

**P I S Z E S Z ?**

**N A P I S Z !**

**W Y D A J**

**Vademecum  
młodego pisarza**

K a t a r z y n a K ł o ś

Katarzyna Kłóś

# **Pisziesz? Napisz! Wydaj**

Vademecum  
młodego pisarza

**Katarzyna Kłoś**

*Piszesz? Napisz! Wydaj. Vadmecum młodego pisarza*

© Copyright by Katarzyna Kłoś

© Copyright by haveanicEbook.pl

ISBN 978-83-64820-01-4

Korekta

Liliana Skolimowska

Projekt okładki

haveanicEbook.pl

Zdjęcie na okładce

designed by freepik.com

Skład i łamanie

Katarzyna Kłoś

**Wydawca**

Wydawnictwo Internetowe haveanicEbook.pl

[www.haveanicebook.pl](http://www.haveanicebook.pl)

[kontakt@haveanicebook.pl](mailto:kontakt@haveanicebook.pl)

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Kopiowanie, rozpowszechnianie części lub całości bez zgody wydawcy zabronione.

<b>Spis treści</b>	<b>3</b>
<b>I. Piszesz?</b>	<b>6</b>
U podstaw każdej sztuki leży rzemiosło . . . . .	7
ćwiczenie pisarskie . . . . .	11
Być pisarzem, co to znaczy? . . . . .	12
ćwiczenie pisarskie . . . . .	16
Co z tą weną, czyli jak motywować się do aktywności twórczej? . . . . .	17
ćwiczenie pisarskie . . . . .	21
Skąd czerpać pomysły do pisania? . . . . .	22
ćwiczenie pisarskie . . . . .	27
Profesjonalne przygotowanie do pisania . . . . .	28
ćwiczenie pisarskie . . . . .	31
Poznaj swojego czytelnika. . . . .	32
ćwiczenie pisarskie . . . . .	36
<b>II. Napisz!</b>	<b>37</b>
Odwieczny dylemat: jak zacząć? . . . . .	38
ćwiczenie pisarskie . . . . .	42
Narracja – sztuka budowania światów . . . . .	43
ćwiczenie pisarskie . . . . .	49
Przestrzeń fabularna: czas, miejsce i opis świata powieści . . . . .	50
ćwiczenie pisarskie . . . . .	55
Archetypy i stereotypy, czyli zanim stworzysz własnego bohatera sięgnij do tradycji . . . . .	56
ćwiczenie pisarskie . . . . .	62
Bohater literacki – zasady i techniki budowania postaci . . . . .	63
ćwiczenie pisarskie . . . . .	71
Zabili go i uciekł, czyli kilka słów o fabule . . . . .	72
ćwiczenie pisarskie . . . . .	81
Projektowanie fabuły: klasyczny schemat trzech części, metoda płatka śniegu i mapa myśli . . . . .	82
ćwiczenie pisarskie . . . . .	89
Uwaga! Klaps! Akcja! Rozpoczęcie ruchu fabularnego . . . . .	90
ćwiczenie pisarskie . . . . .	94
Cegiełki fabularne - scena i sekwel . . . . .	95
ćwiczenie pisarskie . . . . .	99
Słowa - tworzywo pisarza . . . . .	100

ćwiczenie pisarskie. ....	104
Metody pisania dobrych dialogów . . . . .	105
ćwiczenie pisarskie. ....	111
Emocje są najważniejsze . . . . .	112
ćwiczenie pisarskie . . . . .	121
Zakończenie fabularne . . . . .	122
ćwiczenie pisarskie . . . . .	126
Styl pisarski – kształtowanie własnego głosu . . . . .	127
ćwiczenie pisarskie . . . . .	131

### **III. Wydaj! 132**

Przepis na bestseller . . . . .	133
ćwiczenie pisarskie. ....	138
Droga do wydawcy i własnej książki . . . . .	139
ćwiczenie pisarskie. ....	146
Literatura cyfrowa i wydawnictwo internetowe od kuchni. ....	147
ćwiczenie pisarskie. ....	151
PR wydawniczy i promocja książki oraz autora. ....	152
ćwiczenie pisarskie. ....	156

## Słowem wstępu

**Piszesz?** Czasami talent to za mało, by sprostać wyzwaniom rynku wydawniczego. Poznaj tajniki literackiego warsztatu. Korzystaj z nich umiejętnie lub łam świadomie i **napisz** niepowtarzalne dzieło literackie! A gdy to będzie już gotowe, **wydaj** je w wirtualnym świecie i spełniaj swoje marzenia o byciu pisarzem.

