись и не знает, кому ее нести — в издательство, в самиздат или вообще никуда?

— Нужно определиться с задачей. Для этого нужно услышать собственную книгу, она уже все знает. Чтобы нести

книгу «вообще никуда», можно ее и не писать. У каждого автора есть витрина ненаписанных книг. Шикарные, зачитаешься. У меня тоже есть. Для некоторых даже обложки придуманы.

Я в этом смысле человек старый. Для меня книга — это бумажный кодекс с выходными данными, который есть в РНБ. Печать по требованию — не книга, а буклет.

Электронная — не книга, а распечатка. Аудио — не книга, а радиоспектакль. Все это очень хорошо и необходимо. Я про книги. Поэтому если автор держит в руках готовую рукопись — он уже сделал очень многое, сделал самое главное, принял решение. В этом случае — только в издательство.

Наталья Колмакова. Ищите тех, кто продвигает чтение!

Сельский библиотекарь — о том, как книги находят путь к сердцу читателя в глубинке, если писатель не боится начать сотрудничество.

Наталья Колмакова — библиотекарь в селе с населением всего 500 человек. Знает всех односельчан, считает каждого читателя родным человеком. В свободное от работы время пишет стихи и мастерит кукол.

https://vk.ru/club189739070

Кажется, что в эпоху интернета и маркетплейсов сельская библиотека — это анахронизм, пережиток прошлого. Но это не так. В Летневской сельской библиотеке Нижегородской области кипит жизнь: здесь читают, встречаются, открывают новых авторов. Мы поговорили с сельским библиотекарем Натальей Васильевной Колмаковой о том, что сегодня читают на селе, как книги попадают на полки и что нужно писателю, чтобы его заметили.

Справка «Писательского журнала»
Летневская сельская библиотека работает с сентября 1968 года. Фонд насчитывает более 12 000 экземпляров книг. В зону обслуживания входят четыре села: Летнево, Ермолино, Малое и Большое Шипилово. Основное направление работы — поддержка семьи и семейного чтения. Библиотека активно представлена в соцсетях — в «Одноклассниках» и «ВКонтакте», где делится новостями, анонсами и книжными рекомендациями.

— Наталья Васильевна, ваша библиотека обслуживает читателей из нескольких сел. Сколько у вас постоянных читателей? Кто приходит чаще?

— Постоянных читателей около 200 человек. Взрослые посещают чаще, но и пожилые люди составляют немалую часть аудитории. Дети приходят в основном по школьной программе, молодежь читает, и хотя это не самая большая часть, она есть.

— Говорят, что в сельских библиотеках читают проверенную классику, детективы и исторические романы. А что спрашивают у вас? Есть ли спрос

на современных российских писателей?

— На спрос сильно влияет фонд библиотеки, поэтому библиотекарь часто выступает как рекомендатель: помогает подобрать актуальное, опираясь на вкусы человека. Да, есть запрос на проверенное временем, но читатели — независимо от возраста — не закрыты для нового. С удовольствием читают Наталью Нестерову, Юлию Климову, книги из серии «Сибириада», Юлию Николаевну Вознесенскую, Александру Маринину, Юлию Лавряшину, Асю Лавринович.

Комментарий редакции
Список авторов, которых называет Наталья Васильевна, — это важный маркер для писателя. Здесь нет случайных имен: это преимущественно авторы, пишущие в жанре женской прозы, исторических романов и сибирской тематики. Для писателя, который хочет попасть в сельскую библиотеку, это прямой сигнал: ориентируйтесь на запросы аудитории. Если ваша книга написана в духе семейной саги или остросюжетного исторического романа, у нее есть все шансы найти путь к сердцу сельского читателя.

— Ваша библиотека работает под девизом «Читаем везде! Читаем всегда! С книгой не скучно нам никогда!» Какие приемы помогают привлекать людей к чтению?

— Библиотека на селе действительно становится центром общения. Здесь хорошо работают разные приемы и проекты, главное — разнообразие форм подхода. Важно живое общение и вовлечение разных поколений. Мы проводим громкие чтения с элементами театрализации, мастер-классы, акции «Лидеры чтения» или «Прочти книгу и порекомендуй ее другу», практикуем увлекательные рассказы о книгах и авторах, изучаем аудиторию и ее интересы.

— Библиотечный фонд — более 12 тысяч книг. Как он пополняется? Есть ли бюджет на закупку новинок?

— Фонд пополняется не часто. В этом году пополнения не было, а в среднем — около 50 книг в год.

— Получаете ли вы книги напрямую от издательств? Могут ли писатели сами предложить свои книги?

— Напрямую от издательств мы не получаем, только через центральную библиотечную систему. Да, писатели могут сами предложить свои книги, и такие случаи в практике были. К новинкам всегда относимся осторожно, но не отказываемся: читаем, делаем выводы. А в прошлом году я сама обратилась к писателям в соцсети и получила посылку с современными детективами.

— Как вы решаете, какие книги купить?

— Вопрос не простой, и универсального рецепта нет. Основной акцент — на запрос читателей. Также играют роль тематические мероприятия, которые можно и нужно связывать с книгой, чтобы более доступно раскрыть ее для аудитории.

Комментарий редакции
Библиотека живет в режиме жесткой экономии, и каждое новое поступление — событие. Для писателя это означает, что его произведению точно уделят внимание: если библиотекарь сочтет книгу достойной, у нее непременно появятся читатели.

— Представьте: начинающий автор присылает вам свою книгу. Что вы делаете в первую очередь?

— Сначала знакомлюсь с аннотацией, читаю пару глав, чтобы понять общий тон и тему. Изучаю автора, чтобы дать ответ на вопросы читателей. «Поставить на полку» — это скорее финальный шаг, а не стартовый. Главное — оценить, есть ли у книги шанс стать частью библиотечного фонда и найти своего читателя.

— Бывало ли такое, что ваша рекомендация помогла книге стать популярной в селе?

— Да, такое было. Моя задача — не просто «продвинуть» книгу, а помочь читателю найти то, что ему действительно нужно. И иногда рекомендация действительно становится тем толчком, после которого книгу начинают активно искать и покупать. Тут работает доверие и правильный подход.

— Расскажите случай, как это произошло в реальности.

— Однажды к нам в гости заглянул писатель, который приехал к родственникам. Увидев, как ведется работа в библиотеке в поддержку специальной военной операции, он вдохновился и написал стихотворение. Я опубликовала его в сообществе библиотеки, рассказывала о нем читателям. А когда автор выпустил книгу, он подарил ее нам. Так мы пополнили фонд его изданием, и я начала знакомить с ней читателей, делиться историей. Читатели берут книгу, читают, знакомятся не только с тем стихотворением, но и с другими произведениями автора.

Комментарий редакции
Эта история — пример того, как работает «сарафанное радио» в литературе. Автор не просто прислал книгу — он лично посетил библиотеку, увидел ее работу и вдохновился. В результате книга не осталась на полке, а стала частью живого библиотечного процесса. Вывод для писателей: если у вас есть возможность посетить сельскую библиотеку лично — сделайте это. Живой контакт работает лучше любой рассылки.

— Вы сотрудничаете с местными писателями или поэтами? Проводите ли встречи?

— К сожалению, нет. Хотя очень хотелось бы выстроить такую возможность общения. Встречи с авторами — это всегда событие. Они дают библиотеке новую аудиторию, возможность развития, а писателю — живую обратную связь от читателей.

— Если бы вы могли дать один совет писателям, которые хотят, чтобы их книги попали в сельские библиотеки, — что бы вы сказали?

— Ищите тех, кто действительно продвигает чтение. Не просто отправьте книгу в библиотеку, а найдите библиоте-

каря, которому не все равно. Того, кто прочитает, прочувствует, захочет рассказать о вашей книге другим. В сельской библиотеке это работает именно так — через человеческий контакт.

Практический вывод для писателей

Библиотекарь остается ключевой фигурой в продвижении книги на селе. Он не просто хранит книги, а формирует вкус читателей. Найдите таких библиотекарей, познакомьтесь с ними, расскажите о своей книге.

Не бойтесь предлагать. Книги принимают в дар, если они качественные и соответствуют профилю библиотеки. Расскажите о себе, о книге, о том, почему она может быть интересна именно этим читателям.

Учитывайте местную специфику. В сельской библиотеке ценят семейные саги, историческую прозу и остросюжетные романы. Если ваша книга написана в этих жанрах — у вас есть все шансы.

Сельский читатель — не «потребитель контента», а собеседник. Здесь ценят не хайп, а искренность. Если ваша книга написана от сердца, у нее есть шанс найти путь к читателю даже без маркетинговых бюджетов.

Личный визит решает все. История с писателем, который вдохновился работой библиотеки, — лучшее тому подтверждение. Живой контакт открывает двери, которые не открыть через электронную почту.

Елена Логунова. Кабана бояться — книг не видать

Что автор должен знать об издательском портфеле, чтобы не промахнуться мимо него

Елена Логунова — автор более 100 книг, опубликованных издательствами «Эксмо», «АСТ», «Олма», «Речь», «Питер», «Феникс Премьер», журналист, литературный редактор «Эксмо».

> *Это было огромное, битком набитое вместилище, сильно потертое, с огромным количеством ремней и медных застежек. «Портфель» по-японски — «кабан», — подумал Вадим. Японцы правы.*
>
> *Аркадий и Борис Стругацкие, «Попытка к бегству»*

Итак, начнем (голосом Николая Николаевича Дроздова, с его неизменной лучезарной улыбкой).

Здравствуйте, дорогие друзья! Посмотрите, какая невероятная встреча ждет нас сегодня в самых темных, труднопроходимых дебрях книжного рынка. Лавируя меж мощных бестселлеров, из густых зарослей массовой литературы к нам выходит один из самых могучих, харизматичных и мудрых обитателей литературной экосистемы — книжный кабан, или, как называют его в профессиональной среде, издательский портфель.

Давайте осторожно подойдем поближе и взглянем на этого великолепного богатыря! Какая мощная холка — это его устоявшиеся бизнес-процессы. Какой чуткий пятачок — инструмент, которым он прекрасно улавливает малейшие колебания потребительского спроса. И какой острый взгляд! Многие ошибочно считают кабана неуклюжим, но это обманчивое впечатление. За секунду он способен развернуться на сто восемьдесят градусов и выплюнуть едва проглоченную рукопись.

Знаком ли вам этот поистине роскошный зверь? Нет?!

Тогда позвольте поменять подачу и интонацию, перейдя к суровой прозе, более подходящей для уроков выживания в творческой среде.

В издательском деле существует понятие, о котором начинающие авторы часто узнают, лишь столкнувшись с ним

на практике: издательский портфель. Это не просто список книг, запланированных к выпуску, а сложная, динамичная система, определяющая судьбу рукописей, авторов и самого издательства.

Без понимания ее устройства вряд ли получится выстроить успешную литературную карьеру.

Что такое издательский портфель и как он устроен

Издательский портфель — это совокупность произведений, находящихся в издательстве на разных этапах редакционно-издательской обработки: от момента поступления рукописи до отправки готового тиража в книготорговую сеть. Его можно представить как конвейер, на котором одновременно находятся десятки и сотни проектов в разной степени готовности. В профессиональной практике выделяют три основные категории портфеля: договорный, редакционный и производственный.

Договорный портфель включает произведения, которые еще только создаются авторами по заказу, находятся на доработке, поступили в издательство, но еще не одобрены, а также рукописи, пришедшие «самотеком» (без предварительного договора) и рассматриваемые как потенциальные кандидаты на издание. Это самая неопределенная и рискованная часть портфеля.

В редакционном портфеле находятся произведения, уже принятые к изданию, одобренные и проходящие стадию подготовки: литературное редактирование, корректуру, художественное оформление. На этом этапе выверяется текст, разрабатывается дизайн, готовится оригинал-макет — рукопись превращается в книгу.

Производственный портфель состоит из произведений, находящихся на стадии процесса создания книги как материального носителя — от передачи оригиналов в типографию до поступления готового тиража на склад издательства или в книготорговую сеть.

Размер каждого портфеля, выраженный в издательских листах, образует так называемый «портфельный запас». Это страховой резерв, обеспечивающий непрерывность работы издательства.

Как формируется портфель

Формирование портфеля — процесс сугубо прагматичный и жестко структурированный.

Плохая новость для начинающих авторов: «самотек» не является основным каналом пополнения портфеля.

К примеру, ведущий редактор «РЕШ» Вероника Дмитриева на форуме АСПИР призналась: «За все 9 лет, что я работаю, в печать приняли только две рукописи из самотека». Основные источники пополнения — рекомендации известных авторов, литературные премии и «толстые» журналы.

Такой подход не случаен. Формирование портфеля начинается с глубокого маркетингового анализа. Издательства опираются на ключевые критерии отбора. Это, во-первых, актуальность темы и целесообразность издания — насколько книга соответствует запросам целевой

аудитории. Во-вторых — специализация издательства: портфель выстраивается вокруг определенного рыночного сегмента (фантастика, нон-фикшн, детская литература и т.п.). В-третьих — экономическая эффективность, то есть способность проекта принести прибыль или, как минимум, окупить затраты.

Для управления портфелем издательства используют инструменты портфельного анализа, в частности, матрицу BCG (Boston Consulting Group), разделяющую проекты на четыре категории. Это (сейчас опять будет весело): «звезды» (прибыльные и быстрорастущие), «дойные коровы» (стабильно приносящие доход), «знаки вопроса» (требующие инвестиций для оценки потенциала) и «тощие собаки» (убыточные проекты, от которых стоит отказаться). Редакция совместно с отделом маркетинга регулярно пересматривает портфель, прекращая договоры по «собакам» и вкладывая ресурсы в развитие «звезд» и «коров».

С финансовой точки зрения, издательства стремятся к балансу между быстрореализуемыми проектами (массовая литература, остросоциальные темы) и долгореализуемыми (фундаментальные энциклопедии, научные труды). Первые обеспечивают денежный поток и покрывают текущие расходы, вторые формируют репутацию и создают стратегический задел.

Почему портфель меняется

Меняется ли издательский портфель? Постоянно. И связано это не с капризами редакторов, а с жесткими рыночными реалиями. Книжный рынок во всем мире находится в состоянии турбулентности (как, собственно, и весь мир), что напрямую влияет на издательские стратегии.

