

РЕЦЕПТ СОЗДАНИЯ КУЛИНАРНОЙ КНИГИ

КТО ОБЫЧНО ПИШЕТ КУЛИНАРНЫЕ КНИГИ? ИЗВЕСТНЫЕ ПОВАРА: ДЖЕЙМИ ОЛИВЕР, АРАМ МНАЦАКАНОВ, ХАКИМ ГАНИЕВ...

ЗНАМЕНИТОСТИ: АНДРЕЙ МАКАРЕВИЧ, ЮЛИЯ ВЫСОЦКАЯ, МАКСИМ СЫРНИКОВ... ПОПУЛЯРНЫЕ БЛОГЕРЫ: НИКА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ, ИРИНА ЧАДЕЕВА, ВЛАД ПИСКУНОВ... НО СЕГМЕНТ КУЛИНАРНЫХ КНИГ СЕЙЧАС НАХОДЯТСЯ НА ТАКОМ ПОДЪЕМЕ, ЧТО СОВЕРШЕННО НЕОБЯЗАТЕЛЬНО БЫТЬ ОДНИМ ИЗ НИХ, ЧТОБЫ ВЫПУСТИТЬ СОБСТВЕННУЮ. В ЭТОМ КРАТКОМ РУКОВОДСТВЕ МЫ ПОПЫТАЛИСЬ СОЗДАТЬ РЕЦЕПТ УСПЕШНОГО ИЗДАНИЯ.



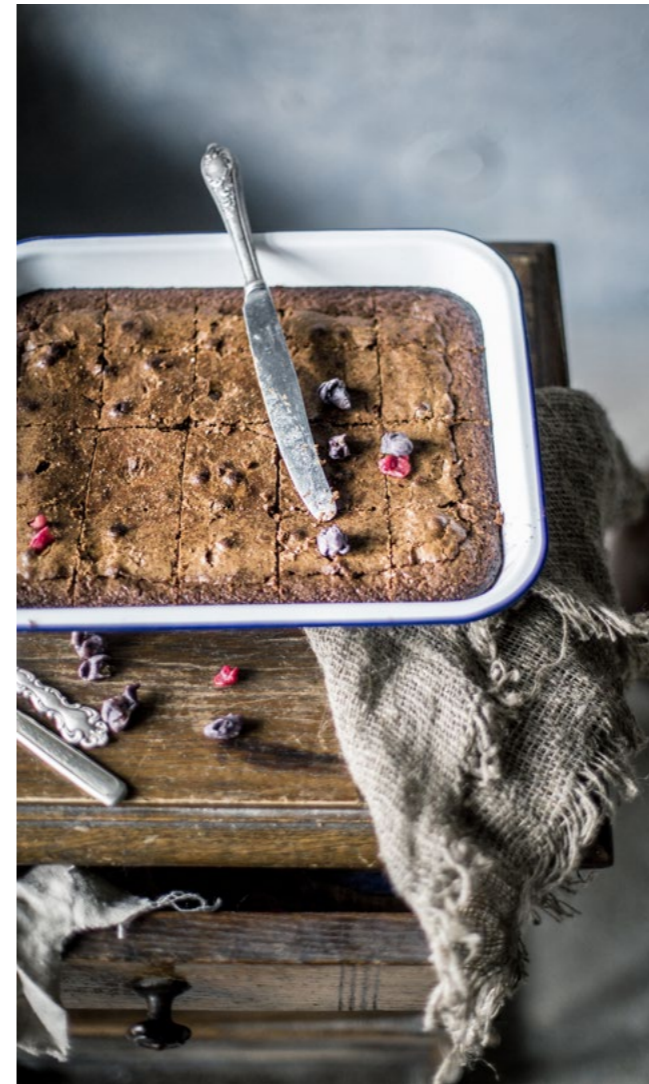
ТЕКСТ: **ЕЛЕНА АСАНОВА** ФОТО: **ОЛЕСЯ КУПРИН**

ЧАСТЬ I. ПОДГОТОВКА

О ЧЕМ БУДЕТ ВАША КНИГА?

Кулинарная книга – это больше не сборник рецептов. Если продолжать мыслить «категориями жанра», то есть риск так и остаться в этих рамках: вступительное слово/биография автора, закуски, первые и вторые блюда, десерт. Все это есть в избытке на кулинарных сайтах и даже без биографий авторов. Поэтому, чтобы конкурировать с Интернетом, кулинарная книга должна эволюционировать. Сегодня это интересное чтение, необычная подача, определенная философия, лежащая в основе каждой книги. На первый план в кулинарной книге выходит ИДЕЯ.

