

eKorekta24

Łukasz Mackiewicz

# Kulisy pracy redaktora

---

Czyli jak zostać dobrze zarabiającym  
redaktorem lub korektorem

Publikacja bezpłatna

Publikacja **może być** kopiowana i powielana wyłącznie w formie dostarczonej przez serwis eKorekta24.

Handlowanie publikacją i dokonywanie w niej zmian – **zabronione**.

Serwis eKorekta24 dołożył wszelkich starań, aby informacje zawarte w niniejszej publikacji były kompletne i rzetelne, nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania tych informacji ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich.

Copyright © by eKorekta24

ul. Wiejska 25/I/1, 82-300 Elbląg

e-mail: [l.mackiewicz@ekorekta24.pl](mailto:l.mackiewicz@ekorekta24.pl)

[www.eKorekta24.pl](http://www.eKorekta24.pl)

Wydanie 1

Elbląg 2012

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	<b>3</b>
<b>Rozdział I Kto może zostać redaktorem lub korektorem?</b> .....	<b>4</b>
<b>Rozdział II Wykształcenie oraz umiejętności</b> .....	<b>6</b>
1. Wykształcenie, czyli jak zacząć.....	6
2. Umiejętności, czyli na czym trzeba się znać .....	7
<b>Rozdział III Gdzie i jak szukać pracy?</b> .....	<b>9</b>
1. Gdzie szukać pracy?.....	9
2. Jak szukać pracy? .....	9
<b>Rozdział IV Rekrutacja</b> .....	<b>12</b>
1. Zanim wyślesz CV.....	12
2. Analiza CV.....	14
3. Próbką redakcyjna .....	14
4. Oczekiwanie na odpowiedź .....	15
<b>Rozdział V Etat czy freelancing?</b> .....	<b>17</b>
1. Redaktor na etacie .....	17
2. Redaktor freelancer .....	17
A więc etat czy freelancing? .....	18
<b>Rozdział VI Pierwsze zlecenie</b> .....	<b>20</b>
1. Zakres usługi.....	20
2. Wynagrodzenie .....	21
Wydawcy .....	21
Pozostali klienci .....	22
3. Płatności.....	22
4. Umowy .....	23
5. Kwestie podatkowe .....	23
1. Firma – firma.....	23
2. Firma – osoba fizyczna.....	24
3. Osoba fizyczna – firma .....	24
4. Osoba fizyczna – osoba fizyczna .....	24
<b>Zakończenie</b> .....	<b>26</b>
<b>Polecamy</b> .....	<b>27</b>



## Wstęp

Nieustannie otrzymujemy na eKorekcie24 zgłoszenia od osób zainteresowanych współpracą w zakresie redakcji i korekty tekstów. Przez maile, które do nas przychodzą, stale przewijają się też te same pytania: Jak zostać korektorem lub redaktorem? Gdzie szukać pracy? Jak znaleźć zleceniodawców?

Zainteresowanie tym zawodem wydaje się więc spore, mimo to informacji o pracy redaktorskiej jest w internecie jak na lekarstwo. Mamy nadzieję, że to krótkie opracowanie, odsłaniające kulisy pracy redaktora i korektora, zmieni ten stan rzeczy i ułatwi start w zawodzie kolejnym pasjonatom języka.

Jeżeli i Tobie marzy się praca redaktora lub korektora, masz dobre oko, a książki to Twoja pasja – zapraszam do lektury!

Łukasz Mackiewicz,  
właściciel serwisu [eKorekta24](http://eKorekta24.pl)

## Rozdział I

### Kto może zostać redaktorem lub korektorem?

Na powyższe pytanie niełatwo odpowiedzieć. Z jednej strony to praca dla każdego – nie wymaga żadnych specjalnych predyspozycji fizycznych: dwóch metrów wzrostu, donośnego głosu czy świetnego słuchu (choć dobry wzrok się przyda – by nie zepsuć go zbyt szybko...). Z drugiej strony osoby, dla których siedzenie w ciszy i z dala od ludzi przez dłużej niż pół godziny stanowi udrękę, prawdopodobnie nie odnajdą się w tej pracy. Jak więc zyskać pewność, że praca redaktora lub korektora to właśnie to?

Po pierwsze, dobrym wyznacznikiem jest... **wygląd biurka**. Warto mu się przyjrzeć i szczerze odpowiedzieć sobie na takie pytania, jak:

- Czy panuje na nim porządek?
- Czy długopisy, myszka i inne przybory mają swoje stałe miejsce?
- Czy obudzony w środku nocy jesteś w stanie powiedzieć, gdzie znajduje się dana rzecz na biurku?

Jeśli do tego zawsze wiesz, gdzie leży Twoja komórka, książki w Twojej biblioteczce są pieczołowicie uporządkowane (a może i posegregowane według określonych kryteriów?) i masz porządek na dysku komputera – z pewnością odnajdziesz się w pracy redaktora i korektora. Owszem, przesadny perfekcjonizm nie jest dla korektora czy redaktora tym, czym prawo jazdy dla taksówkarza czy licencja dla pilota – to tylko cecha charakteru, jednak szalenie przydatna w tej branży.

Po drugie, praca redaktora to w dużej mierze **praca w samotności** i – coraz częściej – w domu, a nie w siedzibie firmy. Jeśli jesteś typem samotnika, możesz odetchnąć z ulgą. Osoby bardziej towarzyskie powinny jednak liczyć się z tym, że zawód redaktora lub korektora nie zapewni im kontaktu z innymi – to w głównej mierze praca z tekstami, nie z ludźmi.

Po trzecie wreszcie, nieodzowna jest **świetna obsługa komputera**. Redagowanie i korekta tekstów na papierze za pomocą znaków korektorskich powoli odchodzi w przeszłość. Wprawdzie znajomość **znaków korektorskich** nadal jest potrzebna, choćby w przypadku **korekty na PDF-ach**, to jednak redakcja i korekta tekstów na papierze zdarza się już coraz rzadziej. Co za tym idzie – obsługa komputera, w szczególności Worda, to podstawa. I nie chodzi tu o elementarną wiedzę. Musisz wiedzieć, jak wstawiać twarde spacje, jak tworzyć kilkupoziomowe listy wypunktowane, jak generować spis treści, modyfikować nagłówki i stopki, jak operować stylami itd., itd. To prawda, że obsługi Worda człowiek uczy się latami i nie jest niczym wyjątkowym, że czasem nie wiadomo, dlaczego tekst w danym miejscu wygląda tak, a nie inaczej.



Problem pojawia się wtedy, gdy... nie umiesz tego zmienić. Jeśli zdarzają Ci się takie sytuacje, możesz mieć kłopoty, redagując skomplikowane teksty, wymagające również pracy nad ich formatowaniem.

Podsumowując, jeśli spełniasz każdy z powyższych **trzech warunków** (perfekcjonizm, chęć do pracy w samotności, dobra obsługa komputera), z pewnością możesz rozważyć pracę jako redaktor lub korektor. Oczywiście predyspozycje to nie wszystko, liczy się jeszcze zapal do pracy – osoby o podobnym usposobieniu równie dobrze mogą zostać księgowymi czy architektami. Jeżeli więc do tego **pasjonuje Cię język i uwielbiasz czytać książki**, praca redaktora lub korektora to prawdopodobnie coś dla Ciebie!

