

AUTOR 2.0

Aleksander Sowa



JAK WYDAĆ
(WŁASNĄ)
KSIĄŻKĘ
I NA TYM
ZAROBIĆ?



Ten ebook zawiera darmowy fragment publikacji "[Autor 2.0](#)"

Darmowa publikacja dostarczona przez
[ZłoteMyśli.pl](#)

Copyright by Złote Myśli & Aleksander Sowa, rok 2010

Autor: Aleksander Sowa

Tytuł: Autor 2.0

Data: 18.12.2011

Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Toszecka 102

44-117 Gliwice

www.zlotemysli.pl

email: kontakt@zlotemysli.pl

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo Złote Myśli nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>Wstęp</u>	5
--------------------	---

Część pierwsza: Jak wydać (własną) książkę?

<u>Co publikują wydawcy?</u>	13
<u>Mein Kampf</u>	21
<u>Jak powstaje książka?</u>	33
<u>Wytnij swojej książce numer</u>	37
<u>Przygotowanie manuskryptu</u>	41
<u>Dziękujemy, nie skorzystamy</u>	47
<u>Drogi do publikacji</u>	53
<u>Małżeństwo z wydawcą</u>	57
<u>Własne wydawnictwo</u>	65
<u>Self-publishing</u>	77
<u>Konkursy literackie</u>	87
<u>Indies — pisarstwo niezależne</u>	95
<u>Hiperpublikacja</u>	101
<u>Agent literacki</u>	107
<u>Paragrafy</u>	113
<u>Pod pseudonimem</u>	133
<u>Pisarz czy grafoman</u>	137
<u>Lista wydawnictw</u>	141

Część druga: Jak zarobić na (własnej) książce?

<u>Parę słów na początek</u>	151
<u>Honoraria autorskie</u>	155
<u>Kontrola sprzedaży</u>	159
<u>Generowanie zysków na papierze</u>	165
<u>Programy partnerskie</u>	171
<u>Sprzedaż praw autorskich</u>	177
<u>Promocja swojej publikacji</u>	185

Strona internetowa	186
Artykuły	190
Udostępnianie darmowych fragmentów	196
Fora internetowe	197
Serwisy społecznościowe	198
Patronat medialny	199
Konkursy	200
Kontakt z czytelnikiem	201
Wieczory i spotkania autorskie	202
Krytyka i recenzja	205
Sprzedaż i dystrybucja	213
Quo vadis?	223
Bibliografia	229
Aneks	231

Wstęp

Przed użyciem informacji tutaj zawartych nie trzeba czytać ulotki, ale warto przeczytać wstęp. Jeśli wystąpią objawy niepożądane, można skonsultować się z lekarzem lub farmaceutą. Albo z autorem, chociaż pewnie będzie zajęty pisaniem następnego tekstu.

Wydanie własnej książki, a jej napisanie, to dwie różne sprawy. Publikacja swojej książki i zarobienie na niej — także. Od tego chciałbym zacząć. Dlatego już na samym początku daję jasno do zrozumienia, że nie znajdziesz tutaj rad dla początkujących pisarzy w przedmiocie trzymania pióra. Otrzymasz za to garść informacji o tym, co robić, przelawszy już cały atrament z owego pióra, tak ochoczo przez autora-narratora w charakterze metafory przed chwilą użytego.

Pisać o tym, jak pisać, chyba nie powinienem. Zbyt dużo jeszcze muszę się nauczyć, by móc to robić. Przynajmniej taką mam świadomość. Może kiedyś w szaleńczym ataku aroganckiej pewności siebie zdecyduję się porwać z motyką na słońce. Ale jeszcze nie teraz. Dziś zająłem się czymś zupełnie innym. Pisaniem o wydawaniu i zarabianiu na tym.

W wirtualnym świecie, świecie web 2.0, nieporównywalnie więcej ludzi niż kiedyś chciałoby wydać to, co napisali, co stworzyli. Najpotężniejsze medium świata, jakie kiedykolwiek powstało — internet, znakomicie ułatwia sprawę. Dzięki niemu nie tylko można zasięgnąć informacji o tym, jak to zrobić, ale też sprawdzić, jak to zostało przez innego autora już kiedyś zrobione. Wreszcie internet może się stać zarówno wydawcą, jak i kanałem dystrybucji dzieła,

które pragniemy opublikować. Możliwości jest wiele. Korzystają z tego coraz nowsi autorzy-amatorzy. Czy to źle?

Może to oczywiście powodować, że na rynku wydawniczym będą się pojawiać publikacje niskiej wartości i niskiej jakości. Nie zapominajmy jednak, że tak było zawsze. Z tą różnicą, że w świecie web 2.0 rolę recenzenta, krytyka i redaktora przyjmującego dzieło przejmuje w coraz większym zakresie odbiorca. Nie ulega wątpliwości, że jest to persona najbardziej w tej roli kompetentna. Wydany utwór w sposób możliwie najbardziej niezakłócony zostaje poddany najsurowszej ocenie. To zapewnia swoisty, niczym w naturze, mechanizm obronny przed zachwaszczeniem rynku gniotami. Swoisty mechanizm samomodracji¹ znany wszystkim z Wikipedii. Może nie doskonały, jak twarz modelki spod pipety Photoshopa, ale chyba najlepszy.