По данным Российской книжной палаты, в первом квартале 2026 года совокупный тираж книг и брошюр в России упал на 26% по сравнению с аналогичным периодом 2025 года, составив 57,3 млн экземпляров. Число выпущенных названий снизилось на 11%, средний тираж упал на 17%. При этом по итогам 2025 года продажи в экземплярах оставались стабильными (231 млн книг), а выручка выросла на 13% за счет роста цен и увеличения продаж в сегменте дорогих книг. Ситуация парадоксальная: книг выпускают меньше, но стоят они дороже.

Меняются и каналы продаж. В 2025 году маркетплейсы заняли 54% бумажного книжного рынка, а в первом квартале 2026 года их доля выросла до 57%. Традиционные книжные магазины удерживают около 34% рынка. За год в России закрылись 286 книжных магазинов. Продажи офлайн-розницы упали на 18,8% в первом квартале 2026 года, а годовой оборот стал минимальным за семь лет.

На глобальном уровне рынок книгоиздания оценивается в 86,12 млрд долларов в 2025 году с прогнозом роста до 120 млрд к 2032 году. Растет потребление аудиоконтента: в Великобритании выручка от аудиокниг выросла на 31% в 2024 году, а в США 51% взрослых (около 134 млн человек) слушали аудиокниги хотя бы раз.

Что все это означает для автора? Что с упоением складывать буквы, игнорируя цифры, нельзя.

Издательства вынуждены пересматривать портфель в сторону более ком-

мерчески жизнеспособных проектов. Они снижают риски, сокращая число новых имен и инвестируя в проверенные бренды и жанры с гарантированным спросом. В этих условиях новому автору попасть в портфель — задача, близкая к чуду.

Почему новому автору сложно попасть в портфель… и остаться в нем

Если вы отправили рукопись в крупное издательство и ждете ответа, статистика не на вашей стороне. Конкретные цифры по разным издательствам позволяют увидеть реальную картину.

Наиболее детальная статистика доступна по «Эксмо» — одному из крупнейших игроков рынка. Не открою никакой тайны, если приведу данные, появившиеся в 2026 году в открытых источниках: ежемесячно в «Эксмо» приходит от 600 до 800 рукописей. 300 из них отсеиваются сразу — по формальным признакам (объем, тема, оценка ИИ). Еще примерно столько же просматривают вручную и тоже отказывают. До редакторов доходят 110 рукописей, и только на одну из десяти дошедших заключается договор.

Упростим эту печальную арифметику для понимания ее словесниками: договор получает примерно одна рукопись из ста.

При этом «Эксмо» рассматривает все поступившие тексты, хотя признает, что система отбора самотека требует улучшения.

Причины этого барьера лежат не в области «заговора издателей», а в чистой экономике и профессиональной этике. Выпуск книги — это инвестиционный проект. Издательство вкладывает деньги в работу редакторов, корректоров, дизайнеров, верстальщиков, печать, маркетинг и дистрибуцию. Неудачный проект — это прямые убытки. Поэтому издатели ищут рукописи с минимальными рисками: от авторов с именем, через проверенные каналы, с подтвержденным интересом аудитории. Рукопись неизвестного автора — это «черный ящик» с неизвестным коммерческим потенциалом. Редактор не может гарантировать, что она продастся, а если не продастся — издательство потеряет деньги и репутацию.

Если автору удается преодолеть барьер и попасть в портфель, его ждет следующий вызов: остаться в нем. Портфель динамичен.

> *Книга может быть исключена из плана на любой стадии, если меняется рыночная конъюнктура, снижаются продажи или появляется более приоритетный проект.*

Автору необходимо постоянно доказывать свою «состоятельность»: показывать рост продаж, привлекать новых читателей, участвовать в промо-активностях. Статистика Книжной палаты подтверждает: продажи художественной литературы по итогам 2025 года выросли аж на 19%… но не для всех — основная доля прироста пришлась на ограниченный круг топ-авторов.

Что автор может узнать о портфеле

Информация о внутреннем составе издательского портфеля не является публичной в полном объеме — это коммерческая тайна, отражающая бизнес-

стратегию компании. Однако автор может составить достаточно полное впечатление о том, что издательство планирует выпускать, куда движется и какие жанры для него приоритетны. Существует несколько доступных каналов, позволяющих заглянуть в эту «тайную жизнь».

Самый очевидный и достоверный способ узнать о портфеле — следить за открытыми анонсами издательств. Крупнейшие игроки регулярно делятся планами через собственные новостные ленты и отраслевые СМИ.

Например, Издательство АСТ публикует на своем сайте подборки будущих новинок с указанием конкретных редакций и сроков выхода. В начале 2026 года были анонсированы десятки книг российских авторов, по этим анонсам видно, что АСТ делает ставку на уже состоявшихся авторов с именем.

Второй источник ценной информации — отраслевая аналитика и профессиональная пресса.

«Российская газета» и портал «Год Литературы» регулярно публикуют обзоры издательских портфелей, обобщая информацию от самих издательств. Это позволяет увидеть общую картину книжного рынка: какие жанры в фаворе, кто из авторов готовит новинки, какие издательства активизируются в тех или иных сегментах.

Из таких обзоров можно узнать, например, что издательство «Молодая гвардия» продолжает развивать легендарную серию ЖЗЛ, «МИФ» выпускает продолжение серии бестселлеров «Клуб убийств по четвергам» Ричарда Османа, «КомпасГид» и «Белая ворона» готовят новые книги для детей и подростков.

Кроме того, общие тренды рынка, которые влияют на формирование портфеля, можно уловить из аналитических материалов и публичных выступлений руководителей.

К примеру, по данным Российской книжной палаты, в первом квартале 2026 года совокупный тираж книг упал на 26%, а число выпущенных названий — на 11%. При этом выручка крупнейших издательств растет, а это означает, что издательства сокращают ассортимент, но повышают цены и делают ставку на проверенные бестселлеры — информация, критически важная для автора, который хочет понять, какие проекты имеют шанс на попадание в портфель.

На конференциях и в интервью топ-менеджеры озвучивают стратегические направления. Так, президент «Эксмо-АСТ» Олег Новиков заявлял о планах холдинга усилить давление на сегмент детской книги и выпустить 50 новых книжных серий для детей. Это прямой сигнал для авторов, работающих в детской литературе: портфель в этом направлении будет активно расширяться.

Отдельный и очень полезный для авторов канал — участие в открытых мероприятиях, где можно представить свою рукопись редакции.

Например, в феврале 2026 года «Редакция Елены Шубиной» провела фестиваль «Последний день зимы» в Переделкино, в программе которого был питчинг резидентов Переделкино — авторы рассказывали о своих рукописях в присутствии редакторов издательства. Это редкая возможность понять, какие темы и стили вызывают интерес у редакции, а также напрямую получить обратную связь. На том же фестивале прошел марафон чтения рукописей, где ведущие

авторы издательства читали отрывки из новых книг, что позволило зрителям составить представление о литературных приоритетах РЕШ.

Что остается скрытым и почему

Внутренняя структура портфеля в деталях — например, точное количество рукописей на рассмотрении, экономические показатели каждого проекта, объемы запланированных тиражей — никогда не публикуется. Это коммерческая информация, позволяющая конкурентам перехватывать авторов или корректировать свои стратегии.

Известно, что авторский портфель «Эксмо» насчитывает около 8 000 имен, но это лишь обобщенная цифра. Что касается конкретных авторов, условий договоров, тиражных планов — эти данные всегда остаются внутри компании.

Как повысить свои шансы на попадание в портфель

Успех в попадании в издательский портфель — это не лотерея, а результат продуманной стратегии, основанной на понимании потребностей издательства. Вот что может сделать автор, чтобы понять издательский портфель и увеличить свои шансы на попадание в него.

1. Читать новостные ленты издательств и отраслевых порталов (АСТ, «Год Литературы», «Российская газета»).

2. Изучать структуру издательств — какие импринты (подразделения) существуют и чем они занимаются. Например, у «Альпины» семь издательств с четкими нишами, у «Эксмо-АСТ» — десятки редакций (Neoclassic, «Жанры», «Астрель-СПб» и др.).

3. Следить за анонсами крупных конференций и фестивалей — там часто проходят питчинги и встречи с редакторами.

4. Анализировать публичные заявления топ-менеджеров о стратегических направлениях (например, курс на детскую литературу или замещение западного контента российским).

Эта информация не даст доступа к «закрытому» портфелю, но позволит понять, куда движется издательство, какие жанры в фокусе и, следовательно, в каком направлении двигаться автору, чтобы иметь возможность попасть в эти планы.

«Ой, боюсь, боюсь!»

А теперь разберем главные страхи, связанные с издательским портфелем, и посмотрим, насколько они обоснованы.

«Рукопись пропадет»

Этот страх — едва ли не самый распространенный. Умберто Эко в «Маятнике Фуко» иронизировал:» — Она еще и рукописи теряет? — Все теряют. Во всех издательствах теряют рукописи. Я думаю, это основное, что с ними делают в издательствах».

Увы, да, это реальный риск. Из-за многоступенчатого отбора и редакционной загрузки рукопись может затеряться на месяцы.

«Мою рукопись украдут и напечатают под другой фамилией»

Страх кражи рукописи — один из самых сильных и болезненных для начинающих авторов. Он питается историями о плагиате и таким подозрительным молчанием издательств.

Успокоим тревожных: такое крайне маловероятно в крупных издательствах.

Риск репутационных потерь слишком велик. А вот «подсматривание» идей и создание похожих продуктов — это реальность.

«Рукопись устареет, пока лежит в портфеле»

Этот страх особенно актуален для авторов, пишущих на злобу дня или о технологических трендах. И вот здесь — да, есть повод для беспокойства.

Реальность меняется быстро, технологии развиваются стремительно, а рассмотрение рукописи может занять до полугода.

«Отказ издательства — приговор моему таланту»

Этот страх является логическим завершением первых трех. Если рукопись пропадает, ее не берут или долго мурыжат — значит, я бездарность?

Вот это совершенно точно ошибочный страх!

> ***Важнейший факт: отказ крупного издательства в 90% случаев вообще ничего не говорит о качестве текста.***

Многие тексты отвергаются не потому, что плохо написаны, а потому что они не попадают в тренды массового рынка. Глубокий исторический роман о XIX веке может быть блестящим, но маркетолог скажет: «Целевая аудитория слишком узкая, мы не продадим три тысячи экземпляров».

Каждый охотник желает знать, где сидит кабан

Издательский портфель — это живой, изменчивый организм, отражающий текущее состояние рынка и бизнес-стратегию издательства. Понимание его устройства — необходимое условие для навигации в современной книжной индустрии. Рынок переживает структурные изменения: уменьшение тиражей, переток покупателей в онлайн, рост цен и падение покупательной способности. В этих условиях издательства становятся более консервативными и осторожными, что особенно сильно бьет по новым именам. Но и в этой реальности есть место для начинающего автора — если он готов подходить к процессу не как к творческому порыву, а как к осознанному профессиональному проекту.

Конечно, главное оружие писателя — его талант, но дополнительная «снаряга» никакому охотнику не помешает. Сегодня автору нужны и терпение, и знание «кухни», и готовность искать подход к капризному издательскому «кабану», если тот упорно от него уворачивается.

Анна Гутиева. Сила и слабость писателя

Создание книги не случайно сравнивают с рождением ребенка, произведение соткано из писательских надежд и мечт, из когда-то испытанных чувств, пережитого опыта, из таящихся в глубинах сознания образов и мыслей, которые писателю кажутся важными. Оторвать от себя свое детище, отдать на поругание толпе — болезненный процесс. Здесь страшно все, от момента разглядывания пустого листа на компьютере, когда нужно приложить усилие, сделать рывок и перенести образы из головы в слова, до момента выхода книги, когда ожидаешь критику или равнодушие в ответ на месяцы и годы труда. Страхи роем жужжат над писательской душой и жалят, жалят, жалят бесконечно.

Страх чистого листа. Страх критики. Страх оказаться несовершенным, глупым. Страх неудачи и провала. Страх обнажить душу перед толпой, страх стать уязвимым. Страх отвержения. Страхов много, и мы много о них говорим сегодня. Существуют приемы, как с ними справляться, писатель может создать чат с группой единомышленников для поддержки, может пойти к психологу. Мы обслуживаем свои страхи с таким вниманием, словно страх — любимый домашний зверек. Вот тебе вкусняшка, вот тебе наполнитель с запахом мяты, вот тебе удобная лежанка, вот тебе психолог, а вот тебе группа поддержки.

Конечно, страх — это блок на пути творческого потока, который этот поток перекрывает напрочь, и этот блок надо убрать. Если писатель чувствует неуверенность в собственных силах, ему приходится вытаскивать из себя усилием воли буквально по слову, по предложению. Текст не льется, о вдохновении вообще речи не идет, о переживании сюжета уж тем более. Результат зачастую таким и выходит — натужным, корявым, сухим, безэмоциональным, лишенным силы личности писателя.

Или писатель так боится провала и несовершенства, что в миллионный раз редактирует каждое слово. Редактировать в таком случае — все равно что стирать резинкой на одном и том же месте в тетради: в итоге дырка, черное пятно и грязь. Потому что писатель смотрит на свой текст и видит только нечто ужасное, позорное, а значит, он не может где нужно убрать лишнее из текста, добавить необходимые акценты, страх туманит его разум.

Одним словом, страхи действительно перекрывают творческий поток. Страхи первыми встречают нас на пороге творчества, виляя хвостиками, они же охраняют нас от самого творчества. Я все понимаю про писательские страхи, мне, как редактору, они видны прямо в тексте. Вот писатель зажал эмоции, чтобы не быть уязвимым, вот писатель пишет не о том, что его волнует, или пишет о том, что волнует, так витиевато и непонятно, чтобы никто не догадался, и так далее. Да, я понимаю писательские страхи, но не буду говорить о том, как с ними справляться.

Боитесь? Так не пишите!

Не надо идти в творчество, не надо вытягивать из себя текст, не надо ничего преодолевать, не надо обнажаться перед толпой и ждать похвалы. Живите со своими страхами. Бойтесь!