*Piszesz? Napisz! Wydaj. Vademecum młodego pisarza* nie jest podręcznikiem sztuki pisarskiej, bo tej musisz nauczyć się sam. Jest praktyczną pomocą w jej opanowaniu, przygotowaną specjalnie z myślą o Tobie na każdym etapie tworzenia dzieła literackiego - od researchu i planowania konspektu, poprzez budowanie scen i fabuły, po konstruowanie wiarygodnych bohaterów, dobrych dialogów i kreowanie własnego stylu pisarskiego. Każdy rozdział kończy twórcze i praktyczne ćwiczenie rozwijające umiejętności literackie. Dobry pisarz uczy się od najlepszych! Dlatego cytowane przykłady pochodzą z wybitnych dzieł literatury polskiej i światowej. A kiedy postanowisz definitywnie postawić kropkę, znajdziesz tu kilka wskazówek jak wydać i wypromować własną książkę i siebie jako autora. Masz więc w ręku wszechstronny poradnik, który przygotowuje Cię do roli mistrza pióra i zaprowadzi prosto do celu - wydania własnej książki i jej sukcesu komercyjnego.

*Vademecum* powstało jako efekt wieloletnich studiów nad literaturą, najnowszych doświadczeń polskich i amerykańskich nauczycieli kreatywnego pisania, własnej praktyki wydawniczej jako redaktor naczelnej w Wydawnictwie Internetowym haveanicEbook.pl i współpracy z miłośnikami literatury pragnącymi ją również tworzyć. Wszystkich, którzy swoje pisarskie umiejętności chcą nieustannie doskonalić, zapraszam na internetowy kurs twórczego pisania dostępny na stronie wydawnictwa haveanicEbook.pl

Zapraszam do lektury i życzę inspiracji do napisania wielu doskonałych tekstów!

***Autorka***

## Co z tą weną, czyli jak motywować się do aktywności twórczej?

*Pracuję cztery dni w tygodniu, resztę poświęcam rodzinie. Piszę od stycznia do czerwca, latem zajmuję się poprawkami tekstu. Moje książki ukazują się jesienią. Potem następuje czas na promocję tytułu, a potem... siadam do kolejnej powieści!*

**Cecelia Ahern**

Motywacja jest istotą każdego działania. Najlepszą rzeczą jaką możesz zrobić, aby spełnić swoje marzenie o zostaniu pisarzem, to regularne pisanie. Od teraz twoje życie powinno wyglądać tak: wstajesz rano, godzinę wcześniej niż dotychczas i z filiżanką aromatycznej kawy siadasz na mięciutkiej sofie z laptopem na kolanach. Z niecierpliwością oczekujesz chwili, kiedy wreszcie przelejesz na papier wszystkie swoje wyśnione nocą inspirujące myśli. I zaczynasz już pisać! Przez tydzień czy dwa czujesz się wspaniale, entuzjazm rozpiera cię totalnie. Czujesz, że już, już sięgasz gwiazd, motywacja cię nie opuszcza! Niestety, po pewnym czasie przychodzi znużenie i wątplenie w sens i istotę całego przedsięwzięcia. Na horyzoncie widać czarne myśli: *Po co ja to w ogóle robię? Co ja będę z tego mieć? I tak nikt tego nie przeczyta i nie opublikuje!* Puk, puk... Do drzwi twojej świadomości puka pierwszy pisarski kryzys.

Praca pisarza jest ciężka. To przysłowiowe: krew, pot i łzy a nie rzadko złość, frustracja i zniechęcenie. Cykliczna utrata nadziei i wiary we własny sukces. Wieczna walka wątplenia z determinacją. Na szczęście - to również radość, duma, euforia, kiedy uda ci się skończyć tekst i w dodatku być z niego zadowolonym. Pisarstwo wymaga ogromnej samodyscypliny. Kiedy swój debiut literacki będziesz miał już za sobą i kiedy podpiszesz kontrakt na opublikowanie kolejnej powieści, jeszcze przed jej powstaniem (czego ci serdecznie życzę), wszystko powinno iść trochę łatwiej – wydawca albo agent zadbają o twoją silną motywację. Jednak przez pierwszy kryzys musisz jakoś przejść, w dodatku najczęściej sam.

Co zrobić, żeby się nie poddać? Oto kilka zasłyszanych lub sprawdzonych pomysłów, by motywacja ci nie topniała w promieniach letniego słońca, nawale obowiązków zawodowych lub ogólnym poczuciu bezsensu całego przedsięwzięcia.

Po pierwsze **pisz regularnie**. Najlepiej codziennie. Cokolwiek, ale regularnie każdego dnia. Pewnie wydaje ci się, że wyrwanie godziny czy dwóch dziennie z rutynowego scenariusza dnia powszedniego to już gotowy materiał na powieść science fiction. Nie chodzi tu tak naprawdę o czas, lecz o **nawyk**. W zagonionym życiu znalezienie czasu na regularne pisanie to podstawa. Może wczesnym rankiem, gdy życie wokół ciebie dopiero się budzi i nie masz jeszcze tylu obowiązków, może w czasie przerwy na lunch, może późnym wieczorem, gdy wszelkie oznaki dziennego zabiegania ustają? Pracuj nad dobrymi nawykami. Nigdy nie pozwól sobie na pustą kartkę papieru lub biały ekran monitora przed sobą. To zabija inspiracje.

