

Rukopisy, honoráře, náklady

Výzkum nakladatelské politiky českých vydavatelských domů

Andrea Cesneková, Eva Košínská, Jan Pišna

Pomalu ale jistě se i česká literární věda přestává ostýchat ekonomicko-sociologických otázek souvisejících s literárním provozem, a začíná se konečně kromě jiného zabývat i takovými jeho stránkami, jako je finanční fungování jednotlivých nakladatelských domů. I ve věku internetu a elektronických médií přitom platí, že bez činnosti nakladatelství si literatura své čtenáře prostě najít nedokáže. Svůj dopad na úspěch tohoto hledání bude mít i do budoucna vše, co se odvíjí od honorářové politiky nakladatelství.

Když v r. 2001 v kulturní příloze *Lidových novin* vyšel článek Markéty Kořené *Viktor Stoilov: Zločin a Torst*, rozvířil nejen velké polemiky, ale hlavně poukázal na skutečnost, že o současném stavu honorářové politiky českých nakladatelů víme žalostně málo (KOŘENÁ 2001: 15). Do jisté míry je to dáno polistopadovým směřováním československého a následně českého knižního trhu, kdy se ustálilo přesvědčení, že informace o honorářích a vůbec bližších údajích týkajících se finančních záležitostí nakladatelství jsou obchodním tajemstvím, na které je takřka neslušno se ptát. A tak místo poznání panují v těchto věcech spíše dohady a spekulace.

Proto jsme si stanovili dva základní cíle našeho výzkumu. Prvním z nich bylo zjistit, zdali vůbec a případně do jaké míry jsou nakladatelé ochotni prozradit informace související s ekonomickým provozem nakladatelství. A za druhé, jaký je skutečný stav honorářové politiky českých nakladatelů. Zaměřili jsme se na nakladatele vydávající převážně krásnou literaturu. Snažili jsme se zohlednit geografické rozmístění nakladatelských domů a oslovili nejen pražská nakladatelství, ale i nakladatele z menších měst a regionů. Z několika desítek oslovených nakladatelských subjektů se k vlastnímu výzkumu uvolilo čtrnáct.

Sběr dat proběhl v r. 2007.¹ Naše příprava na rozhovory s nakladateli spočívala ve snaze zjistit o nakladatelství nejen základní údaje, ale i skladbu jeho produkce, jeho kmenové autory atp. Takový postup se v praxi ukázal jako velmi užitečný. Pro získání dat jsme s ohledem na následné zpracování zvolili dotazníkovou metodu. Dotazník se skládal ze dvou základních částí: první, profilující nakladatelský subjekt z hlediska

1) Rádi bychom touto cestou poděkovali nakladatelům, kteří se našeho výzkumu zúčastnili.

velikosti a skladby produkce, a druhé, věnující se honorářové a finanční politice nakladatelství, postoji k vydávání prvotin (vzhledem k nejasné návratnosti investice) a názorů na současný knižní trh (viz přílohu č. 1).

V první řadě se blíže seznámíme s typy a strukturou produkce jednotlivých nakladatelství, jež jsme pro názornost shrnuli do tabulky (viz přílohu č. 2). Jedná se o odpovědi na první čtyři otázky úvodní části dotazníku (počet titulů vydaných za rok, srovnání počtu titulů za posledních pět let, počet zaměstnanců, procentuální podíl beletrie ve skladbě produkce).

Nakladatelství si můžeme rozdělit na základě počtu titulů vydaných za rok. Znamená to, že jsme se při výzkumu dotazovali šesti velkými nakladateli (nad 40 titulů ročně) a osmi středními (nad 10 titulů). Pro představu, kolik titulů ročně v současnosti česká nakladatelství vyprodukuje, poslouží údaje publikované Vladimírem Pistoriem v r. 2003 – celé tři čtvrtiny nakladatelů publikují do 30 titulů ročně, z toho polovina do 10 titulů ročně (PISTORIUS 2003: 28.). Při meziročním srovnání počtu vydaných titulů za posledních pět let respondenti potvrdili, že v jejich nakladatelství dochází k nárůstu produkce. V současné době nakladatelé vzhledem ke snaze ušetřit na mzdových nákladech, a tudíž celkově snížit interní náklady, raději zaměstnávají externisty než stálé zaměstnance.