Inną od problematyki napisania i potem wydania własnego utworu jest kwestia zarabiania na nim. Celowo nie użyłem słowa „sprzedaży”, bowiem zarabiać można w sposób różnorodny, nie tylko sprzedając. Jednocześnie temat zarabiania jest o wiele bliższy wydawaniu, niż nawet sam proces tworzenia książki. Ale w większości również wybiega poza ramy tego, o czym tutaj przeczytasz.

Przy okazji publikacji mojej powieści powiedziałem kiedyś w Radiu Opole, że własne utwory wydaje się po to, aby mogły dotrzeć do czytelnika albo... aby na wydaniu zarobić². Tak sędzę. Dlatego problemy wydawania są tak bliskie kwestii zarabiania. Oczywiście

¹ Wikipedia jest encyklopedią powszechną, ciągle pisaną i redagowaną przez internautów ją tworzących. Dzięki temu zapewniona jest nieustanna weryfikacja materiałów, usuwanie błędów i prób manipulacji informacjami.

² Wywiad dostępny na stronie: www.wydawca.net/umrzc-w-deszczu.htm.

można wydać jakąś publikację, zdając sobie sprawę z tego, że zysk będzie znikomy. Można wydawać utwory w celu autopromocji albo reklamy. Owszem. Niemniej w książce, którą czytasz, za punkt wyjścia przyjąłem, że wydaje się głównie dla pieniędzy. Mając na uwadze, że nie każdy myśli tak jak ja, oraz by ułatwić odbiór informacji, tekst został podzielony na dwie odrębne części: pierwszą — o wydawaniu, i drugą — o zarabianiu.

Wreszcie pozostaje sprawa przedmiotu dzieła. Wielokrotnie będę zamiennie używał słów: dzieło, książka, ebook, publikacja itd. Choć w istocie każde z nich ma inne znaczenia. Nawet w podtytule użyłem słowa „książka”, na dobrą sprawę w odniesieniu do treści mojej publikacji nieprzyzwoicie nieprecyzyjnego. Ale uważam, że uproszczenia służą jednak lepszemu odbiorowi, a akcja będzie się toczyć płynniej. Jak w tangu, bez potknięć. Nie każdy jest doktorem habilitowanym, a mój esej pracą habilitacyjną nie jest. Uznajmy zatem, że są to wszystko rodzaje (odmiany) książki, którą wydajemy i skupmy się właśnie na wydawaniu. A potem na zarabianiu na wydanej własnej publikacji.

Wstęp zamyka postać twórcy. Paradoksalnie, to sprawa kluczowa. Autor 2.0. Tutaj twórca jest ważniejszy niż samo dzieło. Dla mnie postać owa to przede wszystkim miks artysty i rzemieślnika, w którym proporcje składników twórczej duszy mogą zależeć od faz księżycy czy cyklu menstruacyjnego, ale głównie od tego, jak własną twórczość się postrzega. I co chce się osiągnąć, kiedy się już przed samą śmiercią dorośnie.

Twórca wykluczający stronę komercyjną własnej aktywności jest dla mnie przede wszystkim amatorem. Jasne, że jednym będzie wystarczyło, jeśli czytelnicy spotkają się z dziełami przez niego stworzonymi, ale dla mnie taki ktoś to grafoman. Dla każdego

pisarza, poety, felietonisty słowo brzydkie, przykre i obraźliwe. Jedyne jednak, co w ogromnej większości przypadków odróżnia pisarza od grafomana, to kwestia pieniędzy. I to należy sobie uświadomić.

Twórca osiągający zyski ze swojej twórczości, choćby pisał jak ostatnia pokraka, zrzuca z siebie ciężar grafomańskiej etykiety i staje się niewątpliwie (gorszym lub lepszym) pisarzem rzemieślnikiem. Rzemieślnik, który opanował sztukę pisania do perfekcji, ma wierną rzeszę czytelników (właściwie nieistotne ilu), a jeśli jego dzieła znajdują uznanie odbiorców, to wtedy jest artystą. Jeśli do tego taki twórca przejął nad wydawanym dziełem niemal całkowitą kontrolę (pisanie, wydawanie, projektowanie okładki, działania marketingowe itp.), to jest to prawdziwy niezależny artysta pisarz.

Oczywiście pojęcie sztuki jest płynne i nie istnieje jedna ogólnie przyjęta i spójna definicja. Granice sztuki są ciągle na nowo definiowane. W każdej chwili może pojawić się dzieło, które w arbitralnie przyjętej, domkniętej definicji się nie (z)mieści.

A teraz przysłała pora na *warning*³. Zanim przeczytasz, przyjmij do wiadomości, że informacje tutaj zawarte stanowią wyłącznie poglądy autora i nie bierze on odpowiedzialności za skutki wywołanie po ich przeczytaniu. To znaczy ja nie biorę. Z moimi poglądami możesz się nie zgadzać. To naturalne. I mało to mnie, prawdę mówiąc, obchodzi. Nie zmuszam, by słuchać o tym, jak wydaje się książki i jak się potem na nich zarabia. Tylko do tego zapraszam.

³ *Warning* (ang.) – ‘ostrzeżenie’.

Małżeństwo z wydawcą

Jak już wiesz, masz kilka możliwości, by wydać swoje dzieło. Postaram się teraz i w kolejnych rozdziałach rozszerzyć tę tematykę. Przejdźmy do meritum. Masz już gotową książkę. W moim odczuciu pierwszym krokiem nie powinno być zakładanie własnego wydawnictwa, ale próba znalezienia kogoś, kto wyda dzieło, a Ty nie poniesiesz żadnych kosztów.

