

AKO VYDAŤ KNIHU

a nezbláznit' sa z toho!

2024

AKO VYDAŤ KNIHU

a nezbláznit' sa z toho

Monika Zbinová

© MONICQA PUBLISHING, s. r. o.

Beluša, 2024

Prvé vydanie

Redakcia a jazyková korektúra

Zuzana Kasáková

Obálka

Fán Kovács

Grafická úprava

Monika Zbinová

ISBN 978-80-973806-2-5 (brožovaná väzba)

ISBN 978-80-973806-4-9 (EPUB)

ISBN 978-80-973806-5-6 (MOBI)

ISBN 978-80-973806-3-2 (PDF)

OBSAH

Úvod	11
Je táto kniha pre vás?	13
1. <i>Môžem vs. mám vydať knihu?</i>	18
Môžem vydať knihu?	20
Mám vydať knihu?	20
Čo chcete dosiahnuť?	21
Konfrontujte sa s realitou	23
2. <i>Vydavateľstvo vs. selfpublishing</i>	34
Kto môže byť vydavateľom knihy?	36
Vydanie knihy cez vydavateľstvo	36
Zopár tipov, ako poslať knihu do vydavateľstva	40
Selfpublishing: vydanie knihy vlastným nákladom	42
Čo je selfpublishing?	43
História selfpublishingu	44
Selfpublishing nie je anarchia	47
Známi nezávislí autori	49
Vydavateľstvo alebo selfpublishing?	50
3. <i>Písanie vs. úpravy</i>	54
Príprava	56
Ujasnite si zmysel a cieľ	56
Píšte veľa, ale čítajte ešte viac	58
Vzdelávajte sa	59
Osnova a myšlienkové mapy	59
Kto je váš čitateľ?	61
Začnite v malom...	61

... a pýtajte si spätnú väzbu	64
10 krokov, ako napísať knihu	65
Písanie	66
Čas	67
Motivácia	68
Nástroje	69
Úpravy	76
Najskôr pauza	77
Beta čitatelia	78
Editorská redakcia	79
Redakcia	84
Ako prebieha spolupráca s redaktorom?	86
Jazyková korektúra	88
Čo teda váš text potrebuje?	90
<i>4. Obsah vs. dizajn</i>	<i>94</i>
Obsah	96
Rozprávač a forma rozprávania	96
Časté chyby pri písaní knihy	100
Reč postáv	104
Osobné zámená	106
Interpunkcia	107
Dizajn	108
Vonkajší dizajn	108
Vnútorný dizajn	110
Finalizácia podkladov	116
<i>5. Tlačená kniha^{vs.} e-kniha</i>	<i>130</i>
Tlačené knihy	132
Čo sú tlačené knihy?	132
Vydanie tlačenej knihy	132
Ako sa vyrába tlačená kniha?	133

Predaj tlačenej knihy	134
Print on demand	135
Prečo vydať tlačенú knihu?	138
E-knihy	139
Čo sú e-knihy?	139
Formáty	140
Vydanie e-knihy	149
Ako sa vyrába e-kniha?	149
Predaj e-knihy	150
Nákup, čítanie a ochrana e-kníh	151
Prečo vydať e-knihu?	157
Audioknihy	159
Tlačená kniha alebo e-kniha?	160
<i>6. Bestseller vs. prepádak</i>	<i>164</i>
Marketingová stratégia	166
Kedy s tým začať?	168
Kto je vaša cieľová skupina?	169
Kto je vaša konkurencia?	170
Čím je vaša kniha jedinečná?	170
Koľko môžete minúť?	172
Vybudujte si čitateľskú základňu	173
Štyri piliere knižného marketingu	177
Produkt = skvelá kniha	177
Metadáta	179
Propagácia = viditeľnosť	202
Fáza 1: Objavenie	203
Fáza 2: Rozhodovanie	226
Fáza 3: Kúpa	243
Fáza 4: Spätná väzba	243
Miesto = kníhkupectvá	245
Vlastný web	246

Sám vojak v poli	249
Distribučná spoločnosť	250
Print on demand	251
Exkluzivita	252
Predaj vo svete	252
Amazon	254
Cena = hodnota	257
Lacná vs. drahá	258
Cena na trhu a konkurencia	259
Náklady	260
Cieľová skupina	261
Investícia do budúcnosti	261
Testovanie	262
<i>7. Výdavky vs. príjmy</i>	<i>266</i>
Výdavky	270
Vydanie knihy	271
Distribúcia	279
Marketing	281
Literárny fond	282
Príjmy	282
Dotácie a granty	283
Príjmy z predaja	285
Daňové priznanie	288
Affiliate marketing	288
<i>Súčasnosť vs. budúcnosť vydávania kníh</i>	<i>294</i>
Autor = srdce vydavateľského ekosystému	297
Kto to zaplatí?	299
<i>Záver</i>	<i>302</i>

