

Witajcie drodzy kandydaci na grafomanów. W dzisiejszym odcinku ci z Was, którzy jeszcze nie zniechęcili się do kroczenia krętymi ścieżkami literatury, zostaną zniechęceni ostatecznie. Omówimy sobie rozległy temat planowania kariery.

Każdy z Was po wyknoceniu pierwszego opowiadania zastanawiał się zapewne, ile to jest warte i kiedy będzie go stać na willę z basenem, limuzynę oraz towarzystwo rozwiązłych kobiet.

Na rynku mamy kilka pism branżowych, w których można debiutować. Problem ten zasygnalizowałem już wcześniej parokrotnie. Napisałem jak przedrzeć się przez redaktorów i inne nieprzyjemności.

Przyjmijmy, że opublikowaliśmy nasz pierwszy tekst. Nasuwa się zrozumiałe pytanie: co dalej?

Powiedzmy sobie od razu. Każdy zawodowy grafoman płodzi dzieła i dziełka w tempie kilku - kilkunastu rocznie. Dzielimy je na dwie grupy: zwykłe oraz wielkie opowiadania. Zwykłe opowiadania - to 99% produkcji krajowych grafomanów. Teksty na tyle dobre, by można je było bez wstydu zamieścić w gazetce i bez bólu przeczytać. Każdy z Was takowe napisze zamieści i spokojnie może sobie o nich zapomnieć. Podobnie po jakimś czasie zapomną czytelnicy. Opowiadanie to miła chałturka. My sobie skrobiemy, czasopisma publikują, czytelnicy czytają i się cieszą. Wreszcie coś tam za nie kapie. Kilkadziesiąt, kilkaset złotych - czasem ciut więcej. Jeśli jednak poważnie myślimy o reperowaniu budżetu honorariami, musimy wydać książkę.

Moja recepta na sukces komercyjny była prosta jak konstrukcja cepa. Po pierwsze należało zbudować sobie markę - sprawić żeby nazwisko było rozpoznawalne. Grupy czytelnicze pokrywają się tylko częściowo. Inny czytelnik sięga po "Fantastykę", inny po "Science fiction", wreszcie ci, którzy sięgają po "Fantasy" zazwyczaj nie czytają dwu pierwszych tytułów. Zamieszczałem opowiadania, gdzie tylko się dało. Tam, gdzie płacili i tam, gdzie płacili kiepsko. Dawałem teksty gratis do fanzinów i do informatorów konwentowych. Atakowałem nieustannie przez kilka lat. Wpychałem swoje wypociny nawet do czasopism dla graczy w RPG. Nie wiem ile opowiadań zamieściłem w ciągu ośmiu lat kariery. Trzeba by policzyć, sądzę że było ich nie mniej niż 6-8 rocznie. 50-60 tekstów posłużyło za taran. Ludzie zapamiętali najpierw mojego bohatera, potem moje nazwisko. Nawet niejaki jacek sobota (imiona i nazwiska infamisów piszemy tradycyjnie małą literą) słyszał o mnie, aczkolwiek programowo nie czytał. Jeśli zatem ktoś chce iść moją drogą, nie ma innego wyjścia. Musi obłożyć pisma tekstami, zasypać czytelnika swoją tfu-rczością i ogólnie wypromować swoje nazwisko. Jeśli bowiem zechcemy debiutować, od razu książką trafimy do salonu wielkich przegranych. Nawet jeśli napiszemy arcydzieło, pies z kulawą nogą go nie kupi... Wszystko, co zamieścimy w gazetach czy na forach internetowych, to nasza reklama. Co więcej, mamy ją nie dość że za darmo, to jeszcze często nam za to zapłacą.

