

УДК 33.655

**ПОЛІТЕКОНОМІЯ КНИГОВИДАННЯ
ЗА «УКРАЇНСЬКОГО ВИБОРУ»:
В ДЗЕРКАЛІ СТАВОК, ГОНОРАРІВ ТА ЗАРПЛАТ**

© О. М. Левчук, к.філол.н., доцент, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

Затронут вопрос организационной неурегулированности ставок за обработку и редподготовку текстов на рынке издательских услуг в Украине.

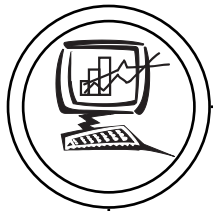
The question of organizational unsettled of rates for treatment and editorial word processing at the market of publishing services in Ukraine is affected.

В Україні ринок видавничих послуг, як ніщо й ніколи, уподібнений її місцевій політиці. Замовлення на підготовку видань і їх друк формує не читач-споживач, а спонсор — здебільшого особний, рідше корпоративний. І, відповідно, визначає ці запити кон'юнктура політичного моменту. Найблагословенніша мить для українського видавничого бізнесу — вибори: під вибори в нас грошей рахувати не заведено, тим більш як вони (вибори, а не гроші) непланові. Бо ж залюбки політспонсори обкошторисують по повній будь-які піар-замовлення, навіть попри замежний рівень їх видавничого дилетантизму.

Знов, як завжди у передвиборчий період, галузь очікує на тотальну мобілізацію видавничого персоналу. Тільки... тільки ознак підвищення попиту на професійних авторів, редакторів, проект-менеджерів у формі зростання ставок зарплатні вочевидь не спостережено. І — не передбачається. Бо нащо здалася коштовна рабсила фахівців під завідомо «макулатурний» видавничий продукт? Адже підвиборні замовлення й проекти ані видавничо, ні інфораційно не конкуруватимуть між собою: вирішальним чинником є радше їх валова кількість, а

не ефект від впливу. Для ситуативного ж персоналу ефективність нічого не вирішує, тут головне — опинитися щоближче до «каси» (партійної, корпоративної, групової), зголоситися в перших і по максимуму освоїти рекламний..., пардон, виборчий бюджет. Звісно — у частині «витрати на піар і представницькі послуги»: по цій позиції фінансова звітність, так само традиційно, провадиться про спонсорське лагідне око.

Ні, не будьмо заскочені: видавничий бізнес у нас в Україні до зашпорів нагадує українську корпоративістську політику — нею визначається і з неї випливає. Внаслідок не ринкового, а договірного регулювання процесів у справі сучукрудруку намітилася й латентно, але чимдалі все дошкульніше стримітиме «людська» проблема. На тлі очікуваного ноу-хау цих виборів — боротьби за всіляку прозорість — досі не складено «чисто конкретно» прейскуранту на послуги з друккарської видавничої підготовки. І автору-копірайтеру-кріейтору, і редактору з коректором, і директору з видавцем — як і досі, «цена договорная». Втім, уже й в Україні вартість праці її нечисленно вузьких фахівців постає в реальних по-



казниках: вона визначається наразі ексклюзивно, за конкурсом вільного ринку, але не звичним ранньофеодальним «а скільки даси?»...

Припустимо, це здається винятком тому, що не всі унікальні редактори й слоганісти-віртуози ще свідомі справжньої ціни на свою робочу силу. «Вилка» в оплаті за послуги літпрацівників має на диво широкий лаг — від 350 українських гривень коректорці з сорокарічним стажем, але у районному центрі й на пенсії, до двох-двох з половиною тисяч «усміхнених оселедців» київській випускниці вишу з кваліфікацією «редактор», працевлаштованій до телерекламної агенції в момент передвиборчої кадрової кризи.

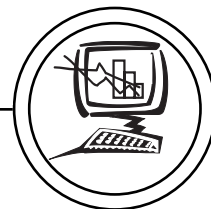
Утім, бізнесово-політичному обивателю, що до статуту його бізнесу задля комплектності (чи то диверсифікації) потрапило «надання редакційно-видавничих послуг», пересічно є невтямки, а чим той редактор відрізняється від цього коректора за вкладенням праці. Та — якими мають бути «на виході» економічні наслідки того вкладення в проєкції на конкурентну долю конкретного видавничо-піарного чи суто комерційного проєкту в друці. Адже середовище обміну цими інформпродуктами залишається політично (договірною) узалежненим. І тому — «шукаю терміново редактора-коректора», 2 (дві) гривні йому в руки за опрацьований аркуш (ні-ні, не обл.-вид. чи авторський — за звичайний А4 кеглем 12 без полів...).