Druhá část dotazníku, zaměřená již čistě na problematiku honorářů, v sobě obsahuje tři základní témata, k nimž směřovaly naše otázky: způsob vyplácení honorářů, možnosti a podmínky pro vydání prvotiny a komplexnější názor na současný český knižní trh.

Při určování honorářů naši respondenti dávají přednost různým kombinacím vyplácení záloh, procent i konečného zúčtování. Lze říci, že u překladových autorů je snaha o pevný honorář, kdežto u českých děl jde převážně o kombinaci záloha + procenta z prodaných výtisků. S tím, že k vyúčtování dochází pravidelně jednou až dvakrát za kalendářní rok. Výše honorářů v procentech je odvislá od komerční úspěšnosti titulu. Základ tvoří tzv. standard 6–10 %, u bestselleru se odměna pohybuje mezi 10–14 %. Honorář však není automatickou součástí vztahu autor – nakladatel. I z hlediska beletrie tu vydělujeme dvě skupiny, které se diametrálně liší. Zatímco u prózy se s honorářem počítá, u poezie tomu tak v naprosté většině případů není. Za hlavní důvod lze označit malou poptávku po tomto sortimentu na knihkupeckých pultech, čehož si je nakladatel vědom.

S českými prvotinami je to v běžné nakladatelské praxi poměrně komplikované. Málokterý nakladatel je ochoten obětovat peníze na „nezavedeného“ autora, u kterého si není jist případným, především ekonomickým úspěchem. Nakladatelství doslova přetékají rukopisy, které jim posílají nerenomovaní autoři. Ty se dostávají do rukou lektorů, kteří je pročítají a rozhodují o tom, zda má smysl text vydávat. Prvotní kritérium je tedy estetické. Pak je nutné získat dotace, což bývá nejčastěji grant Ministerstva kultury ČR udělovaný jednou do roka. Ale v případě básnických rukopisů není výjimkou, že si musí autor sehnat buď sponzora, anebo doplatit určitou částku ze svého – poezie není ekonomicky rentabilní.

O tom, zda v nakladatelství bude vydán zahraniční titul, rozhoduje zpravidla v první řadě to, jestli dílo k vydání doporučí překladatel a posléze lektor. Ti pak svůj návrh na vydání díla předkládají radě nakladatelství; návrh je buď přijat, nebo zamítnut.

Poslední dobou se stává, že nakladatelství jsou zahlcena rukopisy, které by podle nakladatelů stálo za to vydat, bohužel je situace často taková, že mnoho titulů je odloženo na neurčito, protože na jejich vydání nejsou zajištěny finanční prostředky.

Při obecnější úvaze nad současným fungováním knižního trhu se nakladatelé většinou shodli na tom, že situace se ve srovnání s devadesátými lety výrazně zlepšila. Lze podle nich konstatovat určitou stabilizaci vztahů mezi nakladateli a distributory, nakladatelské prostředí už není tak negativně poznamenáváno praktikami neseriózních „podnikatelů“. Přesto se nakladatelé musejí vyrovnávat s celou řadou potíží. Z jejich hlediska je nejstinnější stránkou knižního trhu špatně fungující marketing a distribuce postižená neúměrným konkurenčním bojem jednotlivých distributorů či snahou přenášet veškeré podnikatelské riziko na nakladatele (distributoři nakladateli platí pouze za skutečně prodané knihy, neprodané mohou nakladateli vrátit) a zároveň dosahovat stále větší a větší marže. Celá řada obtíží, se kterými se nakladatelé musejí vyrovnávat, vyplývá z faktu, že ačkoli český knižní trh se počtem potencionálních čtenářů řadí ke středním, v konečném důsledku připadá na relativně mnoho vyprodukovaných knih málo čtenářů (kupců), takže trh je značně přesycen.

