

## AZ ÍRÓ MINT VÁLLALKOZÓ

### Absztrakt

Tanulmányomban a kortárs magyar írók helyzetét vizsgáltam meg a művészeti és gazdasági mezőben, és kutatásommal feltártam, hogy mennyire találhatók meg az íróknál a vállalkozói motívumok. Megvizsgáltam a generációs és státuszbeli helyzet vállalkozói gondolkodásra gyakorolt hatásait. Tanulmányomban azt is körülbírtam, hogy milyen intézmények határozzák meg az írók munkáját, milyen befolyással tudnak ezek lenni a kultúratermelés folyamataira.

### Abstract

My study examines the position of the Hungarian contemporary authors in the economic and the cultural fields, and tries to define their entrepreneur motives. I examined the differences between generations and status positions in the literary field from the view of entrepreneur thinking. The study went through the institutional structure of the literary field and took a look at the effects of these institutions for the work of authors and the culture production.

*„Egyáltalán nem magától értetődő, hogy egy író tud beszélni. Miközben egyre inkább – ahogy a vicc mondja – van igény rá.*

*Merthogy a könyv az kevés. Nem nekem kevés, önöknek kevés. (...) Én nem beszélő ember vagyok, hanem író ember” – Esterházy Péter*

### Bevezetés

Tanulmányomban a kortárs magyar írókat abból a gondolatból kiindulva vizsgálom, miszerint a művészek e csoportja nem egy társadalom felett álló, pusztán „szent” céloknak élő embereket takar, hanem munkájuk során ugyanúgy figyelembe vesznek gazdasági szempontokat, ahogy a „profán” gazdasági világ vállalkozói. Sokan úgy gondolnak a művészetre és a gazdaságra, mintha ezek ellenséges világok lennének („hostile worlds” Zelizer tipológiájában, 2013), ahol az ember ellentétes elvek szerint

cselekszik – egyikben metafizikai elveket követ, míg a másikban racionális és haszonmaximalizáló –, de ugyanúgy bírálható az a felfogás is, hogy ez a két világ kérdés nélküli egységként vizsgálható, ahol a művészi tevékenység is csak egy gazdasági akció. A gazdasági és művészeti ambíciók folyamatos összeegyeztetése, céljaik és eszközeik egyaránt tartozhatnak a szent és profán világhoz, ami meghatározza az írók életét és munkáját. Kutatásom során megvizsgáltam, hogy milyen mintázatok és folyamatok figyelhetőek meg a kortárs magyar írók gazdasági szereplésében, és azt, hogy az írók mennyire tudnak a művészeti alkotás mellett saját sikerük kovácsai lenni. Interjúk kérdésem során igyekeztem megkeresni a rendszeresen publikáló és az elsőkönyves szerzőket egyaránt, valamint a kiadó oldalról olyan személyeket, akiknek nagy rálátása van az irodalmi és gazdasági mező metszetére. Tanulmányom megpróbálja árnyalni az írókról bennünk élő képet, megvizsgálni, hogyan tudják munkájukat és a nevével járó „brandet” tudatosan, vállalkozóként alakítani, ezáltal pontosabban elhelyezve a művészek csoportját társadalmunkban. A jóléti társadalmak kiemelt célja a kultúra támogatása, így fontos, hogy feltérképezzük, az írók milyen módon vannak jelen a munkaerőpiacon, milyen gazdasági területen mozognak, mi az, ami leginkább hátráltatja, vagy éppen elősegíti alkotó munkájukat. Ha ezekről a faktorokról többet megtudunk, akkor könnyebben lehet olyan támogatási rendszereket kialakítani, melyek figyelembe veszik az írók társadalmi és gazdasági helyzetét, és ezzel még hatékonyabbá tehetik a kultúrafejlesztő kezdeményezéseket.

### Szent és profán értékek

Amint azt már a bevezetőben említettem, a vizsgált témakör alapvetően két elkülönülő világ ütközésének tűnhet, a művészet „szent” világa és a gazdaság „profán” realitása, mint két ellenpont határozza meg az irodalom világát. Ahhoz, hogy ezt vizsgálni tudjunk, fontos, hogy megnézzük, mit is jelent az érték fogalma. Habár itt is szembetalálkozhatunk azzal az ellentéttel, hogy a dolgok ára és értéke nem azonos, mégis van valaminemű kapcsolat a két faktor között. Felmerül a kérdés: mégis

hol derül ki valamiről, hogy értékes? Az értéknek az eladási áron kívül lehetnek olyan más dimenziói is, melyek egy gazdaságilag és esztétikailag értéktelen alkotásban – például egy kisgyermek rajzában – jelennek meg, ehhez is köthet minket egyfajta morális érzelem, ami miatt értéket képez számunkra. Aspers és Beckert az érték ezen formáit határozza meg, melyek különböző mértékben lehetnek jelen egy alkotásban: (1) gazdasági érték, (2) esztétikai érték, (3) morális érték, (4) szociális érték. Az érték fogalma tehát nem egyértelmű az adott alkotásoknál, hiszen más és más jelent mindenki számára, ill. kultúránként eltérő értékeket társíthatnánk az egyes faktorokhoz. Az általánosságban vett érték az előállító és a fogyasztó közötti hálózaton jön létre, mely egyaránt magába foglalja gazdasági és kulturális mezőt (Aspers – Beckert 2011).

### Irodalmi értékelőrendszerek

A fogyasztók, amikor a piacra lépnek, azt nem egy rögzített preferenciával teszik, éppen ezért azt is meg kell vizsgálnunk, hogy a piaci közvetítők milyen hatással vannak a választásukra és az értékonstruálódásra. Fölmerül, hogy ha az irodalom egy kizárólagosan „szent”, művészeti mező lenne, akkor hogyan lehetne benne rangsort felállítani az egyes művek és szerzők között? Mi alapján választanának a fogyasztók? Hogyan mondhatjuk meg egy numerikusan nem mérhető tulajdonságról (művészeti érték), hogy az egyik műhöz vagy alkotóhoz nagyobb érték tartozik, mint a másikhoz? Mégis, az irodalmi mezőben is megvan az a hierarchia, ami alapján az aktorokat értékelni tudjuk egymáshoz képest. Karpik nyomán Aspers és Beckert (2011) vizsgálja azokat az értékelőrendszereket, melyek meghatározzák az alkotó és a fogyasztó közti folyamatot és a fent említett hierarchia kialakulását.

1. **Kalauzok:** Értékelés szempontjából ez a legfontosabb kategória, hiszen ide sorolhatjuk esetünkben az irodalommal foglalkozó kritikásokat, esztétákat. Ők azok a „hivatásos olvasók”, akik véleményükkel pozícionálni tudják az egyes alkotókat, a saját értékrendjük alapján emelnek fel vagy taszítanak le szerzőket. Azonban a sajtó és a kritika nagy átalakuláson ment keresztül az internet térhódításával, így ma már fontos szerepe van az „amatőr” bloggerek véleményének és az irodalomra szakosodott közösségi oldalaknak, ahol több ezer felhasználó értékeléséből válogatva kaphatunk képet az egyes művek irodalmi értékéről, viszont az

ezek által gyakorolt hatás egyelőre nem egyértelműen körüljárható.

2. **Rangsorok:** Ez egy ritkább forma az irodalom területén, mégis – általában év végén –, a szaksajtó rangsorokat szokott nyilvánosságra hozni az adott évről, de effélének lehet tekinteni a könyvesboltok által összeállított, folyamatosan frissülő, eladásokat alapul vevő népszerűségi listákat is.

3. **Címkézés:** Fontos értékképző rendszer az irodalomban, hiszen ide sorolhatjuk az egyes művészeti díjakat, melyek nagyban meg tudják dobni egy-egy szerző reputációját és az eladási mutatóit. A díjak mellett sokat jelenthet egy kevésbé ismert szerző esetében a hasonlító címkézés, melyben a könyvkiadó pozícionálja alkotóját, gyakran egy másik ismert irodalmi márkanevhez kapcsolva.<sup>1</sup>

4. **Ismeretségi hálózat:** A kritika mellett sikeres lehet a személyes ajánlások hálózata is, ilyenkor a nagyközönséget megcélzó recenzió helyett egy hozánk közel álló ember véleménye súlyozottan orientálhat minket az adott könyv kiválasztása felé, így sokszor olyan mű olvasásába is belekezdünk, melyet egy „hivatalos” értékelő hatására nem tennénk.