Po drugie **nie odkładaj pisania w czasie**. Tak naprawdę idealny czas na poświęcenie go pisaniu nie istnieje a stwierdzenia typu: może jutro, może w weekend, może po czterdziestce, po Nowym Roku - są jedynie wymówkami. Im większe masz oczekiwania co do konkretnego czasu, jaki sobie wyznaczyłeś, tym jest większa szansa, że nic z tego nie wyjdzie i będziesz uderzać głową w mur. Dlatego zawsze, kiedy nadarzy ci się okazja, kiedy czujesz natchnienie, masz świetny pomysł, coś sobie przypomniałeś - siadaj do pisania lub rób swobodne notatki. Masz do dyspozycji terminarz, kalendarz lub zwykły notes, ale również dyktafon i kamerę (o profesjonalnym przygotowaniu do pisania dużo miejsca poświęcimy w dalszej części poradnika). To nic, że spisane myśli nie pasują do tego nad czym aktualnie pracujesz lub nie są ze sobą logicznie połączone. Pamięć jest taka zawodna! Jeśli w czasie pracy nad jakimś wątkiem przyjdzie ci do głowy kompletnie inny kierunek rozwoju akcji albo zupełnie inna reakcja bohatera – nie wahaj się! Sięgnij do swoich notatek! Może pomysł na błyskotliwy dialog już tam jest! Bez ich pomocy nie będziesz mógł go sobie przypomnieć.

Po trzecie **ogranicz wszystkie "przeszkadzajki"**. Największą zmorą kreatywności jest wszystko to, co nas dekoncentruje. Dzwonek telefonu lub sms... i natchnienie odplywa w siną dal. Porządki domowe lub prace w warsztacie... i problemy głównego bohatera

schodzą na dalszy plan. Wrzeszczące za ścianą dzieci wywracają twój stoicki spokój do góry nogami a spontaniczne pytanie: o której będzie obiad? może wręcz doprowadzić do furii. Sprawdzanie co trzy minuty emaili, telewizor, kolejna już dziś parzona kawa lub herbata... i cenne minuty, które możesz przeznaczyć na pracę twórczą umykają bezpowrotnie. Kiedy zabierasz się do pisania, postaraj odgraniczyć do niezbędnego minimum potencjalne zakłócenia. Wycisz komórkę i odłóż ją na półkę z dala od miejsca, gdzie będziesz tworzyć. Znajdź cichy i wygodny kącik do pracy, w którym w spokoju możesz się skupić. Możesz również skorzystać z czytelnicy, kafejki internetowej lub przyjemnej miejscówki na łonie natury. Niektórym osobom pomagają też słuchawki na uszach z ulubionymi MP3. Ważne, by to wszystko sprzyjało pracy intelektualnej. A teraz skup się i **zaczynaj pisanie od... przeczytania tego, co zanotowałeś** wcześniej. Być może jest to materiał całkowicie do poprawki, być może wręcz przeciwnie może okazać się, że jest całkiem, całkiem niezłe. Dzięki ponownej lekturze na pewno zachowasz spójność i logikę przekazu.

Po czwarte **wyposaż się we wszelkie możliwe pomoce**. Czy znane są ci momenty, w których brakuje ci słów, by kontynuować tekst? Te które są, nie brzmią dobrze a ty nie możesz odszukać tych właściwych w swojej pamięci. A potrzebne są zaraz, teraz, natychmiast! Bo inaczej dobra, ciekawa myśl poszybuje w otchłań niebytu. W zestawie pierwszej pomocy literackiej nieocenionym wsparciem jest słownik języka polskiego oraz słownik wyrazów bliskoznacznych. Korzystaj z niego zawsze wtedy, gdy chcesz ubrać swoje myśli w odpowiednie słowa a ich brak zatrzymuje twoją pracę w martwym punkcie.

Po piąte **sięgaj po wszelkie techniki motywacyjne**. Możesz zacząć od technik relaksacyjnych i medytacji. Z pewnością przywróci ci to jasność spojrzenia na twój tekst i jego bohaterów. Możesz także podświadomie programować umysł i wizualizować swój cel. Wyobraź sobie na przykład jak na spotkaniu autorskim podpisujesz egzemplarze świeżutko wydanej własnej powieści i osiągasz sukces komercyjny lub też z jaką radością piszesz każdą stronę swojej książki. Miej w sobie uczucia, jakie towarzyszą wizualizacji i z takim nastawieniem siadaj do pisania książki. Możesz również wybrać swoje własne credo, które w chwilach zwątpienia przypomni ci do czego dążysz i da nowy zastrzyk energii. Najlepiej miej je w zasięgu wzroku, bo licho nie śpi i czarne myśli mogą pojawić się

nagle, bez uprzedzenia, nie wiadomo skąd.