## Rozdział II

### Wykształcenie oraz umiejętności

#### 1. Wykształcenie, czyli jak zacząć...

Bezpośrednia droga do tego, by pracować jako korektor lub redaktor, to ukończenie **polonistyki**, fachowo mówiąc: **filologii polskiej**. Na szczęście szanse, by dostać się na wymarzoną uczelnię, są spore. Polonistyka nigdy nie była specjalnie elitarnym kierunkiem studiów – chętnych zazwyczaj nie ma zbyt wielu, a ponieważ na każdej uczelni przyjmuje się sporo osób (ze względu na zapotrzebowanie na kolejnych polonistów do szkół), średnia liczba kandydatów na jedno miejsce też nie jest wysoka. Być może w przyszłości to się zmieni, ale prawdopodobnie nigdy nie będzie tak zaciętej walki jak na prawie czy informatyce.

Przed wyborem konkretnej uczelni dobrze dowiedzieć się o niej możliwie najwięcej. Warto porozmawiać z **absolwentami polonistyki danej uczelni**, w szczególności z tymi, którzy skończyli odpowiednią specjalizację (tj. edytorską, redaktorską itp.). Poziom na uczelniach zwykle różni się od siebie, dlatego warto wybrać taką, która solidnie przygotowuje do zawodu redaktora i korektora. Na danej uczelni spędzisz kilka lat, dlatego zły wybór może kosztować Cię wiele nerwów i straconego czasu.

Dowiedz się w szczególności:

- jaki jest wymiar godzinowy **zajęć specjalizacyjnych** (ile jest zajęć z wiedzy ogólnej, a ile czasu przeznaczają się na zajęcia w ramach danej specjalizacji),
- jak wyglądają **praktyki zawodowe** (czy trzeba ich szukać samemu, czy może zapewnia je uczelnia, a jeśli tak, to jaki jest ich poziom),
- czy odbywają się **zajęcia praktyczne** (zwłaszcza wspólne redagowanie tekstów, korekta tekstów itp.),
- czy zajęcia prowadzą **teoretycy**, czy **redaktorzy** czynni zawodowo (pracujący w wydawnictwach lub freelancerzy) itp.

Dobrym miernikiem jakości studiów jest późniejsza kariera zawodowa absolwentów uczelni. Jeżeli znasz kogoś, kto ukończył daną szkołę, **podpytaj go**, jak potoczyły się losy jego znajomych. Ilu znalazło prace w wydawnictwach, ilu w inny sposób spełnia się w zawodzie? Nie jest tajemnicą, że absolwenci polonistyki znajdują **posady niestety** zupełnie niezwiązane z ich wykształceniem. Im więcej takich osób, tym z większą rezerwą podchodz do jakości studiów na danej uczelni. Owszem, zależność między udaną karierą zawodową absolwentów a jakością

nauczania nie zawsze jest tak jednoznaczna i nie zawsze odzwierciedla faktyczny poziom studiów, na ogół jednak coś w tym jest i warto brać pod uwagę te proporcje.

Polonistyka to oczywiście nie jedyna droga do pracy redaktora i korektora. Na szczęście w tym zawodzie papier to nie wszystko. Liczą się przede wszystkim umiejętności.

## 2. Umiejętności, czyli na czym trzeba się znać

Jedną rzecz trzeba powiedzieć otwarcie: podstawa to **perfekcyjna znajomość zasad poprawnościowych**. Bez tego nie warto nawet próbować swych sił w zawodzie redaktora i korektora. Zasady ortograficzne i interpunkcyjne z **WSO** to absolutne minimum, dobrze też powiększyć swoją biblioteczkę o **WSPP** i podstawowe poradniki językowe, jak choćby:

- *Polszczyzna na co dzień*,
- *Edycja tekstów*
- czy seria *Kultura języka polskiego* – tom pierwszy, drugi i trzeci.

To fundament wiedzy redaktorskiej. W szczególności **słowniki** – zarówno **WSO**, jak i **WSPP**, o którym często się zapomina (polecamy tekst o **zaletach WSPP**).

Godne uwagi są też pomniejsze słowniki, takie jak:

- *Słownik interpunkcyjny*,
- *Słownik nazw miejscowości i mieszkańców*,
- *Słownik nazw geograficznych i inne*.

Wiele przydatnych materiałów można znaleźć w internecie. **Darmowe** są m.in.:

- **słownik języka polskiego** (choć pełne, sześciotomowe wydanie, tj. *Uniwersalny słownik języka polskiego*, to już koszt 300–400 zł),
- **WSO** – tak ważną pozycję dobrze jednak mieć pod ręką (szczególnie przeglądanie zasad z początku słownika jest o wiele prostsze w wersji drukowanej),
- *Słownik wyrazów obcych PWN* (w wersji internetowej nie jest już uaktualniany),
- **słownik synonimów**,
- **korpusy językowe**: częściowo **PWN-owski** (pełna wersja – płatna) oraz **Narodowy Korpus Języka Polskiego**,
- **katalog książek Biblioteki Narodowej** (przydatny przy weryfikowaniu poprawności przypisów i bibliografii),
- **sjp.pl** (słownik języka polskiego tworzony przez internautów, będący zbiorem zasobów wielu słowników obecnych na rynku),
- **oraz wyszukiwarka porad językowych**.

Warto na bieżąco śledzić odpowiedzi udzielane w **poradniach językowych** (choć trzeba pamiętać, że w gruncie rzeczy nie mają one żadnej mocy wiążącej, a ponadto **porady językowe mogą się zdezaktualizować!**) oraz nowości publikowane na **stronie Rady Języka Polskiego**, zwłaszcza **nowe uchwały ortograficzne** (nie ma ich wiele, ale dobrze być na bieżąco ze zmianami wprowadzanymi przez RJP).

Aby się podszkolić, możesz rozważyć udział w **kursach redakcji językowej**. Organizuje je **PTWK** (kurs redakcji merytorycznej, technicznej, korekty wydawniczej i inne), z kolei Instytut Polonistyki Stosowanej na Uniwersytecie Warszawskim proponuje nawet **studia z zakresu redakcji językowej tekstu**.

Idealnie by było, gdybyś osobiście znalazł doświadczonego redaktora, który na początku Twojej drogi zawodowej mógłby przeglądać wykonywane przez Ciebie zlecenia. Taki **mentor** to nieoceniony skarb. Dlatego jeśli znasz kogoś, kto mógłby wtajemniczyć Cię w tajniki zawodu (i nie ma nic przeciwko takiej pomocy), skorzystaj z jego wsparcia. W innym wypadku warto zaglądać na fora tematyczne, na których udzielają się redaktorzy i korektorzy, np. na **GoldenLinie**: **grupa redaktorzy** oraz **grupa korektorzy** (tu wypowiada się nieco więcej osób). Wiele można się tam dowiedzieć, a w razie kłopotów językowych poprosić o pomoc.