<i>Podakovanie</i>	304
<i>Bonus: Vydavateľský plán</i>	306
Prečo by ste si mali vytvoriť vydavateľský plán?	308
Aby ste veci nerobili náhodne	308
Aby ste sa mohli vyhnúť neúspechu	308
Aby ste mohli lepšie spolupracovať	309
Vízia a ciele	309
Financovanie	310
Čo chcete pokryť?	310
Koľko to bude stáť?	311
Predaj knihy	312
<i>Publico</i>	314
Prečo sa pre selfpublishing oplatí využiť Publico?	316
Selfpublishing = urob si sám?	316
Aký je prínos takejto spolupráce?	317

ÚVOD

Písať motivačné knihy je dnes v móde.

Kdesi na začiatku tohto trendu boli ľudia snažiaci sa písať o tom, čomu rozumejú, pre publikum, ktoré by rozumieť chcelo. Zdravý životný štýl, sebarozvoj, kariéra... Čím väčší úspech takéto tituly mali, tým väčšia bola túžba iných napodobniť ich. Stať sa novým Murakamim či Rowlingovou je náročné – na produkciu bestsellerových románov treba mať okrem schopností a talentu i kopec šťastia. Preto práve kategória príručiek a literatúry o sebarozvoji pôsobí ako magnet – jedným pólom na tých, ktorí by do niektorej témy chceli hlbšie preniknúť, druhým zasa na tých, ktorí cítia spoločenskú objednávku a domnievajú sa, že sami majú k veci čo povedať.

Ako čitateľka tomuto žánru veľmi neholdujem. Možno preto, že niektoré tituly pôsobia, ako keby boli písané cez kopirák; otravujú ma v nich zbytočné omáčky a siahodlhé príbehy, ktorých býva viac než užitočného obsahu. Človek má pri ich čítaní pocit, že ak by ich autor vypustil, zostal by mu materiál najviac tak na dlhší článok na blog (česť výnimkám!). Dušovala som sa, že keď raz napíšem knihu ja, urobím to úplne inak.

Zaoberať sa literatúrou a stať sa riaditeľkou vo vydavateľstve bolo mojím snom odmalička. Publico, ktoré rozvíjam od roku 2013, síce klasickým vydavateľstvom nie je, ale ponúka prakticky všetko, čo nezávislý autor pri vydaní knihy potrebuje. Veľa som sa naučila aj v predchádzajúcich prácach – niekoľko rokov

som bola šéfredaktorkou časopisu občianskeho združenia, na voľnej nohe som sa venovala korektúram, copywritingu, redakcii i grafickému spracovaniu kníh. Nemôžem zabudnúť ani na knižný blog, kde som od roku 2009 uverejnila takmer 300 recenzií. Ako občas vravievam, cez deň knihy vyrábam, večer ich čítam a v noci o nich píšem.

Knihu, ktorú držíte v rukách, teda nevarím z vody. Celý môj profesionálny život sa točí okolo kníh a snahy pomáhať autorom, ako ste vy. Hoci vydávanie kníh už dávno nie je

Hoci vydávanie kníh už dávno nie je výhradnou doménou tradičných vydavateľstiev, súvisiace know-how paradoxne stále zostáva akýmsi podpultovým tovarom.

výhradnou doménou tradičných vydavateľstiev, súvisiace know-how paradoxne stále zostáva akýmsi podpultovým tovarom. Rozhovory s mnohými začínajúcimi autormi mi dlhodobo potvrdzujú, že publikácia venovaná takémuto obsahu na Slovensku chýba.

Verím, že vnútri tej, ktorú som poskladala z mojich viac než pätnásťročných skúseností a do ktorej som vložila úprimnú snahu pomôcť každému začínajúcemu autorovi, nájdete čo najviac užitočných rád a čo najmenej zbytočnej vaty.

Pohodlne sa usadte, začíname!

JE TÁTO KNIHA PRE VÁS?