Po szóste **znajdź sobie grupę wsparcia**. Pisanie to zajęcie dla indywidualistów i poniekąd samotników i choć spotykamy się z książkami, które mają dwóch i więcej autorów lub są w założeniu pracą zbiorową, to jednak każdy z autorów swój tekst musi napisać samodzielnie. Dlatego może dobrze jest znaleźć sobie jakieś towarzystwo, które będzie cię wspierać w pracy. Istnieją kluby pisarskie lub grupy literackie oraz inne e-społeczności, które mogą spełniać tę rolę. Nie chodzi oczywiście o towarzystwo wzajemnej adoracji, prawiące sobie nawzajem komplementy w zamian za możliwość przedstawienia swojej twórczości, ani o udział w wyścigu o to, kto napisze więcej, lepiej i bardziej na temat. Mam tu na myśli grupę osób skupionych na osiągnięciu podobnego celu - w twoim wypadku osób dążących do napisania i opublikowania dobrej powieści. Chodzi bardziej o poświęcenie czasu i uwagi pozostałym członkom grupy, o wsparcie w trudnych chwilach twórczej niemocy, o pobudzenie inspiracji, a w konsekwencji o wspólne świętowanie sukcesów.

Sposobów na podniesienie motywacji jest dużo więcej. Możesz szukać informacji na różnych forach dla pisarzy, wskazówek i inspiracji w innych książkach o pisaniu. Może też warto zadać sobie po prostu pytanie: Dlaczego chcę napisać książkę? Czemu to jest dla mnie ważne? Znajdź swój własny powód i niech stanowi on twoją największą motywację do pisania. A każdy powód jest dobry, pod warunkiem że jest twój własny.

**ćwiczenie pisarskie:**

Odkryj swoje własne sposoby na wzmocnienie motywacji. Mogą to być inspirujące słowa migające na ekranie komputera, fotografia ulubionego pisarza przyczepiona w widocznym miejscu czy wymyślenie projektu okładki twojej pierwszej powieści. Znajdź rytuały, które sprawią, że nie przegapisz natchnienia i nie zmarnuj tego. Zamień je na słowa i przelej na papier. Sięgaj po nie zawsze w chwilach pisarskiego zwątpienia i ogólnej niemocy.

## Poznaj swojego czytelnika

*Odkładając książkę, idealni czytelnicy czują, że gdyby jej nie czytali, świat byłby uboższy.*

**Alberto Manguel**

Każda książka, dobra lub zła ma swojego idealnego czytelnika - osobę, którą widzisz jako odbiorcę swojego tekstu. Podobnie jest z innymi artystami, np. kompozytorami, rzeźbiarzami, malarzami. Malarz, tworząc obraz i osadzając go w określonej stylistyce, myśli o ludziach, którzy będą dzieło oglądać. Każda sztuka ma swojego odbiorcę, literatura tym bardziej. Można to porównać do procesu produkcji, w którym jego wytwór finalny ma jasno określonego, zainteresowanego jego nabyciem klienta. Wiedzę o nim zdobywa się jeszcze zanim produkt powstanie i jest ona efektem badań i analiz nad poznaniem rynku i kluczowego odbiorcy. Jest to segmentacja, której celem jest podział rynku na względnie jednorodne grupy konsumentów i przygotowanie produktu wychodzącego naprzeciw potrzebom klientów. Tyle teoria. W przypadku literatury naturalną segmentacją rynku wydaje się podział na gatunki literackie lub kategorie tematyczne. Jako autor często dokonujesz świadomego wyboru i piszesz określony typ książek, które docierają do konkretnej grupy odbiorców, np. książki dla dzieci. Mimo, że jesteś w stanie pisać również np. powieści dla dorosłych, kryminały lub poezję, skupiasz się jednak na czytelniku, którego z jakiegoś powodu postrzegasz jako najbardziej atrakcyjnego i perspektywicznego.

Bez względu na to, czy do pytania dla kogo piszesz podejdziesz intuicyjnie, czy też wyposażysz się w wiedzę z zarządzania i marketingu dla średniozaawansowanych - odpowiedz na to pytanie musisz znać! Jest to niezbędne, by właściwie pokierować całym procesem twórczym. Z jednej strony twoja książka musi mieć określonego odbiorcę, a z drugiej sam jako autor w jakiś sposób się definiujesz, np. pisarz dla dzieci. Choć żadna z dyskusji o szufladkowaniu i przypisywaniu "łatek" debiutantom i autorom z dorobkiem nie pozostała jednoznacznie rozstrzygnięta, to zaistnienie w świadomości czytelnika wraz ze swoją twórczością w jakiej kategorii jest nie do przecenienia.

Gdy etap definiowania i wizualizowania czytelnika masz już za sobą, podejmij próbę wyjścia naprzeciw jego potrzebom lub uzupełnienia istniejących na rynku deficytów (nisza). Tu dotykam już sfery tekstu. Stephen King w *Jak pisać. Pamiętnik rzemieślnika* opisał to prostymi słowami: *W literaturze nie chodzi o poprawność gramatyczną, lecz o zwabienie czytelnika i opowiedzenie mu historii... i jeśli to możliwe, sprawienie, by w ogóle zapomniał, że czyta jakąś opowieść.*<sup>5</sup> Znane są w literaturze liczne przykłady, które dowodzą słuszności tych słów. Teksty, które nie miały prawa osiągnąć sukcesu ze względu na swą formę, porwały rzesze czytelników swoją treścią.