Страх — защитная реакция психики на возможную опасность. Может, стоит подумать, почему ваша психика включает механизм самосохранения? Почему с таким упорством сигнализирует об опасности, выдумывая все новые причины для страхов?

По-настоящему творческие люди творят от избытка внутреннего потока. Их поток такой силы, что он напрочь сносит все барьеры на своем пути. Если человека тревожат образы, если в голове персонажи бесконечно разговаривают; если какая-то тема так захватывает, что пока не выдумаешь под нее сюжет, пока не заставишь героев говорить о ней, она буквально сжигает изнутри; если из окружающей действительности сознание выбирает детали, чтобы затем пересобрать в воображаемой сцене, то человек не думает о страхах, он ищет способ выразить внутреннюю избыточность, перенасыщение. Творчество — это способ мышления, это способ переработки реальности, а не натужный труд у компьютера по написанию определенного количества знаков. И творчество может быть мучительным и тяжелым, а может быть легким и радостным, оно может быть внезапным, полным воодушевления, а может быть исследовательским, упорядоченным и планомерным, каким бы оно ни было, но его источник — внутреннее богатство.

Как бы нам сегодня не хотелось думать, что каждый может творить, нам приходится признать очевидное — нет, не каждый и даже не большинство. Для большинства людей творить означало бы жить в бесконечном напряжении от избытка чувств, образов, мыслей, а это невероятно некомфортное состояние, к тому же оно сильно отвлекало бы их от бытовых и рабочих повседневных задач.

В коллективном информационном поле принято считать, что творит любой, кто попытался написать рассказ или книгу. Принято считать, что, если человек ежедневно погружается в художественный сюжет и пишет определенное количество знаков, значит, он творит. Все это путает людей, они чисто технически исполняют эти «писательские ритуалы», считая, что творят по-настоящему, но их мотивы далеки от творческих, а значит, творчество их не питается от внутреннего источника. Человек может хотеть через писательство разнообразить свою жизнь или избежать скуки, он может жаждать славы и богатства, он хочет реализовать себя, назвав себя писателем, потому что не реализовал себя в других сферах. Что в этих мотивах творческого? Откуда

взяться творческому потоку? Что питает творчество таких людей?

Все это не про творчество, а людей с такими мотивами в писательстве — большинство. Они хотят писать, не зная, что именно им написать. Сходят на курс любовного романа — пишут любовный роман. Сходят на курс по современной прозе — пишут современную прозу. Нет внутреннего избытка, нет личного источника, нет личной темы. Конечно, они садятся перед экраном ноутбука и испытывают страх. Конечно, они чувствуют массу страхов в процессе и после. Это не их сфера. И нет творческого потока, который снес бы их страхи.

Творчество — некомфортная для психики сфера, сфера максимальной неопределенности и риска. Здесь нет никаких указателей на пути к успеху. Результат не гарантирован. Здесь новым талантам не рады, их обесценивают, их не замечают, критикуют и унижают. Это маргинальная сфера для тех, кто не может ужиться в нормальной жизни и сбегает в творчество в надежде сотворить новый мир для себя. Все это скрыто за современным маркетингом творчества, потому что любой вид творчества давно монетизирован и обучение творчеству хорошо продается под соусом «творить может каждый, мы вас научим».

Современные мы сколько угодно можем играть в творчество и изображать писателей, но наша психика знает, что значит по-настоящему творить, и сигналит об опасности. Страх, страх, страх.

Если вас одолевают страхи, не творите, страхи говорят вам, что творчество — просто не ваш путь, что ваша психика не справится с этой нагрузкой.

Сегодня творческие люди стали такими хрупкими. Они требуют веры в себя от близких и подписчиков. Они избегают критики. Они на психотерапевтических сеансах учатся уверенности и позволению себе быть несовершенными в творчестве. Но творчество — это попытка оставить след в мировой истории, писательство — след в истории литературы, здесь покоряют вершины и соревнуются с лучшими, в каком бы жанре вы не работали. Ну о какой бережности и хрупкости вообще идет речь?

Творчество для тех, кто не боится риска, кто может выдерживать неопределенность, кто ценность видит не в самом себе и социальных достижениях, а в переживании самой жизни. Потому что, пока писатель долго пишет, а затем еще дольше ждет ответа от издательства, единственное, что может его поддерживать — необходимость высказаться, жажда поделиться тем важным, интересным, удивительным, что накопилось в нем — внутренний избыток, внутреннее богатство. Творчество для смелых, для отчаянных, кто отправляется в неизведанное, кто обнажает сокровенное, кто создает свой мир, который становится землей обетованной для других, кто создает своего героя, ради которого читаются книги.

Боитесь? Не пишите. Психика уберегает вас от самого сложного и непознанного человеческого состояния — творчества. Творчество для тех, кто не боится.

Давайте подведем итог:

Вас одолевают страхи и перекрывают творческий поток?

1. Изучайте личные мотивы, ответьте себе честно, зачем вы пишете книгу, какую цель преследуете, какие мечты вас обуревают в процессе.

2. Если личные мотивы далеки от творческих, но вам непременно хочется творить, значит, задайтесь целью и учитесь чутко воспринимать жизнь, читайте и смотрите философов, психологов, анализируйте действительность, ведите дневник наблюдений, учитесь подмечать как можно больше деталей реальности. Ищите способ наполнить свое сознание и душу переживаниями, создавайте избыток.

3. Постоянно переключайте фокус внимания с цели на процесс. Сам процесс творчества должен наполнять вас, он компенсирует все невзгоды жизни. Учитесь проникать в собственное произведение и «обживаться там» со всеми своими мыслями и чувствами.

4. Ищите вдохновение. Сегодня вдохновение испытывать не принято, но это очередное заблуждение людей, далеких от понимания психологии творчества. Вдохновение преодолевает все страхи.

Мария Райдер. Страх финала: как перестать переписывать книгу и наконец ее закончить

Мария Райдер — издатель, автор и психолог. Более 20 лет работает с авторами, рукописями и издательскими проектами, помогает превращать замыслы в книги, готовые к встрече с читателем и рынком.

mariarider.ru

Только представьте — автор может написать триста страниц и годами не дописывать последние тридцать. Может завершить роман, но затем восемнадцать раз переписать первую главу. Может бесконечно уточнять структуру, добавлять источники, менять название, искать референсы для обложки и обсуждать продвижение — но так и не сказать: «Рукопись закончена».

Со стороны это часто выглядит как нехватка дисциплины. Сам автор обычно формулирует жестче: «Я ленюсь», «Мне не хватает времени», «Нужно просто собраться». Но за годы работы с авторами я вижу другой, очень устойчивый парадокс: чем ближе финал книги, тем труднее сделать последние шаги.

И это касается не только начинающих. Перед последней точкой может остановиться дисциплинированный, успешный человек, который умеет вести сложные проекты, соблюдать дедлайны и отвечать за результат. Его рукопись может быть сильной. Проблема не в качестве текста.

> *Пока книга пишется, она принадлежит автору. Когда книга закончена, ей предстоит встретиться с редактором, агентом, издателем, критикой и читателями. Иногда именно эта встреча оказывается страшнее самой работы над текстом.*

Пока книга не закончена, она может быть идеальной

В замысле книга существует сразу в нескольких версиях. Автор видит ее масштаб, будущую обложку, читательские отзывы, презентации, публикации, права на переводы. Даже если написано большинство глав, сохраняется внутреннее чувство: «Я еще могу все исправить».

Поставить последнюю точку — значит выбрать одну версию из множества

возможных. Конкретную, ограниченную и, разумеется, несовершенную.

Поэтому перфекционизм часто выглядит как добросовестность. Автор не бросает проект: перечитывает, уточняет факты, переставляет главы, добавляет еще одно интервью, еще один источник, еще одну сюжетную линию.

Если автор не может ответить на вопрос: «После каких конкретных изменений рукопись будет завершена?» — доработка рукописи легко становится бесконечным процессом.

Российские исследования также показывают связь между прокрастинацией, особенностями саморегуляции и перфекционистскими установками. В исследовании Л. Жихаревой и М. Корниенко «Взаимосвязь феномена откладывания задач и перфекционизма» на выборке молодых людей наиболее заметные связи с откладыванием задач обнаружились у негативного отбора — привычки фокусироваться прежде всего на недостатках, — а также у тревоги из-за оценок окружающих. Авторы подчеркивают: откладывание может служить временной стратегией ухода от страха ошибки и негативной оценки.

Это не означает, что каждый человек с высокими стандартами обязательно будет прокрастинировать. Но когда высокие требования к себе соединяются со страхом оценки, работа может не ускоряться, а замирать.

Для автора книга особенно уязвима, потому что ее легко перепутать с собой:

Рукопись отвергли — значит, отвергли меня.

Текст раскритиковали — значит, я недостаточно талантлив.

Издатель отказал — значит, у меня нет права называться писателем.

В такой логике незавершенность становится психологически понятной защитой.

Незаконченную книгу нельзя окончательно отвергнуть — потому что она еще не предъявлена миру.

Семь способов не закончить книгу

За годы работы с рукописями я снова и снова встречаю одни и те же сценарии.

Бесконечно редактировать начало. Первые пятьдесят страниц доведены почти до совершенства, а последняя треть существует в виде заметок и набросков.

Непрерывно расширять замысел. В рукопись все время «необходимо» добавить новую тему, героя, главу, исследование или интервью.

Возвращаться к исследованию. Это особенно типично для экспертных книг: вместо того чтобы сформулировать собственный вывод, автор читает еще двадцать источников. Интеллектуально это выглядит безупречно, но психологически иногда оказывается избеганием.

Кардинально менять концепцию на позднем этапе. Когда готово 70–80% текста, вдруг становится ясно: «Вообще-то нужно писать другую книгу».

Переключаться на упаковку раньше времени. Автор обсуждает название, бумагу, дизайн, продвижение и презентацию, хотя рукопись еще не собрана. Работа как будто продолжается, но происходит вокруг текста, а не в нем.

Ждать правильного состояния. «Я закончу, когда появится несколько свободных дней», «когда придет вдохновение», «когда станет спокойнее». Затем проходит месяц, полгода, год.

Никому не показывать формально готовый текст. Последняя фраза написана, но файл не уходит ни редактору, ни бета-ридеру, ни агенту. Это тоже форма незавершенности.

Писательская работа не заканчивается последним предложением. Если книга написана для читателя, следующий этап — позволить читателю появиться.

Незавершенная рукопись занимает внимание

Незаконченная рукопись редко остается просто файлом в папке. Она продолжает присутствовать в мыслях: «Надо вернуться», «Я опять не сделал», «Сначала закончу ее — потом начну что-то новое». В результате рукопись отнимает не только время, но и психологическое пространство.

В российском исследовании А. Барабанова и коллег о волевой регуляции и прокрастинации, проведенном на выборке из 304 студентов МГУ, склонность к прокрастинации оказалась отрицательно связана с показателями волевой регуляции, контроля действия при реализации задачи и после неудачи. Авторы рассматривают прокрастинацию как возможный частный случай сбоя волевой регуляции.

Для писательской практики из этого следует важная мысль: фраза «надо дописать книгу» слишком велика и расплывчата. Она не дает мозгу маршрута.

Не «закончить роман», а:

До пятницы дописать две отсутствующие сцены.

В субботу проверить хронологию.

В понедельник отправить полный текст редактору.

Не «доработать экспертную книгу», а:

Закрыть три содержательных комментария.

Проверить ссылки.

Написать заключение.

В конкретную дату передать рукопись литературному агенту.

Исследование Н. Рудновой «Характеристики саморегуляции деятельности как факторы прокрастинации» на российской выборке из 541 человека связывает более выраженную прокрастинацию с недостаточно развитыми компонентами саморегуляции — в том числе планированием, программированием действий и оценкой результата.

Книга слишком велика, чтобы быть одним действием. Но она вполне может быть серией небольших, понятных и проверяемых шагов.

Как понять, что рукопись готова

Я предлагаю различать три состояния текста.

1. Идеальная книга. Ее не существует.

2. Книга, которую уже невозможно улучшить. Такой книги тоже почти не бывает. Даже после публикации автор через год найдет фразу, которую хотел бы переписать.

3. Рукопись, готовая перейти на следующий профессиональный этап. Вот это реальная и полезная категория.

Чтобы определить готовность, задайте себе пять вопросов:

Завершена ли содержательная конструкция? В художественном тексте разрешены ли основные сюжетные линии? В экспертной книге проходит ли читатель путь от заявленной проблемы к заявленному результату?

Есть ли места, про которые вы точно знаете: «Без этого нарушается логика текста»? Речь не о том, что можно улучшить, а о содержательных пробелах.

Выполняет ли книга обещание, данное читателю в теме, названии и аннотации?

Можно ли дать рукопись другому человеку от первой до последней страницы — без комментариев «это пока не читайте» или «вот здесь я потом допишу»?

Будут ли следующие две недели работы действительно улучшать книгу — или вы уже передвигаете запятые, переставляете абзацы и возвращаете вчерашние правки?

Если содержательных дыр нет, замысел реализован, а отдача от каждого нового круга редактуры снижается, проблема может быть уже не в тексте. Возможно, пришло время отпустить его на следующий этап.

Перестаньте мучать себя
и текст!

Ограничьте саморедактуру. Полезно заранее разделить редактирование на отдельные проходы:

Содержание: что отсутствует, что лишнее, где не работает логика?

Структура: верно ли расположены главы, сцены, аргументы и примеры?

Текст: язык, повторы, ритм, стилистика, формулировки.

Смысловая проверка: имена, даты, факты, ссылки, оформление.

После этого текст стоит передать другому профессионалу — редактору или литературному агенту. Потому что автор уже перестает быть лучшим читателем собственного текста.

Автор знает все, что хотел сказать, и невольно достраивает в голове пропущенные логические переходы. Свежий взгляд редактора или литературного агента этого не сделает. Именно поэтому внешний взгляд — необходимая часть профессиональной работы с книгой.

В исследовании СПбГУ и МГППУ о мотивации, перфекционизме и прокрастинации взрослых слушателей программы профессиональной переподготовки выраженная боязнь неудачи была связана с более высоким уровнем перфекционизма, включая фиксацию на недостатках и негативный отбор. При этом мотивация достижения успеха сочеталась с менее выраженной прокрастинацией.