Všetci nádejní autori v snahe publikovať svoje dielo začínajú podobne: gúglením a čítaním návodov na internete. Lenže vydávanie kníh nie je téma, o ktorej si stačí prečítať zopár článkov. Ide o komplexný a pomerne zložitý proces – nie náhodou na ňom vo vydavateľstvách spolupracuje aj niekoľko desiatok ľudí. Ak sa na túto cestu vydáte sami, bude plná odbočiek a križovatiek, pričom každá vás dovedie k inému cieľu. Na každú otázku existuje viacero odpovedí – a nielen jedna bude správna.

Vydavateľstvo alebo selfpublishing? Tlačaná kniha alebo e-kniha? A čo ISBN, korektúry, zahraničný trh alebo zdanenie príjmov za predané knihy? Namiešať správny kokteíl rozhodnutí a vybrať najvhodnejšiu trasu k vydaniu knihy sa dá najlepšie práve vtedy, keď má autor k dispozícii čo najviac informácií. Vďaka nim sa môže prikloniť k tomu, čo dáva najväčší zmysel nie vo všeobecnosti, ale v jeho konkrétnom prípade. To je hlavný dôvod, prečo táto kniha vznikla – má vám pomôcť vo všetkom sa zorientovať a správne sa rozhodnúť.

Počas uplynulých rokov som sa stretla s rôznymi typmi autorov. Počítam s tým, že rovnako pestrá bude i skupina, ktorá s cieľom nájsť odpovede na svoje otázky siahne po tejto knihe. Prajem si, aby priniesla úžitok čo najväčšiemu počtu budúcich spisovateľov, ale rovno upozorňujem, že nie je pre všetkých. Ne nájdete v nej zaručene fungujúci návod na to, ako vaše dielo za päť minút napísať, za hodinu vydať a za tri dni sa vďaka nemu

stať milionárom. Je určená autorom, ktorí to s vydaním knihy myslia vážne. Neboja sa investovať čas, schopnosti ani peniaze a dokážu prijať nielen dobrú radu, ale i konštruktívnu kritiku.


Z tejto knihy bude mať najväčší úžitok človek, ktorý:

- ⊙ sa profesijne venuje inej oblasti a fungovanie knižného trhu je pre neho zatiaľ španielska dedina, v ktorej sa chce na začiatok trochu zorientovať;
- ⊙ je dospelý (minimálne duchom) a má už za sebou niečo, o čom môže písať a obohatiť tým svet;
- ⊙ píše alebo napísal knihu, ktorú chce publikovať nielen pre radosť seba a svojho okolia;
- ⊙ má zdravé sebedovetomie a pokojne aj vysoké ambície, no zároveň mu nechýba zmysel pre realitu.

Je to skrátka človek, ktorý chce vydať knihu, a preto hľadá informácie o tom, aké má možnosti, ako to celé funguje, odkiaľ začať a čo ho čaká. Nebojí sa trochu riskovať a je skôr optimista, ale s nohami na zemi.

Ste to vy?

Tak vitajte a obráťte stranu.



— Chcem vás naučiť písať, Marcus. Nielen to, aby ste vedeli písať, ale aby ste sa stali spisovateľom. Lebo písať knihy nie je len tak — každý vie písať, ale nie každý je spisovateľom.

— A ako človek vie, že je spisovateľom, Harry?

— Nikto nevie, že je spisovateľom. Povedia mu to iní.

JOËL DICKER: PRAVDA O AFÉRE HARRYHO QUEBERTA

1.

MŮŽEM vs. MÁM
VYDATĚ KNIHU?

Čo to vlastne znamená - vydať knihu? Predstavte si autora, ktorý knihu napíše, a čitateľa, ktorý ju prečíta. Zjednodušene by sa dalo povedať, že všetko, čo sa deje medzi tým, je jej vydáním. Vydanie knihy teda znamená jej sprístupnenie pre verejnosť, aby si ju mohol ktokoľvek kúpiť a prečítať. Aby sa tak stalo, je potrebné ju najskôr pripraviť - obsahovo, jazykovo, dizajnové - a následne s ňou pracovať ako s produktom na trhu (distribúcia, marketing).

MÔŽEM VYDAŤ KNIHU?

Ešte pred pár rokmi by ste o vydaní vlastnej knihy možno vôbec neuvažovali. Znelo to ako niečo nedosiahnuteľné alebo určené len pre vyvolených, ktorí majú tie správne kontakty. Nesmelé literárne pokusy preto najčastejšie končili v zásuvke písacieho stola alebo v útrobách počítača.