Podsumowując: im więcej będziesz czytał, im więcej zleceń wykonasz, tym sprawniej będzie Ci szło redagowanie kolejnych tekstów. Pamiętaj jednak, że choć zasady poprawnościowe można opanować w tydzień, to sztuki redagowania tekstów będziesz uczył się przez całe życie. Ciągłe rozwijanie umiejętności pozwoli Ci stawać się coraz lepszym, a co za tym idzie – zarabiać odpowiednio więcej. O ile na początku prawdopodobnie będziesz musiał godzić się na stawki narzucane przez zleceniodawców, o tyle z czasem sytuacja może się odmienić i to Ty będziesz wybierał sobie zleceniodawców, a nie odwrotnie.



## Rozdział III

### Gdzie i jak szukać pracy?

#### 1. Gdzie szukać pracy?

Gdzie właściwie pracują korektorzy i redaktorzy językowi? Przede wszystkim w **wydawnictwach książkowych**. W Polsce wydaje się ok. 30 000 tytułów rocznie – wszystkie z nich trzeba opracować językowo i przygotować do druku. Idźmy dalej: **czasopisma**. Tu też jest szansa na etat. Mimo rozwoju internetu oraz innych mediów prasa trzyma się całkiem **dobrze**, a korektor tekstów to stały członek redakcji niemal każdego tytułu prasowego. Można też próbować szans w innych firmach, które w dużej mierze pracują z tekstami, jak choćby w **agencjach reklamowych**, ale trzeba pamiętać, że nie wszystkie agencje potrzebują korektorów.

Gdzie jeszcze pracują korektorzy i redaktorzy? Internet stale tworzy nowe miejsca pracy, a treści publikowane w sieci również wymagają korekty. Choć większość serwisów obywa się bez niej, to jednak **największe portale** nie mogą sobie na to pozwolić. O etat nieco tu trudniej, ale mimo wszystko warto próbować.

Wreszcie są też portale **takie jak nasz**, które gromadzą redaktorów w jednym miejscu. Z reguły zapewniają one tylko doraźne zlecenia, a nie stałą pracę, ale na początku kariery, gdy nie ma się jeszcze wyrobionej marki, warto rozważyć i taką możliwość. Na początku kariery brak zleceń to podstawowy problem i wówczas nawet nieregularne zlecenia zamiast etatu to już coś.

#### 2. Jak szukać pracy?

Pora na odpowiedź na podstawowe pytanie: w jaki sposób znaleźć pracę jako korektor lub redaktor? Sposoby są właściwie cztery – otóż możesz:

1. robić „masówkę” i wysłać CV, gdzie się da;
2. uważnie śledzić ogłoszenia (w szczególności na **wirtualnym wydawcy** i **wydawcy.com.pl**) i wysłać życiorys do pracodawców, którzy faktycznie w danej chwili szukają korektorów lub redaktorów;
3. samemu zamieścić ogłoszenie na portalach ogłoszeniowych o chęci zatrudnienia jako korektor lub redaktor (na wirtualnym wydawcy – za darmo, na **wydawcy.com.pl** – obecnie 15,99 zł brutto);
4. założyć własną stronę WWW, budować markę i powoli samemu tworzyć bazę stałych klientów.

**Pierwszy sposób** ma wątpliwą skuteczność, choć w ostateczności, gdy zawiodą pozostałe rozwiązania, można robić tego typu „masówkę”.

Relatywnie **najlepszy jest sposób nr 2** – zgłaszając się z propozycją do konkretnego pracodawcy czy zleceniodawcy, masz pewność, że rozważy Twoją aplikację, a przynajmniej spojrzy na Twoje CV.

Warto szukać też serwisów, które prowadzą **rekrutację stałą**, tzn. w każdej chwili rozważają przyjęcie nowych redaktorów i korektorów<sup>1</sup>.

**Sposób nr 3** nie daje pewności rozważenia aplikacji, niemniej dobrze jest umieścić CV w portalach ogłoszeniowych (również tych niezwiązanych z branżą wydawniczą).

**Sposób czwarty** to rozwiązanie dla zdeterminowanych i odważnych osób. O ile poprzednie działania nie wymagają w zasadzie nakładów finansowych, o tyle założenie własnej strony internetowej wiąże się już z pewnymi kosztami:

- projekt graficzny strony – **kilkaset złotych**, ceny są bardzo różne (ewentualnie można skorzystać z gotowego, darmowego lub płatnego szablonu WWW),
- zakodowanie strony przez programistę – koszt w zależności od złożoności strony, na ogół **kilkaset złotych**,
- serwer (hosting) – ok. **50 zł** rocznie,
- domena – pierwszy rok często za darmo lub za **kilkanaście złotych**, przedłużenie domeny na kolejny rok – zwykle kilkadziesiąt złotych.

Łączny koszt: minimum kilkaset złotych. **Realny koszt: 500–5000 zł** w zależności od złożoności strony i tego, czy korzysta się z usług renomowanej firmy czy mniej doświadczonych fachowców. Niska cena często odbija się na jakości, dlatego przed skorzystaniem z czyichś usług warto zapoznać się z portfolio danej osoby (grafika czy programisty) lub firmy.

Nie da się jednak ukryć, że własna strona daje prestiż – potencjalny pracodawca czy zleceniodawca niewątpliwie przychylniejszym okiem spojrzy na korektora lub redaktora prowadzącego własny serwis WWW (czy mającego choćby tzw. wizytówkę WWW) niż na pozostałe osoby ubiegające się o pracę.

Inna sprawa to konieczność promowania strony, jej pozycjonowania w wyszukiwarkach i umiejętnego korzystania z dobrodziejstw internetu. To są już jednak zawile meandry e-biznesu, o których napisano wiele mądrzejszych książek niż ta krótka publikacja. Tu należy tylko wspomnieć, że osoby planujące na poważnie zająć się e-biznesem powinny mieć świa-

---

<sup>1</sup> Obecnie działamy tak na eKorekcie24. Jeśli nie brałeś udziału we wcześniejszych rekrutacjach, możesz wysłać CV na adres [wspolpraca@ekorekta24.pl](mailto:wspolpraca@ekorekta24.pl).



domość tego, że założenie strony WWW to dopiero początek drogi. Kluczem do sukcesu jest skuteczny marketing, odpowiednia reklama, a przede wszystkim ogrom pracy, jaką trzeba włożyć w to, by nie tylko znaleźć klientów, lecz przede wszystkim przekonać ich do skorzystania z oferowanych usług. To, czy podejmiesz się tego trudu, zależy od Ciebie, ale czasem warto się odważyć, zwłaszcza gdy inne sposoby zawiodą, a Ty nie widzisz się w innym zawodzie.

Z pewnością prostszym i bezpieczniejszym sposobem, przynajmniej na początku kariery, jest **etat** lub **stała współpraca** z kilkoma zleceniodawcami – o tym piszemy w kolejnym rozdziale.

## Rozdział IV

### Rekrutacja

#### 1. Zanim wyślesz CV...

Jakkolwiek banalnie to zabrzmie, redaktor jest specjalistą od pracy z tekstami, a zatem umiejętność czytania ze zrozumieniem to podstawa. Nie pozwól, by potencjalny pracodawca miał co do tego jakiegokolwiek wątpliwości. Zanim prześlesz swoje CV, sprawdź dokładnie adres odbiorcy (zwykle do rekrutacji wykorzystywany jest jeden konkretny adres mailowy, np. [wspolpraca@ekorekta24.pl](mailto:wspolpraca@ekorekta24.pl)), jaki jest numer referencyjny zgłoszenia (o ile go podano), dowiedz się też, czy pracodawca wymaga listu motywacyjnego.