Mamy pewne szanse. Mniej więcej 4–5 manuskryptów na 100 nadaje się do druku. Z czego wydane bywają 1–2 lub mniej. Statystyka jest nieubłagana. Przy tym w moim wyliczeniu optymistyczna. Ale sądzę, że powinno się spróbować szczęścia.

Zatem musisz wyszukać wydawnictwa zajmujące się tematyką związaną z tym, o czym pisałeś. Listę wydawnictw działających w Polsce zamieściłem w aneksie, wraz z odnośnikami do ich witryn. Nie ma najmniejszego sensu wysyłać manuskryptu tomiku wierszy do wydawnictwa, które wierszy nie wydaje (na przykład Helion, PWN). Tak samo książki technicznej do wydawnictwa beletrystycznego (W.A.B, Novae Res, Rebis, Iskry), jak i powieści do wydawnictwa technicznego (jak WKiŁ czy Bellona). O tym, co wydają poszczególne oficyny, można zorientować się, analizując już wydane książki, czyli tzw. katalog, albo z zakładki „o nas”, „o firmie”, „wydawnictwo” itp. Dobrze jest też złożyć wizytę w księgarni i w ciszy zastanowić się nad tym, by wysyłając do oficyn religijnych (Bernardinum, Księgarnia Świętego Jacka, Wydawnictwo Diecezjalne), nie posłać dzieł z pogranicza pornografii.

Po zapoznaniu się z warunkami przyjmowania propozycji

wydawniczych kierujemy ową do odpowiedzialnej osoby. Zwykle bywa nią redaktor — naczelny, albo od prozy polskiej, książek technicznych, komiksów czy co tam napisaliśmy. Tożsamość tejże osoby warto wysledzić. Dzięki temu tytułując wiadomość przesłaną wraz z naszym dziełkiem, możemy napisać do konkretnej osoby. Nie ma raczej sensu składać wizyt osobiście, choć wiem, że niektórzy autorzy to polecają. Zwykle nie warto jechać ze Skarżyska do Sanoka, a z Marwałdu do Gętlewa, aby usłyszeć krótkie: „Nie”.

Przesyłając propozycję do wydawnictwa, wydaje się oczywiste, że należy to zrobić tak, by zwiększyć do maksimum szanse na jej przyjęcie. To, co jednak jest oczywiste dla jednego, nie jest oczywiste dla wszystkich. Stąd pojawiają się propozycje z góry skazane na porażkę, z powodu nieumiejętnej prezentacji. Widmo porażki powinna oddalić krótka wiadomość załączona do manuskryptu, a w niej: tematyka dzieła (w kilku zdaniach), ze szczególnym uwzględnieniem cech odróżniających przysłaną książkę od innych. Warto dołączyć także kilka słów o sobie, ale nie w formie CV czy listu motywacyjnego, ale raczej krótką informację, dlaczego książka powstała i kim jesteś albo czym się zajmujesz. Niedopuszczalne są sformułowania, że „książka jest dla każdego” albo „nie napisano podobnej książki”. Książka dla każdego jest niezwykle trudna do wypromowania, bo to, co jest dla każdego, jest równocześnie dla nikogo, no bo kto to jest każdy? Z kolei nie ma takiej możliwości, by nie napisano podobnej książki. Owszem, nie napisano być może identycznej, ale podobne powstały na 99%.

Jeśli propozycja wydawnicza to poradnik, zwykle się także podkreślać korzyści, jakie osiągnie czytelnik po przeczytaniu. Jeśli jest to dzieło innego typu, można dołączyć streszczenie utworu, ewentualnie konspekt.

Ogólnie rzecz biorąc, przedstawienie propozycji wydawniczej można

porównać do szczególnego rodzaju rozmowy kwalifikacyjnej. Wydawcy należy zaprezentować utwór i siebie z jak najlepszej strony, z uwzględnieniem korzyści, jakie osiągnie, wydając to dzieło.

Zazwyczaj wystarczy wysłanie kilku propozycji, jak jednak wiesz po lekturze wcześniejszego rozdziału, może to być nawet i 39 prób. Po tym pozostaje nam tylko czekać. Jeśli otrzymamy odpowiedź, uznać należy, że jest to sukces. Zazwyczaj przyjdzie nam na nią poczekać, czasem i pół roku, ale najczęstszą praktyką wydawnictw jest nieodpowiadanie na propozycje. Odpowiedź należy uznać już za pewien sukces. Oznacza to, że prawdopodobnie ktoś się dziełem zainteresował na tyle, aby nam odpowiedzieć. Wprawdzie — dziękujemy, nie skorzystamy — ale przecież to już dużo. Pozbawia nas to przynajmniej złudzeń. Redakcje prawie nigdy nie opatrują swoich odpowiedzi wyjaśnieniami, recenzjami czy powodem odrzucania.



Wydawnictwa Komunikacji i Łączności sp. z o.o.
Kazimierzowska 52, 02-546 Warszawa 12
e-mail: wkl@ikp.atm.com.pl
centr. +48 (22) 849 27 51 do 55, fax +48 (22) 849 23 22
sekretariat +48 (22) 849 23 14

**Pan
Aleksander Sowa**

Warszawa, dnia 2005/06/28

Nasz znak
RM/2182/2005

Zawiadomienie o przyjęciu dzieła.

Wydawnictwa Komunikacji i Łączności uprzejmie zawiadamiają,
że praca pt. **"Jak kupić używany samochód"** wyd. 1
została przyjęta.