А коли раптом авторський оригінал на стадії репродукування та й не до речі явить пред очі спонсорів свої відверто нетоварні мовно-стилістичні кондиції? Тоді виконавцям трапляється нагода до гарячкових пошуків ХОЧ ЯКОГОСЬ знавця водночас і комунікативної лінгвістики, і особливостей четвертого

українського правопису, й компетенції в фізіології недовершених грибів — а вже за звичні 7 грн/1000 знаків з пробілами відшукати оптимізатора на подібний контент стає справою майже епічною. В Україні поняття «редакторська спеціалізація» опинилося не просто на видавничих узбочинах — його скасовано, анігільовано, позбавлено сенсу. Всіх наших «вузьких» оптимізаторів чужого викладу (і, відповідно, статусу!) із досвідом академічної праці поволі витисли з рідного видавничого середовища. До їхнього виходу — і «неприходу» новачків навзаєм — спричинили невблаганність преференційної політики в друці, що її наші ближчі сусіди провадять щодо своїх видавців, та важкозбагненна компліментарність щодо них же, спостережувана в діях вітчизняних достойників від політики в Україні (бо «українською» посутню здачу національних інформаційних теренів називати не випадає).

Так само важко нині пояснити співгромадянам, далеким від українських видавничих проблем, чому неабияк популярний за межами академічних кіл український автор не може прожити від гонорару до гонорару. А він же мусить, ніби за часів військового комунізму, або вдовольнитися гонораром в розмірі 7—10 % «відпускної» вартості видання (пересічний тираж нині 3000 прим., ціна одного примірника нетто — 2 грн, тож «гонорар» пересічно становить не більше 600 грн), або має з 15 % «натури» свого видруку рушати на Петрівку і торгувати сам — а там «скільки базар скаже» (середня «мода» на покетбук нині близько 5 грн/прим.) [Бережанський А. Кримінальне читиво / коментар А. Красовицького // Контракти. — 2006. — № 25. — С. 36].

Якщо пересічний обсяг книжки в кишеньковому форматі рідко пере-



вищує 10 авторських аркушів, то, згідно із «Законом України „Про авторське право і суміжні права”», український автор — скажімо, масового твору художньо-документальної прози «в тему» з тих, що так гарно реалізуються перед виборами, — повинен отримати від видавця не менш як 2,5 мінімальних зарплатні за 1 авторський аркуш [Филимонов С. [коментар до Закону України «Про авторське право і суміжні права»] // Книжковий клуб+. — 2006. — № 4. — С. 40—44]. Але й рівень мінімальної ставки в оплаті робочої сили так само є у нас предметом торгів та домовленостей, а тому ніколи не встигає за фізичними потребами тутешніх працівників. З 01.01.2007 р. ставка мінімальної зарплатні в Україні сягнула 500 грн — тобто 3,3 долари на день (офіційна межа убогості за шкалою ООН — прожити на 1 долар в день). Але й ставка гонорару 12500 грн за книгу в Україні видається таким само фантазмом, як і реальна прив'язка ставок до цього стодоларового мінімуму. «Договірні» зарплати проходять здебільшого через конвертацію (бо платяться в конвертах) по сірій бухгалтерській звітності. А «договірна» платня визначається так само договірною, ніде і ніким не фіксованою, ставкою. Нефіксоване — не існує для історії, в тому числі кредитної та організаційної. Навіщо ж обґрунтовувати те, що не є істотним?..

Першою галуззю докладення вузької кваліфікації для редакторів і авторів, де от-от буде покасовано принцип договірної неістотності, є телекіновиробництво. Так, на гостродефіцитні послуги з переробки-адаптації сценаріїв для передач та серіалів ще подекуди діють спорадично регульовані розцінки — втім,

здебільшого акордні (за весь контент проекту, а не від конкретного обсягу сценарного матеріалу). Але виробництво на наших теренах телевізійного «мила» інтенсифікується, й не тільки за рахунок аутсорсингу української кіносили в продукції серіалів «на вивіз в Есенговію». Ще років зо два, і редакторам-універсалам з рекламних агенцій стане накладно відмовляти кадровикам телепродакшн-студій, яким реально бракне послуг самих Олексі Негребецького та Юрія Рогози. А український шоу-бізнес уже явно переріс етап, коли акумулювання політрекламних бюджетів є головною передумовою розвитку. Телефабрика візій в Україні виходить на рівень механізованого підприємства — на відміну від книгодруку, що він досі запобігає швидких грошей з-від чергової виборної тусовки, спонтанно зорганізуючись за її аморфною подобою.

Десятиліття тримати цілу галузь ув аморфно-підвішеному стані, поступатися ринками медій та інформаційним середовищем з доброго дива чи на адміністративно-совковій тязі — такого не здатна собі дозволити жодна з НАЦІОНАЛЬНИХ економік. Відповідно, видавнича справа тут і зараз досі українською не є, вона поки що — «в Україні», добре хоч, що вже не «на ...». Тому видавничі фахівці з «українською мовою язика» й не можуть дістати тієї чесно доданої Законом вартості їхньої праці, бо пересічно вони зайняті не черговим видавничим проектом, а мусять здійснювати «чин громадянського звучання». Втім, за подвиг преїскуранту не встановиш: і ризиковно, і клопіт, і люди таку «політекономію» нехтують. У гривні й доларовому еквіваленті.

Надійшла до редакції 14.05.07