### Máté-effektus az irodalomban

A fenti értékelőrendszerek vizsgálatok azt láthatjuk, hogy a felsoroltak más és más lehetőségeket biztosítanak a különböző státuszú alkotóknak. A Merton által Máté-effektusnak nevezett jelenség alapjául a következő Újszövetségi példabeszéd-részlet szolgál: „Mindannak ugyanis, akinek van, még adnak, hogy bővelkedjék; akinek pedig nincsen, attól még azt is elveszik, amije van” (Mt 25, 29-30.). Erről Podolny (2010) ad témánkhoz illő összefoglalást. Merton a fogalmat a tudományos élet vizsgálatánál alkalmazta, rámutatva arra, hogy azok a tudósok, akik nagyobb elismertséggel rendelkeznek, sokkal könnyebben újratermelik reputációjukat, mint az alacsonyabb státusszal rendelkező kollégáik. Ennek a folyamatnak a piaci vetületét vizsgálja Podolny *Status Signals* c. (2010) munkájában, melyet könnyen használhatunk a vizsgált irodalmi mező esetében is. Podolny kiemeli, hogy az egyik legfontosabb előny, ami a magas státuszú előállítót segíti, az a lét-

1 Pl. Böszörményi Gyula *Gergő és az álomfogók* c. könyve sikeréhez nagyban hozzájárult, hogy kiadója a sajtóban a „magyar Harry Potter” néven emlegette, amikor J.K. Rowling regényfolyama épp a legnagyobb sikerét élte, de az efféle pozícionáló társításokat még hosszasan sorolhatnánk.

rehozási folyamat költségének csökkenése. A nagy státuszú aktoroknak csökken (1) a tranzakciós költség, ami a közvetítőknél való „bizonyítással” járó erőfeszítéseket takarja, mellyel az alkotónak szembe kell néznie – jelen esetben a kiadók felkeresése vagy a könyv értékesítésének segítése, mely a befutott szerzőknél egy olyan egyszerű folyamat, ahol sokszor az említett intézmények versengenek, ám az alacsony státuszú szerzőknek komoly erőfeszítésbe kerülhet egy kevésbé kedvező szerződés kiharcolása is. Ugyanígy a (2) hirdetési és marketingköltség is jóval magasabb egy kisebb státuszú író számára, ahogy az (3) anyagi költségek, azaz a munkával járó kiadások is jelentősebbek. Láthatjuk, hogy ezek a kiadóval rendelkező, befutott írókat már sokkal kisebb mértékben terhelik.

A nagyobb státusszal nagyobb kritikai visszajelzés is jár, ami segíti a munka jövőbeni fejlesztését. Akár tudatos gazdasági döntést hoz a szerző a kritika hatására, akár gondolkodásmódján változtat miatta, az alacsony elismertséggel rendelkező alkotók ezáltal is hátrányba kerülnek. Emellett a magas státuszú íróknak sokkal nagyobb beleszólása van a szakmailag elismert értékek meghatározásába, az általa használt forma, stílus vagy téma nemcsak könnyebben illeszkedhet a kritikai elvárásokhoz, de nagyobb eséllyel alakíthatja is ezeket, mint egy feltörekvő író az esetleges formabontó ötleteivel. Mindezek mellett fontos azonban kiemelni, hogy Podolny (2010) szerint a magasabb státusz olyan jelzés, mely mögött múltbéli minőség létrehozása áll, melynek romlása hasonló státuszvesztéssel jár a befutott íróknál is. Szerinte a státuszkülönbségek nem egyenesen az érték létrehozására vannak hatással, hanem az alkotás költségeit csökkentik, mely által a szerző könnyebben tudja fenntartani a korábban megszerzett státuszát, ezzel előidézve az összefüggést a két faktor között. Az értékesítésben az eladó személye is egy fontos státuszjelzés lehet, ami meglátásom szerint az írók esetében különösen is érvényes, hiszen más termékekkel ellentétben az értékesítendő könyv minőségéről csak a vétel után győződhetünk meg az olvasással, de a kiválasztási folyamatban szinte csak az író (esetleg a kiadó) reputációja segíthet minket a döntésben, melyek a fent említett értékelőrendszerek segítségével jönnek létre. Az író személye tehát olyan státuszjelzés, mely nagyban meghatározza egy kötet sikerét, markánsan átalakítva azt az értéket, melyet a „szerzői arc” nélküli művet jellemezné.

## A kortárs magyar irodalmi mező kialakulása

Az általánosított folyamatok mellett érdemes a közelmúlt magyar irodalmi mezőjére irányuló hatásokat és tendenciákat is megvizsgálni. Kristóf Luca több tanulmányában is vizsgálta a kulturális, és azon belül az irodalmi elitet. Dolgozatomban nem szeretnék kizárólag a legnagyobb presztízsű művészekre szorítkozni, viszont ha olyan szempontból tekintünk az irodalmi elit csoportjára, mint a mező legkiválóbb vállalkozóira, akkor számos releváns információval gazdagodhatunk.

A rendszerváltás a legtöbb társadalmi mezőben elitcserével járt, ám a kulturális elit ez alól kivételnek tekinthető – itt a politikai okok helyett sokkal inkább egy nemzedékváltás figyelhető meg. A szocializmus alatt az írói szerep szerves része volt a közszereplés, politikai véleménynyilvánítás, ami a '90-es években lassan megszűnt. Ezáltal egyrészt „megtisztult” a mező, másrészt azonban elhalványult társadalmi szempontból vett fontossága, és újra előkerült a kérdés: mi is az írók szerepe a társadalomban? (Kristóf – Csurgó 2008).

Az előző rendszerben az irodalom egyértelműen állami támogatottsága miatt tudta megőrizni nagyságát, és a rendszerváltás után az anyagi problémákkal küzdő mező továbbra is sokban az államra volt kénytelen hagyatkozni, még akkor is, ha az anyagiilag kiemeltebben patronálta a színház és a film világát. A kiadók '89 után teljes egészében átkerültek a piaci oldalra, ami egy újfajta szabályrendszert hozott az írók számára, melyben meg kellett tanulniuk mozogni. Ez a változás, ill. a külföldi tulajdonban lévő kereskedelmi médiumok hirtelen felívelése elősegítette a generációs különbségek kialakulását (Kristóf – Csurgó 2008).

Kristóf egy másik tanulmányában (2011) azt vizsgálta, hogy miben különbözik a kulturális elit egésze a belőle kiváló, legnagyobb státuszúakból álló reputációs elitől. Arra jutott, hogy a reputációs elit tagjainak jövedelme egyértelműen magasabb, azaz a kulturális mezőbeli elismertségüknek anyagi vonzatai is vannak, ez rávilágít a kulturális tőke átválthatóságára, amit az írók gazdasági szereplőkként való vizsgálata során is érdemes lesz figyelembe venni. A reputációs elitbe kerülésnek emellett a legmarkánsabb jellemzői az (1) életkor (több idejük van a státusszerzésre), (2) az elitegyetemen szerzett (3) művész/bölcsészdiploma, valamint a (4) szakterületen kívüli publikálás, azaz, hogy ha valaki társadalmi, politikai vagy gazdasági kérdésekben véleményt

nyilvánít, akkor ez azt jelenti, hogy nagyobb eséllyel a reputációs elit tagja. Itt azonban kérdéses, hogy melyik volt előbb: a publikálás, ami a hírnevet termelte, vagy a hírnév, aminek köszönhetően odafigyelnek az emberek az elitag véleményére (Kristóf Bourdieu-re (2001) hivatkozva ez utóbbi mellett érvel). Összességében a vizsgálat megmutatta, hogy a magyar kulturális elit leginkább belső normái szerint hierarchizálja magát, ennek legfontosabb mozgatója a kulturális tőke. Emellett viszont a kulturális elit nem teljesen elszigetelt a társadalomtól, nem szabad elhanyagolnunk például a médiával való kapcsolatát (Kristóf 2011).

### Vizsgált hipotézisek

**Első hipotézisem (H1)** szerint az írói munkában ugyanúgy megjelennek vállalkozói motívumok, mint egy kizárólag gazdasági céllal működő vállalkozásnál, hiszen az értékkepző rendszerek hasonlóak az irodalmi mező esetében, mint más piacósított ágazatoknál, ahogy azt Karpik nyomán Aspers és Beckert (2011) bemutatja.

**Második hipotézisem (H2)** szerint az írók társadalmi státusza erős hatással van vállalkozói magatartására. A Podolny (2010) által feldolgozott Máté-effektus költségcsökkentő hatása alapján feltételezem, hogy minél magasabb státuszú egy író, annál kevésbé kell foglalkoznia a saját írói vállalkozásának építésével, így sokkal inkább gazdaságtól függetlennek tekinti művészi munkáját.