Redaktor Naczelny

Michał
mgr inż. Bogusław Zieliński

Nie znaczy to, że nie można po odrzuceniu zadzwonić i zapytać o powód. Nie chodzi tu o to, aby się odgrażać, ale możesz czasem usłyszeć słowa, które pomogą w przyszłości. W wypadku braku jakiegokolwiek odpowiedzi na Twoją propozycję ze strony wydawcy, może okazać się, że manuskrypt np. zgubiono i nie zapoznał się z nim nikt. A przecież właśnie ten pliczek (kartek albo elektroniczny) może być początkiem wielkiej kariery i sukcesu dzieła, prawda?

Z drugiej strony wygląda to tak, że nasze dzieło trafia do konkretnego pana lub pani. Ta pani lub pan ma biurko i komputer.

Na to biurko trafiają wydruki od innych kandydatów na pisarzy albo są one w komputerze naszego kata. Nasz kat jest osobą z krwi i kości, ale zazwyczaj także z przypadku. Aby nim zostać, nie trzeba skończyć Wyższej Szkoły Redaktorów Wyborowych i Absolutnych. Zostają nimi psycholodzy, angiści, technicy albo w szczególnie szczęśliwym wypadku poloniści. Mogą to być także literaccy krytycy albo niespełnieni pisarze. Bywa, że jeden i drugi stanowi tę samą osobę. Potwór, do którego napisaliśmy, jest złośliwy i cyniczny. Zazdrości, że napisaliśmy coś lepszego niż on sam. Z dziką satysfakcją będzie podkreślał błędy. Na końcu wyrzuci wiekopomne dzieło przez okno, a jego histeryczny śmiech będzie odbijał się od ścian kamienic w całym mieście.

Niestety jest tak, że gość ten przychodzi do pracy i ma do przeczytania stosik potencjalnych bestsellerów na swoim burku. Gdzieś na tymże meblu znajdzie się Twoje dzieło. Jeśli formalnie wszystko będzie zgodne z wymaganiami stawianymi przez macierzyste wydawnictwo Twojego oprawcy, weźmie je do ręki albo odłoży na potem. Z czasem, jeśli redaktor jest leniwy, nabiera się okazały stosik i może się okazać, że Twój utwór będzie czekał w ciszy na swój czas. A nowych propozycji będzie przybywać.

Zazwyczaj okazuje się — po kilku, kilkunastu stronach — że propozycja nie nadaje się do niczego. Bywa, że z tekstu wyraźnie wynika, że to autor propozycji nie nadaje się do niczego. Słyszałem o takiej sytuacji, w której wściekły na jakiegoś redaktora autor przesłał przepisane kilka pierwszych stron z dawno już wydanego światowego klasyka. Redaktor po przeczytaniu ów manuskrypt także odrzucił. Zatem to redaktor był do niczego. To oczywiście tylko człowiek. Niestety bardzo dużo od niego zależy. Może lubić pewne tematy, a inne nie będą go interesowały albo będzie nastawiony do

nich negatywnie. Może być bałaganiarzem, więc m.in. dlatego warto dołączyć do ostatniej strony swojego manuskryptu namiary na siebie. Prawdopodobnie podczas czytania całej Twojej książki pierwsza strona ulegnie zatraceniu w oddechach jego biurka. Kto wie, czy nie jest zaborczy — dlatego nie powinno się wspominać o konkurencji.

Niemniej jeśli redaktor uzna, że tekst się nadaje i zostanie wydrukowany, będziesz mieć swoją książkę. Otrzymasz piękny list (aneks) i czeka Cię sława pisarza. Będziesz jeszcze musiał podpisać umowę, prawdopodobnie zatwierdzić korektę i jak dobrze pójdzie, to jeszcze okładkę. Możliwe, że konieczne będzie pojawienie się na jakimś konwencji czy wieczorku autorskim, ale właściwie całą promocją (jeśli będzie) książki zajmie się wydawca. Rola autora kończy się w zasadzie w chwili podpisania umowy. Nie musi się już niczym innym interesować, ale też ma najmniejszy wpływ na to, co się dzieje z dziełem po podpisaniu umowy (w granicach tego, na co się oczywiście w niej zgodził).

Najczęściej prawa do wydania dzieł przechodzą na wydawcę (Copyright by...). Nie zdobędziesz wiedzy o niuansach rynku wydawniczego czy promocji, a pieniędzmi z ewentualnej sprzedaży dzieła trzeba będzie się podzielić. Dla jednych to bardzo wygodne, ale dla innych będzie to mocno ograniczające.

Jeśli natomiast od kolejnych wydawnictw usłyszysz: „Nie”, albo też nie usłyszysz nic, masz dwa wyjścia. Najpierw zastanowić się chłodno nad sobą. Potem albo napisać następną, lepszą książkę, albo szukać innej formy wydania swojego dzieła.

Honoraria autorskie

Zarabianie na własnej książce w pierwszym odruchu każdego w miarę jasno myślącego człowieka utożsamiane jest z otrzymywaniem honorariów autorskich, czasem zwanych także tantiemami. Urzędy skarbowe nazywają to punktem nr 8 części E zeznania podatkowego: Prawa autorskie i inne prawa, o których mowa w art. 18 Ustawy.

Przyjmujemy, że publikujesz swoje dzieło w wydawnictwie, identycznie jak ja. Przesyłasz manuskrypt, podpisujesz umowę, w której zgadzasz się na wynagrodzenie. Najczęściej otrzymasz od 5 do maksymalnie 40% kwoty detalicznej ceny sprzedaży jednego egzemplarza utworu. Oczywiście znaczna rozpiętość poziomu honorariów zależy od wielu czynników.