W miarę możliwości **poznaj swojego potencjalnego pracodawcę**. Coraz więcej firm ma profile na Facebooku lub prowadzi blogi firmowe. Koniecznie tam zajrzyj – możliwe, że znajdziesz cenne informacje dotyczące trwającej właśnie rekrutacji.

Po co to w ogóle robić? Dobrym przykładem jest rekrutacja, jaką swego czasu przeprowadzaliśmy na eKorekcie24. Po dużej ilości CV z błędami, a zwłaszcza z nagminnie powtarzającym się błędem ortograficznym (*\*średniozaawansowany zamiast średnio zaawansowany*), umieściliśmy na Facebooku informację o najczęstszych błędach w nadsyłanych CV, które przekreślają udział w dalszych etapach rekrutacji. Czy coś się po tym zmieniło? Niestety niewiele. Nadal otrzymywaliśmy od potencjalnych korektorów CV z błędami ortograficznymi! Nie pozostawało nam nic innego, jak odrzucić CV osób, które nie zajrzały nie tylko do słownika ortograficznego, ale nawet na profil firmy, z którą chciały współpracować...

Poznanie pracodawcy to jedno, ale sztuka samoprezentacji to drugie. Posada, o którą się starasz, interesuje prawdopodobnie mnóstwo innych osób, dlatego już na etapie wysyłania CV **postaraj się wyróżnić**. Napisz coś **nie tylko o sobie, lecz także o... przyszłym pracodawcy!** Zwykle większości z nas marzy się praca w firmie, której produkty lub usługi wręcz ubóstwiamy. Jeżeli masz to szczęście, by ubiegać się o posadę w wymarzonej firmie, napisz, jak bardzo cenisz jej działalność, jak świetnie produkty czy usługi oferuje (może z którejś skorzystałeś?), jak wartościową wiedzą dzieli się z klientami itd.

Jeżeli zaś nie jest to bliżej znana Ci firma, dowiedz się o niej jak najwięcej. W końcu nie chcesz trafić do pracodawcy, o którym piszą źle klienci albo pracownicy? Jeżeli wywrze na Tobie dobre wrażenie i upewnisz się, że to jest właśnie firma, dla której chciałbyś pracować – skreśl kilka miłych słów na jej temat.

Czy to w ogóle działa? Poniżej znajdziesz wymowny przykład. Oto dwa przykładowe maile kierowane do wydawnictwa w odpowiedzi na ogłoszenie o pracę:

1. „Szanowni Państwo,  
w związku z prowadzoną przez Państwa rekrutacją przesyłam swoją aplikację, licząc na jej pozytywne rozpatrzenie.

Z poważaniem, XXX”

2. „Szanowni Państwo,  
z nieukrywaną radością zapoznałem się z Państwa informacją o rekrutacji. Bardzo sobie cenię wydawane przez Państwa książki, przeczytałem wiele z nich, a największe wrażenie wywarła na mnie [tytuł książki]. Od zawsze marzyłem o pracy w [nazwa wydawnictwa], dlatego gdy tylko nadarzyła się taka okazja, postanowiłem niezwłocznie odpowiedzieć na Państwa ogłoszenie.

W załączniku przesyłam swoje CV. Liczę na to, że moje kwalifikacje okażą się odpowiednie i będę miał okazję zaprezentować je na dalszych etapach rekrutacji. To byłby zaszczyt dołączyć do grona Państwa pracowników i współtworzyć tak wspaniałe wydawnictwo!

Z poważaniem, XXX”

Który z kandydatów będzie miał większe szanse na zatrudnienie?...

Pamiętaj jednak, by Twoje słowa brzmiały **szczerze**. W żadnym wypadku **nie kłam** i nie sil się na uprzejmość, jeśli firma, w której chcesz pracować, jest dla Ciebie obojętna. Nie przesadzaj też z długością maila, starczy kilka zdań. W żadnym zaś wypadku nie wysyłaj pustego maila, jedynie z CV w załączniku.

Jeśli wszystko to zrobisz dobrze – wyróżnisz się i zapadniesz w pamięć osobie odpowiedzialnej za rekrutację. W późniejszej fazie, gdy zostanie już niewiele osób o podobnych kwalifikacjach, będziesz miał znacznie większe szanse na zatrudnienie niż pozostali. Pracodawca prędzej zatrudni osobę szczerze zainteresowaną pracą w jego firmie niż anonimowego redaktora, o którym nic nie wie poza suchymi informacjami z CV.

Jakkolwiek niecodzienne to brzmi – to naprawdę działa. Pracodawcy szukają nie tylko dobrych fachowców, lecz także (jeśli nie przede wszystkim) ludzi pasjonujących się swoją pracą. Gdy podczas pierwszego kontaktu z pracodawcą pokazujesz, jak bardzo fascynuje Cię praca redaktora, że orientujesz się w branży i że Twoim marzeniem jest praca właśnie w tej firmie – masz znacznie większe szanse niż rzesza pozostałych kandydatów, którzy wysyłają jednozdaniowe (lub puste – to niestety się zdarza, i wcale nie tak rzadko...) maile z CV w załączniku.

## 2. Analiza CV

Twoje CV jest Twoją wizytówką. Jeśli zgłoszeń jest sporo, wstępny etap rekrutacji może opierać się właśnie na **analizie życiorysu**. Zwłaszcza jeśli ubiegasz się o pracę przez internet, rola CV jest nie do przecenienia – jest ono wszystkim, co pracodawca ma do dyspozycji (chyba że prosił też o listy motywacyjne), by podjąć decyzję o zakwalifikowaniu Cię do dalszego etapu rekrutacji.

Zadbaj więc o to, by Twój życiorys był **bezbłędny** (w przypadku posady redaktora i korektora jedna pomyłka, jak choćby wspomniany *\*średniozaawansowany*, może przekreślić szanse na pracę), **przejrzysty i elegancki**. Liczy się nie tylko bezbłędność językowa, lecz także prawidłowe formatowanie tekstu i ogólna estetyka CV. Pamiętaj, że tekstu nie przesuwają się spacjami, wiszących spójników nie usuwa enterami, a zdjęcie nie powinno być takiej wielkości, by wymagało powiększania ekranu na 400%.

W razie potrzeby zapoznaj się z poradnikami na temat pisania CV. Polecamy by *Zwycięskie CV* – odpowiednie zastosowanie zawartej tam wiedzy sprawi, że już na etapie analizy CV wyróżnisz się spośród grona pozostałych kandydatów.

## 3. Próbka redakcyjna

Jeśli spełnisz wstępne wymagania pracodawcy, a Twoje CV będzie bez zarzutu, prawdopodobnie otrzymasz do wykonania **próbkę redakcyjną**.

Przyłóż się do niej i poświęć jej więcej czasu niż zwykłemu tekstowi do redakcji – literówka w próbce świadczy o wiele gorzej o redaktorze niż literówka w zwykłym zleceniu. **Próbkę przeczytaj kilka razy**, litera po literze i najlepiej na wydruku (błędy bardziej rzucają się wtedy w oczy), a każdą, nawet najdrobniejszą wątpliwość wyjaśniaj z pomocą słowników i publikacji poprawnościowych.