Dnešná situácia je úplne iná. Možnosť vydať knihu už nie je výsadou štátom sponzorovaných spisovateľov s dlhými bradami ani výstredných umelcov, ktorí presedia celé dni s cigaretou v ústach a pohárom vína vedľa písacieho stroja. Knihy produkujú slávne osobnosti aj tínedžeri, ženy na materskej dovolenke, podnikatelia i dôchodcovia. Napísať a vydať knihu môže úplne každý. Tak prečo nie aj vy? Nikto vám v tom nemôže zabrániť a nemusíte na to splniť žiadne predpoklady. Nemusíte mať vydavateľstvo ani sa so žiadnym spojiť, kvôli vydaniu knihy nemusíte zakladať firmu ani živnosť. Stačí, aby ste mali obsah, ktorý chcete ako knihu publikovať.

MÁM VYDAŤ KNIHU?

Prvú dilemu sme vyriešili ľahko: knihu vydať môžete. Druhá dilema je však oveľa dôležitejšia. Malo by vaše dielo skutočne uzrieť svetlo sveta? Nepochybne je to lákavá predstava, ale odpoveď už taká jednoduchá nebude. Vyžaduje najskôr zamyslieť sa nad svojimi ambíciami a hneď nato uplatniť zdravú dávku sebakritiky.

ČO CHCETE DOSIAHNUŤ?

Technicky môže knihu vydať skutočne hocikto. Preto sa do toho púšťajú nielen talentovaní spisovatelia budujúci si literárnu kariéru, ale aj autori s omnoho skromnejšími cieľmi. Tí písanie berú ako koníček a literárnou kvalitou sa príliš nezaťažujú. Vydanie knihy je pre nich skôr jednorazové splnenie sna, darček pre rodinu či pokúšanie šťastia než cieľavedomý proces smerujúci k naplneniu vyšších cieľov.

V prvom kroku vám odporúčam nastaviť si vlastné ciele a očakávania. Z akého dôvodu vlastne chcete knihu vydať a v akom momente si poviete, že sa vám do toho oplatilo ísť? Vôbec to nemusí byť finančný aspekt, môže ísť skutočne aj o splnenie sna či predaj nejakého počtu kusov, ktoré vy sami budete považovať za úspech. Čo láka vás? Úspech, sláva, peniaze? Milujete knihy? Túžite si splniť sen a držať v rukách svoje dielo vytlačené? Radi by ste zúročili svoj talent? Chcete sa poradiť so svojimi vedomosťami, názormi, zážitkami, chcete po sebe niečo zanechať? Budete spokojní, keď dosiahnete 1. miesto v rebríčku predajnosti na Martinuse? Keď predáte 1000 kníh? Alebo keď vás pochváli obľúbený knižný influencer? Či keď sa dostanete do nominácie na Anasoft literu? Skúste si odpovedať úprimne – každý cieľ je úplne legitímny.

Zahrám sa teraz na kúzelníka. Pokúsim sa odhadnúť potenciálne odpovede a rovno ich všetky zhrniem a roztriedim do troch skupín:

Ambiciózní virtuózi

Prvú skupinu tvoria autori, ktorí cieľia na úspech. Popredné priečky v rebríčkoch predajov, stovky až tisícky predaných

výtlačkov, popularita, literárne ocenenia, finančný zisk. Kladú vysoké nároky na kvalitu knihy, neuspokoja sa s kompromismi a profesionálnosť vyžadujú rovnako od seba ako aj od druhých.

Títo ľudia vedia, čo chcú. Chápu, že ak túžia skutočne preraziť, potrebujú špičkový produkt (knihu) a žiadnu stránku jej výroby nemôžu podceňovať. Do vydania knihy sú ochotní investovať, a ak sú financie problémom, hľadajú spôsoby, ako ich získať, nie výhovorky a kompromisy.

Pozor, vysoké ambície nemusia automaticky znamenať, že takíto autori disponujú nádejným materiálom, ktorý im pomôže ich cieľ naplniť. Ich slabými stránkami býva nízka miera sebareflexie a neochota dať si poradiť.

Plniči snov

Druhú skupinu tvoria tí, ktorí si chcú vydaním knihy splniť sen. Často vydajú iba jedinú knihu – svoje dlhoročné dielo, s ktorým chcú skúsiť preraziť. Ani oni nepohrdnú úspechom (predajným, finančným), ale nie je to ich základná motivácia. Tou je vidieť svoju knihu na poličke v kníhkupectve.