Pierwszym i najważniejszym jest forma wydania utworu. Jeśli jest to utwór wydany na papierze, możesz liczyć na kilka procent. Najczęściej pomiędzy 5 a 10%. Słyszałem, że niektóre wydawnictwa początkującym autorom prozy proponowały do niedawna 3% ceny końcowej książki. Na szczęście te czasy minęły. Doszły mnie również słuchy, że z kolei autorzy znani, uznani i cenieni — a co za tym idzie — sprzedający wiele swoich książek, otrzymują nawet 15%. Dodatkową kombinacją wynagrodzenia dla autora jest otrzymanie zaliczki przed wydaniem utworu. Oczywiście jej kwota będzie zróżnicowana w myśl podobnej do powyższej prawidłowości. Istotą zaliczki jest jednak, by nie była ona jedyną formą wynagrodzenia. Absolutnie nie możesz — jako autor — zgadzać się na wynagrodzenie wyłącznie w formie jednorazowej wypłaty za możliwość wydania

utworu. Nawet gdyby była ona w Twoich oczach wysoka. Jest tak przede wszystkim dlatego, że nie masz — i mieć nie będziesz pewności, że Twoje dzieło nie osiągnie ogromnego sukcesu komercyjnego. Napiszesz powieść, wydasz ją w wydawnictwie Wydawniczy Kogucik, którego prezes, właściciel i redaktor naczelny w jednej osobie zaproponuje Ci 5 tys. zł wynagrodzenia. Taka kwota dla debiutanta, a nawet już autora z dorobkiem, jest poważna. W końcu za tyle kupiłem mój pierwszy od 15 lat motocykl. Zatem dostaniesz owe 5 kawałków, a potem wydasz je z uśmiechem i przeświadczeniem trzymania za kostki Boga.

Teraz wyobraź sobie, że nazywasz się Janusz Leon Wiśniewski i jest rok 2001. Jesteś, powiedzmy, pracownikiem naukowym i masz stałe, stabilne dochody i zajmujesz się pracami naukowymi i oprogramowaniem. Nagle jednak piszesz swoją pierwszą w życiu powieść i Wydawniczy Kogucik zgadza się ją wydać, płacąc Ci całe 5 kawałków. I nie jest to zaliczka, ale wynagrodzenie. Umowę podpisujesz na 10 lat, bo kompletnie nie znasz się na niuansach w umowach wydawniczych, a Aleksander Sowa jeszcze wtedy nie napisał swojego poradnika dla pisarzy amatorów. Tymczasem okazuje się, że Twoja powieść, nazwijmy ją krótko *Tryptyk*, zostaje w pierwszym wydaniu tysiąca sztuk sprzedana. Oczywiście Wydawniczy Kogucik dodrukowuje kolejne tysiące egzemplarzy *Tryptyku*, który po dwóch latach od wydania staje się książką znaną i dla wielu ludzi genialną. Wydawniczy Kogucik dodrukowuje następne egzemplarze, ukazują się przekłady. I tak aż do wygaśnięcia umowy z Wydawniczym Kogucikiem. Efekt? 400 tys. sprzedanych egzemplarzy w cenie 30 zł za sztukę, a Twój zarobek — 5000 zł minus oczywiście podatek.

Tymczasem gdybyś zgodził się na z pozoru liche 5%, zarobiłbyś 600

tys. zł! Minus podatek oczywiście. Myślę, że to powinno dać Ci do myślenia. Jasne, jest to przykład znacznie przejawiony, prawie niemożliwy i raczej z tych na zasadzie prawie cudów. Skąd jednak możesz mieć pewność, że nie jesteś akurat z tych pisarzy, którym rzeczy niemożliwe zabierają kilka miesięcy, a cuda najwyżej kilka lat? Prawda jest taka, że *S@motność w sieci*⁴ Wiśniewskiego już na samym początku zdobyła tak wielką popularność, o jakiej wiele książek może jedynie pomarzyć. Okładka z klawiaturą, małpą i ciemnymi postaciami stała się rozpoznawalna. Życzę Ci tego samego. Pisarz na fali pierwszej powieści wydał kolejne, które niestety już nie powtórzyły ogromnego sukcesu poprzedniej. Dlatego też, jeśli mogę, dobrze Ci radzę, aby nie zgadzać się na jednorazową wypłatę przed wydaniem. Nawet jeśli miałyby ona wynosić 100 tys. zł. Żądaj procentów od sprzedaży. Zawsze.

Owszem, możesz zgodzić się na zaliczkę. Jak sama jednak nazwa mówi, zaliczka jest na poczet czegoś — to nie to samo, co jednorazowa wypłata. Zatem możesz zgodzić się na zaliczkę w dowolnej kwocie, pod warunkiem że oprócz tego będziesz otrzymywać procent od sprzedaży utworu. Jeśli wydawca zaproponuje Ci zaliczkę 1 tys. zł (to realna kwota), a Ty ją przyjmiesz, wypłatę honorarium za procent od sprzedaży otrzymasz po tym, jak procentowe dochody ze sprzedaży przekroczą owe 1 tys. zł. Innymi słowy, jeśli dostaniesz zaliczkę w takiej kwocie, a w pierwszym okresie rozliczeniowym procent ze sprzedaży osiągnie 1,5 tys. zł — powinieneś dostać 500 zł. Minus podatek, niestety. Sądzę, że jest to zrozumiałe.