**Harmadik hipotézisemben (H3)** azt feltételezem, hogy az írók életkora – legfőképpen a tekintetben, hogy a rendszerváltás előtt vagy után kezdték meg írói pályafutásukat – szintén jelentős különbségekre ad magyarázatot a vállalkozói hozzáállást illetően. Úgy gondolom, hogy a fiatalabb szerzőknél sokkal hangsúlyosabban megjelenik a vállalkozás építéséhez kapcsolódó gazdasági tudatosság, hiszen ők már a szabad piacgazdaságban kezdték írói karrierjüket, más feladatok tartoznak munkájukhoz, mint a szocializmus idején, ahogy ezt Csurgó és Kristóf (2008) tanulmányukban bemutatták.

### A kutatás módszertana

Kutatásomhoz két különböző módszert használtam: kvalitatív interjúkat készítettem írókkal és két kiadóvezetővel, illetve ezt kiegészítettem a

kvantitatív online kérdőíves módszerrel, mely során kérdőívemmel négy írószervezetet kerestem fel. Interjúalanyaimat (jelölésük a későbbiekben: Í1-Í5) könnyű elérhetőség alapján választottam ki, figyelve arra, hogy több kiadótól keressék meg alkotókat, akik az elért szakmai presztízisük és népszerűségük alapján nagy spektrumot fednek le. Korosztályt illetően a szerzők mind a 70-es években születtek, talán ők azok, akik leginkább rálátnak az előttük lévő, szocializmusban sikeressé vált írókra, viszont maguk már a rendszerváltás idején kezdték meg művészi tevékenységüket. Emellett két nagy kiadó vezetőjével (jelölésük a későbbiekben: K1 és K2) készült interjú egészíti ki a feltáró jellegű vizsgálatot. A kutatás második információforrása egy online kérdőív volt, melyet írószervezetek (a Szépirok Társasága, a Fiala Írók Szövetsége, a József Attila Kör és a Magyar Írószövetség) megkeresésével 126 szerzővel sikerült kitölteni. Ennek segítségével néhány demográfiai adat mellett az interjúkban kvalitatív módon feltárt témákról kapunk kvantitatív adatokat, és az egyes tendenciákra is nagyobb rálátást nyerhetünk. A szervezetek közvetítésén keresztül elsősorban olyan írókról nyertem adatokat, akik közösségi szinten is íróként definiálják magukat. A minta mérete miatt a továbbiakban kerekített százaléktételeket használok.

### A minta demográfiai adatai

Demográfiai adatok szerint a kitöltők kétharmada férfi (68%), átlagéletkoruk 40 év (a legidősebb válaszadó 81, míg a legfiatalabb 24 éves), közel egyharmaduk budapesti, és összesen 90%-uk született városban. Végzettség tekintetében látható, hogy döntő többségük (83%) felsőfokú végzettséggel rendelkezik (45%-uk ráadásul mesterdiploma vagy doktori fokozat birtokosa is). A felsőfokú végzettséggel rendelkezők több mint kétharmada (71%) valamilyen művészeti vagy bölcsész szakon szerezte a diplomáját. Felmerülhet a család hatása a művészeti és vállalkozói pálya választásakor, így a kérdőívben megkérdeztem, hogy mi az írók szüleinek foglalkozása, azonban az eredmény a várákozással ellentétesen nem emelte ki a művészi és vállalkozói motívumokat (édesapja művész: 6%, édesanyja művész: 4%, míg vállalkozó édesapja: 14% és vállalkozó édesanyja: 6%). A két leggyakoribb szülői foglalkozás egyike az „értelmiségi, szellemi munkát végző”, a kérdezettek harmada

ezt jelölte meg (édesapa: 34%, édesanya: 37%), a másik pedig az alkalmazotti munkakör, ami az apák negyedére (25%), míg az anyák esetében ennek majdnem duplájára (41%) igaz. A személyes interjúk során is arról beszéltek a megkérdezettek, hogy az írói pályaválasztásuk nem azért történt, mert a családban lett volna számukra meghatározó művész (vagy vállalkozó) figura, mindenesetre az értelmiségi alapokat sokuknál a családjuk határozta meg.

### Az írók gazdasági helyzete

Az szinte már közhely, hogy csupán az írásból nem lehet megélni, és ezt megerősítették az interjúalanyok és az online kérdőív válaszadói is, az utóbbiaknak csupán 7%-a adta azt a választ, hogy minden jövedelme az írásból származik. A leggyakoribb kiegészítő foglalkozások az irodalommal és könyvekkel foglalkozó intézményekhez kapcsolódnak (21%), és ugyanennyit tesznek ki a közalkalmazottak is a mintában (22%). Ezt követik kissé lemaradva az újságírók 17%-kal, utánuk a magánvállalkozók, szövegírók és a kommunikációs szakemberek (lásd 1. táblázat)

Foglalkozása az írás mellett	Százalék (%)
közalkalmazott	22
irodalommal/könyvekkel foglalkozó intézményben dolgozik	21
újságírással foglalkozik	17
magánvállalkozó	11
kulturális intézményben dolgozik	10
szövegíró munkát végez	9
fordítói munkát végez	9
alkalmazott egy magáncégnél	9
kommunikációval és/vagy marketinggel foglalkozik	8
vezető beosztású egy magáncégnél	2
egyéb	7
minden jövedelme az írásból származik	7

1. táblázat

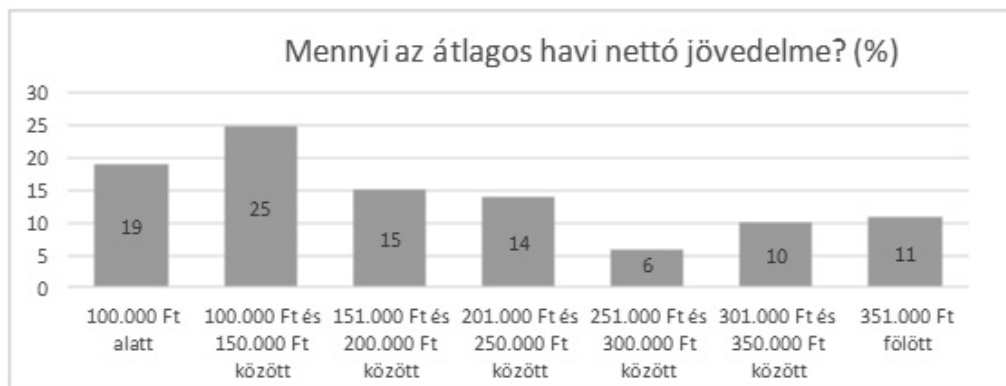
Ha az európai adatokat vizsgáljuk, akkor azt láthatjuk, hogy a kontinensen az írók és művészek 67%-a dolgozik valamiféle kultúrával kapcsolatos intézményben<sup>2</sup> főállásban, legnagyobb részük (36%) a „kreatív művészeti és szórakoztató” szférához sorolta munkahelyét. Nem sokkal lemaradva 33%-uk munkája tartozik marketinghez, oktatáshoz és közszolgálathoz. Az európai adatok meghatározónak mutatják a művészek közt a főállású munka hiányát, de ez sokkal inkább a munka magánvállalkozói jellege miatt áll fenn, mint munkanélküliség miatt. A magyar művészek 36,6%-a nem áll alkalmazásban (míg a más munkát végzőknél ez csak 12,5%), ami csak kevéssel marad el a művészek EU-s átlagától (Eurostat 2011).

A főálláson kívüli kiegészítő jövedelmekre is rákérdeztem, és itt is szorosán az értelmiségi kultúrához kapcsolódó munkák jelentek meg – sokan fordítanak, folyóiratokban való publikálást, szerkesztői munkát vállalnak, illetve ide sorolták a fellépéseiket, író-olvasó találkozóikat. Számos válaszadó jelölte meg az ösztöndíjakat, mint kiegészítő jövedelemforrást.

Az egy kevésbé egyértelmű faktor, hogy ha ugyan „megélni nem lehet belőle”, akkor mégis hányad része az írók jövedelmének az, amit a könyveikből megkeresnek? A válaszok 0-tól 100%-ig terjedtek, átlaguk 14%-ot tett ki, ugyanakkor érdemes azt is észrevenni, hogy az írók közel háromnegyede (74%) az alsó 10%-ba sorolta magát. Sőt hogyha ennek a decilisnek csak az alsó felét nézzük, azaz a legalsó 5%-ot az (irodalmi) írás jövedelemre vetített mértékéből, akkor is a válaszadók 52%-a vallotta magát idetartozónak. Ebből láthatjuk, hogy az írók jövedelmét jellemzően nem a könyveikből származó bevétel adja, még úgy sem, hogy az öndefiníciós kérdés része, hogy az írói jövedelemben csak a könyv után kapott jutalékot vagy az azzal járó közszereplések, felolvasások, rendezvények tiszteletdíját is belekalkulálja.