Sprawdź też, czy gdzieś w internecie **próbka nie została opublikowana**. To nie żart – takie sytuacje się zdarzają. Próbki są na ogół wielokrotnego użytku, a niedoszły pracownik może wkleić ją na forum; sam pracodawca, zwłaszcza zajmujący się e-biznesem, może przez przypadek umieścić ją na swojej stronie WWW. I choć posiłkowanie się opublikowaną próbką to nie do końca czyste zagranie, w pewnej mierze świadczy o Twojej kreatywności. Pamiętaj, że zawsze cenniejszy jest ten pracownik, który robi coś więcej **oprócz** posłusznego wykonywania swoich zadań.

Zapoznaj się też z ewentualnymi **wytycznymi do próbki**. Czy chodzi o redakcję, czy tylko o korektę? Czy zmiany mają być rejestrowane, czy nie? Jaki jest termin wykonania redakcji?

Jeżeli nie jest to konieczne, wystrzegaj się **dyskutowania z pracodawcą i nie narzekaj!** Jeśli termin wykonania próbki nie jest zbyt długi – przyłóż się i odeślij próbkę o czasie. Odsyłając próbkę, nie pisz, że czasu było mało, że tekst był fatalnie napisany, że właściwie nie powinien trafić do redakcji, a w ogóle to nikt normalny tylu błędów nie robi. Prawdopodobnie jest to po prostu spreparowany tekst, w którym zawarto tyle błędów, ile się dało. Jednym słowem pamiętaj, że osoba, która negocjuje z przyszłym pracodawcą czy zwyczajnie grymasi, zapewne nie zyska w jego oczach.

Na koniec **ważne ostrzeżenie!** Typowa próbka liczy nie więcej niż **kilka stron**, dlatego dłuższy tekst powinien wzbudzić Twoją czujność. Jakkolwiek takie sytuacje zdarzają się sporadycznie, bywa, że pracodawca czy zleceniodawca wcale nie szuka nowego współpracownika, a jedynie liczy na darmową redakcję tekstu. Przejawia się to zwykle wyjątkowo długimi próbkami, nieproporcjonalnymi do potrzeb rekrutacji (kilka stron tekstu wystarczy, by ocenić umiejętności redaktora). Zanim więc podejmiesz się wykonania próbki o objętości kilkunastu stron, zweryfikuj wiarygodność pracodawcy. Być może masz do czynienia z oszustem lub... wyjątkowo skrupulatną firmą, która starannie selekcjonuje kandydatów do pracy, nie bacząc przy tym na czas, jaki redaktorzy muszą poświęcić na zredagowanie próbki.

#### 4. Oczekiwanie na odpowiedź

Jeśli wszystko pójdzie dobrze, pracodawca skontaktuje się z Tobą po zakończeniu rekrutacji. Z kolei wydłużające się milczenie często oznacza **odpowieź odmowną**. Jeśli chcesz się upewnić, czy Twoja próbka spełniła oczekiwania pracodawcy, zwróć się z pytaniem o wynik rekrutacji. Być może próbka zaginęła gdzieś w natłoku maili lub rekrutacja jeszcze trwa.

Nie zrażaj się jednak w przypadku odmowy. Wszyscy początkujący redaktorzy mają za sobą wiele nieudanych próbek i zwykle dopiero któraś z kolei rekrutacja kończy się sukcesem. Popyt w tej branży jest ogromny, zwłaszcza gdy chodzi o możliwość współpracy zdalnej – wówczas Twoimi konkurentami są redaktorzy i korektorzy z całej Polski. Przykładowo na eKorekcie24 w odpowiedzi na zaledwie jedno ogłoszenie otrzymaliśmy kilkaset zgłoszeń. Ogólny poziom wykonanych próbek nie okazał się przy tym oszałamiający... Jeżeli więc perfekcyjnie orientujesz się w zasadach poprawnościowych, **masz całkiem duże szanse mimo ogromu osób szukających pracy w tej branży**.

W razie ewentualnych niepowodzeń wyciągnij z nich odpowiednią naukę. Przede wszystkim **dopytaj o błędy** popełnione w próbce. Owszem, zdarza się, że ze względu na fakt wielokrotnego użytku próbki pracodawca **nie udziela** informacji o błędach, ale nie jest to regułą. Przy odrobinie szczęścia dowiesz się, co było powodem odmowy, i unikniesz podobnych błędów w przyszłości.



Jeżeli zaś próbka usatysfakcjonuje pracodawcę czy zleceniodawcę, to po dopełnieniu odpowiednich formalności (w zależności od rodzaju współpracy) otrzymasz pierwszy tekst do redakcji lub korekty. W przypadku pracy na etacie szczegóły zlecenia łatwo ustalać na bieżąco. Inaczej rzecz się ma, jeżeli chodzi o okazjonalną współpracę, zwłaszcza zdalną – tu sprawy nieco się komplikują. O tym, jakie są zalety i wady obu tych form współpracy (etatu oraz tzw. freelancingu), piszemy w kolejnym rozdziale.



## Rozdział V

### Etat czy freelancing?

Czy tuż po ukończeniu polonistyki powinieneś szukać pracy w wydawnictwie? Czy to jedyna forma zatrudnienia dla redaktora lub korektora? Otóż nie. Możliwości w zasadzie są dwie: **praca na etacie** albo bycie **tzw. wolnym strzelcem**, czyli freelancing. Etat daje przede wszystkim gwarancję stałych zarobków, jednak freelancing to możliwość pracy w domu i w dowolnych godzinach. Co więc lepsze? Co wybrać, rozpoczynając swoją przygodę jako redaktor i korektor? Porównajmy oba te sposoby zatrudnienia.

#### 1. Redaktor na etacie

Praca na etacie w wydawnictwie (lub w innej firmie, która potrzebuje na stałe redaktora lub korektora) to przede wszystkim gwarancja stałego dochodu. Trudno przecenić ten fakt. Stała pensja, która co miesiąc wpływa na konto, z pewnością **uspokaja i daje pewność**, że starczy na rachunki, przeżycie do pierwszego i na chwilę szaleństwa w weekend. Co więcej, będąc pracownikiem, korzysta się ze wszystkich dobrodziejstw pracowniczych: opłacony ZUS, 26 (lub 20) dni urlopu w roku itp.

Co więc złego w pracy na etacie? Oczywiście minus jest jeden: konieczność pracy 8 godzin na dobę. To 1/3 każdego dnia! Świadomość tego, że trzeba poświęcić tyle czasu, by mieć za co przeżyć kolejne 1/3 dnia, może przytłaczać. Zapewne to z tego powodu wiele osób rzuca etat i decyduje się na freelancing. Czy to dobre rozwiązanie?

#### 2. Redaktor freelancer

Internet daje ogromne możliwości również redaktorom. Praca nad tekstem ma to do siebie, że nie wymaga obecności redaktora w siedzibie firmy. Cała korespondencja między zleceniodawcą a redaktorem może odbywać się drogą mailową, tak też ustala się wynagrodzenie i termin wykonania zlecenia, a ewentualna umowa przesłana zostaje pocztą. Nikt nie kontroluje postępów w pracy nad tekstem, nikt nie dba o to, czy poprawisz tekst w 1 dzień, czy w 1 miesiąc – grunt, by dotrzymać terminu i solidnie wywiązać się z powierzonego zadania. Wydawałoby się: praca marzenie. Czy na pewno? Tak często wychwalany freelancing ma też swoje wady.