V této souvislosti zaznívají od nakladatelů i realistické hlasy – v Česku, stejně jako všude v dnešním světě, postrádá smysl stěžovat si na prodejnost knih ve srovnání s jiným zbožím. Výtky několika našich respondentů směřovaly spíše do řad literárních kritiků a recenzentů, jejichž práce ke zpřehlednění knižní produkce nepřispívá údajně takovou měrou, jakou by mohla, a směrem k médiím, která knihám nevěnují takřka žádnou, nebo jen velmi malou pozornost.

Shrneme-li závěrem získané informace,² nabízí se odpověď na výše položenou otázku, zdali čeští nakladatelé jsou ochotni sdělit bližší informace k honorářové politice a ekonomické strategii svého podnikání. Už to, že z přibližně šedesátky oslovených nakladatelů souhlasilo s výzkumem pouze čtrnáct, nasvědčuje, že jsou to pro ně informace nanejvýš citlivé. Někteří nakladatelé odmítli odpovědět na určité otázky z druhé části dotazníku. I taková „neodpověď“ měla ovšem pro nás informativní hodnotu.

2) Konkrétní odpovědi nakladatelů jsou (výběrově) uvedeny v příloze č. 3.

Příloha č. 1:

Dotazník užitý při výzkumu „Spisovatelé a peníze“ v několika českých nakladatelstvích zaměřených převážně na vydávání beletrie

1. Profil nakladatelství

- 1.1. Počet titulů za rok?
- 1.2. Srovnání za posledních pět let (minimálně však tři roky)?
- 1.3. Počet zaměstnanců (úvazků, počet externích spolupracovníků)?
- 1.4. Skladba produkce (beletrie – jiné, české tituly – překlady, první vydání – další vydání a reedice) – podrobnější skladba produkce?
- 1.5. Autorská práva: zastupujete své kmenové autory, nebo je zastupuje nějaká agentura? / Jste vlastníkem nepřímých autorských práv (adaptace pro rozhlas, televizi, film)?

2. Honorářová politika

- 1.1. Jak vyplácíte autorům honoráře (záloha, vyúčtování, procenta)?
- 1.2. V jakém rozpětí se pohybují u vašich autorů honoráře na procenta (a podle čeho se to určuje)?
- 1.3. Z jakých grantových prostředků čerpáte peníze na vydávání?
- 1.4. Máte nějaké sponzory?
- 1.5. Za jakých okolností jste ochotni vydat prvotinu českého prozaika?
- 1.6. Za jakých okolností jste ochotni vydat prvotinu českého básníka?
- 1.7. Za jakých okolností jste ochotni vydat překlad knihy cizího autora (prozaika nebo básníka)?
- 1.8. Jaký byl váš nejvyšší honorář, který jste autorovi (beletrie) vyplátili?
- 1.9. Jaký byl váš nejvyšší náklad u českého autora (beletrie)?
- 1.10. Jaký minimální náklad je pro vás jako nakladatele únosný?
- 1.11. Jaký je náklad beletrie ve srovnání s jinými typy vaší produkce (historické knihy, naučné odborné práce, popularizace...)? – Případně rámcově srovnat náklad českých vs. překladových titulů (a vyjádřit se k jejich ekonomické atraktivitě z hlediska nakladatele).
- 1.12. Jak hodnotíte současnou honorářovou situaci, která panuje v současných nakladatelstvích (jako: dobrou – spíše dobrou – ani dobrou, ani špatnou – spíše špatnou – špatnou – nevím)? Prosíme rozvést.
- 1.13. Jak hodnotíte současný český knižní trh (jako: fungující – spíše fungující – ani fungující, ani nefungující – spíše nefungující – nefungující – nevím)? Prosíme rozvést.
- 1.14. Byl(a) byste pro to, aby se údaje o počtech výtisků atp. zveřejňovaly?
- 1.15. Jak je to s vašimi kmenovými autory – preferujete je nějak?
- 1.16. Dotují někteří autoři vydání vlastního díla?
- 1.17. U jakého typu produkce vůbec neplatíte honorář?