Ugyanakkor érdemes megvizsgálni azt is, hogy az írók gazdasági helyzete milyen a magyar társadalomhoz viszonyítva. A válaszok alapján látható (1. ábra), hogy a megkérdezettek közel felének (44%) 150.000 Ft alatt van a nettó jövedelme. A KSH 2016. januárra vonatkozó adatai alapján a

<sup>2</sup> A kutatás ide sorolja a könyvtárak, múzeumok, könyv- és lapkiadó vállalatok mellett a tévé- és rádiócsatornákat, a kreatív művészeti tartalmat előállító és elosztó, valamint a szórakoztató intézményeket. Ebből látszik, hogy az ő fogalmi keretük valamelyest tágabb meghatározást ad a miénknél.



1. ábra

nettó átlagkereset országos szinten 165.849 Ft volt (KSH, 2016), amihez ha hozzávesszük, hogy megkérdezettjeim körében túlnyomórészt budapestiekéről van szó (2014-es átlag havi adat a budapestiek nettó jövedelméről: 202.347 Ft), ráadásul diplomásokról, akkor láthatóvá válik, hogy a válaszadó írók jelentős része kevesebb jövedelemből él, mint a velük azonos szintű végzettséggel és lakóhellyel rendelkezők.

Ha megvizsgáljuk, hogy a különböző jövedelmi helyzetű válaszadók jövedelmének hanyadrészt adják az írói bevételek, akkor is azt látjuk, hogy a magas jövedelműek ugyanúgy kis százaléknak jelölték a könyvekből befolyó összegeket, mint kisebb jövedelmű kollégáik, azaz a két faktor között nincsen számottevő összefüggés. Ez bizonyos szinten összecseng Kristóf Luca (2011) megállapításával annak tekintetében, hogy a gazdasági pozíció jellemzően nem befolyásolja a kulturális mező tagjainak státuszát, azaz attól még, hogy valaki nagyobb vagyonnal rendelkezik, nincs feltétlenül könnyebb dolga a könyvei eladásával.

Ebből látszik, hogy az íróknak jellemzően nem a legjobb a gazdasági helyzetük, ezt az információt kiegészítendő kérdeztem meg, hogy mit engedhetnek meg maguknak és mit nem, egyfajta szubjektív jólétet mérve (2. táblázat). A kritériumokat igyekeztem úgy összeválogatni, hogy azok közé az íráshoz, mint munkához kapcsolódó „javak” is belekerüljenek – így a privát dolgozószoza vagy a rendszeres kultúrafogyasztás –, de emellett az általános jólétet mérő nyaralás is a kritériumok között volt. Az eredmények azt mutatják, hogy az összes felsorolt feltétel csupán a válaszadók egynegyedének biztosított (28%), és hogyha úgy szűkítjük, hogy kik azok, akik legalább három kritériumot is hiányzóknak jelöltek, akkor a válaszadók több mint egynegyede kerül ebbe a nélkülöző csoport-

ba (28%). Ha visszagondolunk a Máté-effektusnak a Podolny által tárgyalt, a státuszának a költségek csökkentésére gyakorolt hatására (Podolny 2010), mely a fenti anyagi hátrányokat is erősíti, akkor láthatjuk, hogy az írói munkával fellépő költségek (életviteli, marketing, stb.) sokkal elemibben érintik a gazdasági problémákkal küzdő írókat, mint a jólétben élőket. Ezek az adatok azt a vélekedést látszanak megerősíteni, miszerint egy kortárs magyar szerzőnek számos anyagi nehézséggel kell megküzdenie alkotás közben, így nem tekinthető mellékesnek az alkotás „szent” célja mellett az, hogy az íráshoz milyen mértékű gazdasági nyereség társul. A következőkben a két mező kapcsolatát fogom vizsgálni.

Mit nem engedhet meg magának anyagi okokból kifolyólag?	Százalék (%)
Évente egy heti nyaralás	33
Egy autó, annak fenntartásával	49
Egy privát hely, ahol dolgozni tud	33
Új könyvek, melyek érdeklők <sup>3</sup>	16
Rendszeres kultúrafogyasztás (pl. mozi, színház, stb.)	22
Fent felsoroltakat mind megengedheti magának	28

2. táblázat

3 Az interjúkból az is kiderült, hogy a kiadók gyakran költségmentesen szerzőik rendelkezésére bocsátják a kiadónál megjelenő könyveket, ami árnyalja az új könyvekért kiadandó pénzt és az ezzel kapcsolatban álló kultúrafogyasztást. E nélkül valószínűleg ez a szám is jóval magasabb lenne.

## Az írók motivációja

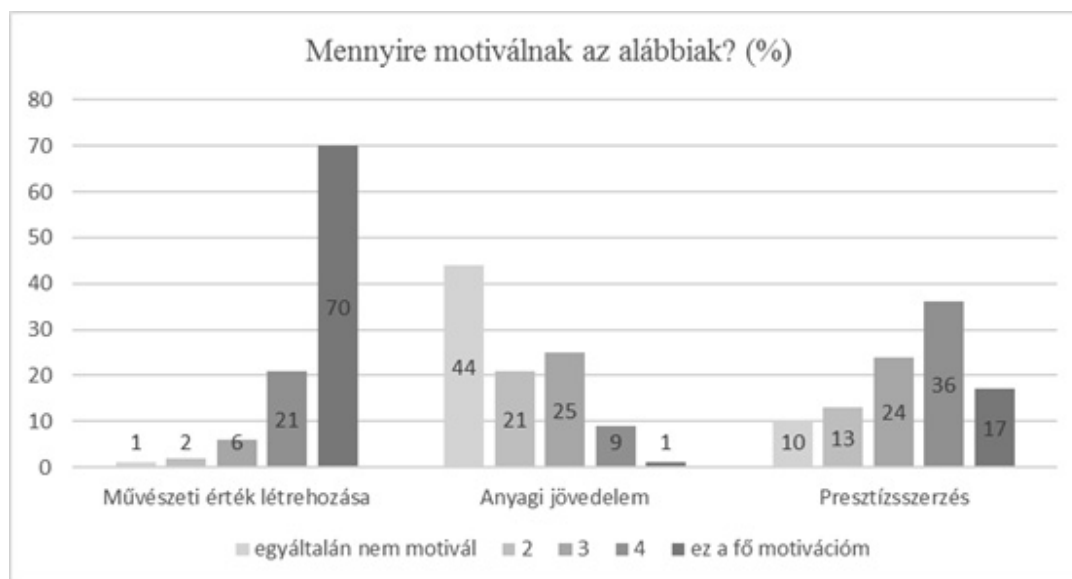
Kérdéseim segítségével elsősorban azt próbáltam meghatározni, hogy a kortárs magyar írókat mi motiválja leginkább az alkotás során. Három fő kategóriát bontottam külön – művészeti érték létrehozása, anyagi jövedelem és presztízs szerzése –, melyeket egy ötfokozatú skálán értékelték a megkérdezettek fontosságuk szerint. (2. ábra)

A számokból látszik, hogy a fő motiváció a művészeti érték létrehozása, és a válaszadók közel fele szerint a gazdasági haszonszerzés egyáltalán nem fontos tényező a szépírás tekintetében – fő célként senki sem jelölte meg ezt a kitöltők közül. A presztízs szerzése fontosabbnak tűnik az anyagi haszonnál, mely a mezőn belüli elhelyezkedést és elismertséget jelent. Ez utóbbi minden bizonnyal maga után von anyagi előnyöket is, mégis a motivációban – a művészeti érték létrehozása után – fontos tényezőnek tekinthető (a válaszadók 53%-a jelölte inkább motiválónak). A kérdőívben azonban meghagytam a lehetőséget, hogy a szerzők elmondják, mi minden más motiválja őket a három kiemelt faktoron kívül. A legtöbben egyéb „szentnek” nevezhető célokat jelöltek meg, mint például „társadalmi kérdésekkel és problémákkal való foglalkozás”, „közösségi létezés való hozzájárulás”, „múltfeldolgozás” vagy épp a „világ megértése”. Ezeket sokan kiegészítették azzal, hogy az írás fő motiválója nem külső, hanem sokkal inkább belső cél, ilyen például a „flow érzés megélése”, „íraskényszer”, „privát gyógyás”, „az alkotás folyamatának megélése” vagy egyszerűen a „kihívás

miatt” való írás, melyek egyértelműen a művészeti célok felé mutatnak, a gazdasági célokat figyelmen kívül hagyva.