Когда известный итальянский повар, совладелец и шеф ресторана Gusto Фабрицио Фатуччи приступил к созданию своей книги по итальянской кухне, большую часть времени, отведенного на ее написание, он потратил на поиск идеи. «Я стал думать о том, что занимает меня не меньше, чем приготовление еды. Это философия, развитие человека и человечества, эволюция. Во все времена проис-



- другие вариации содружеств тем: литература + еда, кино + еда, мода + еда и так далее.
- рецепты для узкой целевой аудитории, такие как кулинарные книги для холостяков или очень занятых людей (любое блюдо за 20 минут), книги для вегетарианцев или кофеманов.
- узкоспециализированные книги, например, «Все о выпечке из дрожжевого теста» или «1000 и один праздничный ужин».

Кроме того, есть вечные ценности, и книги, основанные на них, никогда не утратят актуальности. Хороший пример – обе книги Елены Чекаловой: «Ешьте!» - книга о вкусной и здоровой пище, написанная в соавторстве с диетологом и приправленная современными исследованиями об использовании различных продуктов; «Первый год замужем» - кулинарно-психологическое эссе, в котором базовые кулинарные рецепты и советы перемешаны с типичными ситуациями и ловушками, в которые попадают молодые супруги.

Таким образом, продавая кулинарную книгу, издательство предлагает либо широко известного автора, либо удовлетворение существующей потребности читателя. Попытка очертить потребности читателей и найти среди них те, которые могли бы удовлетворить вы, – хороший вариант поиска своей идеи.

И последнее – про модные темы. Ни один издатель не знает, что читатель выберет в следующий раз. В один момент все увлеклись мультиварками, и взлетели продажи рецептов для мультиварок; в другой момент кто-то первый написал про мужскую готовку, и пошла плеяда книг для мужчин на кухню. Как рассказывает Елена Шамугия, совладелец издательства «Твоя книга»: «Мы издали книгу про домашнее мороженое и даже не ожидали, каким она станет хитом!». Что станет следующим хитом? Йогурты? Книги для тех, кто имеет только 10 минут на готовку? Рецепты без лактозы и глютена? Читатель покупает то, что в данный конкретный момент отвечает потребностям его души. Возможно, если вы будете просто следовать велениям своей души, найдутся и те, кто их разделит?

Мы намеренно уделили столько внимания первому вопросу. Как и в любом рецепте, идея – это основное блюдо, все остальное – гарнир.

Шаг 1. Отвечаем на вопросы: Почему я хочу написать свою кулинарную книгу? Какой будет ее идея? Кто моя аудитория?

Для того, чтобы предсказать, будет книга успешна или нет, нужно четко понимать, кто ее будущий читатель. Кто и почему будет ее покупать? Если вы – не знаменитость и пока еще не авторитет для читателя, то почему книгу должны купить?

Заметьте, мы не говорим, что в этом случае ее не купят. Просто если ответ не лежит на поверхности

ходили столкновения интересов и мнений между приверженцами традиций и людей с прогрессивным мышлением. В моей книге отражена именно эта тема, тема противостояния традиционности и современности. Я выбрал 45 тем, в каждой из которых представлено два рецепта блюд – традиционный и современный», - пояснил Фабрицио, представляя свою книгу «Моя итальянская кухня: от классики до модерна».

Посмотрите на кулинарные полки в любом книжном магазине. Вы найдете множество «идейных» книг. Попробуем их классифицировать:

- автобиографическая кулинария: рецепты, приуроченные к историям из жизни автора, профессиональным или личным.
- кулинария путешествий. Это не просто подборка рецептов, например, испанской кухни. Это сплав истории страны или региона, ее культуры, забавных историй и рассказов о выдающихся людях, где рецепты идут связующей нитью повествования. Вариаций идей в содружестве тем путешествие + еда очень много.



(я – знаменитость), то нужно копать вглубь, чтобы его найти. Частично ответ кроется в самой идее книги. Например, книга Елены Костюкович, известного переводчика романов Умберто Эко, «Еда - итальянское счастье» – настоящее научно-популярное исследование. Рассказ о каждой провинции автор ведет через введенные ею понятия спецблюда, спецнапитков и спецпродуктов, которые характеризуют регион не менее ярко, чем важные исторические факты. Соответственно, книга будет интересна не только любителям итальянской кухни, но и всем поклонникам Италии, а также ценителям исторической прозы и изящного слога.

Шаг 2. Подумайте, за счет каких категорий людей вы могли бы расширить свою аудиторию. Эта информация пригодится вам и позднее, когда вы будете заниматься продвижением своей книги.

ЧАСТЬ II. ПИЩЕМ КНИГУ

ПЕРВЫЙ КОНТАКТ С ИЗДАТЕЛЬСТВОМ

Издательства предпочитают, когда к ним обращаются с уже готовым продуктом. Пусть не с готовой книгой, но с четкой идеей, структурой, отдельными уже написанными блоками (редакторы же должны оценить, как вы пишете), примерами иллюстраций или фотографий.

Условий для написания книги всего три. Все они – необходимые и обязательные.