Zvyknú si vyberať kompromisné riešenia a namiesto na plný plyn idú len na 50 – 70 %. V rámci šetrenia financiami zvyknú niektorú fázu vydania knihy vynechať alebo amatérsky zalepiť. Celé dobrodružstvo sa pre nich často končí zaradením knihy do predaja, z čoho majú najväčšiu radosť.

Ich slabou stránkou sú práve všadeprítomné ústupky, ktoré ich dobehnú, až keď je na nápravu neskoro. Čudujú sa, prečo sa knihe nedarí, no pravdou je, že takýmto spôsobom sa produkt, ktorý má byť na knižnom trhu úspešný, vytvoriť nedá.

Knižní bezstarostníci

Do tretej skupiny patria autori pristupujúci k vydaniu knihy ako k bočnému projektu, pre ktorý majú chvíľkové nadšenie, no potom sa rozplynie dostratena. Zvyknú podniknúť prvé kroky k tomu, aby bola kniha v nejakej podobe publikovaná, zväčša sa však uspokojia s tým najjednoduchším a najlacnejším riešením (ak ho vôbec dotiahnu do konca).

Túto skupinu je ťažké sklamať, keďže nemá takmer žiadne očakávania. Vo zvyšku knihy sa jej neplánujem podrobnejšie venovať, pretože moje rady vlastne ani nepotrebuje. Ak však patríte do prvej alebo druhej skupiny (prípadne ste niekde medzi nimi), čítajte ďalej, moja kniha je určená práve vám.

KONFRONTUJTE SA S REALITOU

Keď sa povie vydanie knihy, veľa ľudí si predstaví:

- ☑ napísanie knihy doma na počítači alebo v kaviarni na Macbooku;
- ☑ odoslanie knihy vydavateľstvu;
- ☑ nadšený telefonát z vydavateľstva hneď na druhý deň;
- ☑ podpis zmluvy s vydavateľstvom;
- ☑ hotovú vytlačenú knihu vo výklade každého kníhkupectva;
- ☑ veľa peňazí, slávy a pozvánok do Telerána;
- ☑ zmluvu na ďalších päť kníh;
- ☑ happyend.

Tento sarkastický a na prvý pohľad za vlasy pritiahnutý popis nebýva až tak ďaleko od pravdy, ako by sa zdalo. Zatiaľ to vy-

zeralo tak, že stačí veľmi chcieť. No ako správne tušíte, predsa len to nie je všetko. Treba zobrať do úvahy vlastné schopnosti i ochotu na sebe ďalej pracovať. A tu už zvyčajne narazí kosa na kameň.

Ak by sme spolu sedeli na káve a chceli by ste odo mňa radu, či a ako sa pustiť do vydania knihy, vaše očakávania by dali nášmu rozhovoru potrebný rámec: ste ambiciózny virtuóz alebo plnič snov? Hneď nato by muselo nasledovať vyloženie kariet na stôl: čo vlastne chcete vydať? Aký materiál máte k dispozícii?

Predpokladám, že v rukách už máte svoj koncept, rukopis (hoci dnes už sa rukopisy píšu na počítači), a chcete ho premeniť na knihu. No teraz prichádzajú otázky za milión: Ako zistiť, či ste napísali dobrú knihu? Čo to vlastne dobrá kniha je? A záleží na tom vôbec?

Ako zistiť, či viete písať?

Povedia vám to druhí

Často sa stretávam s autormi, ktorí svoju tvorbu pred svetom veľmi taja. Boja sa ju niekomu ukázať, niekomu ju poslať, aby ich náhodou neokradol a text nevydal pod iným menom. Inokedy je za tým tajnosťárstvo; veď na svetlo sveta sa má dostať až hotová kniha – finálny produkt, za ktorý sa autor nebude musieť hanbiť.

Istá opatrnosť je určite namieste v prípade známych autorov, od ktorých sa očakávajú bestsellery, čitatelia sa ich nemôžu dočkať a investícia do ich vydania by sa na 100 % oplatila. Takíto autori môžu zverejnenie textu odďalovať aj z taktických marketingových dôvodov, napríklad v snahe pôsobiť tajomne a držať tak svoje publikum v napätí.

V prípade začínajúcich autorov by sa mal diať presný opak. Vždy keď sa dá, choďte s kožou na trh. Len tak sa môžete dozvedieť, či píšete dobre, kde máte ešte medzery a či vaše texty vôbec niekoho zaujímajú.