Bycie wolnym strzelcem to przede wszystkim **stałe zabieganie o nowych klientów**. Może się zdarzyć, że Twoja skrzynka mailowa przez kilka dni będzie świecić pustkami, a kiedy in-

dziej trafi się kilka zleceń jednocześnie i z niektórych będziesz musiał zrezygnować. Jak nie trudno się domyślić, odmowa przyjęcia zlecenia raczej nie zachęci klienta, by wrócił w przyszłości z kolejną propozycją...

A to nie wszystko. Bycie wolnym strzelcem wiąże się z **brakiem uprawnień pracowniczych**. Jakich?

**ZUS** – to po pierwsze. Jeżeli założysz działalność gospodarczą, to na chwilę obecną (2012 rok) tzw. mały ZUS wynosi **ok. 400 zł**. Po 2 latach prowadzenia firmy wzrasta do ekstremalnie wysokości **ok. 1000 zł**. A płacić trzeba zawsze – niezależnie od tego, czy Twoja firma będzie zarabiać, czy ponosić straty. Oczywiście nie ma obowiązku zakładania działalności gospodarczej i można rozliczać się ze zleceniodawcami jako osoba fizyczna, ale wówczas i tak nikt ZUS-u za Ciebie nie zapłaci, a dobrze byłoby leczyć się za darmo i mieć jako taką emeryturę za te 30–40 lat. W pracy zdalnej dominują niestety **umowy o dzieło**, a te nie zobowiązują zleceniodawcy do opłacania jakichkolwiek składek.

**Urlop** – to po drugie. Praca w domu zaciera granice między życiem prywatnym a zawodowym. Freelancing to właściwie **praca 24 h na dobę** – warto często zaglądać na skrzynkę mailową, bo jeśli potencjalny klient zgłosi się ze zleceniem, to szybkość odpowiedzi niejednokrotnie decyduje o tym, czy otrzymasz zlecenie. Co więcej, gdy weźmiesz urlop, nikt za niego niestety nie zapłaci.

Nie sposób jednak zaprzeczyć, że mimo powyższych wad freelancing to kusząca wizja: wstajesz o dowolnej porze, pracujesz, ile chcesz, cenisz się na tyle, na ile uznasz za słuszne. Jednym słowem – freelancing daje wolność, ale wymaga też żelaznych nerwów. Gdy przez kilka tygodni nie ma zleceń, rachunki się piętrzą, a czynsz trzeba opłacić – trudno o spokój ducha.

### A więc etat czy freelancing?

Najlepiej chyba wybrać rozwiązanie pośrednie, czyli połączyć jedno z drugim: znaleźć pracę na etacie i szukać zleceń po godzinach. Solidna praca, budowanie marki i sieci kontaktów powinny z upływem czasu pozwolić na rozstanie się z pracą etatową i na wybranie freelancingu. Na początku Twój dzień pracy może wydłużyć się do 10 czy 12 godzin, ale wynagrodzisz to sobie w przyszłości, gdy Twoja renoma na rynku i dobrze płatne zlecenia pozwolą Ci pracować rzadziej i zdecydowanie krócej niż 8 godzin dziennie.

Na koniec trzeba jednak podkreślić, że freelancing nie będzie odpowiedni dla każdego. Jeśli jesteś singlem – to pół biedy. Co najwyżej będą Cię rozpraszały napływające maile, znajomi na GG, nowości na Wykopie lub Facebooku, kurier z paczką czy wreszcie listonosz lub sprzątaczką, którym trzeba otworzyć drzwi do klatki. A gdy masz rodzinę na utrzymaniu – docho-

dzi opieka nad dziećmi, gotowanie obiadu czy cotygodniowe zakupy. Kiedy wygospodarować czas na pracę? Nierzadko po 21...

Freelancing wymaga niebywale samodyscypliny, umiejętnego zarządzania czasem, cierpliwości i niezłomnej wiary w sukces. Jeśli nie wiesz, jak szukać klientów, nie jesteś typem samotnika i zależy Ci na stałym dochodzie – etat może być najlepszym rozwiązaniem. Jeśli przeraża Cię wizja 8-godzinnej pracy każdego dnia – przygrzyź wargi, weź się do pracy, a w przyszłości będziesz mógł zostać rozchwytywanym redaktorem. Decyzja należy do Ciebie.

## Rozdział VI

### Pierwsze zlecenie...

Pierwsze zlecenie, pierwszy telefon czy pierwszy mail z zapytaniem o współpracę zawsze budzą emocje. W głowie pojawiają się rozmaite pytania: ile wziąć za zlecenie, czy godzić się na proponowane stawki, jaki jest zakres usługi, jak rozliczyć zlecenie itp.

Zanim podejmiesz się pierwszego zlecenia, dobrze je przeanalizuj. Oto **5 najważniejszych rzeczy**, które musisz wiedzieć, zanim zabierzesz się do pracy nad tekstem.

#### 1. Zakres usługi

Jeśli z propozycją zlecenia zwraca się do Ciebie wydawnictwo, możesz spodziewać się jasno określonego zakresu obowiązków. Redakcja to redakcja, korekta to korekta. Prawdopodobnie otrzymasz też dokładne wytyczne do zlecenia. Zleceniodawca może ponadto oczekiwać próbki kilku stron, by sprawdzić jakość Twojej pracy.

Gorzej rzecz się ma z innymi klientami. Gdy zwraca się do Ciebie student, agencja reklamowa czy inna firma niezwiązana z branżą wydawniczą, uważaj na terminologię. „Korekta” najczęściej oznacza redakcję, a „redakcja” jest pojęciem szerszej nieznanym... Wniosek z tego jeden: zanim podejmiesz się zlecenia, dokładnie dopytaj klienta, czego od Ciebie oczekuje. Czy chodzi o kompleksowe opracowanie językowe tekstu, czy może o poprawienie elementarnych błędów językowych? Czy tekst masz sprawdzić tylko raz, czy może dwukrotnie? Czy w razie niejasności w tekście będziesz musiał sprawdzić sporne fragmenty raz jeszcze, czy usługa już tego nie obejmuje?

Zasadniczo przyczyną większości sporów jest niedookreślenie zakresu usługi przed podjęciem zlecenia, dlatego im precyzyjniej określisz, jakie są Twoje obowiązki, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że klient będzie miał zastrzeżenia po wykonanym przez Ciebie zleceniu. Dzięki temu unikniesz sytuacji, gdy klient zgłasza się z coraz to innymi uwagami, a Ty, nie chcąc stracić zleceniodawcy ani robić sobie złej reklamy na przyszłość, sprawdzasz tekst po kosztach.

Każdorazowe ustalanie zakresu usługi może być czasochłonne, dlatego relatywnie najlepszym sposobem jest określenie własnych standardów pracy. Jeżeli Twój klient nie ma jasno sprecyzowanych potrzeb (np. nie jest to wydawca), samemu określ, co dokładnie obejmuje wycena Twojej pracy (np. jednorazowa kompleksowa redakcja tekstu, a dodatkowo konsultacje językowe w trakcie zlecenia oraz naniesienie poprawek po wyjaśnieniu spornych fragmentów).