Feltevésem szerint az íróknak – akárcsak másoknak – megvan a prekoncepciójuk a szakma mozgatórugóiról, amikor maguk is írásra adják a fejüket, mely a valódi írói munka és arra irányuló hatások megismerésével átalakul. Ezért kérdőívemben kitértem arra a fenti három faktor kapcsán, hogyan változott a hozzáállásuk a pályájuk előrehaladtával. A listavezető művészi érték létrehozásához a megkérdezettek kétharmadának (66%) nem változott a hozzáállása, ugyanúgy a legfontosabb tényező maradt, mint pályájuk kezdetén. A többi megkérdezett pedig inkább afelé hajlott, hogy még fontosabb lett számára az idők során (23%). A fennmaradó 11% viszont azt jelölte meg válaszként, hogy az idő előrehaladtával közömbösebb lett a művészi érték létrehozása tekintetében. Az anyagi jövedelmet nézve nem ilyen egyértelmű a helyzet, itt a válaszadók fele jelentette ki, hogy nem változott az ehhez fűzött viszonya (48%), de a minta másik fele kettéoszlik aszerint, hogy fontosabb, vagy pont kevésbé fontos lett számára ez a paraméter. A státusszerzés fontossága szintén állandó maradt a minta felénél, és itt is közel 25-25% mondta azt, hogy fontosabbá vagy kevésbé fontossá vált számára a faktor.

Amikor viszont azt a kérdést tettem fel nekik, hogy a kortárs magyar írók hol állnak egy olyan nullától tízig terjedő skálán, aminek az alsó felén állnak a kizárólag gazdasági céllal alkotó írók, míg a csúcson a kizárólag művészi értékeket szem előtt



2. ábra

tartók, akkor már nem volt olyan egyértelmű a művészeti túlsúly, mint amikor önmagukról kellett vallaniuk. A válaszok átlaga 6,2-t ad, és az eloszlás is a művészeti végpont felé mutat, viszont ez a szám közel sem annyira szélsőséges, mint a saját célok beazonosítása esetén. Ennek alapján az tűnik ki, hogy a gazdasági céloknak még mindig valamiféle pejoratív felhangja van, mely alapján az írók úgy gondolják, hogy a többség ugyan közelebb áll a művészeti célokhoz, mégis nagy hatása van a pénznek is a szakma egészére, annak alakulására. Í5 így felelt saját maga és az átlag elhelyezésére a 10-es skálán: „*Én? Tíz. Azt gondolom, hogy a többség így van ezzel, a hozzám hasonlók, főleg költők. Ez egy annyira nem megtérülő műfaj. Belebölgölve írják a regényeiket a munka mellett, nem gondolom, hogy a pénzkérés motiválja őket. (...) Persze van ez az izé, hogy kijönni félévente bármivel, és generálni ezt a dolgot, hogy ebből lehessen zsozsót szerezni. Ha átlagot nézek, akkor fele-fele, sőt... én nagyon naív vagyok, hogy az alkotásért írok.*”

Az interjúkban külön rá sem kellett kérdezni, majdnem mindenki magától előhozta a korosztályok különbözőségét, amikor saját gazdasági tudatosságukról érdeklődtem. Az egyik kiadóvezető (K2) elmondta, hogy a szocializmusban központosított könyvkiadás és a mesterségesen megnövelt példányszámok egy olyan életvitelt jelentettek az íróknak, ahol tényleg elég volt az alkotás, ha az ember egyszer bekerült a megfelelő körbe. Az írók, akik a szocializmusban kezdték alkotói pályájukat, sokszor ódzkodnak a saját „piacosításuktól”, kevesebbet akarnak tenni a saját marketingjükért, mert úgy érzik, ez nem az ő feladatuk.

Ezek alapján úgy tűnhet, hogy a művészeti célok központba helyezése és a gazdasági haszonszerzés fontosságának alacsony értékelése arra mutat, hogy az író vállalkozói vizsgálata megcáfolódott. Viszont fontosnak tartom, hogy kiemeljem: a vállalkozói fogalmat nem szabad egybemosni az anyagi haszonszerzés céljával. Tanulmányomban sokkal inkább arra keresem a választ, hogy mennyire tudja saját pályáját, munkáját tudatosan irányítani egy író egy-egy könyv megírása alatt, és azon kívül mennyire tud cselekvéseivel hatást gyakorolni a könyv gazdasági és szakmai sikerére. A vállalkozó haszonszerző magatartásának egyik vetülete a gazdasági jövedelem vágya, viszont emellett ugyanolyan cél lehet az irodalmi mezőn belüli és azon kívüli státusszerzés, vagy a művészeti értékek létrehozási feltételeinek megteremtése. Í4 interjúalanyom mondható a legsikeresebbnek a megkérdezettek közül, ő az egyetlen,

aki kizárólag irodalmi munkáiból is el tudja tartani magát. Módszerei között egyértelműen megfigyelhetőek a vállalkozói motívumok, rendszeresen frissíti Facebook-oldalát, rendezvényekre jár, tesz azért, hogy fenntartsa a személye körüli érdeklődést (abban az időszakban is, amikor kilenc éven keresztül nem jelent meg kötete), mégis, válaszaiban teljesen elutasította, hogy a szintizta művészeti célokon kívül más is mozgatná alkotás közben. „*Igen, lehet, hogy valakit ez motivál [gazdasági haszon], akkor jó [...], de az csalódní fog, mert ez nem tőled függ. Csak egy dolog függ tőled: hogy mit írsz.*” Ezek alapján úgy gondolom, hogy a vállalkozói motívumok megléte és a gazdasági célkitűzések alulértékelése nem zárja ki egymást, viselkedhet valaki úgy tudatosan felépített önmenedzsmenttel, hogy céljai nem anyagi, hanem művészeti és/vagy státusszerzés-jellegűek legyenek.

### Alkotást befolyásoló intézmények

Az irodalmi világ rendszere nem csupán az íróból és az olvasóból áll: számos közvetítő intézmény segítheti (vagy hátráltathatja) azt, hogy az író művei milyen formában és mennyiségben jutnak el az emberekhez. A legnagyobb arányban azt jelölték meg a megkérdezettek, hogy a legerősebb alkotást befolyásoló erő az állam (34%), még úgy is, hogy az interjúk során kiderült, hogy ezt többen többféleképpen értelmezték. Akik voltak valaha állami ösztöndíjasok (Í1, Í3, Í4), azok egyértelműen emiatt választották azt, hogy ezek a támogatások nagyon sokat tudnak segíteni az alkotófolyamatnak. Míg aki nem részesült számottevő támogatásban, az politikai nézőpontból értelmezte az állam szerepét. Í3 erről azt mondta, hogy „*Az utóbbi években például érezhetően kicsatornáztak pénzt, és más kezekbe kerültek. Megtörtént a hatalomátvétel, és ezt, a mesterséges újraelosztását a pénzeknek mindenki megérzi. [...] Van a Litera például, ami sokkal több pénzt tudott elosztani a Gyurcsány-kormány alatt. Viszont látni, hogy más közegek, ahol eddig kevesebb volt, ott most dúskálnak.*” Ugyanez a szerző magyarázta úgy, hogy a jövedelembe jelentősen beleszámít az, hogyha az ember valamiféle írószervezet tagja, mert ezek olyan meglévő viszonyrendszerrel és „networkkel” rendelkeznek, melyek a tagokat felolvasásokra viszik az országban, rendezvényeket szerveznek számukra, viszont teljesen egyértelmű a politikai kapcsolódásuk. Ennél fogva hatásosságuk nagyban a befolyó összegektől függ, és nem feltétlenül csak