- ② **Už vám niekto povedal**, že máte na písanie talent?
- ② **Odporúčal vám niekto** po prečítaní vašich textov vydať knihu?
- ② **Orientujete sa v nejakej téme** natoľko, že si k vám ľudia chodia po radu?

Ak neviete ani na jednu z otázok poctivo odpovedať áno, navrhujem vám, aby ste túto knihu na nejaký čas odložili (nemajte obavy, nič vám neujde), a namiesto jej čítania zatiaľ píšete, tvorte, skúšajte, pýtajte si spätnú väzbu, až kým aspoň jedno áno nedostanete. Inšpirovať sa môžete aj niektorými z nasledujúcich tipov:

- ② **Píšete si blog a zdieľajte ho medzi priateľmi.** (Čo hovoria? Zdieľajú vaše texty ďalej? Alebo len zo slušnosti dajú páčik?)
- ② **Zvoľte si pseudonym a zistite, ako vašu tvorbu vnímajú cudzí ľudia.** (Akú spätnú väzbu dostávate od tých, ktorí sa nemusia báť, že zrania vaše city? Pozitívnu alebo negatívnu? Konštruktívnu? Alebo žiadnu, lebo im je vaša tvorba ľahostajná a nevzbudzuje vôbec žiadne emócie?)
- ② **Spoznajte svojich literárnych kolegov.** (Ako reagujú ľudia, ktorí píšu/čítajú knihy z vášho žánru?)
- ② **Prihláste sa na kurz tvorivého písania.** (Ako vaše texty hodnotí skúsený lektor či účastníci kurzu?)

- ❖ **Zapojte sa do literárnej súťaže.** (Na akej priečke sa vám podarí umiestniť?)
- ❖ **Oslovte literárneho redaktora.** (Aký posudok vám dá skúsený odborník? Ako odhadne vaše šance na úspech?)

Čo je vlastne dobrá kniha?

Nechcem sa na tomto mieste púšťať do komplikovaných úvah o tom, čo je alebo nie je kvalitná literatúra, a triediť autorov na skvelých spisovateľov a tých, ktorí písať nevedia. Existujú na to objektívne kritériá, no ak vaším cieľom nie je stať sa finalistom Anasoft litery, v konečnom dôsledku to neposudzuje odborná porota, ale bežné publikum. Písanie kníh je zvláštna disciplína, pri ktorej je autor stopercentne závislý od názoru svojich čitateľov. Nestačí, že sám chce byť – a možno aj je – vynikajúci a nadaný.

Na začiatku nikto netuší, či sa z vás rysuje nová Rowlingová, Viewegh alebo Dominik Dán. Vraj sa vám niektorý z nich ani nezdá byť nadaným autorom? Tak vidíte. Tisícky či dokonca

**Na začiatku nikto netuší,
či sa z vás rysuje nová
Rowlingová, Viewegh
alebo Dominik Dán.**

milióny ďalších si myslia niečo iné. A to je vlastne dobre. Každému sa páči niečo iné a teoreticky si každá kniha môže nájsť svojich čitateľov. Nemá teda zmysel snažiť sa triafať

do vkusu publika. No usilovať sa získať jeho priazeň určite áno. Nezáleží na tom, či píšete detektívky, romány pre ženy, kuchárske knihy alebo motivačnú literatúru. Je jedno, či sa zaoberáte kávou, záhradkárčením, cestovaním alebo stavaním domov. To, čo je potrebné, je vedieť pretaviť originálny nápad do zaujímavého príbehu, tvoriť autentické dialógy, vystihnúť

psychológiu postáv či dokázať jednoducho vysvetliť zložité veci. Ak to viete – a ľudia vám to hovoria –, máte našliapnuté na to, aby ste sa stali dobrým autorom. A ak okrem toho máte publikum, ktoré chce čítať to, čo píšete, existuje veľká šanca, že dokážete vydať dobrú knihu a vaša snaha nevyjde navivoč.

Možno však písať skrátka neviete a napriek všetkému úsiliu sa v tom ani nedokážete výraznejšie zlepšiť. Na to, aby bol váš písomný prejav kvalitný, nestačí len zbožné pranie alebo schopnosť vyprodukovať súvislý text. Preto tá ťažká dilema *mám vydať knihu?* dolieha práve na tých, ktorí by na jednej strane veľmi chceli, no na druhej strane na napísanie skutočne dobrej knihy jednoducho nemajú predpoklady. Občas sa okolo toho chodí ako okolo horúcej kaše. Krutou pravdou však je, že iba malé percento ľudí je natoľko talentovaných, aby dokázali napísať dobrú knihu, a ešte menej je tých, ktorí dosiahnu výraznejší úspech a ich mená vojdú do dejín.