Plusem takiego rozwiązania jest, że jeśli zajdzie sytuacja, że honorarium za procent sprzedaży nie osiągnie 1 tys. zł, zaliczki oddawać nie musisz. Zapewne po przykładzie bestsellera

⁴ L. Wiśniewski, *S@motność w sieci*, Warszawa 2001.

Wiśniewskiego sam dojdiesz do wniosku, że lepsza mała zaliczka i duży procent niż duża zaliczka i mały procent. Jeśli książka będzie sprzedawała się dobrze i na odwrót — jeśli ze sprzedażą będzie także odwrotnie.

W przypadku publikacji elektronicznej zazwyczaj poziom prowizji wynosi 20–30%. W jednym z wydawnictw otrzymuję 40%. Oprócz manuskryptu przygotowałem także okładkę, więc 10%, które otrzymałby grafik, trafiło do mnie. W przypadku publikacji elektronicznych zaliczki się nie stosuje, a jedynie wynagrodzenie procentowe. Wynagrodzenie za sprzedaż ebooka niższe niż 20% jest nie do przyjęcia i jeśli ktokolwiek Ci takie zaproponuje, zabij go śmiechem albo kopnij w... wiesz, w co.

Sprzedaż praw autorskich

Na pierwszy rzut oka takie zdanie ma wydźwięk pejoratywny dla większości autorów. Wiąże się z nim bowiem obawa, że tracimy kontrolę nad naszym dziełem. Owszem, w pewnym sensie tak jest, musisz jednak pamiętać, że prawa autorskie dzielą się na osobiste i majątkowe (producenckie). Pierwsze są niezbywalne. Oznacza to, że nie można sprzedać praw autorskich do własnego dzieła w ten sposób, że je napiszesz, a potem sprzedasz komuś innemu, kto podpisze ową publikację własnym imieniem i nazwiskiem. Literatura to nie prace magisterskie, a prawo autorskie to nie marketing i zarządzanie dla przytępych panien z bogatych domów na niepublicznej szkole wyższej.

Obawy o utratę kontroli nad swoim literowym dzieckiem w kwestii utraty własnego nazwiska są bezzasadne. W tym rozdziale zajmiemy się tym drugim rodzajem praw autorskich — mianowicie prawami majątkowymi. Istnieje bowiem możliwość, aby zarobić, i to czasem zupełnie niezłą sumkę, drogą, o której jeszcze nie wspominałem. Chodzi o sprzedaż praw autorskich, a ściślej — sprzedaż praw do sprzedaży. Sprawa do pewnego stopnia jest analogiczna do wydawania w tradycyjnym czy elektronicznym wydawnictwie. Przecież oferując swój manuskrypt do opublikowania jakiemuś wydawcy, proponujesz zakupienie praw do sprzedaży pod Twoim imieniem i nazwiskiem Twojego dzieła. Z tym że za to będziesz dostawał określoną sumę — prowizję i ewentualnie jakąś zaliczkę.

Czytelnik kupuje Twoje dzieło i tą drogą dociera do niego wiedza, której szukał. Istotne jest jednak, że nie ma on prawa do dalszego

rozpowszechniania tej publikacji. I nieistotne jest przy tym, czy odpłatnie, czy nieodpłatnie. Taka praktyka będzie uznawana za przestępstwo w myśl Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Rozpowszechnianie czyjegoś utworu bez zgody właściciela praw majątkowych do niego to przestępstwo z art. 116 Ustawy, za co w najgorszym wypadku można zarobić do 5 lat pozbawienia wolności.

Wadą zarabiania na książkach, ebookach i w ogóle literaturze jest to, że o ile czasem zyski są dość duże, to trzeba na nie poczekać, a wpływy gotówki są rozłożone w czasie. A Ty akurat chciałbyś trochę zarobić w krótkim czasie. Tutaj może być rozwiązaniem sprzedaż praw do dalszej odsprzedaży. Na czym to polega?

Być może spotkałeś się z ebookiem Piotra Majewskiego *Wszystko, co musisz wiedzieć o wyszukiwarkach*⁵. Jeśli się nie spotkałeś, nic się nie stało. Ważne jest, że autor na drugiej stronie tejże publikacji zawarł następujące słowa: „Do swobodnego kopiowania i rozpowszechniania. ZEZWALAM NA SPRZEDAŻ tej publikacji w cenie nie wyższej niż 100 złotych. Zezwalam na łączenie tej publikacji z innymi moimi publikacjami lub innymi produktami w zestawy rozpowszechniane odpłatnie lub nie. Zabraniam przekształcania, publikowania we fragmentach lub innej niż elektroniczna formie bez mojej indywidualnej pisemnej zgody”.

Innymi słowy, autor zgodził się na sprzedaż swojej publikacji lub nawet rozdawanie jej. A teraz wyobraź sobie, że napisałeś ebook, o, powiedzmy, skutecznych metodach zbierania punktów PayBack za pośrednictwem sprzedaży kodów doładowujących do telefonów. Bardzo dobrze. I wiesz, że jest naprawdę wielu ludzi

⁵ P. Majewski, *Wszystko, co musisz wiedzieć o wyszukiwarkach*, Sopot 2004.

zainteresowanych tym tematem. Do tego masz bazę adresów e-mail kilkuset znajomych, którzy zgodzili się na wysyłanie do nich wiadomości.