W razie potrzeby odpowiednio zmodyfikuj zakres usługi, jeżeli klient będzie oczekiwał mniejszych lub większych zmian.

## 2. Wynagrodzenie

Wynagrodzenie to najbardziej newralgiczny punkt w czasie negocjacji zlecenia. I podobnie jak wcześniej, inaczej rzecz się ma z wydawcami, inaczej z resztą klientów.

### Wydawcy

W tym przypadku stawki na ogół odgórnie narzuca zleceniodawca i na początku kariery trudno będzie Ci je negocjować. Masz więc w zasadzie dwie możliwości: albo zgodzić się na proponowane wynagrodzenie, albo odrzucić zlecenie.

Na jakie stawki można liczyć? Standardowe wynagrodzenie (rok 2012) za **redakcję tekstu** to ok. 80–120 zł brutto za arkusz wydawniczy (tj. za 40 000 zn. ze spacjami), za **korektę tekstu** – ok. 40–60 zł brutto za arkusz. Oczywiście wszystko zależy od jakości tekstu (czy wymaga gruntownego przeredagowania, czy tylko kosmetycznych poprawek), jego rodzaju (czy jest to tekst naukowy, czy np. beletrystyka) oraz objętości. Wszystko to wpływa na wysokość proponowanej stawki, która może wykroczyć poza wskazane wyżej widełki.

Przez redakcję rozumiemy tu poprawienie tekstu pochodzącego bezpośrednio od autora lub tłumacza – redaktor jest więc pierwszą osobą, która pracuje z daną publikacją. Korekta natomiast to poprawa tekstu już zredagowanego i najczęściej złożonego przez operatora DTP. Polega głównie na wychwyceniu błędów składów i ewentualnych błędów redakcyjnych. Stawka jest na ogół o połowę niższa, ponieważ korekta wiąże się ze znacznie mniejszą liczbą poprawek.

Zaletą współpracy z wydawcami jest klarowność zakresu usługi i duża objętość zleceń – przyjmując do zredagowania lub korekty całą książkę, masz zapewnioną pracę na dłuższy czas. Dzięki temu możesz skupić się na faktycznej pracy, a nie na prowadzeniu korespondencji z klientami, wycenianiu zleceń czy po prostu ich szukaniu.

Wadą współpracy z wydawcami są natomiast stawki, których na ogół nie sposób negocjować, a z uwagi na dużą objętość zleceń bywają na granicy rentowności. Mimo to owocna współpraca z wydawcą jest gwarancją dalszych zleceń, co niejako rekompensuje wysokość narzucanych stawek.

### Pozostali klienci

W nieco lepszej sytuacji jesteś wtedy, gdy zlecenie możesz samodzielnie wycenić. Gdy zgłasza się do Ciebie student z pracą dyplomową, agencja reklamowa z broszurą, plakatem czy folde-rem reklamowym czy choćby ktoś z „budżetówki”, możesz na ogół zaproponować własne stawki.

I nie chodzi to u to, że możesz policzyć sobie więcej za swoją pracę, bo klienci nie orientują się w podanych wyżej stawkach, obowiązujących w branży wydawniczej. Inna jest po prostu specyfika zlecenia. Będą to na ogół dużo krótsze teksty, zlecenie będzie jednorazowe (ew. raz na jakiś czas), ponadto doliczyć musisz koszty obsługi klienta, ewentualnej reklamy, czasu poświęconego na wycenę itd. Wymownie pisze o tym Marcin Kosedowski [w tym tekście](#). Generalnie błędem jest wycenianie zlecenia jedynie pod kątem czasochłonności samej pracy. To główna składowa wyceny, ale nie jedyna.

Wszystko to prowadzi nas do tego, że o ile wydawcy rzadko płacą więcej niż 100 zł za redakcję arkusza, o tyle dla Ciebie ta stawka powinna być dopiero punktem wyjścia dla innych klientów. Sensownym, godziwym wynagrodzeniem redaktora wydaje się **150 zł za arkusz**, powyżej 200 zł biorą najlepsi, i to przy trudnych tekstach, usianych błędami.

### 3. Płatności

Wynagrodzenie to jedno, a kwestia jego płatności – to drugie. I znów można wydzielić tu dwie grupy.

Wydawnictwa zawsze płacą po zleceniu, i to nie od razu – najczęściej w terminie od 7 dni do nawet 2 miesięcy od chwili odesłania poprawionego tekstu. Podobnie jest z „budżetówką” (bodaj zawsze płaci po wykonaniu zlecenia), a także z firmami preferującymi jedynie płatność na fakturę lub rachunek.

Zanim zgodzisz się na płatność po wykonaniu zlecenia, zweryfikuj wiarygodność zlecającego. Poszukaj w internecie opinii na temat danej firmy, np. wpisując w wyszukiwarce hasło: „[nazwa firmy] opinie”; spytaj na forach lub grupach dyskusyjnych (zwłaszcza na grupach „Redaktorzy” i „Korektorzy” na GoldenLinie), czy miał ktoś okazję współpracować z daną firmą. Jeśli trafisz na informację o nieterminowych płatnościach lub, co gorsza, o braku płatności po zleceniu – dobrze się zastanów, zanim zdecydujesz się na zlecenie od niepewnego kontrahenta.

W pozostałych sytuacjach – gdy Twoimi klientami są osoby prywatne lub nieco bardziej elastyczne firmy, skłonne uregulować należność przed wykonaniem przez Ciebie zlecenia – wymagaj, zwłaszcza przy wyższych kwotach, pełnej lub choćby częściowej (np. 50%) wpłaty

przed zleceniem. O ile bowiem firmom, szczególnie znanym na rynku, można zaufać i podzielić płatność na raty, o tyle od osób prywatnych niezwykle ciężko wyegzekwować należność, zwłaszcza jeśli klient jest niezadowolony z wykonanej usługi.

Dlatego też nie ulegaj klientom i nie decyduj się na 100-procentową płatność po zleceniu od studentów czy osób prywatnych w ogóle („Bo pieniądze będę miał po pierwszym, a potrzebuję już teraz tej korekty”, „Bo czekam właśnie na przelew i za kilka dni zapłacę, a Pan w tym czasie mógłby zacząć już pracę” itp.). Lepiej stracić zlecenie, niż poprawić tekst i nie otrzymać wynagrodzenia – wychodzi na jedno, a nieopłacone zlecenie, którego się podejmiesz, pochłonie dodatkowo Twój cenny czas.

#### 4. Umowy

Przy zleceniach opiewających na wyższe kwoty (co najmniej kilkusetzłotowe) prawdopodobnie będziesz musiał podpisać umowę. W większości sytuacji będzie to dość standardowa umowa o dzieło bez przenoszenia autorskich praw majątkowych. W szczególnych wypadkach, np. gdy otrzymasz propozycję stałej współpracy, możesz spotkać się z umową-zleceniem.

Jedną z zalet współpracy z wydawcami jest to, że to oni przygotowują gotową umowę, którą będziesz musiał jedynie podpisać. W przypadku firm czy klientów indywidualnych obowiązek ten spadnie na Ciebie, jako że to Ty jesteś usługodawcą i ekspertem w branży wydawniczej i – w mniemaniu klienta – z pewnością lepiej wiesz, jak powinna wyglądać umowa. Prawda jest oczywiście taka, że redaktorzy to nie prawnicy, i sporządzenie umowy może być nie lada wyzwaniem. W tym celu warto skonsultować się z prawnikiem, choćby w [internetowej kancelarii prawnej](#), lub bazując na licznych wzorach umów o dzieło dostępnych w internecie, sporządzić własną.