Это важно помнить: задача автора — не устранить страх полностью. Задача — не позволить страху единолично принимать решения о судьбе рукописи.

А если издательство откажет?

Это страх, который нередко скрывается за бесконечной редактурой, новыми главами и откладыванием отправки рукописи. Автор заканчивает книгу — или почти заканчивает — и спрашивает: «А вдруг она никому не нужна?»

Но узнать это невозможно, пока текст остается файлом на вашем компьютере.

Отказ издательства неприятен, но редко бывает окончательным вердик-

том о качестве автора или книги. Имеют значение редакционный портфель, серии, бюджет проекта, рынок, конкурирующие издания, позиционирование, целевая аудитория, медийность автора и множество других обстоятельств.

Задача автора после завершения рукописи — профессионально вывести книгу к читателю.

Один из маршрутов — обратиться к литературному агенту. Для первого содержательного разговора обычно достаточно:

рукописи или значимой ее части;

четкого описания книги;

понимания целевой аудитории;

короткой информации об авторе;

ответа на вопрос: почему эта книга должна появиться именно сейчас.

Как литературный агент, я регулярно вижу проекты на разных стадиях. Иногда рукопись уже можно предлагать издательствам. Иногда ей необходима редакторская доработка. А иногда проблема не в тексте, а в позиционировании: автор написал хорошую книгу, но пока не может ясно объяснить издателю, кому она нужна и почему ее будут покупать.

Но сегодня важно сказать и другое: отказ одного, нескольких или даже многих издательств не означает, что книга не может быть издана.

> *В современном мире у автора есть возможность выпустить книгу всегда — в том числе в бумажном виде.*

Традиционное издательство остается важным и для многих книг предпочтительным путем, но оно больше не является единственной дверью в профессию. Автор может выбрать независимое издание, печать небольшого тиража для своего сообщества, продажи через маркетплейсы, публикацию электронной и бумажной версии по модели печати по требованию.

Как амбассадор Rideró, я подчеркиваю: книга не обязана ждать чьего-то разрешения, чтобы стать книгой. Издательская система Rideró позволяет подготовить издание, выпустить электронную и бумажную версии, заказать печать от одного экземпляра, а также разместить книгу в собственном магазине сервиса и на доступных партнерских площадках, включая Ozon, WB и Amazon. Бумажные экземпляры могут выпускаться по технологии print-on-demand — то есть печататься после заказа читателя, без необходимости заранее оплачивать крупный тираж.

Это не отменяет редактуру, качественную корректуру, сильную обложку, юридическую аккуратность и работу с читательской аудиторией. Это другая модель издательской ответственности. Но оно дает автору главное: возможность не оставлять рукопись в статусе вечного черновика только потому, что традиционный рынок пока не сказал ей «да».

И отправка в издательства — не единственный способ сделать книгу реальной. Это разные профессиональные маршруты, которые можно рассматривать спокойно и осознанно.

Если вы дописали текст, сделайте простое действие: зафиксируйте версию файла, поставьте дату и назовите ее «Рукопись #дата». Не «финал». Просто законченная версия.

Затем решите, какой следующий шаг подходит именно этой книге: отправить ее редактору, показать литературному

агенту, предложить издательствам или начать подготовку к независимому изданию.

Последняя точка не означает «Я больше никогда не смогу сделать эту книгу лучше».

Она означает «Теперь у этой книги есть возможность стать настоящей — бумажной, электронной, независимой или изданной в традиционном издательстве. Теперь с ней может начать работать мир».

Лев Рыжков. Писатель живет среди страхов

Лев Рыжков — кандидат филологических наук, писатель, журналист и сценарист. Автор 16 книг в разных жанрах, включая книгу литературной критики «Зомби-апокалипсис русской литературы». Один из авторов знаменитой книжной серии «Вселенная Метро 2033».

Всякий писатель в глубине души трепетен и робок. Он может надувать щеки, говорить: «Да я!.. Я такой-разэтакий храбрец!»

Нет. Не храбрец. По очень простой причине: абсолютно у всех писателей (если они, конечно, настоящие) — полный порядок с фантазией. Любой от души пишущий человек способен на раз-два вообразить самое чудовищное развитие даже самых безобидных событий. И испугаться прежде всего сам.

Писатель среди страхов живет, с этим ничего не поделаешь, такова его профессиональная планида. Чистую материю страха являют нам, например, «Окаянные дни» Ивана Бунина. «История изменила течение свое, что-то с нами будет?» — волнуется автор. С которым так ничего особо плохого и не происходит. Но зато как красиво и сочно он боится, каким великолепным языком!

Что уж говорить о Стивене Кинге и его последователях, об авторах антиутопий — они придумали, как свои фобии монетизировать.

Но давайте пробежимся по списку страхов писателя и поймем, чего стоит бояться по-настоящему.

Поехали!

Страх чистого листа

В научный список фобий страх чистого листа не внесен. Но это не значит, что его не существует. Он выматывал душу всем и каждому из пишущих. Он может длиться годами и не то что не уходить, а только усиливаться.

В старом голливудском фильме «Сбрось маму с поезда» герой-писатель находится в многолетнем творческом ступоре. Он уже который год пишет нетленку, но за все это время написал только первые слова: «Ночь была…»

Такой творческий затык — беда многих и многих. И начинающих, и зрелых. Во многом такая чистолистобоязнь обусловлена перфекционизмом: надо же сразу ка-ак грохнуть, чтобы поняли: глыбища пришла! Надо очаровать читателя и, что важнее, редактора. Потому

что редакторы в издательствах составляют впечатление именно по первой странице, которая у вас пока еще, так сказать, кипенно бела (никогда, никогда не повторяйте это выражение!)

К сожалению, про первую страницу — все правда. У неизвестных авторов читают именно ее.

Поэтому писателю просто позарез необходимо впечатлить: показать на старте такой высший пилотаж, такую джигитовку, чтобы дух у редактора перехватило! «Он поет по утрам в клозете», — у Юрия Олеши помните? Лучшего начала ни у кого пока не было. Но, может быть, вы способны превзойти? Сама мысль об этом способна ввергнуть в ступор.

СЧЛ — бич не только начинающих. Авторам вторых и третьих книг этот страх тоже свойствен. И даже в большей степени, чем дебютантам. Особенно, если первую книгу встретили хорошо. Это значит, что и в этот раз надо выступить, как минимум, не хуже. Как вы думаете, почему Дж. Д. Сэлинджер ничего не писал после «Над пропастью во ржи»? Мне почему-то кажется, что именно из страха написать хуже, чем в своей нетленке.

Способ преодоления только один: сразу прыгать в текст, как пловец с трамплина. И писать, писать, до какого-то времени не останавливаясь.

Когда вы засядете за писание уже всерьез, на вас набросятся абсолютно все демоны прокрастинации, все мелкие ужасы: и ***страх сморозить глупость,*** *и* ***страх того, что вы пишете некрасиво,*** *и* ***страх не сказать самое важное.***

Они все будут вас терзать. Но теперь уж не останавливайтесь: пусть клавиатура дымится, а соседи стучат по батареям.

Это издевательство над собой и клавиатурой надо продолжать, пока вы вдруг не испытаете чувство золотоискателя, наконец-то докопавшегося до жилы. Пока вы не поймете, что — это оно! Когда дальше по тексту вас поведет волна чистейшего удовольствия.

А потом самое ужасное — вы должны стереть начало. Да. Только так. Не я придумал, а Чехов. А подлинным стартом и будет как раз та «золотая жила», на которую вы набредете.

Но кто-то из вас скажет: «Но я же старался, куда теперь девать написанное?»

Ответ на этот вопрос ведет нас еще к одному принципиальному страху. Это —

Страх расстаться с написанным

Владимир Маяковский сетовал: «Изводишь единого слова ради тысячи тонн словесной руды».

Конечно, цену имеет только это «единое слово», сочный образ, черточка в характере героя, внезапное событие, которое подтолкнет повествование.

А все прочее — шлак. Если вы им дорожите, то вы — графоман. Увы.

Ну, а кто вы, если не отличаете пустую породу от золотой жилы?

Страх, что ваши знакомые узнают себя в ваших героях

Этот страх совершенно неминуем, если, конечно, вы взялись за дело всерьез.

Почему? Потому что вы столкнетесь с необходимостью создавать характеры.

И такой алгоритм, как «Пусть он будет отважный, смелый, а она — красивая!», просто не работает. Ходульные герои тяготят и читателя, и автора.

Хороший автор знает, что надо искать кнопку, которая «включит» его героя, сделает его живым. Это может быть какое-нибудь словечко (чаще всего дурацкое), привычка, жест, даже особенность внешности.

Но вот беда! Вы подсмотрели эту черточку в ком-то из своих знакомых. И вообще, ваш герой превратился в этого человека! И наоборот. И что же делать? Ведь, когда вы издадите свой роман, который вас обязательно прославит, человек, с которого вы писали героя, непременно ваш роман прочтет, узнает себя и набьет вам морду!

Такой риск есть. Например, ваш покорный одного героя книжки «Самая пьяная газета в мире» списал со своего старого приятеля, к тому же, соседа. Что же делать? Да подарить ему книжку с самым теплым автографом. В таком случае прототип не то что не обидится, а будет вас всем друзьям и знакомым расхваливать.

Бывает и так, что именно тот, с кого вы списывали героя, прочтет ваше творение, себя не просто не узнает, но еще и будет громче всех над самим собой, по сути, потешаться. Почему так? Нет никакого секрета — смеемся-то мы над тем, что нам близко. И чем это что-то ближе, тем наш смех веселее.

Самый неприятный аспект этого страха касается все же не новичков, а писателей известных, создающих бестселлеры. В каком-нибудь из их героев кто-то себя обязательно узнает. В основном, люди, с которыми автор даже толком и не знаком. Шапочные приятели из больших компаний. Когда они вдруг «узнают» себя — это лукавство. Они таким образом просто поднимают самооценку. Вот, мол, смотрите, кто про меня написал! Так-то! В большинстве случаев такое узнавание безобидно, но узнать себя может и какой-нибудь неадекватный человек. Тогда ой (см. С. Кинга, он про это не единожды высказывался).

Страх ненужности

Этот страх тоже отравляет многим жизнь. Допустим, пишете вы нетленку. В глазах окружающих (в том числе, в семье) — вы чудак. Самые близкие вам говорят прямо в лицо: «Бросай заниматься ерундой! Заработай лучше денег для семьи! У тебя нет никаких шансов!»

Конечно, всякий писатель (а тем более — великий русский) — несчастье для семьи. Не всякая жена мужа-писателя вытерпит. И не всякий муж уживется с писательницей-женой.

Но мы не об этом. А о том черве сомнения, который поселится в вашей душе.

Нейтрализовать его яд можно только систематической работой.

Но вот наступает момент, когда вы поставили точку и торжественно написали слово «КОНЕЦ». Знаете ли вы, что ваши мытарства только начинаются? Ведь теперь вам надо куда-то свою рукопись пристраивать. А писали вы — не на заказ, а для души. Вы не сомневаетесь, что все премии будут ваши. Но куда обратиться? Кто окажет вам содействие? Кто пропихнет ваш шедевр? Ладно, пусть за небольшой гонорар… Ладно, пусть вообще без

гонорара… Ладно, но лишь бы не очень много платить за издание…

Так что написать книгу, как мы видим, — даже не полдела. Каждый проходит этот путь сам, но иногда с помощью литературных агентов.

В утешение страдальцам могу сказать, что если ваша книга отмечена таким труднообъяснимым, но очевидным читателю качеством, как талант, можете быть спокойны. Дорога вашей книги будет, может, и не легка, но достойна. С талантливыми вещами, как правило, происходят чудеса. Откуда ни возьмись появляются издатели. А все плюшки и галушки, как в одной из повестей Гоголя, сами заскакивают к вам в рот.

Талант — это предмет темный и опасный. Он открывает двери возможностей на совершенно невообразимых метафизических уровнях, и с вами, автором, начинают происходить чудеса. С позиций рационального мировоззрения это необъяснимо. Впрочем, метафизика тоже не даст ответа. Но чудеса есть. Будьте к ним готовы.

***

Есть страхи ложные.

Например, **страх издательств**.

Вспоминаю себя много лет назад. Я был, как и все начинающие авторы, робок и неуверен в себе. С каким трепетом я переступал порог издательств! В одном из них я, помню, споткнулся о кулер, захотелось провалиться сквозь пол, так я был неловок. А там, внутри, были люди энергичные, занятые своим делом. Кто-то носится по офису, кто-то вел переговоры по телефону, да еще по-английски. И тут я со своей чепухой в распечатке и папке с тесемочками.

Помню, я прочищал горло и, дико стесняясь, спрашивал: «Кому можно роман отдать, кхе-кхе?» И на меня смотрели с очень сложной эмоцией, которую можно расшифровать примерно как «ну, вот, еще один бесноватый на нашу голову». Такая неловкость, впрочем, продолжалась не особо долго — пока не вошел еще один, донельзя смешной, угловатый человек, тоже стукнулся о кулер на проходе и стал, смущенно прихихикивая, спрашивать: «А кому отнести роман?»

Уже много позже я понял, что во многих издательствах такую атмосферу создают специально. И кулер на пути — тоже не случаен. Так надо. Чтобы автор чувствовал себя неловко, много о себе не мнил и запредельных гонораров не требовал. Так-то.

Еще один ложный страх — **страх критики**.

Некоторым авторам, наверное, кажется, что критик так и хочет наброситься на их все из себя животрепещущее творение.

Разочарую, именно как критик. Не набросится. Он к вам, скорее, даже благосклонен. Если, конечно, вы не «нужный» издателям человек, пробравшийся по блату в списки бестселлеров, а там — и на премию. Вот тогда вы, безусловно, нарвались. Но большей части тех, кто это читает, такая опасность, конечно, не грозит.

***

Как мы увидели, писатели, случается, боятся не того, что следовало бы.

И совершенно не опасаются ловушек реальных, порой даже смертельных.