Czytelnik najczęściej porzuca książkę w połowie. Nie na początku i oczywiście nie na końcu, ale w środku. Nie dlatego, że dopiero w połowie książka stała się nudna i jest nią rozczarowany. Dzieje się tak dlatego, by dać szansę autorowi, by wydarzyło się coś, co zatrzęsie świadomością odbiorcy i uczyni książkę nieprzewidywalną. Niezawodnym sposobem podbicia serca czytelnika jest przejęcie kontroli nad jego uwagą. Zrób to! Dzięki temu zmusisz go do przewracania stron, robienia przerwy na przysłowiową herbatkę, do odpoczywania i podziwiania widoków dokładnie w momencie, gdy to zaplanowałeś. Jest kilka metod na osiągnięcie takiego stanu: odpowiednie wycucie tempa utworu, używanie języka wygodnego i płynnego, budowanie ostrych, krótkich zdań, stosowanie tzw. momentów - o tych wszystkich "trikach" pisarskich będę pisać w dalszej części poradnika. Jednak najskuteczniejsze nieustannie pozostaje **przedstawienie ciekawej, wciągającej historii, którą twój czytelnik - wyimaginowany i dobrze poznany, jest się w stanie zachwycić.**

Poznanie odbiorcy, dla których pisze się swoje książki i stworzenie relacji na linii pisarz - czytelnik są również argumentem w rozmowach z wydawnictwem. Jedno z pierwszych pytań, jakie zada ci wydawca brzmi: Do kogo w szczególności książka jest kierowana? Jaki dodatkowy krąg odbiorców byłby nią zainteresowany? Ze swojej praktyki wydawniczej w wydawnictwie haveanicEbook.pl wiem, że takie zdefiniowanie i świadomość grona odbiorców jest bardzo pomocne w podjęciu decyzji o pierwszeństwie publikacji a następnie w prowadzeniu skutecznej promocji i sprzedaży książki.

---

<sup>5</sup> S. King, *Jak pisać. Pamiętnik rzemieślnika*, Warszawa 2008, Prószyński i S-ka, s.56

Umberto Eco szeroko pisał o swym warsztacie i intencjach jakie mu przyświecały, gdy tworzył *Imię róży*. Atencją, jaką darzył swego czytelnika przedstawił tak: *Pisze się z myślą o czytelniku. Tak samo malarz pracuje z myślą o tym, kto będzie oglądał obraz. [...] Kiedy utwór jest gotowy, zaczyna się dialog między tekstem a jego czytelnikami (autor nie bierze w tym udziału). Dopóki proces tworzenia nie dobiegnie końca, trwa podwójny dialog. Z jednej strony mamy dialog między tworzonym tekstem a wszystkimi innymi napisanymi poprzednio (książki pisze się zawsze wykorzystując inne książki i o innych książkach), a z drugiej dialog między autorem a modelowym czytelnikiem. [...] Może się zdarzyć, że autor pisze z myślą o jakiejś publiczności rzeczywistej, jak czynili to twórcy nowoczesnej powieści, Richardson, Fielding albo Defoe, którzy pisali dla kupców i ich zon. Ale przecież pisał dla publiczności także Joyce, który miał na myśli czytelnika idealnego, cierpiącego na idealną bezsenność. W obu przypadkach, kiedy autor sądzi, że przemawia do publiczności, która czeka za drzwiami z pieniędzmi w ręku, i kiedy zamierza pisać dla czytelnika przyszłego, pisanie oznacza konstruowanie za pomocą tekstu własnego wzoru czytelnika. Co to oznacza myśleć o czytelniku zdolnym pokonać pokutnicze rafy pierwszych stu stron? Oznacza, dokładnie rzecz biorąc, pisanie stu stron z zamiarem konstruowania sobie czytelnika odpowiedniego do lektury stron następnych. Czy jest pisarz, który pisałby tylko dla potomnych? Nie, nawet jeśli tak twierdzi, gdyż może jedynie wyobrażać sobie potomnych na podstawie tego, co wie o współczesnych - chyba, że jest Nostradamusem. Czy jest autor, który pisałby dla niewielu czytelników? Tak, jeśli mamy na myśli to, że autor ów przewiduje, iż jego czytelnik modelowy ma wielkie szanse, by wcielić się w większą rzeszę. [...]*

*Jeśli jest jakaś różnica, to między tekstem, który zmierza do stworzenia nowego czytelnika, a takim, który pragnie wejść naprzeciw czytelnikom, jakich napotyka się już na drodze. W tym drugim wypadku mamy książkę napisaną, skonstruowaną zgodnie z gotowymi przepisami wytwarzania produktów seryjnych, autor przeprowadza swoistą analizę rynku i dostosowuje się do jej wyników. To, że pracuje według gotowych przepisów, uwidacznia się po dłuższym czasie, po zanalizowaniu kilku jego powieści; łatwo wtedy dostrzec, że we wszystkich snuje tę samą opowieść, zmieniając tylko imiona, miejsca*

*i wygląd bohaterów. Jest to właśnie taka opowieść jakiej publiczność już się domagała. Lecz gdy pisarz planuje jakąś rzecz nową i obmyśla sobie innego czytelnika, nie chce być specjalistą od rynku, nie chce sporządzać spisów żądań, woli być filozofem, który przeczuwa wątki Zeitgeist. Chce wskazać swojej publiczności, czego powinna ona pragnąć, nawet jeśli sama o tym nie wie. Chce objawić czytelnikowi jego samego.*