- 1.18. Jaký typ ohlasu nejvíce ovlivňuje prodejnost jednotlivých titulů (novinové recenze, autorské čtení, rozhlasový tip, zfilmování, jiné typy upoutávek)?
- 1.19. „Dotuje“ určitý typ vaší produkce (populární četba, historická literatura) vydávání původní beletrie?

Příloha č. 2:

Struktura produkce jednotlivých nakladatelství

A–N – zástupné označení nakladatelství, která se účastnila průzkumu

+ / – – v posledních pěti letech produkce nakladatelství stoupala / klesala

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Počet titulů / rok	195	17	14	150	80	30	180	15	20	40	30	20	100	25
Meziroční srovnání počtu vydaných titulů za po- sledních 5 let	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Počet zaměstnanců	23	1,5	1	20	18	1	20	0	1	3	1	2	12	1
Podíl beletrie ve skladbě produkce (%)	60	60	80	70	40	80	70	70	40	50	70	80	20	100

Příloha č. 3:

Výběrové odpovědi z dotazníků

Z důvodu ochrany citlivých údajů, které nám nakladatelé svěřili, není možné ani žádoucí reprodukovat zde jejich výpovědi přesně a uceleně. Ke každé otázce (z oddílu 2.1 – 2.19) si nicméně dovolíme vybrat některé odpovědi a pokusíme se předat i jejich „tón“ – výběrově vždy od tří nakladatelů. Snažili jsme se přihlídnout k odpovědím, které nezaznívaly většinou, jindy jsme odpověď vybrali náhodně.

2. 1. Jak vyplácíte autorům honoráře (záloha, vyúčtování, procenta)?

- a) „Záloha, vyúčtování i procenta.“
- b) „Honoráře vyplácíme pouze na procenta, vyúčtování provádíme čtyřikrát do roka.“
- c) „Užíváme všechny možné způsoby, zálohu nejvíce.“

2. 2. V jakém rozpětí se pohybují u vašich autorů honoráře na procenta (a podle čeho se určují)?

- a) „8–12 %, podle toho, jak je daný projekt nákladný, náročný a podle toho, jak předpokládáme, že by se mohl prodávat.“
- b) „Českým autorům 6–10 %, pokud jde o bestsellery, je to 10–14 %.“
- c) „Vyplácené honoráře se odvíjejí vždy podle počtu normostran, jejich rozpětí nebudu specifikovat.“

2. 3. Z jakých grantových prostředků čerpáte peníze na vydávání?

- a) „Granty nezískáváme příliš často, občas se podaří získat granty na dětskou literaturu nebo prostředky, které poskytují zahraniční nadace na překlady svých národních literatur do češtiny.“
- b) „Grantová agentura ČR, granty AV ČR, granty Ministerstva kultury ČR, překlady – kulturní instituty daných zemí, např. Francouzský institut, španělský Institut Cervantes.“
- c) „Grantové prostředky Ministerstva kultury ČR, Nadace Českého literárního fondu.“

2. 4. Máte nějaké sponzory?

- a) „Žádné sponzory nemáme.“
- b) „Spíše než sponzory máme určité strategické partnery.“
- c) „V omezené míře máme sponzory, kterým v knihách uveřejňujeme reklamu – nikdy však v beletrii.“

2. 5. Za jakých okolností jste ochotni vydat prvotinu českého prozaika?

- a) „Shledáme-li dílo natolik hodnotným a potřebným, že mu za každou cenu chceme umožnit, aby vyšlo, nebo je-li to dílo kvalitní, kterému jako nakladatelství dáme svou záštitu a umožníme mu vyjít formou zájmového nákladu, který je pak prodáván formou komisioního prodeje.“
- b) „Naše nakladatelství vysloveně čeká na nového výrazného českého prozaika a jsme velmi ochotni díla někoho takového vydávat.“
- c) „Důležité je pro nás hlavně estetické kritérium, které hodnotí naši povolání lidé.“

2. 6. Za jakých okolností jste ochotni vydat prvotinu českého básníka?