Например, я не знаю никого, кто испытывал бы **страх славы**, **страх премий**. И, наконец, **боязнь литературы.**

Слава — страшное дело. Как вы, уже будучи прославлены, станете вспоминать те беззаботные времена, когда можно было пороть любую глупость и никто к ней не привязывался. А теперь вы — словно под увеличительным стеклом. К каждому вашему слову — докапываются, толкуют его так и этак, спорят с вами, перевирают и передергивают. А прохожие на улице знают, кто вы такой. И таксисты. Но как-то и с этим люди живут.

А премии! Каждый из нас мечтает выхватить какую-нибудь из них, да желательно за первый роман. У некоторых сбывается. Но хорошего в этом очень мало. Потому что вы вдруг становитесь мэтром. И, значит, можете писать что хотите. И как хотите. И никто вам и слова не скажет. Вы — лауреат! Это очень расхолаживает. Ведь топливо писателя — это именно неуверенность в конечном результате. Понравится ли читателю? Все ли правильно сделано в тексте? Только эти переживания и дают импульс творчеству. А тут вам — сразу премию в зубы. Что ж, поздравляю. Как творец вы в этот момент, скорее всего, кончились.

Ранние премии — это страшная судьба. Ее стоило бы всеми силами избегать, но писатели к ней стремятся, как бабочки на огонь. Ничего с этим не поделаешь.

И в двух словах о том, что такое **боязнь литературы**.

Это страх войти в чертог великой литературы.

Вы точно уверены, что вам надо туда заходить?

Русская литература — это ведь мистическая субстанция. Притом жутковатая. Если вы в нее попали — легкой судьбы уже не ждите. Жизнь ваша станет интересной. Но великая литература будет играть вами по своим правилам. Может, убьет на дуэли. А может, на старости лет вы сбежите из дома.

Впрочем, если вы попали в эту паутину, значит, там вам и место. Сочувствовать ли вам теперь? Нет.

Только завидовать.

Наталья Малинина. Хороша Маша, да не ваша — ша!

Мнение литературного критика о том, почему современному автору не стоит избавляться от «плагиатного страха»

Наталья Малинина — член Союза российских писателей, поэт и литературный критик, лауреат премии имени Есенина «О, Русь, взмахни крылами», обладатель медали «За выдающийся вклад в укрепление позиций русского языка и литературы», член жюри международных и всероссийских литературных конкурсов, в том числе «Литературная Вена» и «Кубок Мира по русской поэзии».

Кто-то подумает, что в заголовок вынесена скороговорка, но мне кажется, это емкая формулировка базового принципа приличного человека-литератора: можно сколько угодно восхищаться написанным кем-то другим, но нельзя брать чужую строку и вставлять ее в свое лыко.

И если выражение «плагиатный страх» пока относится к новоязу, то плагиатные скандалы вспыхивают давно и регулярно. Сегодня одно подозрение в заимствовании может вызвать волну критики и осуждения, как это произошло с недавним включением романа Маргариты Симоньян в лонг-лист премии «Большая книга». Название книги М. Симоньян повторяет название сборника очерков другого автора, вышедшего шестью годами раньше. Но этот конфуз случился недавно, а в прошлом обвинения в плагиате могли закончиться дуэлью.

Самая известная история такого рода произошла в 1860 году, когда Иван Гончаров публично обвинил Ивана Тургенева в заимствовании идей своих романов для «Дворянского гнезда» и «Накануне». Оскорбленный Тургенев предложил Гончарову выбор: либо третейский суд, либо дуэль. К счастью, они выбрали первое, и 29 марта 1860 года состоялся уникальный «третейский суд» с участием известных литературных критиков — Анненкова, Дружинина, Дудышкина, Никитенко. Вердикт был компромиссным: плагиата нет, а есть «незначительные совпадения», поскольку произведения возникли «на одной и той же русской почве». Такой исход удовлетворил Гончарова, но обидел Тургенева, и их многолетняя дружба на сем закончилась.

Этот случай ярко показывает, что граница между заимствованием и плагиатом является зыбкой, а удовлетворяющего все стороны решения подобных споров на этическом поле (в отличие от правового) — не существует. Вполне понятно, почему «плагиатный страх» становится частым спутником пишущих.

Справка «Писательского журнала»

«Плагиатный страх» не является официальным научным термином или академическим понятием из психологии. В Международной классификации болезней (МКБ) или классических учебниках по психотерапии такого термина нет. Это бытовое, описательное выражение (сленг авторов, копирайтеров, студентов и ученых). В научном сообществе этот феномен описывают через другие, официальные психологические понятия. Такие как криптомнезия — искажение памяти, при котором человек забывает источник информации и искренне считает чужую идею своей собственной, — или синдром самозванца — психологическое явление, при котором человек не способен присвоить собственные достижения, из-за чего ему кажется, что он всех обманывает, а его идеи — лишь копия чужих.

По моим наблюдениям, «плагиатный страх» чаще присущ поэтам, чем писателям. Но насколько он вообще актуален, особенно в наше время, когда постмодернизм узаконил цитацию и аллюзию?

Я думаю, «плагиатный страх» обоснован ровно настолько, насколько мы честны перед собой.

У меня, например, всякое упоминание топчущегося дождика всегда вызывало как минимум неловкость, как максимум — ощущение воровства у Пастернака: «Топтался дождик у дверей» (с). Но в пору постмодернизма, одним из приемов которого является аллюзия, похитители образа грамотно ссылаются на нее, а то еще придумывают «диалог» текстов. Мое отношение к топчущемуся дождику однозначно: это воровство образа. Даже не интерпретация, а именно воровство. Уж слишком копирайтен.

Помните, Маяковский публично заявил по поводу Шершеневича, использовавшего его «штаны из бархата голоса»: «А Шершеневич у меня штаны украл!». В итоге Шершеневич вошел в историю не через стихи, а через «штаны Маяковского». В юридическом смысле — не плагиат, а в этическом — нерукопожатность или тавро «поет с чужого голоса».

Есть, правда, понятие суггестии: способность вызвать приятие и даже любовь непритязательного читателя, используя стилистику всеми любимого автора или сюжета, в меру способностей видоизменив его. Этим пользуются осознанно или нет 99 процентов пишущих. Но литтворчество — это мышление образами. Особое устройство мозга: с ним надо сначала родиться, а потом учиться, как не воровать чужое, а интерпретировать его своим голосом. В конце концов, в мировой литературе навсегда прописались темы любви и смерти, ностальгии и рефлексии, войны и мира, дружбы и предательства, повторяемые авторами то с безудержной

фантазийностью, то с беззастенчивым реализмом.

Интерпретации — или случайные созвучия, такое тоже возможно, — бывают весьма удачными. К примеру, недавно я была в жюри серьезного поэтического конкурса и, к собственному удивлению, взяла в шорт-лист стихотворение, в котором явственно услышала Бродского. Это было стихотворение Надежды Новицкой «Звезды», вы можете найти его и сравнить свои ассоциации с моими.

Я читаю его — и за кадром явственно слышу «Пророчество» Бродского: «Мы будем жить с тобой на берегу...» У Надежды: «Давай построим дом на берегу...» Влияние Бродского ощутимо физически — от схожести ритмического рисунка и мотива «несбывшегося» до самой мизансцены (дом на берегу, море, перечисление бытовых деталей).

Я задумалась: не внушенное ли это обаяние?

Отчасти — да. Магия Бродского так сильна, что любая попытка писать в сходной стилистике автоматически подтягивает его смыслы и напрашивается на сравнение.

Но поэзия ли это? Безусловно.

Я услышала не подражание, а, скорее, диалог с мастером. Автор явно был очарован этим стилем, но не копировал его вслепую, а использовал как язык, чтобы рассказать свою историю. Стихотворение привлекло меня как раз этой перекличкой авторов: два текста воспринимаются как два пророчества о моделях времени на фоне приливов и отливов. Да, я слышу Бродского. Да, в другое время, когда я была злее и категоричнее, я бы назвала это стихотворение эпигонским, но все равно оно бы не оставило меня равнодушной, потому что оно талантливо и оно вступило со мной-читателем в диалог, а сходство с «Пророчеством» Бродского неожиданно расширило поле моего восприятия обоих текстов. Буквально, от клумбы до степи.

Возникает закономерный вопрос: как отличить осознанный диалог от простого заимствования?

Вот, скажем, известный «википедийный» случай с «Никой» Пелевина и «Легким дыханием» Бунина. Связь между рассказами — яркий пример интертекстуальности, когда современный автор сознательно вступает в диалог с классиком. Считается, что Пелевин затеял постмодернистскую игру с читателем, поместив типаж Оленьки Мещерской в тело кошечки Ники. Получилось «обаятельно для тех, кто понимает». И в самом деле, чем очаровывает Оленька? Да тем же, что и кошечка: изяществом, женственностью, непредсказуемостью, капризностью... И... все! Без Пелевина я бы этого не увидела (а надо было?)

...Да, все мы родом из культуры, и не признавать факт ее влияния на нас глупо. Но это влияние может трактоваться либо вторичностью, либо откровенным подражанием и даже заимствованием с целью внушить чужое обаяние через стилистику другого автора. В итоге, такого рода произведения могут и превзойти оригинал по воздействию на читателя. Все зависит от степени одаренности автора и, увы, от его раскрученности в соответствующих сферах.

Известно, что строчку «гений чистой красоты» Пушкин позаимствовал у Жуковского, спустя столько же времени, как и М. Симоньян скопировала название своей книги у В. Катасонова. Пушкин вставил строку в свое посвящение

А. П. Керн. Справедливости ради, говорят, что Александр Сергеевич при жизни выделял эту строчку курсивом, что указывало на цитату. Одаренность и раскрученность Пушкина затмила первоначального автора строки, и теперь ее печатают без курсива.

Бесспорно, подтекстом любого художественного текста является литература в целом. Нельзя жить литературой и быть свободным от нее.

Вы спросите: а как же бессознательное заимствование? Ведь порой автор искренне верит, что образ родился сам.

Что ж, иногда, действительно, мы заимствуем бессознательно. Я в студенческие времена писала реферат «Понятие ноосферы в трудах академика Вернадского». Ноосфера, простыми словами, это сфера разума. Такая же сфера, как атмосфера вокруг. И оттуда тебе могут приходить мелодии и образы, воспринимаемые как свои.

Вот пример. Мне принесли стихи со строкой: «Сердце, как прирученная птица, / На ладонь твою любимую садится».

Я сказала автору: «Это чужие штаны! Ты не должен их надевать. Это неэтично». «Почему, — говорит, — если мне аплодируют?»

Да потому, что этот образ изобрел Пастернак в стихотворении «Сон»! Это у него: «И, как с небес добывший крови сокол, / Спускалось сердце на руку к тебе». У этого образа уже наработано мощное обаяние. Поэт уверял меня, что стихотворение «Сон» он не читал. А для меня сердце, садящееся на руку, — это навсегда «штаны» Бориса Леонидовича, как их не перекраивай. Конечно, для непродвинутого читателя сработает и это. Но претендовать на признание серьезного критика или издания с этим нельзя. По крайней мере, если кроме пастерначьих «штанов» в тексте не найдется ничего оригинального, авторского, талантливого.

Хочу упомянуть еще случай, по поводу которого я не определилась до сего времени. В одной телепередаче с участием поэтов и критиков прозвучало хорошее стихотворение белорусской поэтессы Алены Асенчик, обладателя Кубка мира по русской поэзии за 2015 год. Это «Неторопливое». Стихотворение замечательное. В нем использовались восхитившие меня составные (из двух и более слов) рифмы, такие как «тающего / ни черта еще» и «шепотом / *ш*то потом». Обычно такие рифмы — гарантия копирайта. Но нет, известный литературный критик укоризненно покачала головой и произнесла нечто в духе, мол, после Евтушенко использовать рифму «шепотом / *ш*то потом» не сильно комильфо. Действительно, есть такая рифма у Евтушенко, но в остальном стихи Алены оригинальны и неподражаемы.

Нужно сказать, что страх быть уличенным в «краже штанов» настолько силен, что некоторые авторы перестают читать вообще. Кстати, автор стихотворения, в котором я усмотрела перекличку с Бродским, сказала, что не читала «Пророчество». Мол, то, что я услышала диалог авторов — это заслуга моего восприятия и определенной начитанности. А один из авторов на полном серьезе заявил, мол, он нарочно давно не читает ничего, чтобы ненароком не повториться за кем-то и не быть в этом уличенным. Ну, такое себе решение.

«Где ничего не положено — нечего взять», — древнейшая мудрость. Образы и литприемы приходят из впечатлений, полученных разным путем: из лекций в Литинституте, от няни Арины Родионовны, из путешествий, даже из шпионской деятельности, как у Моэма или Флеминга, из ЖЗЛ, ЗОЖ и, как сказала Ахматова, «растут из сора, не ведая стыда». Значит, любой, даже талантливый автор, может повторять сюжеты и образы.

Так все-таки, стоит или не стоит бояться? Где грань между здоровой профессиональной совестью и парализующим страхом?

> *Я думаю, что присутствие страха украсть образ или сюжет — говорит, скорее, в пользу автора. Вообще, способность сомневаться во всем для поэта и писателя — сродни совести. И этот страх из тех, который должен быть.*

Согласитесь, Маргарите Симоньян гораздо проще проверить на уникальность свое Слово с помощью упомянутой в спорной строчке Цифры, чем Ивану Тургеневу. Это если говорить о заимствованной строке названия ее книги. А что касается сюжета с участием ИИ, то сколько их еще будет, коли век Цифры на дворе!

Строго говоря, литература ведь говорит общие места, просто преломляя их личным авторским опытом.

«Этим преломлением она главным образом и ценна — именно здесь возникает самое интимное общение автора с читателем, который находится в том же положении, что и автор: в первый и последний раз осваивает прописи жизни». Согласна с Сергеем Гандлевским. В любом произведении художественной литературы обнаружится связь с прошлыми или будущими произведениями. В любом. Куда же мы без связей? Порочная она или нет — судить будут. К этому нужно быть готовым.

…Подметила одну закономерность: современные талантливые авторы, особенно поэты, таковыми себя не называют. Зато литературные цыгане ловко выдают себя за поэтов и устраивают чес по городам и весям, сшибая деньгу за «произведения» в духе «Я вышла замуж за народ, не по расчету, по любви…» (М. Полупанова). Я считаю, что в каждом авторе должен быть страх не писать подобного. Любой грамотный читатель не сможет отделаться от чувства испанского стыда за такое «произведение». Можно только восхититься марианской глубиной сочинителя, сознательно или по незнанию вступающего в столь неприличную связь с классиком, написавшим: «О, Русь моя! Жена моя! До боли / Нам ясен долгий путь!» (А. Блок). Я уж не говорю, что невольно напрашивается сравнение масштаба авторов, использовавших подобную логику образа.