a kormánypárti szervezetek esetében, hiszen itt is megvan az ellenzéki közösségépítés motívuma, mely szintén egyfajta segítség lehet az írók számára. Ennek ellenére a válaszadók egy befolyó forrásoktól függő intézménynek tekintik az írószervezetet, vagy legalábbis hatását tartják elenyészőnek, hisz csupán 4%-uk jelölte ezt meg a legnagyobb hatásúnak.<sup>4</sup> A kiadókat csupán 15% jelölte meg a legfontosabb befolyásolóként, és az interjúkban is azt mondták el a megkérdezett szerzők, hogy a jó kiadó természetesen javít a példányszámon és presztízst is hozhat, de alapvetően nem tud egy gyenge könyvből bestsellert csinálni. A több figyelem, amit így megkapnak, csak akkor kamatoztatható, ha a kiadóhoz mérten kiemelkedő maga az alkotás is. Ehhez járul hozzá az a kiadói magatartás, miszerint szűkös marketing-erőforrásait nem akarják „eldurrogatni” nagy rizikót rejtő kezdő szerzőkre, hiszen – ahogy K1 kiadóvezető elmondta – „ugyanazzal az apparátussal egy alacsonyra belőtt könyv 1000 példányából tudunk csinálni 1500-at [...], egy jól futó névnel 3000-ból csinálhatunk 4500-at egy jó reklámkampánnyal”. Ez teljesen beleillik a Merton által felvázolt Máté-effektusba, hogy a kiadók inkább a már magas státusszal rendelkező szerzőt támogatják meg, ezzel csökkentve az ő státusz-újratermelésének költségeit, főleg ha azt is hozzávesszük, amit a másik nagy kiadó igazgatója, K2 mondott: „Egy elsőkötetes szerző pontosan tudja, hogy ő még nincs kipróbálva, és elfogadja a feltételeket, ami persze rosszabb, mint egy sikerszerzőnek. [...] Nem az első könyvnél dől el a dolog, hanem sokkal inkább a másodiknál-harmadiknál. Ha azt látjuk, hogy eddig nem találja meg a közönségét, az is ugyanolyan alacsony példányszámban fogy, akkor nem fognak sorbanállni a kiadók”. Ez is arra mutat, hogy egy kezdő írónak sokkal inkább saját felelősségén múlik, hogy könyvei jól fogyjanak, és ha mellényúl, az lehet, hogy az egész további pályáját megnehezíti, míg egy befutottabb szerzőnek, ha egy-két könyve félremegy, akkor is még megvan az a stabil olvasótábora, aki miatt a kiadó számíthat rá.

Karpik tipológiája szerint (idézi Aspers – Beckert 2011) az érték létrehozásának felelősei az értékelőrendszerek, melyek egyik fontos pontja a kalauzok, azaz a média közvetítő hatása. A sajtót, médiát a válaszadók 19%-a jelölte legfontosabb

<sup>4</sup> Ezt a számot azonban árnyalhatja, hogy a kérdőívet irodalmi szervezetek vezetői küldték ki tagjaiknak, akiknek egy része aktívan részt vesz az intézmény irányításában, így válaszaikban lehetséges, hogy felülbecsülték saját jelentőségüket.

befolyásolónak, de az „egyéb” válaszlehetőség alatt is többen hivatkoztak erre jó és rossz értelemben egyaránt. Az interjúk során kiderült, hogy mennyire megosztó a sajtó és a média hatása az írók szemszögéből. Egyrészt fontosnak tartják, hisz a hirtelen jött „szerencsét” és sikert legtöbbször ennek tulajdonítják – erről Í2 így beszélt: „Ugyanúgy benne volt, hogy ezer példányban elviszik és akkor én ennyinek is örülök. [...] Ami nagy lökést adott a könyvnek, az az MTI volt, egy újságíró hölgy megkezesett, hogy szívesen írna a könyvről, hogy hogy lehetne hírt csinálni ebből. Az nagyon sok helyre kiment. Aztán jött a Margó... vagyis inkább a Könyvesblog. Ezek nagyon nagyot dobtak a könyv népszerűsítésén”. Ugyanakkor emellett nagyon sokan kiemelték, hogy Magyarországon nincsen egészséges kritikai élet, mert nincs meg a médiának az az anyagi függetlensége, hogy a szerzők szabadon és gazdagon foglalkozhassanak az irodalommal, és „ne csak egy önmagát dicsérő kánon fenntartásáról szóljon a dolog” – mondja Í2. A média területeinek értékelésekor szinte mindenki a webes felületek fontosságát emelte ki elsősorban (a kérdőívben nullától tízig terjedő skálán az online felületek fontosságára átlagosan 8,1-et adtak a kitöltők). Azt is említették, hogy ez jelentősen megerősödött a nyomtatott sajtóhoz képest (ami ugyanezen a skálán 7,3-as értéket kapott), ahol sokkal inkább belső szakmai diskurzus folyik, mint a jóval több olvasót célzó digitális platformokon. Az elektronikus oldalak közül emelkedik ki a Facebook, mely ma a legtöbb olvasóval rendelkező felület, és ezt természetesen a szerzők is tudják. „Oda kell menni, ahol az olvasók vannak. Amikor blogoltak, akkor oda kellett menni, most a Facebookon vannak, így én is ott vagyok nekik” - mondta Í4, amit Í3 azzal egészített ki, hogy a Facebook által „Egy saját rádióállomásom lehet, amivel nem kell sehova kötődni. A fiatalabbakhoz viszont már nem is feltétlenül a Facebookon kell szólni, hanem ott az Instagram meg a Tumblr, ami fiatalosabb. De ezekkel még csak ismerkedem”. A kérdőív kitöltőinek 52%-a van jelen olvasóknak szóló lappal a közösségi oldalon, melyet 37% rendszeresen frissít, új tartalmakkal lát el. A televíziót mindenki elfogadta, mint hasznos promóciós felületet (a fenti skálán fontossága 5,4-es átlagon áll), de nem tulajdonítottak neki kiemelt szerepet, hiszen rendszeres megjelenést csak annak biztosít, aki az íráson kívül más „performanszokat” is vállal, ami a legtöbb megkérdezettől távol áll.

Azonban az, hogy nem egy független, csak a belső szabályok által alakított irodalmi mezőről

beszélhetünk, rögtön meglátszik, amikor az a kérdés kerül elő, hogy miben kell kompromisszumot vállalnia egy írónak a megélhetéséhez. (3. táblázat)

Miben kell kompromisszumot vállalnia ahhoz, hogy meg tudjon élni?	Százalék (%)
A kiadó megválasztásában	41
A könyv terjedelmében	10
A könyv műfajában	34
A könyv témájában	37
A könyv vizuális megjelenésében	17
A közszereplések vállalásában	47
Nem kell semmiben kompromisszumot vállalnom	11
Egyéb	21

3. táblázat

Az előző kérdésnél a kiadó kevésbé tűnt fontosnak, mivel az állammal kellett összehasonlítani, viszont itt látszik, hogy az írók megélhetésére jelentős hatással vannak a kiadók, ezek megválasztása az egyik legfontosabb kompromisszum (41%). „Persze, nem fogod ugyanazt a pénzt megkapni egy Magvetőnél, mint mondjuk egy Ulpiusnál, nekik legendásan magas honoráriumaik voltak. És most, hogy megéri-e ezért átmenni a Librihez? Hát nem tudom...” - mondta Í3 interjúalanyom.

„A funkcionális- és gyerekkönyvek mennek a legjobban. Az a könyvem, ami egy ilyen kismamablogból lett, az összes közül magasan a legjobban teljesített. De az nem szépirodalom. Most jelent meg egy könyvem, ami non-fiction, ami jól megy, ami nőknek szól. Ez [rámutat az asztalon lévő könyvére] például egészen rosszul ment. Ami nőkkel kapcsolatos, vagy őket megcélzó... a nőknek érdemes írni. A férfiaknak írtak sokkal rosszabbul fognak. A vásárló olvasók valamiért nők. Az a legjobb célcsoport, főleg a fiatalabb egyetemisták, akiknek van idejük olvasni, meg amikor már kirepültek a gyerekek és van idő újra kultúrára, művelődésre” - mutatott rá Í3 arra, hogy milyen műfaji és célcsoportbeli választás tudja a könyv gazdasági megtérülését markánsan növelni.

A másik kiemelt faktor kompromisszumok tekintetében a közszereplés vállalása (47%), mely az íróknak az egyik fő lehetőség arra, hogy népszerűsítsék munkájukat. A kérdőívben megkérdezettek nullától tízes skálán átlagosan 6,4-re értékelték a

közszereplés fontosságát a presztízsszerzés tekintetében, míg gazdasági előnyöket nézve már 7,7-re nőtt ez a szám. Az adatokhoz kiegészítést adnak az interjúk, ahol többen elmondták, hogy az irodalmi munka egyfajta különleges elegye az introvertált és extrovertált tevékenységeknek: egyaránt része az, hogy az ember hónapokig ül csendben egy szobában és ír, majd az is, hogy a könyv megjelenése után mindenki csak a szerzővel akar foglalkozni, beszélnie kell, ki kell állnia a nyilvánosság elé. Az interjúkban nem tűnt úgy, mintha ez teher lenne – van, akinek kevés ilyen lehetősége adódik, így mindnek örül, de a befutottabb szerzőknél is úgy tűnt, hogy örömmel teszik, azzal a kitételrel, hogy ne menjen a munkájuk rovására. Számukra kevésbé a rájuk háruló figyelem a motiváló, hanem egyfajta „népnevelés”, azaz hogy a gondolataik minél több emberhez eljuthassanak ilyen csatornákon is.