- a) „Úvahy, zda vydat prvotinu české poezie či prózy, se v zásadě neliší – důležité je, aby titul nebyl už předem evidentně úplně ztrátový.“
- b) „Prvotiny českých básníků nevydáváme.“
- c) „Prvotinu českého básníka bychom vydali, pokud by ji někdo zasponzoroval.“

2. 7. Za jakých okolností jste ochotni vydat překlad knihy cizího autora (prozaika nebo básníka)?

- a) „Lákaví jsou pro nás v tomto směru autoři, kteří v původním jazykovém prostředí zaznamenali úspěch.“
- b) „Pro překlady volíme autory už osvědčených jmen.“
- c) „I pro vydání překladového titulu je rozhodující, zda jej nakladatelství shledá dostatečně kvalitním.“

2. 8. Jaký byl váš nejvyšší honorář, který jste autorovi (beletrie) vyplátili?

- a) „Taková otázka by vůbec neměla zaznít.“
- b) „Největší náš vyplacený honorář činil 15 %, ale nešlo o beletrii.“
- c) „Vyšší než desetiprocentní honorář jsme nevyplátili.“

2. 9. Jaký byl váš nejvyšší náklad u českého autora (beletrie)?

- a) „10 000 knih, šlo o dětskou knihu.“
- b) „Na to vám neodpovím.“
- c) „U beletrie to byl náklad 3 000 výtisků.“

2. 10. Jaký minimální náklad je pro vás jako nakladatele únosný?

- a) „Pro minimální náklad neustavujeme předem žádné omezení, důležité je na daném titulu netratit.“

- b) „Minimální náklad, který jsme kdy realizovali, bylo 40 kusů jednoho bibliofilského tisku, reálný náklad je vyrobit 1 000 ks, prodejních je v případě původní české poezie bohužel ale asi jen 150–200 ks.“
- c) „U beletrie, která není dotována, činí minimální náklad 1500 ks.“

2. 11. Jaký je náklad beletrie ve srovnání s jinými typy vaší produkce (historické knihy, naučné odborné práce, popularizace...)? – Případně rámcově srovnat náklad českých vs. překladových titulů (a vyjádřit se k jejich ekonomické atraktivitě z hlediska nakladatele).

- a) Údaje o nákladech nspecifikovány.
- b) „Beletrie se vydává v jednoznačně nižších nákladech; na trhu vykazuje odlišnou životnost – v knihkupecké síti se udrží pár týdnů až měsíců, pak je už jen u distributora, naproti tomu odborné či nebeletristické věci mají vyšší životnost a větší čtenářskou obec. Překlady bývají zpravidla osvědčené, ale zase nezanedbatelně stoupají náklady na překlad.“
- c) „Je to srovnatelné s ostatním typem literatury, kterou vydáváme.“

2. 12. Jak hodnotíte současnou honorářovou situaci, která panuje v současných nakladatelstvích (jako: dobrou – spíše dobrou – ani dobrou, ani špatnou – spíše špatnou – špatnou – nevím)?

- a) „Honorářová situace je špatná – vynucuje si entuziasmus (nakladatelství žijí cca 10 titulů, doba, než se kniha zaplatí, se prodlužuje).“
- b) Honorářová situace popsána jako bezúspěšná.
- c) „Z pohledu autora spíše špatnou, z pohledu nakladatele spíše dobrou – ač máme oba stejný zájem prodávat a vydělat, procentní honoráře pro nakladatele úlevně rozkládají riziko a přenašší honorář na skutečný hospodářský výsledek.“

2. 13. Jak hodnotíte současný český knižní trh (jako: fungující – spíše fungující – ani fungující, ani nefungující – spíše nefungující – nefungující – nevím)?