*Jakiego modelowego czytelnika pragnąłem, kiedy pisałem? Z pewnością chodziło mi o współnika, który zgodzi się na grę, którą podjąłem. Chciałem stać się bez reszty średniowieczny i żyć w Wiekach Średnich, jakby to były moje czasy (i na odwrót). Ale jednocześnie pragnąłem ze wszystkich sił, by zarysowała się postać czytelnika, który po przebrnięciu przez trudy inicjacji padnie moim łupem, czy też łupem tekstu, i uzna, że chce tego tylko, co tekst mu ofiaruje. Tekst winien dać czytelnikowi przeżycie przeobrażenia. [...] A ponieważ chciałem, by jako przyjemną odebrano jedyną rzecz, która sprawia, że zaczynamy dygotać, czyli chodziło mi o dreszcz metafizyczny, nie pozostawało nic innego, jak wybrać (spośród modeli fabularnych) intrygę najbardziej metafizyczną i filozoficzną, a więc powieść kryminalną.<sup>6</sup>*

---

<sup>6</sup> U. Eco, *Dopiski na marginesie «Imienia róży»*, Warszawa 1991, PIW, s. 609 - 612

**ćwiczenie pisarskie:**

Tym razem będzie trochę inaczej. Napisz trzy zdania, z których każde będzie streszczeniem fabuły innej powieści. W dalszych ćwiczeniach będziesz mógł je rozwijać, np. metodą płatka śniegu. W tym miejscu skoncentruj się bardziej na czytelniku. Dla każdej z powieści spróbuj go zdefiniować przy użyciu zmiennych demograficznych, np. wieku, płci, dochodu, zawodu, wykształcenia, religii, narodowości oraz profilu psychologicznego a także określić jakie potrzeby czytelników zaspokaja każda z nich. Znajdź sposób na budowanie relacji z czytelnikami.

**Przepis na bestseller***Składniki:**2 ząbki wampiryzmu**szczypta pikantnej intrygi**1 trup w niewyjaśnionych okolicznościach**worek pieniędzy**60 kg pięknej i tajemniczej kobiety**50 g namiętnego seksu**duża garść spisku**kilka malowniczych scenerii**Wymieszać. Kiedy całość przestygnie, dodać**trochę zemsty, bo ta najlepiej smakuje na**zimno.***Twój wydawca**

Każdy kto chociaż raz chwycił do ręki pióro w celu przelania na papier swoich myśli i stworzenia własnej powieści rozumie, że przytoczonym przepisem na bestseller puszczam oko do wszystkich czytelników i przyszłych lub aktualnych pisarzy. Przepis na bestseller nie istnieje, ale to nie jest powód, by go nie poszukiwać. Zaprzęgnięto do nich zarówno naukę jak i wiedzę niemalże tajemną. Mówi się, że żyjemy w czasach ogólnej nadprodukcji. Dotyczy to również literatury, dlatego pisarze i wydawcy musieli pójść na ugodę z prawami rynku. Napisane i wydane teksty muszą mieć potencjał sprzedażowy, dlatego niemalże z uporem maniaka śledzi się ogólne trendy i analizuje badania, które pozwalają bliżej poznać czytelnika i przewidzieć a następnie zaspokoić jego oczekiwania. Na tej podstawie można stworzyć kilka porad z mniejszym lub większym przymrużeniem oka dla tych, którym marzy się napisanie bestsellera.

Nie jest tajemnicą, że książki bez względu na format (tradycyjny czy cyfrowy) czytają głównie kobiety. Z tego powodu dynamicznie rozwija się segment literatury kobiecej. A jeżeli dodam do tego, że czytelnik, a w zasadzie bardziej czytelniczka, lubi utożsamić się z bohaterem książki, lubi poczuć bliskość i więź, to już wiesz co z tego wynika. Jeżeli pisarz pragnie osiągnąć czytelniczy sukces, powinien więc tak napisać swoją książkę, aby była ona

interesująca i brała pod uwagę wszystkie emocjonalne potrzeby płci pięknej. Dlatego bohaterem swojej powieści uczyni dość młodą kobietę, raczej ładną, lecz nie pozbawioną drobnych słabości, nałogów czy wręcz wad. Gdy będzie ona dodatkowo przysłowiową dziewczyną z prowincji wchodzącą w świat wielkiego miasta, to historia praktycznie pisze się sama. W takich okolicznościach możesz ją wyposażyć w zespół cech, który czytelniczki sobie cenią - hart ducha, siłę charakteru, niezłomność i konsekwencja. Wprowadz do stworzonego przez siebie świata ciekawe postaci kobiece, które będą obdane ogromnym talentem lub na oczach czytelniczki przejdą osobowościową zmianę. U jej boku w odpowiednim momencie postaw intrygującego, hipnotycznie przystojnego mężczyznę a cały ten piękny obrazek okraś na przykład jakąś życiową traumą lub dramatycznymi wspomnieniami z dzieciństwa. Całość niech odbywa się w atmosferze tajemnicy, nawet strasznej, oparach niedopowiedzeń i sytuacji nie do końca wyjaśnionych.