#### 5. Kwestie podatkowe

Każdą zarobioną złotówkę powinieneś opodatkować. Nie jest to proste, jako że polskie prawo podatkowe uznaje się za dość skomplikowane, a w zależności od relacji łączących Cię z klientem inny będzie sposób rozliczenia transakcji i jej opodatkowania. Zasadniczo możliwe są **4 sytuacje**.

##### 1. Firma – firma

Jeżeli prowadzisz działalność gospodarczą, kwestie podatkowe z pewnością są Ci dobrze znane. Po wykonanym zleceniu wystawiasz fakturę lub – jeśli nie jesteś vatowcem – rachunek,

a w zależności od formy opodatkowania wybranej podczas rejestracji firmy sam odprowadzasz podatek w odpowiedniej wysokości.

## 2. Firma – osoba fizyczna

Tu sprawa też nie jest zbyt skomplikowana. Jeżeli prowadzisz firmę, wpłatę od klienta opodatkowujesz we własnym zakresie, na życzenie klienta możesz wystawić fakturę lub rachunek.

## 3. Osoba fizyczna – firma

Sprawy nieco się komplikują, gdy nie masz własnej firmy i działasz jako osoba fizyczna.

Jeżeli klientem jest firma, będziesz musiał wystawić rachunek do podpisanej przez Was umowy o dzieło. Od wypłaconego wynagrodzenia zleceniodawca potrąci zaliczkę na podatek dochodowy, a na koniec roku wyśle Ci PIT. Jest z tym nieco więcej biurokracji, niż gdybyś prowadził działalność gospodarczą, ale taka sytuacja jest stosunkowo często spotykana w branży i nie powinieneś mieć kłopotów z rozliczeniem zlecenia.

## 4. Osoba fizyczna – osoba fizyczna

Sprawy najbardziej się komplikują w przypadku zleceń wykonywanych przez osobę fizyczną na rzecz drugiej osoby fizycznej, np. gdy nie prowadzisz firmy i poprawiasz pracę studentowi. W tym wypadku, aby być w zgodzie z prawem, transakcję powinieneś samemu opodatkować i odprowadzić należny podatek do urzędu skarbowego. Rzeczywistość często bywa inna i tak jak pan Zdzisiu, który naprawi Ci kran w mieszkaniu, otrzymuje od Ciebie gotówkę i zapomina o sprawie, tak też nierzadko wygląda rozliczenie redakcji czy korekty tekstu, z tą różnicą, że zapłata za usługę wpływa na konto bankowe.

Nie należy, rzecz jasna, pochwalać takiego rozwiązania, dlatego warto **skonsultować się z doradcą podatkowym** lub wybrać się do urzędu skarbowego, by dowiedzieć się, jak dokładnie rozliczyć taki rodzaj transakcji.

Podsumowując kwestie podatkowe: prowadzenie firmy daje wiele korzyści. Zdecydowanie łatwiej jest rozliczać transakcje (zwłaszcza te drobne, na niewielkie kwoty), nie trzeba zawsze podpisywać umów, a na początku roku listonosz nie przynosi stosu PIT-ów od najróżniejszych zleceniodawców. Nie ulega też wątpliwości, że własna działalność to pewien prestiż. Firmom wygodniej współpracuje się z innymi firmami niż z osobami fizycznymi, z którymi każdorazowo trzeba podpisywać umowy i wysyłać PIT-y.





Nie da się jednak ukryć, że własna działalność to również koszty, w tym stałe, niezależne od wysokości dochodów. Przede wszystkim składki ZUS płacone są co miesiąc (przez pierwsze 2 lata – ok. 400 zł, później ok. 1000 zł). I, co najważniejsze, nawet wtedy, gdy firma nie przynosi zysku! Z pewnością własny biznes to pewne ryzyko, z drugiej strony istnieje mnóstwo możliwości zewnętrznego finansowania firmy (kredyty, dotacje, pożyczka od rodziny itp.).

Podsumowując, sytuacja każdego z nas jest inna. Niektórzy odnajdą się na etacie; inni, którzy przede wszystkim cenią sobie wolność, wybiorą freelancing; wreszcie pozostali, którzy czują w sobie żyłkę przedsiębiorcy, mogą pokusić się o założenie firmy. Dobra wiadomość jest taka, że w przypadku pracy korektorskiej każda z opisanych form zatrudnienia jest możliwa. Wystarczy rozważyć wszystkie „za” i „przeciw” i wybrać tę najlepszą dla siebie.

## Zakończenie

Aby zostać korektorem lub redaktorem, w pierwszej kolejności musisz się do tego zawodu nadawać. To nie doświadczenie ani wykształcenie, wbrew pozorom, są najważniejsze, lecz umiejętności. Nieważne bowiem, ile kierunków i kursów ukończysz – jeśli w Twojej próbie redaktorskiej zostaną błędy, na nic się zda papier uczelni wyższej, a nawet wieloletnie doświadczenie. Możesz być świeżo po maturze i dopiero zaczynać studia, ale jeśli znakomicie orientujesz się w obowiązujących zasadach poprawnościowych, będziesz miał większe szanse niż niejeden absolwent polonistyki.

Dlatego pamiętaj: **umiejętności to podstawa, papier – rzecz drugorzędna**. Jeśli chcesz zostać redaktorem lub korektorem, musisz bezwzględnie o tym pamiętać, a zwłaszcza być szczerym w stosunku do siebie. Jeśli kilkumiesięczne szukanie pracy i wykonanie dziesiątek próbek nie przynosi rezultatów, warto trzeźwo spojrzeć na siebie i znaleźć przyczynę takiej sytuacji. Nie ma sensu od razu obwiniać całego świata i szukać wymówek, że „to takie czasy, gdy pracę można znaleźć tylko po znajomości” czy „dla humanistów nie ma pracy na rynku”. Redaktor to w gruncie rzeczy zawód z przyszłością – człowiek prędko nie znajdzie lepszej formy komunikacji niż tekst (czy to mówiony, czy pisany), a nie każdy włada piórem jak wytrawny pisarz. Sęk w tym, że również nie każdy ma predyspozycje, by poprawiać teksty...

Jeśli jednak masz pewność, że się do tego nadajesz, nie zważaj na to, co mówią inni, bądź wytrwały, a prędzej czy później Ci się uda i będziesz zajmował się tym, co kochasz! A to chyba najważniejsze.



## Polecamy

1. *Wielki słownik poprawnej polszczyzny* pod red. A. Markowskiego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
2. *Wielki słownik ortograficzny* pod red. E. Polańskiego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
3. *Wielki słownik wyrazów obcych* pod red. M. Bańki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
4. *Polszczyzna na co dzień* pod red. M. Bańki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
5. A. Wolański, *Edycja tekstów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
6. H. Jadacka, *Kultura języka polskiego, t. 1*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
7. A. Markowski, *Kultura języka polskiego, t. 2*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
8. T. Karpowicz, *Kultura języka polskiego, t. 3*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.