### Vállalkozói motívumok a kortárs írók csoportjában

Ennél a kérdésnél is először egy nullától tízig terjedő skálát hívtam segítségül, melyen az írók arra adtak választ, hogy szerintük mennyire irányítható úgy az írói munka, mint egy gazdasági vállalkozás. Erre a válaszadók átlagosan 5,1-es értéke ad feleletet, ami szintén azt mutatja, hogy mennyire nem egyértelmű, mi az, ami tudatosan alakítható egy irodalmi pálya felépítésekor, mivel lehet racionálisan számolni az írói „brand” és vállalkozás fejlesztésekor. „Szerintem ez egy nagyon fontos dolog [...], hogy milyen szinten szeretnénk jelen lenni, és hogy olvasóink legyenek. Alapvetően szükséges egy ponton túl tárgyként vagy áruként kezelni, amit létrehozunk. Én erre egyébként maximálisan hajlandó és hajlamos vagyok. Mert az már egy produktum, akkor az már kész van, nem az a tét, hogy megszülessen. [...] Nekem [a marketing] mindig csak utána jön, amikor már leadtam a kéziratot a kiadónál. [...] Ugye ez mindig más, mert én csinállok mellé kisfilmet, nagy bemutatót, én írom a sajtóanyagot, sajtófotózást csinállok, tehát én minden egyebet kitalálok mellé. Ez nekem ugyanúgy a játék része” - mondta el Í5, majd amikor arra kérdeztem rá, hogy a kollégái mennyire hajlandóak a marketingfolyamat aktív alakítására, így felelt: „Amikor volt erről egy beszélgetés a Szigligeti írótáborban [...], akkor én egyedül maradtam azzal, hogy ez szükséges. Volt, aki azt mondta, ezzel eladja magát a szerző, vagy a műve nem ér annyit, hogy önmagában érdeklődést keltsen. [...] Szerintem nagyon

fontos az imidzs. Attól függ, hova lövöd be magad, mert ha te a komoly író szereted adni, akkor ahhoz is így beburkolódnai, meg nem nyilatkozni. De ha meg összevissza hülyeségeket beszélni, meg csak azért feltűnően kinézni, hogy észrevegyenek, annak nem sok értelme van”. Ezt Í2 így egészítette ki: „Nagyon kevés esetben működik egy könyv, ha a szerző nem áll oda mellé. (...) Nem kell érdekes személyiségnek lennie feltétlenül, már csak az, hogy nem egy álnév mögött rejtőzködő arctalan szerző, hanem valaki, aki megjelenik rendezvényeken, interjúkat ad és dedikál”. Í3 erről így beszélt: „Nincs olyan, hogy az író elzárkózik az elefántcsonttoronyba és akkor csak alkot. Jelen kell lennie a köztudatban, mint művész. [...] Csomó ember akkor ismeri meg az írókat, ha elolvas tőle egy tárcát valahol, és akkor a könyvesboltban már ismeri a nevét és megveszi. Ezek számítanak”.

A marketing folyamatánál érdekesnek tűnik, hogy mennyit intéz a kiadó és mennyit a szerző maga. A számok és az interjúban hallottak is azt mutatják, hogy a PR-t a szerző túlnyomórészt magának végzi, a kérdőívet kitöltők közül 52% jelölte meg ezt az opciót, míg a kiadó dominanciáját csak a válaszadók 30%-a választotta. Az interjúkból is az tükröződik vissza, hogy mindkét fél a másikra mutogat, a túloldalt nevezik meg a reklámozás fő felelősének. „Ez nem a szerző dolga lenne, hanem a kiadónak kellene koordinálnia. Nálunk azt látom, ha a szerző nem fekszik bele, akkor nincs ebből semmi” – mondta el Í5.

Az interjúalanyok elmondták, hogy az irodalmi ügynökségek intézménye külföldön igen hatékony, hiszen egy erősebb versenyhelyzetet teremtenek, a szerzők jobban tudják érdekeiket érvényesíteni a kiadókkal szemben és egy gazdaságilag képzetesebb embernek kell helyettük a tárgyalásokat végeznie. Ugyanakkor mindenki említette, hogy egy ilyen közvetítő intézmény kialakulásának idehaza semmi esélye, hiszen túl kicsi ahhoz a piac, hogy megérje, ráadásul akiknek szüksége van rá, azok nem is rendelkeznek akkora tőkével, hogy életre tudják hívni az irodalmi ügynökségeket. Viszont a szerzők azt is elmondták, hogy amint egy külföldi megjelenés szóba kerül, akkor azonnal kapcsolatba kerülnek az irodalmi ügynökökkel, több megkérdezett is rendelkezett a fordítások országaihoz kapcsolódó módszerrel.

## Következtetések

A fentiekben saját kvalitatív és kvantitatív felmérésem adatait és információit felhasználva igye-

keztem bemutatni, hogy milyen hatásokkal találják szembe magukat a kortárs magyar írók a gazdasági és művészeti mezőben, és milyen lehetőségek állnak előttük, hogyha előre szeretnének jutni ezen a területen.

Azt láthatjuk, egyre inkább elfogadható, hogy az irodalom nem egy elszigetelt, kizárólag a művészeti célokért élő világ, hanem fontos gazdasági kapcsolódásokkal rendelkezik, és ez a két terület nem egy-egy – Zelizer (2013) kifejezésével élve – „ellenséges világ”, hanem együttélés, ami folyamatosan többkevesebb hatást gyakorol a másikra. A fiatal írók már evidenciának veszik a fenti helyzetet, az ő piaczgazdaságban szocializálódott írói *modus essendijük* már az alkotási folyamat és az azt követő közszereplések és marketing *modus operandijában* is megnyilvánul. Azoknak, akik a szocializmusban „tanulták” az írói mesterséget, sokkal nehezebb átállniuk a szabadpiacra járó új feladatok elvégzésére a művészeti munka kivitelezése mellett. Itt viszont újra ki kell emelnünk, hogy ez nem azt jelenti, hogy a fiatalabb írók már inkább gazdasági céloknak élnek, hiszen láthattuk, hogy a fő motivációjuk a művészeti érték létrehozása, nem pedig a gazdasági jövedelem szerzése. Sokkal inkább arra mutat rá, tudják, hogy gondolataik és művészetük széles körben való elterjesztéséhez önmaguknak is tenniük kell, hiszen versenyben vannak, ráadásul olyan versenyben, mely a gazdasági kötődései miatt a könyvek eladásához is szorosan kapcsolódik. Interjúimból az derült ki, hogy a kiadó csak minimálisan foglalkozik a szerzők PR-olásával, ez a szerep jórészt áthárult magukra az alkotókra. Ezáltal a rendszerváltás után előbukkanó írók nem a gazdasági világ céljait, vagyis az anyagi haszonszerzést „örökölték meg”, hanem annak módszereit. Ők már természetesnek veszik, hogy egy írónak minél több közszereplést el kell vállalnia, jelen kell lennie a Facebook-on, hogy tartalmaikat megosztva reklámozza magát, könyveit is olyan formában kell megjelentetnie, hogy minél több emberhez juthasson el. Az egyik hipotézis (H3) beigazolódni látszik, miszerint az idő előrehaladtával a szerzők egyre inkább elfogadják a művészet gazdasági beágyazódását, és ennek megismerésével és kihasználásával megpróbálnak előnyöket szerezni.