Связи связями, но надо же и совесть иметь (с). Смайлик.

Владимир Чичирин. Польза «страха проявляться»

Владимир Чичирин, *эксперт по брендингу и маркетингу с 30-летним стажем, практикующий психолог, автор научной методики по созданию творческих продуктов на основе раскрытия собственной уникальности, автор книги «Делай что хочешь и будь что хочешь. Как достучаться до себя».*

Сайт: www.chichirin.com

ТГ-канал: «Призвание. Метод Чичирина» (t.me/prizvanie_metod_chichirina)

Задумывались ли вы, зачем вообще человеку дан страх? Не, ну серьезно. Какой в нем практический смысл для организма?

Конечно — безопасность.

Страх помогает понять, что там, дальше, небезопасно. Страх не дает нам прыгать с крыши и заставляет отойти от края. Притормозить перед поворотом. Срочно найти укрытие от начавшегося бурана.

Не сознание. Страх.

Сначала страх. А потом «разумное решение» взрослого человека.

Страх заставляет думать.

И, лично на мой взгляд, самое странное, чем сейчас с энтузиазмом занимается поп-психология, — это борьба со страхом и постоянные призывы «выходить из зоны комфорта». Или, наоборот, не бороться. «Разрешить себе бояться» — и все.

Мысль останавливается просто на факте страха. И дальше ничего не делается.

Но не лучше ли использовать страх по его прямому назначению — как часть работы интеллекта?

Вот если человек стоит на крыше и ему очень нужно вниз. Исключительно благодаря страху он начинает искать альтернативный путь, кроме прыжка. Чтобы не разбиться. И при этом не остаться на крыше навсегда.

Почему тогда со «страхом проявляться» часто предлагают либо побороть страх и наконец начать проявляться хоть как-то, либо смириться и сидеть «непроявленным»?

Может, стоит сначала разобраться?

Может, в этом страхе есть рациональное зерно? Как и в любом другом.

И оно там есть.

И бояться не глупо, а, наоборот, разумно.

Бояться выглядеть глупым или смешным — рационально. Можно побороть

страх и выйти к людям, выглядя глупым и смешным. А можно не побороть. Остаться глупым и смешным, но зато никто об этом не узнает.

А можно использовать страх, чтобы подумать: как не выглядеть глупым и смешным? Как выглядеть именно таким, каким хочется быть в глазах других?

Страх — это повод подумать, а не упереться в мысль «я трус».

И проявляться тогда, когда страх уйдет. Когда останется только волнение. Которое просто заставляет держать себя в тонусе и не расслабляться раньше времени.

Все человеческие чувства даны нам для пользы. С ними не надо бороться, надо прислушиваться к ним.

Поэтому мой подход к страху проявляться в соцсетях или где-либо еще исключительно рациональный.

Если боимся — то чего?

Надо совершенно серьезно разобрать все факторы. Понять, чего именно мы не зря боимся, и работать с изменением не самого чувства, а того, по поводу чего боимся.

Рекомендуют снимать рилсы с танцами, а вам не танцуется? Кажется это глупым?

Тогда это точно глупо для вашего бренда. И не надо этого делать.

Это может быть не заниженная самооценка, а просто факт.

Писать про погоду и вымучивать регулярные посты из пальца? Это же бред?

Да. Это бред.

Надо думать, что делать, что бы бредом не казалось.

И, что немаловажно, — кому именно не казалось.

Кто держатель критериев? Почему? И как в них гарантированно попасть?

Ничего не делать — это сдаться?

Да. Это сдаться.

Значит, ничего не делать — не вариант.

Нет другого способа продвигаться, кроме соцсетей?

Нет. Это неправда.

Это просто отсутствие знаний.

Скажу больше: нет ни одного примера успеха с нуля исключительно через соцсети. Это иллюзия или прямое вранье и манипуляция заинтересованных сторон. Взгляд по верхам.

Автора всегда начинают читать не с соцсетей, только потом у него растут соцсети. Если он их вообще ведет.

Но это тема отдельного разговора — о технологиях выхода на рынок.

Есть еще одна позиция: «Я вообще не маркетолог, а писатель. Пусть этим занимаются профессионалы».

Пусть, конечно.

Но тогда все равно придется проявиться перед профессионалом, который увидит в вас перспективу.

И тут тоже оговорюсь: нет таких писателей, в которых профессионалы поверили с нуля. Сначала автор сам делает так, чтобы его читали, а потом в него «верят» профессионалы.

Тоже без иллюзий.

Так что проявляться придется, если хочется, чтобы тебя читали.

Но лишь тогда, когда не будет страшно.

Когда будет просто волнительно.

Как отличить одно от другого? Просто волнение — это когда вы уверены в том, что все делаете правильно и не выглядите глупо.

Но нельзя быть уверенным на 100%.

Поэтому пока не расслабляемся.

Так талантливый успешный актер волнуется перед каждым выходом на сцену.

Я предлагаю сосредоточиться не на борьбе со страхом, а на думании: как сделать так, чтобы выглядеть так, как не будет казаться глупым? Как проявляться так, чтобы это работало на формирование бренда?

И прежде чем разбираться, что значит «глупо», а что значит «не глупо», я бы сначала определился с целевой аудиторией.

Ведь то, что для одного — вершина мысли или чувств, для другого — примитив и клюква.

И тут все просто.

Вы — критерий.

Если вам нравится то, что вы заметили, записали или почувствовали, — значит, это хорошо. Это отражает ваш бренд. Это и есть искренность. И это работает на вас и вашу узнаваемость.

Если вы не дали этому проявиться, материализоваться во внешнем мире — оно просто протухло.

А если вы начали задумываться, взвешивать, представлять кого-то, давать оценки и вносить коррективы в свою искреннюю проявленность — все испорчено.

Это уже работает против вас и разрушает бренд.

Как и попытка ради публики делать то, чего вы не чувствуете и внутренне не хотите делать.

Особенно когда вы пытаетесь угодить алгоритмам соцсетей.

У вас с ними разные целевые группы и бизнес-модели.

Алгоритмам нет никакого дела до вашего бренда и до того, что вы писатель. Им нужны бесплатные журналисты и комики, которые развлекают как можно больше народа. Чтобы потом продавать этот народ рекламодателям за деньги в качестве охватов. Но это не ваш охват. Это их охват. А ваши о вас даже не узнали.

Пытаясь понравиться алгоритмам, вы все дальше уходите от себя и от возможности создать свой бренд писателя.

Согласитесь, страх проявляться часто связан со страхом, что кому-то не понравится то, что вы делаете.

И так и будет.

Кому-то обязательно не понравится.

Вашим бывшим. Вашим завистникам. Людям с другими ценностями. Всем тем, кому слишком есть до вас дело и кто не хочет, чтобы у вас получилось, и тем, кому, по вашему мнению, вообще нет до вас никакого дела.

А вам это важно.

И когда мы выходим на публику, у психики есть такое свойство: она автоматически берет в качестве критериев именно этих людей.

И мы начинаем подгонять себя под их ответ.

Чтобы понравиться.

Тем, кого мы знаем.

И чьего признания хотим.

А они не в целевой группе.

Они, как алгоритмы соцсетей, вынуждают нас быть не собой. Ведь мы не готовы выглядеть в их глазах неудачниками.

И мы пытаемся делать так, как, как нам кажется, им хотелось бы.

Превращаясь в искусственность.

А искусственность всегда считывается.

И всегда оказывается мимо бренда.

Все дело в том, что те, кто нас не любит, никогда нас и не полюбят и никогда не пропустят ни одной нашей ошибки.

К этому нужно быть готовым.

Это данность.

Но тот, кто нас искренне любит, даже если не способен это проявить, будет любить нас всегда. И простит нам любые ошибки.

А чтобы нас полюбили новые люди, они должны видеть нас настоящими.

Такими, какие мы есть.

Не о чем писать и нечего снимать?

Не верю.

Вы же что-то чувствуете каждый день?

Вас что-то смешит, что-то расстраивает, что-то вдохновляет в течение дня. Что-то дает энергию, а что-то забирает. Кто-то наполняет, а что-то опустошает.

Вот это все и формирует бренд.

Из ваших чувств складывается понимание бренда.

Какой он?

Про что он?

Свой ли он?

И продолжение этого бренда подписчик рассчитывает получить из ваших книг.

Узнать того, кто ему понравился, поближе.

Даже не сюжет, даже не героев.

А автора.

С его близким по духу восприятием мира.

И вот все, что вас зацепило в течение дня, можно и нужно делать достоянием общественности.

Вам кажется, что это никому не интересно?

Кому — «никому»?

Тем, кому до вас нет никакого дела?

Напоминаю: они не в целевой группе.

Вот вам же есть дело до того, что вам показалось интересным.

Ваша целевая группа — такая же, как вы.

Если вам интересно, то и им интересно.

Если не интересно — они не ваши.

Вам не должно быть до них никакого дела.

Ни до их реакций, ни до их мнения.

Вернее, если они его выразят, каким бы неприятным оно для вас ни было, оно все равно будет работать на вас, а не против.

Вас лучше будут понимать ваши благодаря реакции чужаков.

Цель — найти себя и своих.

А это требует исключительной искренности.

И понимания, что ты общаешься только с теми, кто тебя любит.

А быть искренним с теми, кто тебя любит — это же не страшно.

Страх проявляться пройдет, когда появится искренность.

Когда исчезнет желание понравиться всем, включая алгоритмы.

И тогда только встанет уже другой — профессиональный — вопрос: где брать охваты?

А вот как продвигать и где брать охваты — это предмет другого разговора.

Но он не имеет смысла, пока не решен первый вопрос: **что продвигать и что охватывать?**

Какой бренд мы строим?

Как он считывается через проявления во внешнем мире его обладателя?

Сначала нужно найти себя и своих.

А потом уже думать, как сделать так, чтобы свои вас заметили.

Александр Пензенский. Писатель и страх

Александр Пензенский — поэт, прозаик, сценарист. Член Союза писателей России. Лауреат премий им. А. И. Левитова, им. А. В. Липецкого, «Русский детектив». Автор издательств «АСТ» и «Эксмо».

https://t.me/apenza79

Среди тех моих знакомых, которые по той или иной причине относят себя к писателям (кто-то «обилечен» и ждет переквалификации, кто-то беспартиен, но тоже издаваем), людей бесстрашных все-таки меньшинство. Даже среди заслуженных и увенчанных. Почти все имеют какие-то страхи вне общепринятых в среде человеков списков, а тот, кто утверждает, что смел до безобразия, вероятнее всего лукавит и позерничает, пряча за своими декларациями и выставленным волевым подбородком тот же набор фобий. Можно было бы попробовать провести социологическое исследование и нагрузить вас графиками и цифрами, процентами и пропорциями, но, думается мне, не за этим вы сейчас читаете этот текст. А для того, чтобы по прочтении его радостно воскликнуть: «О, и у него все точно так же! Значит, со мной все нормально!»

Ну, давайте-ка сразу договоримся: никакого ощущения нормальности в итоге я вам не обещаю. Ибо, во-первых, мы с вами не знакомы, может, вы вообще сейчас это читаете в седле по дороге к ближайшей мельнице. А во-вторых, ну, где вы видели нормальных писателей? Или художников? Или актеров. Если вы ищете нормальности или желаете себя с ней отождествлять, то вам не к нам.

Ну и еще одна оговорка: писать буду тем не менее о своих страхах. Насколько можно — честно. И так же готов утверждать, что страхи эти вовсе не индивидуальны.

Но ждет вас и бонус: я расскажу, как я со своими демонами борюсь. Именно так, в настоящем времени и несовершенном виде, ибо действие это не конечно, и сдаваться демоны не хотят. Может, кому-то да и помогут мои нехитрые рецепты.

Страх №1. «А если я не смогу?»

Эта фраза мешала мне начать писать лет пятнадцать, не меньше. Точнее, я примерно класса с девятого был уверен, что написать что-то хорошо я сумею. А вот придумать это что-то, то, что будет интересно читать не только мне, — не факт. Так и билась эта гнусная мыс-

лишка, временами даже заставляя задуматься о поиске соавтора, чтобы тот придумал сюжет, а уж я бы оплел его паутиной своей словесности. Наверное, потому и случился мой первый прозаический опыт лишь в сорок лет, став тем самым бесом из ребра.

Надо сказать, что и сейчас, когда я берусь за новый жанр (или, к примеру, за эту вот статью), тот же самый вопрос-сомнение снова начинает стучаться о стенки черепной коробки. Но с опытом гул этот все менее громок, хотя, уверен, навсегда меня никогда не покинет. Что тоже хорошо, потому что через сомнения лежит дорога к совершенству.

Ну и первый из обещанных рецептов. Увы, подойдет он не каждому. Хотя… Я в итоге стал писать книги, основанные на реальных событиях. Появился тот самый стержень, на который нанизывалась пирамидка слов. И — о чудо — выяснилось, что от этого базового сюжета как-то сами собой начинают ответвляться второстепенные, полностью авторские. Да и главный тоже начал подчиняться автору. В итоге, в последнем моем детективном сборнике некоторые истории больше выдуманные, чем заимствованные из газетных и полицейских архивов. А готовящийся к публикации роман хоть вовсе не детектив, но тоже основан на сценариях, которые когда-то писала сама жизнь. Как, кстати, и две истории, над которыми я сейчас работаю. Правда, не знаю, какой совет дать фантастам. Ну, да я и не говорил, что знаю рецепт панацеи.

Страх №2. «А если людям не понравится то, что я написал?»