Z badań rynku książki jasno wynika, że najlepiej sprzedają się te książki, które proponują czytelnikowi ingerencję magii w codzienność. Mali czarodzieje, krwiożercze wampiry albo wiedźmini, składający z palców magiczne znaki to postaci, które z pewnością zainteresują czytelników znudzonych codziennością. Ciekawym rozwiązaniem jest też nawiązywanie do zagadki śmierci, reinkarnacji albo teorii o potędze różnych sił, takich jak siła przyciągania. Pisząc powieść staraj się nieco ją odrealnić, aby wprowadzić element zaskoczenia, pobudzić wyobraźnię odbiorcy i uwieść go swoją niezwykłą wizją. Jeśli książka dobrze się sprzeda, stworzy to dodatkowe możliwości promocyjne - np. stanie się podstawą do produkowania ciekawych gadżetów, takich jak tajemnicze medaliony, barwne stroje albo skomplikowane magiczne bronie.

W twojej powieści nie może zabraknąć odrobiny intrygi i mnóstwa atrakcji. Pościgi samochodowe, walki wręcz, wybuchy i cała seria morderstw - to niezbędne elementy akcji twojej powieści. Wówczas twój bohater ma szansę wykazania się sprytem, wiedzą, odczytaniem i umiejętnością dedukcji. Działa sprytnie, szuka dowodów, wyjaśnień i sprzymierzeńców, którzy wesprą go w dotarciu do sedna problemu. Po wielu przewyższonych trudnościach i rzuconych kłodach pod nogi nadchodzi szczęśliwie chwila, gdzie wszelkie tajemnice zostają wyjaśnione a knute spiski wychodzą na światło dzienne.

Wszystko to w odpowiedniej scenerii - nigdy nie zasypiającego miasta, zapomnianych katakumb, wojskowych fortyfikacji i historycznych dworów czy też bardziej prozaicznie - wind, klatek schodowych i tarasów. A po rozwiązaniu skomplikowanej zagadki i uwolnieniu świata od złoczyńców bohaterzy wypoczywają w malowniczych sceneriach pagórków Toskanii lub romantycznej Wenecji, by tam rozkoszować się wzajemnym uczuciem, jakie udało się im zbudować na fundamencie wspólnych dramatycznych przeżyć. Stąd już tylko jeden krok do wielkiej namiętności i ognistego seksu pozbawionego pruderii.

Perypetie uczuciowe, wahania, a nawet jakieś osoby trzecie mogą chwilowo zaburzać relacje twoich bohaterów, tym niemniej magnetyzm serc w końcu musi pokonać wszelkie przeszkody i wątpliwości. Ważne, by od początku nie było łatwo. Antypatia, stereotypy płciowe i wojny podjazdowe na wrogie spojrzenia i dramatyczne gesty - to wszystko jest wpisane w krajobraz twojej powieści, a przynajmniej jej wątku romansowego. Pozwól bohaterom ścierać się, robić sobie na złości a na koniec ponieść się wyobraźni. Niech wrogie widzenie zamieni się w powłóczyście spojrzenie a w sypialni zagości całe instrumentarium akcesoriów erotycznych: satynowa pościel, zapachowe świece, olejek do masażu, a do tego jedwabna przepaska na oczy, kajdanki i pejcz. Kwitnące uczucie musi mieć również solidne podstawy materialne. Wszechstronne i luksusowe wnętrza willi czy apartamentów, drogie auta i inne gadżety, wystawne kolacje w restauracjach wymagają zasobnego portfela.

Z badań czytelnictwa wynika, że kluczowy dla sukcesu książki okazuje się styl i język narracji. Pisz prosto, krótko i jasno, wystrzegaj się zbędnych ozdobników, metafor lub dwuznaczności. Unikaj opisów, a jeśli już, to stosuj je bardzo umiejętnie. W tekście zamieść jak najwięcej dialogów, by akcja toczyła się wartko i nieustannie przykuwała uwagę czytelnika. Na podstawie badań stylometrycznych okazuje się, że w treści książek cieszących się sukcesem wydawniczym częściej pojawiają się spójniki (np. *i, ale*), dużo jest także rzeczowników i przymiotników, podczas, gdy książki mniej popularne charakteryzują się większą liczbą czasowników i przysłówków w tekście. Liczy się jednak również sama treść słów. W bestsellerach więcej jest takich, które pokazują procesy myślowe (*zapamiętał, rozpoznał*), zaś w pozostałych książkach przeważają słowa opisujące czynności i emocje

(np. *pragnął, zabrał, zapewnił*).