Nasze teksty powinny mieć coś, co je wyróżnia z masy. Ja akurat wybrałem humorystyczne pogranicza fantastyki. Mimo sukcesów książek Bułyczowa czy Pratcheta, w Polsce nikt na dobrą sprawę nie eksplorował tych kierunków. Uznałem, że jest to niemal dziewiczy ugor. Dziś zbieram tam plony. Andrzej Sapkowski zajął się "wszawym gatunkiem fantasy" i, jak wszyscy wiemy, osiągnął ogromny sukces. Osiągnął go dzięki temu, że pisał rzeczy, które dla polskiego czytelnika były w pewien sposób nowe. Jarosław Grzędowicz, dla odmiany, poszedł w stronę ciężkiego ponurego horroru. Ta gałąź także nie cieszyła się u nas większym powodzeniem. Był pierwszy. Też chyba nie narzeka. Zatem jeśli chcemy trwale wpisać się w krajobraz literatury, musimy plunąć na konwencje i zaproponować coś nowego. Stworzyć nową gałąź albo przeszcześcić na pień polskiej fantastyki jakiś pęd istniejący już w literaturze na wschodzie lub zachodzie. Jeśli wymyślimy coś naprawdę ciekawego, mamy szanse w przyszłości stać się klasykami podgatunku, jak ja stałem się "klasykiem literatury menel-fiktion". Oczywiście błędem byłoby koncentrowanie się na jednej niszy. Choćby dla higieny psychicznej należy od czasu do czasu napisać coś zupełnie innego. Musi to być przy tym na tyle dobre, by czytelnicy przyzwyczajeni np. do

przaśnych klimatów Wędrowczya przeczytali to bez bólu.

Raz na kilka - kilkanaście numerów czasopisma pojawia się opowiadanie wielkie. Tekst, który w pamięci czytelnika wypali wyraźny ślad, coś o czym będzie się dyskutować przez kolejne lata, coś o czym redaktorzy powiedzą "wtedy dziesięć lat temu bywali wielcy pisarze. A pamiętacie jak zamieściliśmy choćby takie...". Wielkie opowiadanie tworzy legendę pisma i samo przechodzi do legendy. Nawet jeśli go nie czytaliście, słyszeliście o nim od tych, którzy czytali.

Przykłady? "Noteka 2015" Konrada T. Lewandowskiego, "W leju po bombie" Andrzeja Sapkowskiego, "Tkacz iluzji" Ewy Białołęckiej "Autobahn nach Poznań" Andrzeja Ziemiańskiego.

Cały dowcip polega na tym, by w naszej twórczości co jakiś czas pojawiał się tekst naprawdę wysokich lotów. Tych mniej ważnych, dobrych ale słabszych, nikt nie zapamięta. Te wielkie zbudują nam markę. To pierwszy klucz do sukcesu. Oczywiście najlepiej byłoby debiutować czymś takim. Jeśli zdarzy nam się napisać takie opowiadanie musimy dobrze zastanowić się komu je sprzedać. Nie może to być pismo o niskim nakładzie. Taki tekst należy umieścić w miejscu, gdzie przeczyta je możliwie dużo ludzi. Dwa razy w życiu napisałem teksty, które zaliczyć mogę do tej klasy: "2586 kroków" i "Samolot do dalekiego kraju". Pierwszy umieściłem wręcz fatalnie - ukazał się w jednym z ostatnich numerów "Fenixa". Przeszedł prawie niezauważony... Taki tekst jest jak diament znajdujący się między stosami brukowców.

Napisałem około 80 opowiadań. Dwa uważam za naprawdę udane. Proporcja wyniosła więc w moim przypadku 1:40. Może Wam uda się te proporcje poprawić. A w każdym razie należy próbować.

Tymczasem minęły powiedzmy 3 lata od naszego debiutu. Puściliśmy w świat 20 opowiadań, pojeździliśmy po konwentach i nadeszła pora wydania pierwszej książki.

W zamierzonych czasach komuny ludzie zarabiali sporo, a przy tym nie bardzo mieli te pieniądze na co wydać. Dobra użytkowa w rodzaju pralek czy samochodów były dostępne nielicznym, gry komputerowe dopiero się pojawiały, w telewizji był jeden program w porach do dwu, magnetowid był luksusem... Brakowało dzisiejszych rozrywek, literatura nie miała konkurencji. Za nadwyżki pieniędzy kupowało się książki. Były to czasy, kiedy w antykwariacie czy księgarni, zbiór opowiadań Zajdla czy Bułyczowa kupowałem dlatego, że wśród zamieszczonych jedno lub dwa opowiadania były mi nieznane. Czasy się zmieniły. Dziś jeśli wydamy zbiorek opowiadań wcześniej opublikowanych, to choćbyśmy byli ulubionym pisarzem dla tysięcy czytelników, zostanie on na regale w księgarni aż pokryje się kurzem i pajęczynami. Po prostu teksty są im znane, a w dzisiejszych czasach każdy, zanim wyda złotówkę na książkę, najpierw kilka razy obróci ją w palcach...