Я очень хорошо помню три момента из своей писательской биографии. Первый — когда я наконец-то сел и написал первую страницу. И боялся ее показать даже жене. Второй — когда страниц было уже пара десятков и я отважился устроить чтения друзьям. И третий — когда роман был готов и оставалось лишь нажать кнопку «опубликовать» на самиздатовском портале и заявить всем своим знакомым (и даже некоторым незнакомым), что я теперь считаю себя писателем. При этом в первых двух случаях я понимал, что реакция скорее будет одобряющей и поддерживающей. А вот третий был самым страшным. Наверное, то же самое чувствовал гадкий утенок, боящийся появиться перед прекрасными лебедями. А, зная эту историю с детства, твое сознание услужливо нашептывает, что ты-то как раз можешь оказаться вовсе не царственной птицей.

В итоге с женой у нас благодаря той странице появился свой ритуал — вместо похвал она просто говорит: «Пиши дальше». Друзья выдали пару дельных замечаний. А кнопка «опубликовать» вылилась уже в несколько романов и сборников. И вот вам первый обман от меня — я не знаю, какой тут дать совет. Я не знаю, как бороться с этим страхом. Можно попробовать записаться на писательские курсы. Поступить в литературный институт. Рассылать свои тексты по всевозможным конкурсам и обивать пороги издательств. Или просто никого не слушать. Да, понимаю, что не все способны критически относиться к своему творчеству (увы, таких людей полно в писательской среде). Но мне думается, что все-таки лучший способ побороть страх выхода из тени — сделать решительный шаг на свет. Да простят меня за этот совет вампиры, а за следующий любители авторского интеллектуального кино — но пересмотрите финал

первого «Железного человека» для большей мотивации.

А вот после явления себя читающему миру учитесь читать рецензии и комментарии. Не вступайте в полемику с критиками. Никогда. Просто научитесь различать критику полезную, исходящую от человека, в теме разбирающегося, критику, которая сможет сделать ваш следующий текст лучше. И не обращайте внимания на тех, кто этого не достоен. Ну и не забывайте, что Тургенев не любил Достоевского, Твен не любил Остин, а Бунин вообще никого не любил. Вот и вы не обязаны нравиться каждому.

Страх №3. «А что, если я неоригинален?»

В том обилии информации, в котором мы с вами вынуждены творить (или вытворять), неминуемо найдутся желающие вас с кем-нибудь сравнить. Люди умные и начитанные будут с кем-то сравнивать ваш язык и выразительные средства. Другие ограничатся жанровыми аналогиями. Но все это произойдет только в том случае, если вы сумеете одолеть предыдущий страх. А ведь зачастую мысль о том, что написанное автором вторично и негениально, лишает мир хорошей прозы, хороших стихов, хорошей музыки, хороших картин, хорошего кино. Просто хороших. Пусть они не будут гениальными (хотя кто вообще это решает?!). Но они будут ХОРОШИМИ. А еще страшнее (на мой скромный взгляд), когда в этой гонке за оригинальностью форма заменяет содержание. Часто попытка стать первооткрывателем открывает лишь ящики Пандоры, выпуская пустоту. Но пустоту «новаторскую». В литературе, живописи, на театральных подмостках — в любом виде искусства начинает появляться нечто, на что критики и ценители благосклонно кивают головами и ищут объяснения того, что автор хотел выразить своим творением. И вот уже оригинальность перестает быть оригинальной. Будьте просто хорошими. И честными. Мне кажется, это важнее.

Страх №4. «А если меня не поймут?»

Что бы вы ни писали — вы высказываетесь. Даже если вы пишете в несерьезном жанре (хотя кто вообще вешает эти клейма?), вы все равно заявляете миру о своих болях, страхах, надеждах. Неважно, о чем ваша история — о судьбах мира или о первой любви между девочкой-фигуристкой и мальчиком с клюшкой — вы наполняете этот мир смыслами. И вы хотите быть услышанным. Да? Ведь хотите?

А подумайте, что для вас важнее — сказать или быть услышанным? И если вы сами себе ответите, что второе важнее первого, то задайте следующий вопрос: а я точно говорю то, что хочу сказать? Или пытаюсь сказать то, что хотят услышать? И когда вы в конце концов договоритесь с собой, что писатель — это тот, у кого есть что сообщить этому миру, даже если мир не готов его слушать, тогда вы перестанете бояться непонимания. И станете честным и искренним. И тогда вас поймут и услышат. Вот такая игра слов.

Страх №5. «А если я больше не смогу?»

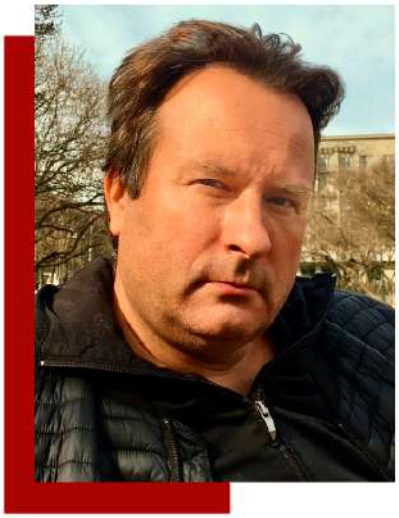
Да, звучит похоже на первый страх. Но как по мне, так он еще страшнее. Вот представьте: ваш первый роман получил хороший отклик у читателя. Вам, возможно, удалось его из самиздата пристроить в настоящее издательство. Вы даже продали пару тысяч экземпляров

(вполне недурно в современных реалиях). И от вас как будто бы ждут следующую историю. А вам не пишется. Ну вот совсем. Вас настиг тот самый страх белого листа. Настолько сильный, что даже не хочется текстовый редактор на ноутбуке открывать. И здесь совет один — открывайте. Открывайте и пишите. Все, что придет в голову. Пусть эти мысли будут корявы, нестройны, пусть рождаться они будут со скрежетом зубовным и болью в висках. Поверьте, дальше станет легче. Ибо права Мередит Маран: всегда можно отредактировать плохую страницу, но нельзя отредактировать пустой лист. Проверено на себе многократно (и сегодня снова перепроверено): стоит написать первую строчку — и рядом ложится вторая. За ней третья. А четвертая так и вовсе настолько хороша, что и редактировать не нужно.

Но раз обещал писать честно, то вот вам признание. Я лично, советуя вам писать тогда, когда нет ни сил, ни мыслей, ни желания, могу бросить начатое произведение на недели и даже месяцы. Настолько, что после приходится перечитывать все с первой страницы, чтобы вспомнить сюжетные линии, погрузиться в атмосферу и начать тот самый чистый лист наполнять буквами и смыслами. И тем не менее, я утверждаю: метод работает. Стоит себя заставить — и текст сам начинает выскакивать из кончиков пальцев.

Наверное, есть еще много других страхов. Наверное. Может, у этой статьи появится продолжение. Если я сумею в очередной раз преодолеть парочку из перечисленных страхов.

Николай Колдыркаев. Служенье муз не терпит… промедленья



Вечный страх любого автора — не записать, не сохранить, забыть. Предлагаем вашему вниманию обзор доступных сервисов, которые превращают диктофонные записи в готовый текст.

Николай Колдыркаев — IT-журналист, автор более 100 статей в федеральных изданиях IT-Manager, PC World, Мир ПК, Интернет-маркетинг, Linux Format, PC Magazine RE, PC Week, Мир Internet и других. Эксперт в области открытого программного обеспечения, ИИ, защиты информации, финансовых технологий, криптовалют и блокчейна. Автор книг об открытом ПО в издательстве «БХВ-Петербург» и научно-популярных книг для детей в издательстве «Феникс-Премьер».

Да простит меня Александр Сергеевич Пушкин, но за двести лет условия работы литератора существенно изменились — мы уже не можем позволить себе неспешно творить в кабинетной тиши, терпеливо дождавшись появления музы. Идеи приходят в метро, во время прогулки, за рулем, в очереди, в разговоре с другом — и исчезают так же внезапно. Не записал — считай, забыл. Записал — дал задумке шанс когда-нибудь стать славным текстом.

К примеру, Генри Джеймс за 51 год литературного творчества написал 20 романов, 112 рассказов и 12 пьес, мало того — оставил после себя уникальные рабочие тетради, в которых на протяжении 30 лет фиксировал сюжетные задумки, услышанные на обедах истории и наблюдения. Спустя 102 года после смерти писателя был создан проект «Рассказы из записной книжки мастера» (Tales from a Master's Notebook) и десять современных авторов создали свои интерпретации нереализованных идей Джеймса!

Пиши (или) пропало

В науке о памяти есть такая модель — «Кривая забывания» Эббингауза, выведенная еще в 1885 году. Согласно ей, не закрепленный материал забывается катастрофически быстро: через 20 минут из памяти улетучивается 42% информации, через час — 56%, через 9 часов — 64%, через день — 66%.

Спонтанные творческие идеи, которые часто приходят в моменты, когда мы не можем их записать, еще более уязвимы. Эти «мимолетные сигналы» лишены контекста и повторений, в отличие от учебного материала, поэтому их потеря практически неизбежна без немедленной фиксации.

Современные исследования также показывают, что если идею не записать, она не просто исчезает, а создает когнитивную нагрузку (эффект Зейгарник), отвлекая мозг своей незавершенностью.

> *Известна статистика, что лишь 1% идей обычно бывает зафиксирован и развит, и это косвенное подтверждение того, насколько огромен массив незаписанных и потерянных мыслей.*

То есть большинство идей действительно умирают, не будучи записанными, и это происходит крайне быстро — в течение нескольких минут, часов или дней. На наше счастье, перо с чернильницей уступили место другим инструментам, позволяющим пишущему человеку работать чуть ли не на бегу.

Раньше мы записывали мысли в блокнот, но это медленно. Потом — в заметки на телефоне, но печатать на ходу неудобно. Сегодня есть третий путь: записать идею или фрагмент текста на диктофон, а нейросеть превратит голос в текст. Она сделает это быстро, точно, почти без вашего участия — достаточно воспользоваться правильным инструментом.

Рынок сервисов транскрибации (так называется преобразование речи в текст) сегодня предлагает решения на любой вкус и бюджет. Расскажу о тех, которые лучше всего подходят писателям: для записи сюжетов, расшифровки интервью, создания подкастов или просто для того, чтобы не потерять ни одной мысли.

Универсальные решения для авторов

Эти сервисы — ваши главные помощники. Они подходят для широкого круга задач: от расшифровки диктофонных заметок и интервью до работы с подкастами и лекциями. Высокое качество распознавания, простой интерфейс — и никакого программирования.

HypeScribe

Главная фишка: четыре способа загрузить аудио — загрузить файл, вставить ссылку на видео (YouTube, TikTok, Google Drive), записать прямо с микрофона или подключить Note Taker для записи встреч в Zoom и Teams.

Что умеет: расшифровывает аудио в текст, разделяет реплики говорящих, а после расшифровки можно воспользоваться AI-чатом, чтобы найти нужную информацию в тексте. Забыли, что именно сказал ваш собеседник про сюжетный поворот? Спросите у чата — и он найдет.

Плюсы: отличное качество распознавания русской речи, поддержка ссылок на видео, история файлов в личном кабинете.

Минусы: имена собственные и аббревиатуры иногда искажаются, качество расшифровки зависит от исходной записи — лучше использовать хороший микрофон.

Стоимость: три файла бесплатно для знакомства, далее от $6.99 до $12.99 в месяц.

Speech2Text.ru

Главная фишка: российский сервис, который многие пользователи называют одним из лучших на отечественном рынке по соотношению цены и качества.

Что умеет: расшифровывает аудиофайлы (MP3, WAV, MP4, M4A и другие), принимает ссылки на видео с YouTube, Rutube, VK и Яндекс Диска. Часовой файл расшифровывается примерно за 10 минут — это очень быстро. После расшифровки доступно формирование краткого AI-конспекта, а в плеере можно присвоить имена спикерам, чтобы было понятно, кто и что сказал. Вы можете устроить бурное обсуждение текста на встрече с читателями и получить четкую расшифровку этой дискуссии по голосам.

Плюсы: отличное распознавание русской речи даже при фоновом шуме, высокая скорость, автоматическое разделение на спикеров по голосам, есть Telegram-бот, включен в реестр отечественного ПО.

Минусы: как у всех автоматических сервисов, возможны ошибки на специфической терминологии и именах собственных. Качество зависит от исходной записи: если говорят хором или микрофон далеко, точность падает.

Стоимость: первые три часа расшифровки бесплатно, далее от 1 рубля за минуту аудио. Региональным пользователям и оптовым заказам — скидки.

Ассистенты для творческих встреч

Если вы записываете не только свои идеи, но и интервью, литературные встречи или обсуждения с редактором, пригодятся сервисы с более продвинутой аналитикой.

MyMeet

Главная фишка: российский ИИ-сервис, который специализируется на записи и анализе онлайн-созвонов. Подключается к Zoom, Google Meet, Microsoft Teams и Яндекс Телемост.

Что умеет: транскрибация с разделением по спикерам в реальном времени, генерация протоколов в форматах PDF, DOCX и TXT, AI-чат для анализа встреч. Поддерживает 73 языка, включая русский и английский.

Плюсы: глубокая аналитика встреч, формирование протоколов по шаблонам.

Минусы: функционал больше заточен на командную работу и может быть избыточен для простых задач вроде расшифровки одной беседы. Больше годится для целого творческого коллектива, редакции или издательства.

Стоимость: 180 минут в месяц бесплатно, платные тарифы от 850–1100 рублей за сотрудника в зависимости от пакета минут.

FollowUP

Главная фишка: российский сервис, который глубоко интегрируется в бизнес-процессы, но может быть полезен и писателям, работающим в соавторстве, в творческой группе, в составе команды книжного проекта.

Что умеет: записывает и расшифровывает встречу, анализирует содержание разговора, выделяет ключевые темы, решения, дедлайны и ответственных. Рассылает структурированный протокол участникам по Telegram, WhatsApp, Email или в личном кабинете.

Плюсы: глубокая аналитика встреч, интеграция с CRM и таск-менеджерами.

Минусы: сильный уклон в B2b, для личного использования функционал может быть избыточен и сложен. Не поддерживает мультиязычные встречи — язык нужно выбирать заранее.

Стоимость: 7 дней бесплатно, далее от 890 рублей в месяц.

Sonix

Главная фишка: мощный американский сервис, который позиционируется как решение для производства контента. Если вы не только пишете книги, но и активно занимаетесь их продвижением и продажей, это ваша «фабрика новостей».