Nic prostszego jak zastanowić się dobrze nad zasadami sprzedaży, ceną i skierować do nich propozycje zakupu praw do dalszej odsprzedaży Twojego ebooka. Oczywiście w tym wypadku cena musi być wielokrotnie wyższa niż jednostkowa cena sprzedaży Twojego poradnika. Część ludzi skusi się na taką ofertę i jest skłonna zapłacić 100, 200 czy nawet 500 zł za prawa do dalszej odsprzedaży. Dlaczego? — a to akurat jest bardzo proste. Ponieważ liczy, że kupując za 100 zł prawa do sprzedaży Twojego ebooka, sprzeda tych ebooków kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt w cenie powiedzmy 10, 25 albo 50 zł i w ten sposób, inwestując owe 100, 200 czy nawet 500 zł, z powrotem dostanie te pieniądze plus jeszcze wielokrotność. Innymi słowy, ludzie są skłonni wydać jakąś sumę, mając nadzieję, że ją odzyskają i jeszcze na tym zarobią.

Jasne, musisz sobie zdawać sprawę, że podałem tylko przykład, ale jest on, można by rzec, modelowy. W ten sposób w krótkim czasie powinieneś zyskać poważną sumkę. Dobrą stroną takiego rozwiązania jest pewna natychmiastowość i fakt, że osobiście nie musisz się zajmować sprzedażą, reklamą, budowaniem ofert handlowych itp. Problemem jest utrata kontroli nad taką publikacją w dość krótkim czasie. Nie jesteś temu w stanie zapobiec. Dlatego niezwykle ważne jest podpisanie umowy na rozpowszechnianie z kimś, kto od Ciebie ebook i prawa do jego rozpowszechniania kupi. Dzięki temu będziesz wiedział, czy ktoś rozpowszechnia Twoje dzieło legalnie czy nie. To przynajmniej może przez pewien czas przesunąć moment utraty całkowitej kontroli nad dziełem trochę w przyszłość.

Bardzo ważne jest odpowiednie skonstruowanie umowy i przemyślenie jej warunków. Istotne jest bowiem, czy sprzedajesz prawa wyłącznie do dalszej odsprzedaży, czy też prawa do dalszej odsprzedaży praw itd. Takie rozwiązanie wydaje się nieco karkołomne, ale wierz mi, że jest stosowane. Najlepszym z rozwiązań jest sprzedaż praw jedynie kilku partnerom za wysoką cenę niż większej ich liczbie za cenę niższą. W ten sposób łatwiej jest utrzymać kontrolę. Przy okazji muszę zwrócić uwagę na kilka spraw. Po pierwsze i najważniejsze, jeśli napisałeś coś i od razu chcesz w ten sposób zarobić na swoim dziele, popełniasz błąd i istnieje nieprzyzwoicie wysokie prawdopodobieństwo, że okażesz się frajerem.

Wyobraź sobie, że nazywasz się Aleksander Sowa i napisałeś jakiś poradnik pod pseudonimem. Nie proponujesz go żadnemu wydawcy, bo na pierwszy rzut oka temat wydaje się mocno trywialny i po prostu nie wierzysz, że znajdzie się wystarczająco wielu chętnych, aby kupić ów poradnik za 30 zł. Masz zatem przeczucie. Kierując się nim, wybierasz opcję sprzedaży praw autorskich swoim kumplom, którzy prowadzą strony internetowe, na których zarabiają dzięki programom partnerskim księgarni internetowych. Piszesz wiadomość, przesyłasz w załączniku ebooka i po kilku dniach sprzedajesz go za łączną sumę 1500 zł trzem z nich. Jesteś zadowolony, bo zarobiłeś.

Miałeś przeczucie. Tyle że lepiej zrobiłbyś, sprawdzając, czy jest ono prawidłowe. Są na to różne sposoby. Mogłeś udostępnić na swojej witrynie darmowy fragment ebooka i sprawdzić, ile było pobrań. Mogłeś wystawić na Allego.pl, eBayu czy innej platformie aukcyjnej na próbnej aukcji i sprawdzić, jakie jest zainteresowanie. Bo mogło się okazać, że Twoje przeczucie nie jest warte funta kłaków. Nie jesteś specem od marketingu i przeczuciem możesz się kierować

w sprawie ilości soli, jaką trzeba wsypać do wody na ziemniaki. Dlaczego o tym piszę? Bo napisałem taki poradnik. Trwało to nie więcej niż 2 tygodnie i po kilka godzin dziennie. Nie sądziłem, że zarobię na tym więcej niż kilkaset złotych. Ale postanowiłem spróbować. Kiedy okazało się, że jest zainteresowanie, skontaktowałem się z wydawcą. Ten się zainteresował i teraz przez ponad 3 lata co miesiąc zarabiam na tym jednym, wyłącznie jednym i napisanym w 2 tygodnie ebooku, 500–700 (a czasem więcej) zł. Gdybym wtedy zdecydował się na sprzedaż za 15000 zł, uciekłoby mi naprawdę sporo gotówki.