Ideálnym spôsobom, ako začať akúkoľvek vydavateľskú odyseu, je preto spojiť sa so skúseným redaktorom, ktorý vám nastaví pomyselné zrkadlo. Ale pozor – nemal by to byť zástupca žiadneho vydavateľského domu, ktorý posudzuje kvalitu textu primárne z pohľadu záujmov vydavateľstva. **Snažte sa získať profesionálny, ale nezávislý názor – len tak zistíte, či má vôbec zmysel investovať sily do vašich pokusov preraziť.**

Nemali by ste zabúdať ani na to, že každá kniha zostáva po dopísaní iba konceptom. Ani tí najlepší autori nemajú po ťuknutí poslednej bodky v počítači text, v ktorom stačí opraviť preklepy a čiarky, aby kniha mohla ísť následne do sveta. Znie to ako samozrejmosť, ale mnohých autorov pri spolupráci

s redaktorom prekvapí zistenie, že nimi dokončený text je ešte stále len surové cesto zamiesené na koláč. Aby sa z neho stalo hotové dielo, je potrebné s ním ďalej pracovať.

Podobne ani pri ďalších fázach vydavateľského procesu (obálka, vnútorný dizajn atď.) sa nesnažte všetko zvládnuť sami. Ak máte tendenciu presadzovať viac vlastný pohľad, môže sa stať, že si sami pod sebou podpílate konár. Radšej sa obklopte profesionálmi, ktorým dôverujete a ktorí vám pomôžu robiť dobré rozhodnutia. Kvalitnú knihu totiž nedokázate urobiť bez kvalitného tímu. Je logické, že o svojej knihe máte istú predstavu. Nikto nespochybňuje, že s ňou máte tie najlepšie plány. Ale to samo osebe nestačí: mali by ste v sebe mať aj kus sebakritiky, pokory, štipku humoru a ochotu stále sa učiť a posúvať sa vpred. Nechajte si poradiť a pomôcť od ľudí, ktorí sa svojmu remeslu rozumejú, inak vám hrozí, že do svojej knihy investujete veľa času a energie, no ona svoj potenciál nikdy nenaplní.

Záleží na tom?

Ak je vaším cieľom skutočne len splnenie sna a neprajete si viac ako držať raz v rukách svoju prvú a možno jedinú knihu, bude vám na jej kvalite či úspechu u čitateľov záležať oveľa menej – a je to v poriadku. V takom prípade však stojí za to aspoň na krok od svojej predstavy odstúpiť a zamyslieť sa nad tým, čo sa za touto túžbou skrýva a či sa to nedá dosiahnuť aj inak a jednoduchšie.

Baví vás písanie? Perfektné! A počuli ste už o internete? Existuje veľa možností a platforiem, kde môžete neustále písať a uverejňovať čokoľvek, s minimálnou námahou a bez zbytočných nákladov. Dokonca je veľká šanca, že takto oslovíte omnoho väčšie publikum. K čitateľom na webe sa dostanete bez

ohľadu na hranice, môžete s nimi interaktívne komunikovať a dostávať okamžitú spätnú väzbu. A to všetko bez investovania čo i len jedného centu.

Chcete potešiť seba a rodinu? Pošlite svoje dielo do hoci-ktorej tlačiarne, tá vám vyrobí pokojne jediný exemplár knihy, ktorý si môžete dať na policičku a ukazovať ho návštevam, alebo zopár výtlačkov, ktoré rozdáte blízkym.

Pokiaľ ide o peniaze, tie sú v knižnom svete ošemetná záležitosť. Ak je za vašou túžbou vydať knihu vidina možnosti rýchleho zárobku, radšej porozmýšľajte o lepšie platenej kariére – stabilnejší príjem budete mať aj v mcdonalde. Autorov, ktorí sú na Slovensku schopní živiť sa písaním, môžeme spočítať na prstoch jednej ruky. Reálnejšie je malé priliepenie k výplate. Ideálne je nastaviť svoje očakávania tak, aby ste z príjmov boli schopní pokryť náklady, ktoré na tvorbu knihy vynaložíte, a ak vám ostane aj niečo navyac, považujte to za príjemný bonus.