Что умеет: транскрибирует и переводит аудио на 53+ языках, предлагает встроенный редактор, анализ тональности, автоматические тайм-коды и инструменты для совместной работы над транскриптом. Отличается высоким уровнем безопасности.

Плюсы: многоязычность, мощные инструменты анализа, удобный редактор.

Минусы: для разовых задач дороговат, в распознавании русского языка на смешанных записях может уступать специализированным решениям.

Стоимость: подписка от $5 до $22 в месяц, Pay-as-you-go — $10/час.

Доверяй, но проверяй

После расшифровки текст можно отдать большой языковой модели (LLM) для самых разных задач: написать аннотацию или синопсис, проверить сюжет на логичность и стройность, улучшить читаемость и т. д.

О возможностях LLM для писателей мы еще поговорим.

А пока — один полезный совет: после расшифровки аудиозаписи обязательно прочитайте текст и, при необходимости, вручную внесите правки. Особое внимание уделите терминам, сокращениям, сленгу и аббревиатурам. Так вы исключите любое недопонимание со стороны языковой модели при последующей обработке.

> *Исходите из того, что если из расшифровки что-то может быть непонятно или неправильно интерпретировано, то так и будет.*

Нейросетям еще учиться и учиться, писателям — овладевать и овладевать новыми инструментами. Но с этими сервисами у вас есть шанс не потерять ни одной идеи, не упустить ни слова.

NB: Мой выбор — Speech2Text.ru. Быстро и качественно расшифровывает хоть связные монологи-диалоги, хоть вдохновенный поток сознания, случайно записанный на пробежке под лай несущейся следом собаки. Реплики псины отфильтровывает! В человеческом голосе уверенно распознает непарламентские выражения!

Не буду врать, будто тот спонтанный спич являлся образцом литературной речи, но правды жизни в нем было очень много, и я рад, что его услышала не только чья-то собака, но и мой диктофон.

Полина Ракитина. Пять главных страхов начинающего коммерческого автора

Полина Ракитина — политолог, журналист, руководитель и ведущая молодежной телепрограммы «В деле», эксклюзивный автор 12 романов на Литнет.

ВК: Полина Ракитина | Все по любви.

Первое, что хочу сказать сразу: если бы я могла не писать, я бы не писала. Не знала бы этих мук и страданий, тяжелой головы и ступора перед белым листом, который просто молча смотрит на тебя, пока ты хочешь кричать.

Когда я писала свою первую книгу, думала, что самое сложное — это набрать сотни тысяч знаков. Оказалось, это-то легко. Писать текст, который звучит у тебя в голове — удовольствие для автора. Подарок небес.

Гораздо сложнее показать написанное друзьям, знакомым и родственникам. А потом опубликовать и поставить цену. Ставишь самую маленькую, ведь ты и твой шедевр никому не известны. И надеешься на чудо: может быть, какой-то добрый человек прочитает тебя просто из жалости к невзрачной обложке с незнакомой фамилией на ней? А потом у него в душе случится тихий пожар, полное затмение и любовь к твоему голосу, и он расскажет об этом другу, тот — еще кому-то… И вот уже живая гирлянда из сотен тысяч пламенных читательских сердец освещает твой труд и твою жизнь.

Прекрасная картина, которую тайно лелеет в своей голове каждый автор.

А теперь к реальности.

Я начинала писать роман, думая, что от меня требуется только крутая, мощная, живая, настоящая история, не такая, как у всех. Но к третьей книге пришло осознание: если ты хочешь стать именно *коммерческим* автором, придется научиться писать так, как хочет читатель, а еще потратить кучу энергии, времени и нервов, чтобы побороть собственные внутренние барьеры перед тем, чтобы перестать быть «не такой, как все» и стать «как все».

Вот пять жизненных страхов, которые идут со мной плечом к плечу через каждую страницу.

1. Страх, что я плохо пишу и не дотягиваю до «настоящей литературы»

Это мой главный и самый едкий страх. Кажется, что все вокруг пишут идеально, богатым языком и лексически верно, а ты читаешь собственный черно-

вик и повторяешь про себя: «Господи, какая ерунда», «Какая гадость и пошлость», «Какой примитивный диалог». Затем открываешь классику, сравниваешь — и становится совсем тошно.

Лишь с опытом до меня дошло: язык — это живой инструмент, который меняется вместе с эпохой. Знать, как писал классик XIX века, — замечательно, но твой современный читатель закупается на маркетплейсах, пьет капучино у метро и читает с экрана смартфона по пути на работу. У него нет времени и ресурса пробираться сквозь предложение длиной в целый абзац на десять строк.

В XIX веке у людей не было интернета и телевидения — долгие детальные описания местности, погоды, нарядов и интерьеров заменяли им визуал, помогали представить мир. Сегодня любой человек за секунду с помощью Гугл-карт может заглянуть в любую точку планеты, а тренды одежды посмотреть в соцсетях.

Современный читатель платит за динамику, эмоцию и психологический контакт с героем, а не за подробный список кустов вокруг усадьбы. Если начать современный роман с трехстраничного описания погоды и душевных метаний, книга «умрет» на первой же странице.

В чем ошибка логики: сравнивать современный коммерческий текст с шедеврами прошлой эпохи по скорости и стилю — это прямой путь к остановке собственного творчества.

Как с этим жить: ориентироваться на продающие тексты современных бестселлеров в своем жанре. Учиться быть актуальным, удерживать внимание и давать читателю ту эмоцию, за которой он пришел, а не пытаться имитировать стиль ушедших веков.

2. Страх, что книгу никто не прочитает и труд уйдет в «ноль»

Ты тратишь на историю год или два. С трудом выкраиваешь часы после работы, жертвуешь отпуском, выходными, общением с семьей. А потом публикуешь книгу, и она остается висеть на сайте с нулем просмотров. Даже бесплатная. В голове сразу включается красная лампочка: «Я бездарность, это никому не нужно, я впустую потратила время».

Но за обидой и уязвленным самолюбием скрывается простой факт: в Сети публикуются миллионы авторов. Миллиарды произведений. Ежемесячно на цифровые платформы выходят сотни тысяч новых текстов. Найти тебя в этой огромной океанской библиотеке случайно — практически невозможно. НЕВОЗМОЖНО!

В чем ошибка логики: ожидать, что хорошую книгу откроют сами по себе только потому, что она написана с душой. Твоей ранимой душой, которую мир должен понять, прочувствовать и выдать тебе большую медаль за боль и труд. Ничего подобного не будет.

Как с этим жить: осознать, что коммерческий писатель — это на 50% автор и на 50% сильный маркетолог.

Чтобы тебя читали,
о тебе должны узнать.

Это означает регулярное ведение соцсетей, поиск своей аудитории, работу с анонсами, обложками, аннотациями и рекламным бюджетом. Без продвижения даже гениальный текст останется невидимым. Ты должен быть в тренде — как с обложками, так и с текстом.

3. Страх жестоких отзывов и публичного стыда

Это еще одна напасть. Не знаю, что хуже: страх остаться незамеченным или страх публичного ужасного отзыва.

Пока о тебе никто не знает, можно жить в уютной иллюзии собственного таланта и тихо гордиться тем, что у тебя есть законченная рукопись. Твоя прелесть! Ммм… как мило. Да?

А потом ты выкладываешь произведение на продажу, заходишь в комментарии, а там короткое: *«Сюжет тупой, зря потраченные деньги»*, *«Купите автору Розенталя»*, *«Ну, еще одна пошлятина про измены и разводы»*. И мир рушится. В висках стучит, самооценка падает на дно, и хочется немедленно удалить аккаунт и стереть свое имя из интернета. А нет! То, что попало в Сеть, уже никак не стереть. Твою бесплатную книгу уже разместили на двадцати пиратских сайтах.

В чем ошибка логики: придавать огромное значение мнению рандомного человека в сети.

Как с этим жить: разделять конструктивную критику и обычный эмоциональный хейт. Конструктив помогает переписать слабые сцены, помогает дотягивать произведение до остроты и трепета, а хейт — это неизбежная плата за популярность.

> *Если у вас появились первые плохие отзывы, поздравляю: вы вышли за пределы круга вежливых друзей и дотянулись до реального рынка.*

На рынке вас съедят. Начинайте плыть быстрее и смелее. Премудрых пескарей не любят. Ты либо акула, либо тварь дрожащая.

4. Страх реакции и обесценивания со стороны близких

Вот подбираемся к горяченькому. С незнакомцем из Сети все же проще справиться: переболел пару дней, заблокировал и забыл. Равновесие восстановлено. Но как быть с родственниками и друзьями? Вот где кроется настоящая загвоздка.

Почти всегда найдется семейная гнида-критик, который на общем застолье спросит с ядовитой ухмылкой: *«Ну что, как там твои любовные книжечки? И что, много ты на этом заработала?»* И тебе захочется испариться. Ведь в семье нет писателей или тех, кто хоть немного понимает, как устроен книжный рынок. Есть врачи, учителя, предприниматели и начальники. А тут вдруг любовные романчики. В глазах представителей старшего поколения это часто выглядит как праздность, лень, баловство от хорошей жизни.

В чем ошибка логики: доказывать право на творчество тем, кто не понимает устройства современной книжной индустрии. Все! Они вам не читатели, и они не платят за ваши муки.

Как с этим жить: на первых порах просто не афишировать свою работу среди тех, кто вас не поддерживает. На вопросы о постоянном сидении за ноутбуком можно спокойно отвечать: «Подработка, срочный отчет». Защищайте свое творческое пространство. Когда придут первые устойчивые продажи и успехи, все восстановится само собой. Гнида-критик еще придет к вам с просьбой подписать книжечку.

5. Страх выбрать «не тот» жанр и остаться без продаж

Начинающему автору трудно сразу нащупать свою нишу. Хочется написать

что-то глубокое, драматическое, претенциозное. Великое, одним словом. Чтобы раз — и в любимчики к какому-то литературному критику или режиссеру. Но когда ты смотришь на топы продаж, там царствуют совсем другие жанры: какие-то детективы на первых местах, потом всех видов фэнтези, а затем идут современные любовные романы.

И начинается внутренний конфликт, разрыв шаблона великого автора: если я буду писать то, что популярно, меня обвинят в создании «бульварного, пошлого и мерзопакостного чтения». Если буду писать сложную прозу, останусь без аудитории и коммерческого дохода, разве что какой-то литературовед узнает обо мне.

В чем ошибка логики: стыдиться популярных жанров и думать, что массовая литература пишется легко и без мастерства. Нет-нет-нет! Это труд — тяжкий, нудный, болезненный.

Как с этим жить: четко определить свою главную цель. Если ваша цель в том, чтобы зарабатывать на своих книгах, пишите то, что люди реально читают и покупают. Условную «высокую прозу» сегодня читают немногие, а жанровую, простецкую литературу — огромные массы людей, которые хотят отдохнуть после тяжелого рабочего дня.

Написать топовый коммерческий роман — это сложнейшее дело, требующее безупречного понимания психологии целевой аудитории.

Что делать со всеми этими страхами?

Страх — это не показатель отсутствия таланта. Страшно — значит болит и оно живое. Каждый страх — это как слабая мышца в теле спортсмена, который хочет победить на Олимпиаде. Что с этим делать? Работать с пониманием того, куда вы целитесь: в «боллитру» (то есть в руки литературных критиков) или в «масслит» (то есть к девушке в декрете, которая измучилась подозрением в измене своего мужа и с огромным страхом думает: «А вдруг он меня бросит, что тогда...»).

Если объединить все эти страхи, становится очевидно: мы боимся не самого процесса письма. Мы боимся неопределенности и чужого мнения. Но вот три правила моего мышления, которые помогают двигаться дальше, несмотря на неистребимый страх перед белым листом:

1. **Оценка моей книги на рынке — это не оценка моей гениальной личности.** Это отзыв на товар, как на свитер или чашку кофе. К нему нужно относиться спокойно, с пониманием того, что и он не бесполезен. Сегодня моден свитер в дырочку, завтра — с узором в клетку. Кофе то раф, то капучино, то какая-то матча. Следим за трендами.

2. **Я пишу для своего читателя, а не для всех.** Вы никогда не понравитесь любителям сухой академической литературы, если пишете эмоциональный роман. И это нормально. Ваша задача — найти *своих* верных читателей, а не переубеждать научного руководителя, уверяющего, что вам не для того дали красный диплом по политологии, чтобы писать про измены мужа и девиц,

вступивших на ложный путь «Нельзяграма».

3. **Ежедневный труд и дисциплина всегда сильнее страха.** *Страх отступает, когда начинается рутинная работа.* Откройте файл, включите таймер на стиральной машине и напишите следующий абзац. Черновик всегда можно отредактировать и довести до ума, а пустая страница таковой и останется.

Коммерческий писатель — это не тот, кто позорит великую русскую литературу, отступая от ее правил. Это тот, кто боится, переживает, сомнениями разрывает себе душу, страдает, стыдится, но все равно нажимает кнопку «Опубликовать».

Антон Чиж
Елена Логунова
Евгений Капьев
Леонид Янковский
Михаил Виноградов
Наталья Колмакова
Анна Гутиева
Мария Райдер
Лев Рыжков
Наталья Малинина
Владимир Чичирин
Александр Пензенский
Николай Колдыркаев
Полина Ракитина

Писательский журнал, №4 (2026)
Научно-практический журнал о писательском мастерстве

Продюсерское агентство Антон Чиж Book Producing Agency
Шеф-редактор Елена Логунова
Дизайн логотипа Елена Бриолле
Корректор Ольга Рыбина
Дизайнер обложки Клавдия Шильденко

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Rideró

BOOK PRODUCING AGENCY

ПИСАТЕЛЬСКИЙ ЖУРНАЛ

https://writers-magazine.ru/

Издатель: Индивидуальный предприниматель Гаврилов К.В.

ОГРНИП 306784728900271

Лицензия Роскомнадзора на издание СМИ, распространяемого в интернете № ФС77-90128 от 07 октября 2025 г.

Адрес редакции: 190031, Санкт-Петербург, а/я 383

Для писем: info@writers-magazine.ru

Электронные копии журнала в интернете распространяются бесплатно.

Перепечатка материалов журнала возможна только с письменного разрешения редакции.

ISBN 978-5-0071-5116-0

9 785007 151160 >