Dla czytelników korzystających z zasobów księgarni, książka jest towarem. Jest to oczywiście towar nietypowy, ale wciąż pozostaje on obiektem do kupienia. Pisząc książkę, która ma być rozchwytywana, pamiętaj o tym, by była ona odpowiednio gruba. Czytelnik ma wtedy wrażenie, że dokonał korzystnego zakupu i że jest ona warta swojej ceny. Czasy, kiedy wierzono, że prawdziwa czytelnicza przyjemność musi być krótkotrwała dawno już minęły. Dziś powieści muszą być seryjne! Jak pokazują badania rynkowe, najlepiej sprzedają się wszelkiego rodzaju sagi, dlatego jeśli pierwsza książka dobrze się sprzeda, koniecznie stwórz kolejne, wykorzystując w nich ten sam, sprawdzony już schemat. Najlepszym na to dowodem są kolejne tomy Harrego Pottera czy Sagi *Zmierzch*.

Z danych Instytutu Książki wynika, że rocznie na półkach księgarni przybywa ponad 30 000 nowych tytułów. Nawet najlepsza książka nie zostanie dostrzeżona pośród wielu innych, zajmujących księgarńskie półki, jeśli nie będzie mieć odpowiedniej okładki. W porozumieniu z wydawcą zadbaj o to, aby okładkę książki ozdobił jakiś niezwykle obrazek, sugerujący, że w środku kryje się wielka tajemnica. Niech graficy nadadzą jej wyraźne, intensywne kolory, a pod obrazkami lub na 4 stronie (tył okładki) umieszczą najciekawsze fragmenty powieści albo małą zajawkę, fragment sceny kulminacyjnej, co sprawi, że czytelnicy z chęcią będą po nią sięgać. Jeśli masz taką możliwość, zapewnij sobie rekomendację jakiegoś znanego pisarza, recenzenta lub krytyka literackiego. Podniesie to wiarygodności ciebie jako pisarza i niezależnej oceny powieści.

Dzięki nauce można z dużą skutecznością przewidzieć, czy dana powieść osiągnie komercyjny sukces – jeszcze przed jej wydaniem. Jest to możliwe dzięki algorytmowi, który przewiduje to aż w 84%. Opracowali go informatycy z Uniwersytetu Stony Brook w Nowym Jorku. Algorytm ten opiera się na technice stylometrii statystycznej, która polega na analizowaniu zastosowanych słów i gramatyki w tekstach pisanych. Dotychczas stosowano ją głównie do ustalania autorstwa dzieł uchodzących za anonimowe. Stylometria umożliwiała porównanie języka jednego tekstu z innym i określenie, czy oba napisała ta sama osoba. Technika ta znalazła nowe zastosowanie. Udowodniono to w ciekawym eksperymencie. Zespół badaczy najpierw pobrał 800 książek (od literatury pięknej, przez

poezję, po fantastykę) z archiwów Projektu Gutenberg i katalogu Amazon, a następnie poddał je analizie przy użyciu programu komputerowego, porównując swoje prognozy dotyczące szansy na komercyjny sukces poszczególnych książek z faktycznym wynikiem, jaki osiągnęły. Okazało się, że przewidywania naukowców były w 84% trafne. To pierwsze badanie tego typu o tak dużej skali. Być może kolejne eksperymenty amerykańskich naukowców pozwolą jeszcze dokładniej przeanalizować cechy powieści idealnej i urealnić przepis na bestseller?

Młody pisarz nie czeka już aż pojawi się natchnienie. Bierze sprawy w swoje ręce i szuka kursu twórczego pisania, dlatego już w tym miejscu zapraszam cię do udziału w internetowym kursie twórczego pisania dostępnego na stronach Wydawnictwa Internetowego haveanicEbook.pl. Oparty jest on na najnowszych doświadczeniach i wiedzy amerykańskich i polskich nauczycieli kreatywnego pisania. A guru szybkiego pisania bestsellerów nazywa się Nick Daws i mieszka w luksusowym domu w angielskim hrabstwie Staffordshire. Jego metody pozwalają nawet ludziom naprawdę zabieganym w 28 dni osiągnąć wiedzę z zakresu twórczego i szybkiego pisania a dysponując dodatkowo komputerem i godziną wolnego czasu dziennie stworzyć sprzedażowy hit na miarę najwyższych półek księgarń.

Na zakończenie mała anegdota. Amerykańskiemu pisarzowi i satyrykowi Allanowi Corenowi powiedziano w kilku wydawnictwach, że dobrze sprzedają się tylko książki o golfie, kotach i nazistach. Coren napisał i wydał książkę *Golf dla kotów*, a na okładce umieścił swastykę. Jak się można domyśleć, książka nie sprzedała się rewelacyjnie. Zamieszczam zatem apel do wszystkich tych, którzy przepis na bestseller wezmą zbyt dosłownie. Zamiast patrzeć, co się sprzedaje, wymyślić coś nowego!

### **ćwiczenia pisarskie:**

Choć przepis na bestseller nie istnieje, to przeanalizuj swoją powieść - gotowy materiał lub jej wstępny koncept - pod kątem popularnych tendencji rynku wydawniczego. Jeśli doszukasz się któregoś z powyższych, to dobrze, a jeśli nie, to jeszcze lepiej! Znacząco zwiększasz szansę się na tym rynku wyróżnić. Ustalenie odpowiedzi na to pytanie będzie pomocne w budowaniu strategii promocyjnej dla twojej książki.