Gdy planowaliśmy wydać pierwszy tom zbioru opowiadań o Jakubie mieliśmy ten sam problem. Weszły do niego teksty częściowo już czytelnikom znane, jednak trzeba było dodać na zachętę choć 1/3 zupełnie świeżych. Mikropowieść "Hotel pod Łupieżcą" - mogąca stanowić idealny wypełniacz, leżała czekając na druk w "Science Fiction". W ostatniej chwili wydarłem ją redaktorowi z gardła, obiecując w zamian dwa inne opowiadania, i dołączyłem do powstającego zbioru... Jeśli więc chcemy wydać naszą pierwszą książkę, musimy zadbać o to, by 1/3 jest objętości stanowiły teksty czytelnikowi zupełnie nieznane.

W chwili obecnej, składając pomału zbiór opowiadań bez Wędrowczya, mam nieco ułatwioną sytuację. Niektóre z tych tekstów ukazały się 6-7-8 lat temu. Dzisiejsi czytelnicy mieli wtedy 5-7-10 lat. Część puściłem w "Fenixie", gdy gazeta ta chyliła się już ku upadkowi, a nakład sprzedany wynosił... to chyba tajemnica handlowa, ale w każdym razie niewiele. Część ukazała się w różnych efemerycznych periodykach, fanzinach, informatorach konwentowych. Pozostałe na łamach 4 różnych pism, wydawanych w różnym okresie. Teoretycznie nikt nie powinien znać więcej niż połowy. Mimo to liczyć się muszą z istnieniem fanatyków tropiących i kolekcjonujących płody mego umysłu - więc zasada pozostaje ta sama: Minimum 1/3 objętości stanowić muszą niepublikowane.

Wydajemy naszą pierwszą książkę. Hurr! Odwaliliśmy reklamę i promocje, książka opatrzona jest naszym wpadającym w ucho nazwiskiem. I co dalej? Może wstrząsnę Wami - ale nadal niewiele z tego wynika. Ogólnie pojmowany fandom, uczestnicy konwentów i czytacze czasopism branżowych był analizowany parokrotnie przez speców od marketingu. Ocenili oni głębokość rynku fantastycznego w Polsce na ok. 150-200 tys. ludzi, podczas gdy zaangażowani w ruch fanowski, stanowią circa 2% tej grupy. Nasza reklama to dobry początek. Ci aktywni kupią książkę i potem będą polecali mniej aktywnym znajomym - jednak trzeba za wszelką cenę zahaczyć także pozostałe 196 tysięcy miłośników fantastyki.

Najskuteczniej było by zrobić to przy pomocy reklamy telewizyjnej - problem w tym, że mało kogo dziś na to stać... Jeszcze zanim znalazłem wydawcę, wiedziałem, że cholernie istotna będzie okładka przyszłego zbioru. Oficyna wydawnicza "Binaria" - nosząca się z zamiarem publikacji Wędrowycza, a posiadająca doświadczenie raczej w wydawnictwach encyklopedycznych, miała pomysł raczej średnio udany; czarne tło na nim czerwone literki. Czy ktoś sięgnąłby po taka książkę? Czy księgarnia umieściłby ją na właściwej półce? Trudno ocenić.

W swojej kolekcji dziwnych papierków miałem śliczną grafikę zrobioną przez Andrzeja Łaskiego do opowiadania "Wiat święta" - wewnątrz obory, pijany Jakub, pijany święty Mikołaj pali skręta, wokoło walają się puste flaszki, krowa liże egzorcystę po ciemieniu. Pomyślałem, że gdyby to pokolorować... Książka broni się okładką. To odjechana grafika, złożone literki, ciekawy krój czcionki zachęcają potencjalnego klienta, by wziął ją do ręki. Jeśli tylko istnieje taka możliwość, należy sprawy dopilnować. Jeśli w przyszłości kompilować będziemy zbiór swoich tekstów, siłą rzeczy musimy dokonać selekcji. Podzielić swój dorobek na kilka grup, każdej nadać znak jakości - jedną czwartą tych najsłabszych musimy odrzucić. Nie ma sensu ryzykować, że taka kropla zgnilizny popsuje nam beczkę destylatu. Umieszczamy tam opowiadania dobre i doskonałe, oraz wielkie... Im więcej wielkich opowiadań umieścimy w tomiku, tym oczywiście lepiej.

Kopiowanie tekstów, obrazów i wszelkiej twórczości użytkowników portalu bez ich zgody jest stanowczo zabronione. (Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83 z dnia 4 lutego 1994r.).

valdens, dodano 14.02.2009 20:42

Dokument został wygenerowany przez www.portal-pisarski.pl.