- a) „Nejpříznačnější pro český trh je to, že je malý (ve srovnání např. s angloamerickým)“, respondent konstatuje stabilizaci vztahů mezi knihkupci, nakladateli a distributory (většinou již seriózní lidé), trend u knihkupců brát knihy do komise (aby neunesli riziko), utváření knihkupeckých řetězců.
- b) Konstatování, že český knižní trh má dost potíží – vysoké náklady na výrobu knih (polygrafie apod.), autoři zvyšují své požadavky na honoráře (podobně jako jiné profese zvyšují požadavky na růst svých mezd), nakladatel jako jediný na trhu nese riziko; dalším problémem je velká konkurence distributorů, kteří ale platí až za prodané knihy a neprodané mohou nakladateli kdykoli vrátit; marže distributorů rostou; tendence k růstu produkce, proto se snižuje náklad – roste riziko,

že se knihy neprodají; knihkupci „slyší“ jen na novinky, na trhu vzniká přetlak, knihkupci na „starší“ knihy nemají místo – za starou je kniha považována už po několika týdnech prodeje; další problémy nakladatelstvím přinese očekávané zvýšení DPH – předpoklad, že nakladatelství se začnou spojovat a že mnohé značky zaniknou.

- c) Konstatování, že nakladatelé jsou (až moc) fungující – přesycenost trhu; nefungující distribuční síť.

2. 14. Byl(a) byste pro to, aby se údaje o počtech výtisků atp. zveřejňovaly?

- a) Nevidí jako opodstatněné zavádět povinnost zveřejňovat údaje o počtu výtisků.
 b) „Zveřejňování počtu výtisků by měla být věc nakladatele.“
 c) „Osobně jako čtenář nezveřejňování lituji, ale jako nakladatel vím, proč to tak je, a jsem proti zveřejňování.“

2. 15. Jak je to s vašimi kmenovými autory – preferujete je nějak?

- a) „Ano“ (blíže nespecifikováno).
 b) „Určitě ano“ (blíže nespecifikováno).
 c) Nezodpovězeno.

2. 16. Dotují někteří autoři vydání vlastního díla?

- a) „Autoři poezie – v některých případech pomůžou umožnit vydání díla to, že se vzdají honoráře ve prospěch honoráře za grafickou úpravu a podobně.“
 b) „Ano, ale není to pravidlem“ (dále nespecifikováno).
 c) „Někteří autoři dotují vydání svého díla prostřednictvím ‚zájmového‘ nákladu (většinou básnické dílo, beletristická prvotina, zpracování nějakého regionálně zajímavého tématu, úvahy či fejetony), riziko takového typu nese jak nakladatel, tak autor, pokud se titul prodá, autor získá i procentní honorář.“

2. 17. U jakého typu produkce vůbec neplatíte honorář?

- a) „Prvotiny českých prozaiků a básníků, ale i díla některých již poněkud zavedenějších českých autorů zůstávají bez honoráře.“
 b) „U toho, který je dotován.“
 c) „Určitě poezie.“

2. 18. Jaký typ ohlasu nejvíce ovlivňuje prodejnost jednotlivých titulů (novinové recenze, autorské čtení, rozhlasový tip, zfilmování, jiný typ upoutávek)?

- a) „Šuškanďa, literární kritiky nemají vliv na prodejnost.“
 b) „1. publicistická relace v televizi, 2. rozhlasový tip, 3. internet.“

c) „S prodejností titulu může hodně zahýbat, pokud ji doporučí nějaká známá osobnost v médiích; hodně funguje, pokud jde o knihu, která je zfilmována (na jejíž motivy byl natočen film) a běží v kině nebo i v televizi, reklama přímo sama o sobě není většinou příliš účinná.“

2. 19. Dotuje určitý typ vaší produkce (populární četba, historická literatura) vydávání původní beletrie?

a) „Ne.“

b) „Komerčně úspěšné tituly dotují tituly ztrátové – poezie je ztrátová i přes to, že se autor vzdá honoráře.“

c) „Programově ne, ale fakticky tomu tak je.“

LITERATURA

KOŘENÁ, Markéta

2001 „Viktor Stoilov: Zločin a Torst“; *Lidové noviny* XIV, č. 233, s. 15

PISTORIUS, Vladimír

2003 *Jak se dělá kniha* (Praha – Litomyšl: Paseka)