- **вы должны уметь писать.**

Отсутствие умения интересно рассказать о своих рецептах простительно только при условии, что эти

рецепты – нечто абсолютно новое и невиданное в кулинарии. А это при сегодняшнем разнообразии кулинарных книг и блогов – вещь очень редкая. Сейчас кулинарные тексты – это новое прочтение старых тем или же микс опыта и воспоминаний автора с инструкциями по готовке. В любом случае, увлекательное изложение – это важно.

- **вы должны уметь готовить/ знать какое-то ноу-хау/ быть экспертом в какой-то кулинарной тематике.**

Издательство МИФ само обратилось к Анне Мелкумян с предложением написать книгу об армянской кухне, поскольку она несколько лет вела популярный блог в ЖЖ, выкладывая рецепты своей мамы (<http://anyutt82.livejournal.com/>). В итоге появилась книга «Армянская кухня. Рецепты моей мамы». Как сказала Анна в интервью portalу Foodika: «Мне просто хотелось поделиться со своими читателями и подписчиками теми кулинарными знаниями, которые я получила от мамы. Когда делаешь что-то, что тебе интересно и делаешь это хорошо и от души, жизнь всегда дает новые возможности и открывает двери!».

- **у вас должны быть отличные фотографии – это минимум 50% успеха.**

Хороший фуд-фотограф – необходимое звено вашей команды по изданию кулинарной книги. Ищите среди друзей, ищите среди начинающих фотографов, которым нужно портфолио, ищите, где хотите, но найдите такого обязательно!

Шаг 3. Прорабатываем контент будущей книги, пишем примеры текстов, готовим описания блюд

и фотографии к ним и презентуем свою работу издательствам. Находим заинтересованное, заключаем контракт и продолжаем работу над книгой.

ФАКТОРЫ УСПЕХА КУЛИНАРНОЙ КНИГИ

Есть несколько ключевых моментов:

- **обложка – она должна «цеплять» с первого взгляда**
- **внутренняя верстка и дизайн – то, что люди могут оценить с одного взгляда: нравится/ не нравится.**

Здесь важно понимать, как люди покупают кулинарные книги. Они либо идут по рекомендации друзей и заранее знают, что это за книга. Либо это эмоциональная покупка, и тогда обложка, верстка, тактильные ощущения – все это должно доставлять удовольствие.

- **дистрибуция**

Конечно, если книгу издает крупное издательство, такое как «Эксмо» или АСТ, она появится на полках всех крупных книжных магазинов. С одной стороны, это хорошо – ее увидит огромное число людей, с другой – она будет напрямую

конкурировать с ближайшими соседями по полке. Пытаясь продвинуть книгу и при этом не сделать стоимость ее продвижения заоблачной, издатель ищет на разные ухищрения. Например, МИФ делает ставку на соцсети, активно представляет книги в своих аккаунтах, проводит конкурсы, отдает книги на рецензии. «Твоя книга» предприняла еще более оригинальный ход и продает книги там, где они ни с кем не конкурируют за внимание читателя: в супермаркетах типа «Азбуки вкуса» или на заправках. Именно так разошлась их книга «Испанец» с рецептами и историями от Хорхе де Анхеля, и сейчас успешно продается следующий проект – книга «Итальянец» с рецептами от Алессандро Джини.

Шаг 4. Обязательно обсуждаем все эти моменты с издательством. Не бойтесь предлагать, но и прислушайтесь к тому, что советует издательство: у них есть экспертиза и опыт.

Заработок или самопиар?

Издатели говорят, что на большие заработки с кулинарной книги, если вы пока еще не раскрученная звезда или известный блогер, рассчитывать не приходится. Обычный тираж кулинарной книги от новичка (то есть книга будет продаваться не за счет имени, а за счет интересной темы и ее подачи) – 3-5 тысяч экземпляров. Российская практика такова, что автор получает примерно 7-10% от оптовой цены книги. В то время как на Западе автор получает такой же процент, но от розничной цены – почувствуйте разницу. Однако, книга может быть полезна совсем другим:

- она увеличит вашу известность, поспособствует приглашению в различные совместные проекты, может стать платформой для нового сотрудничества, новых идей и даже новых книг;
- она привлечет новых читателей в блог, если он у вас есть, либо в ваши аккаунты в соцсетях;
- в конце концов, вам точно будет, что дарить семье и друзьям на все праздники на год вперед.

Шаг 5. Подключаемся к работе по раскрутке книги. Чем больше в этом ваших собственных усилий, тем больше издательство будет готово вкладываться в ее продвижение.

Нам кажется, что написание любой книги – это приключение. Ты вступаешь на этот путь, не зная, чем и как он закончится и даже не будучи уверенным, что сможешь его завершить. Но, несмотря на трудности, этот путь вознаграждает стократно. Встречами и знакомствами, которые случаются, приобретением единомышленников, новым опытом, новыми перспективами и проектами. И в один прекрасный день вы будете держать в руках свою книгу и гордо именоваться автором. Желаем, чтобы такой день наступил!