Autorov, ktorí sú na Slovensku schopní živiť sa písaním, môžeme spočítať na prstoch jednej ruky.

Oveľa zaujímavejším i reálnejším efektom plynúcim z prípadného úspechu knihy je fakt, že sa (hlavne v prípade populárno-náučnej literatúry) môžete presadiť ako človek, ktorý sa vo svojej oblasti naozaj vyzná, a tým **nadobudnúť status lídra, pomôcť svojej značke alebo zviditeľniť vlastné podnikanie či záľubu.**

Keď napríklad vydáte knihu o káve, ktorá bude mať úspech, môže vám to pomôcť etablovať sa ako kávový odborník. Z toho vyplývajú obojsmerné výhody: ak sa káve venujete profesionálne (máte vlastnú kaviareň, pražiareň, obchod s kávou), zviditeľnenie vášho mena pomôže zvýšiť popularitu vášho podniku, získať väčšiu kredibilitu a dosiahnuť vyššie tržby i predaje

knihy. Ľudia si knihu kúpia preto, že ju napísal profesionál s množstvom praktických skúseností, alebo, naopak, využijú služby vašej firmy práve preto, lebo za ňou stojí uznávaný autor.

Podobne je to s akoukoľvek inou oblasťou života. Knihy o cestovaní sa nepíšu len kvôli tomu, aby sme sa podelili o zážitky, ale aj pre zviditeľnenie cestovateľského blogu. Kuchárske knihy píše výrobcovia zdravej výživy a príručky o sebarozvoji rôzni koučovia, ktorí sa venujú reálnej práci s ľuďmi na svojich kurzoch.

Nech je však vaša osobná motivácia pre vydanie knihy akákoľvek, nemali by ste myslieť iba na seba, ale aj na svojho čitateľa. Dokonca si dovoľm tvrdiť, že ak píšete knihu len pre slávu, peniaze, podporu svojho podnikania, alebo si skrátka chcete niečo dokázať, je to dosť málo. Spozornieť by mali aj autori,

**Robiť veci polovičato sa
neoplatí a v literárnom
svete už vôbec nie.
Ak sa vedome rozhodnete
pre ľahšiu cestu,
môžete neskôr
naraziť – napríklad
na to, že váš knižný trh
nebude brať vážne.**

ktorých hlavným dôvodom pre vydanie knihy je neodbytný pocit, že majú ľuďom čo povedať. Spísať svoje spomienky a vydať osobné memoáre môže mať síce obrovský terapeutický účinok, ale následne oveľa menší komerčný potenciál.

Tak čo, ešte som vás neodradila? Rozhodne to nebolo mojim cieľom, ale tým nie je ani

zahrnúť vás sladkými motivačnými rečami – skôr vám chcem pomôcť vyhnúť sa prípadnému sklamaniu. Už ste asi pochopili, že v knihe nenájdu recept na zázračné zbohatnutie špekulanti ani tí, ktorí berú písanie len ako hobby. Je úplne v poriadku byť amatérskym spisovateľom, rovnako ako je v poriadku mať garážovú hudobnú kapelu či hrať v miestnej futbalovej lige. Každý,

kto niečo vykonáva len ako záľubu, sa však bude riadiť úplne inými pravidlami než tí, ktorí chcú v danej oblasti zažiariť.

Robiť veci polovičato sa neoplatí a v literárnom svete už vôbec nie. Ak sa vedome rozhodnete pre ľahšiu cestu, môžete neskôr naraziť – napríklad na to, že vás knižný trh nebude brať vážne. Spisovateľská kariéra je aj biznis a táto kniha hovorí o tom, ako do jeho vôd vstúpiť a byť v ňom aspoň trochu úspešný. A tiež, ako dopĺňa podtitul, ako sa z toho nezblázniť.

Prosím vás teda, aby ste sa na tomto mieste naposledy zastavili a ešte raz si úprimne zodpovedali, čo je vašim cieľom a ktorou cestou sa k nemu chcete vydať. Moja kniha vás bude nabádať k tomu, aby ste do vydania knihy išli naplno. Ďalej už bude len na vás, ktoré hrozienka z ponúkaného koláča informácií si vyberiete, aby ste dosiahli práve ten váš konkrétny zámer.

Odporičaná literatúra

- ✍ Haruki Murakami: Spisovateľ ako povolání
- ✍ Thomas C. Foster: Čítaj literatúru ako profesor, Čítaj romány ako profesor
- ✍ Austin Kleon: Krad' jako umělec