Z drugiej jednak strony, jeśli przywołasz w pamięci przykładowe panele autorskie, jakie wcześniej zamieściłem, być może skojarzysz, że za jeden z poradników system nalicza za każdą sprzedaż tłuściutki 0,00 zł. Rzecz dotyczy poradnika *Jak jeździć oszczędnie*⁶. To nie pomyłka i odgrażałem się, że jeszcze do tematu wrócę. Owszem. Pisałem poradnik przez prawie 8 miesięcy. Czytałem najnowsze publikacje techniczne, jak również te stare. Zajmowałem się aerodynamiką i konstruowaniem samochodów. Prowadziłem testy w swoim samochodzie i przejechałem wiele kilometrów. Rozmawiałem nawet z mechanikami, a jeśli kiedykolwiek z któryms prowadziłeś dyskusje, wiesz, jaka to męka. Zbierałem zdjęcia, oglądałem filmy i pisałem... Tak powstało ponad 130 stron wiedzy, którą zaproponowałem wydawcy. Ten zaś, po namyśle i przeprowadzeniu badań marketingowych (tak!) odpowiedział, że o ile publikacja jest ciekawa, napisana dobrze i wydawałoby się, że potrzebna, to jednak nie znajdzie wystarczającej liczby nabywców, aby opłacało się ją wydać na papierze.

Co za bzdura, pomyślałem urażony! Rękopis trafił do innego

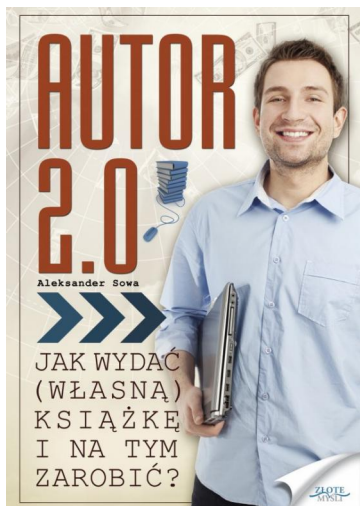
⁶A. Sowa, *Jak jeździć oszczędnie*, Kraków 2007.

wydawcy, który zgodził się w formie elektronicznej tę pozycję opublikować. I okazało się, że przez dwa lata od wydania poradnik znalazł mniej niż 100 nabywców. Po otrzymaniu propozycji od wydawcy, polegającej na sprzedaży praw majątkowych do niej, zgodziłem się. O kwocie pisał nie będę, bo nie uważam, aby było to stosowne. Obecnie wydawca nadal sprzedaje tego ebooka, niemniej już nie wypłaca prowizji za sprzedaż autorowi, a zatem mnie. Dodaje też moją publikację w formie gratisu do innych zakupionych ebooków, z czego czytelnicy są z pewnością zadowoleni. Otrzymują bowiem pełnoprawną publikację, która ich interesuje, ale nie byłiby skłonni za nią zapłacić. Wprawdzie jako że zbyłem prawa majątkowe i nie dostaję także prowizji od tych rozdawanych egzemplarzy, mam swoje profity. Korzyścią dla mnie jest, że czytelnicy stykają się z moim nazwiskiem, co być może zaprocentuje kiedyś zakupem innej publikacji. Tym bardziej że w tej konkretnej książce zamieszczone są hiperłącza do mojej strony autorskiej.

Kolejnym tematem jest sprzedaż praw autorskich zależnych. A zatem chodzi o tłumaczenia i tworzenie innych dzieł na podstawie naszego — filmów, sztuk teatralnych itp. Niewiele na ten temat z własnego doświadczenia wiem, toteż mądrować się nie będę i nagrodzonego Nagrodą Nike bufona udawać nie zamierzam. Tłumaczenia i adaptacje to oczywiście możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy, jeśli więc ktoś chce tłumaczyć Twoje dzieło lub dokonywać adaptacji teatralnej czy filmowej, gratuluje. Jest to z pewnością sukces. Konieczne będzie spisanie umowy dotyczącej zasad tych adaptacji czy też tłumaczenia i formy wynagrodzenia dla Ciebie. I jak zwykle proponuję wynagrodzenie procentowe, jako o wiele korzystniejsze. Tyle tylko, że najprawdopodobniej jeśli dojdzie do takiej sytuacji, obok Ciebie będzie już ktoś, kto będzie zajmował się Twoimi (i swoimi) interesami, tak aby zarobić jak

najwięcej.

Dlaczego warto mieć pełną wersję?



Czy wiesz, jak napisać książkę i jeszcze na tym zarobić? Prawdopodobnie jeżeli trzymasz w ręku tę książkę, masz głowę pełną pomysłów. Wiesz, że Twoja wiedza na pewne tematy jest większa niż innych. Co pewien czas zadajesz sobie pytanie: "Dlaczego by nie napisać o tym książki?". I tutaj pojawiają się dwa podstawowe problemy. Jak zabrać się za pisanie i czy ktokolwiek wyda moją publikację? Wyobraź sobie teraz, że jest sposób na to, aby zagwarantować sobie wydanie swojej pierwszej książki. Co jeszcze bardziej nieprawdopodobne, sposób ten opisany jest właśnie w tej publikacji. Jej autor, Aleksander Sowa, napisał już 18 książek, które w sumie rozeszły się w liczbie 25 tysięcy egzemplarzy i

cały czas się sprzedają. Autor ten nie zamierza zachować tylko dla siebie wypracowanych osobiście sposobów na wydanie własnej książki. Wręcz przeciwnie, dzieli się swoimi pomysłami na łamach tej właśnie publikacji. Czy skorzystasz z tej wiedzy? Czy podejmiesz wyzwanie i zmierzysz się na serio z własnym pomysłem na książkę? To już zależy wyłącznie od Ciebie. Jeżeli jednak podejmiesz to wyzwanie, za kilka miesięcy Twoją książkę będzie ktoś trzymał w dłoniach, zastanawiając się, czy warto w nią zainwestować.

Pełną wersję książki zamówisz na stronie wydawnictwa Złote Myśli

<http://www.zlotemysli.pl/prod/6676/autor-2-0-aleksander-sowa.html>