Felmerül a kérdés, miszerint ha a fiatalok ilyen többletcompetenciáknak vannak birtokában, akkor miért nem ők vezetik az eladási listákat és törnek föl sebesen a szakmai státuszranglétrán. A Merton által felvázolt Máté-effektus az irodalomban különösen érvényes (Podolny 2010), azaz a befutott szerzőknek sokkal nagyobb az előnye, mint amit

a fiatalok a flexibilitásukkal szerezni tudnak, ezzel együtt kisebb számukra a státuszuk újratermelésének költsége. Az elsőkönyveseken jóval nagyobb a nyomás, sokkal nagyobb odafigyeléssel kell kiadót választaniuk, saját megismertetésükkel is több időt kell foglalkozni, amihez kapcsolati és gazdasági tőkére egyaránt szükségük van. A kiadó számukra rosszabb feltételeket biztosít, melyeket jellemzően kötelesek elfogadni, de még ezek után is rájuk hárul a saját menedzselésük nagy része. Az interjúkból az derült ki, hogy egy íróknak minél inkább feladata az, hogy magát PR-olja, dolgozzon az írói karrieren az effektív művészeti munkán kívül, és minél kevésbé támogatja ebben a kiadó, annál inkább belátja, hogy az ő munkája nem csak egy éteri művészeti tevékenység, hanem egy olyan szakma, aminek része a saját vállalkozásuk építése is. Ez beigazolja azt a hipotézist (H2), hogy a magasabb státuszú íróknak kevésbé kell foglalkozniuk az egyéni vállalkozásuk építésével, sokkal kisebbek a költségeik, így sokkal inkább látják úgy, hogy munkájukban nem kell kompromisszumokat hozniuk, ami művészeti céljaikat erősíti.

Az a közvetett felvetés, miszerint az alacsony státuszú írók sokkal inkább tartanak szem előtt gazdasági célokat, az eredmények alapján úgy tűnik, hogy megbukott. Ennek egyik fontos indikátora lehet az, hogy a kutatás során szerzett eredmények szerint a kortárs magyar írók anyagi helyzete rossznak mondható, és azzal is tisztában vannak pályára lépésükkor, hogy igen csekély esélyük van arra, hogy ebből a munkából éljenek meg, így motivációjuk – a művészeti érték létrehozása mellett, ami korosztálytól és mezőn belüli pozíciótól függetlenül látszik – a gazdasági jövedelemszerzés helyett sokkal inkább a státuszszerzés. Természetes, hogy a státusz hosszútávon gazdasági előnyökkel jár, mégis úgy tűnik, hogy elsősorban a szakmai elismerés motiválja a kezdő írókat (főleg ha egy olyan műfajt is figyelembe veszünk, mint a költészet, ahol az egészen magas presztízs is csak ritkán jár együtt jelentős gazdasági jövedelemmel), hiszen racionális cselekvőként látják, hogy megélhetésüket máshonnan kell biztosítaniuk.

Azokon a nyelvetterületeken, ahol az induló példányszámok is nagyobbak az irodalmi piacon, valószínűleg más mintázatok láthatnánk a gazdasági motiváció tekintetében, hiszen ott az is egy sokak számára reális lehetőség, hogy egy megfelelően pozicionált írói munkából a szerző meg tud élni teljes mértékben. Ezek az irodalmi piacokon ráadásul jelen vannak az irodalmi ügynökségek, melyek a

közvetítésükkel segítik az írókat, és a művészeti tevékenységről leválasztják a gazdasági feladatok egy részét – és itt nagyon hangsúlyoznunk kell azt, hogy a kettő nem válik teljesen külön így sem, hiszen a könyv megírására (téma, műfaj, terjedelem) is háttal vannak a piaci visszajelzések.

Magyarországon az írókra a szűk piac miatt a legnagyobb hatása az államnak van, az általuk biztosított ösztöndíjak és támogatások tudják leginkább élénkíteni az alkotókat. Ezek segítségével átmenetileg ki tudnak szakadni az anyagi megélhetés előteremtésének kötelekéből, hisz egy adott időszakra keresztül az állam vagy az adott szervezet azért fizet nekik, hogy kizárólag az irodalmi munkájukra koncentrálhassanak. Természetesen az ily módon végzett munka sem lesz független a fent tárgyalt motiváló céloktól, ugyanúgy alakítja azt a gazdasági élet és a státuszszerzési szándék. Az állam bekapcsolódásával viszont felmerülnek politikai kérdések, hiszen leginkább azok az újraelosztó szervezetek tudják írókat támogatni, akik több forráshoz jutnak az adott periódusban.

Fontos kitérnünk a sajtó szerepére, melynek állapotát a legtöbb megkérdezett író elkeserítőnek tartotta. Elmondásaik alapján a sajtóból hiányzik az igazi kritikai élet, mégis egy fontos közvetítő a szerzők és az olvasók között. Míg a minőségi kritikát nyújtó orgánusok a szerzők szerint pusztán a szűk szakmának szólnak, addig a média többi ágából jószerivel teljesen hiányzik az a műfaj, ami igazán az emberekhez szólna. Az internet térhódítása is inkább egy másik irányvonalat hozott be, minthogy a meglévő kritikát erősítette volna – ma már sokkal nehezebb eldönteni, hogy hol is találkozunk értő kritikával, hol lelkes amatőrökkel és hol fizetett reklámmal. Mégis, az írók többsége úgy érzi, hogy az olvasókat követve ezekre a digitális felületekre kell menniük hallatni a hangjukat. A közösségi oldalak segítségével sokkal inkább ki tudják alakítani a független és célzottan az érdeklődőkhöz szóló médiafelületüket, ami a vállalkozásuk építésének egy fontos eszközévé válhat.

Az első hipotézis (H1), miszerint az írók munkájában nyomós szerepet kapnak a vállalkozói motívumok, szintén beigazolódni látszik, ugyanakkor itt érezhető legkevésbé a szerzőknél a tudatos cselekvés szándéka. Megteszik mindazt, ami az írói szerephez hozzátartozik, próbálják magukat minél jobb helyzetbe hozni különféle eszközökkel, mégis, legtöbbükönél nem tűnik úgy, hogy ez a cselekvés igazán szervezett lenne – bár ez szerzőnként erősen eltér egymástól. Az író vállalkozó, munkájával egy

olyan vállalkozást épít maga köré, aminek fejlesztése jövőbeni hasznokkal jár számára, de az előrejutást elsősorban a művészi értékteremtő alkotás minőségében látja, a saját márkájának építését pedig csak ehhez tartozó szükséges eszköznek, ami csak olajozni tudja vállalkozásának működését.

Tanulmányomban igyekeztem felvázolni a kortárs magyar írók helyzetét, és megvizsgáltam, milyen feltételekkel és lehetőségekkel övezve tekinthetünk rájuk úgy, mint saját imázsukat építő és előremenetelüket tudatosan irányító vállalkozókra. Úgy gondolom, hogy tanulmányom eredményei segítenek megérteni, hogyan működik vállalkozói gondolkodás szempontjából a magyar irodalmi mező, milyen hatásokkal kerülnek kapcsolatba benne az alkotók, és ezáltal lehetőség nyílik rá a jövőben, hogy olyan intézményi programok jöjjenek létre, melyek ezeket figyelembe véve tudják támogatni a kultúra fejlődését és fejlesztését Magyarországon.

## Felhasznált szakirodalom

- Anheir, Helmut K. - Gerhards, Jürgen - Romo, Frank P. 2005 *A tőke és a társadalmi struktúra formái a kulturális mezőkben: Bourdieu társadalmi topográfiájának vizsgálata*. In: Lengyel György és Szántó Zoltán, szerk. *A gazdasági élet szociológiája*. BCE, Budapest.
- Aspers, Patrick és Beckert, Jens 2011 *Value in Markets*. Oxford University Press, New York.
- Bourdieu, Pierre 2006 *Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke*. In: Lengyel Gy. és Szántó Z., szerk. *Gazdaság-szociológia. Szöveggyűjtemény*. Aula, Budapest, 132-146.
- Bourdieu, Pierre 2013 *A művészet szabályai*. Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Budapest.
- Eurostat, 2011 *Cultural statistics*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Kristóf Luca 2011 *A magyar kulturális elit és a reputációs elitcsoport*. In: Kovách Imre szerk. *Eliték a válság korában*. Argumentum Kiadó, Budapest, 231.
- Kristóf Luca és Csurgó Bernadett 2008 *Kulturális elit a rendszerváltás után: változások az irodalmi életben és a közéleti értelmiség körében*. In: Majtényi György és Szabó Csaba szerk. *Rendszerváltás és a Kádár-korszak*. Kossuth Kiadó, Budapest, 541.
- KSH, 2016. *Összefoglaló táblák – Nemzetgazdaság összesen*. [Online]  
Elérhető: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_qli032.html?back=/stadat\\_ker](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qli032.html?back=/stadat_ker)  
[Hozzáférés dátuma: 2016. 03. 21.].
- Podolny, Joel 2010 *Status signals: A sociological study of market competition*. Princeton University Press, Princeton New Jersey.
- Zelizer, Viviana A. 2013 *Economic Lives: How Culture Shapes the Economy*. Princeton University Press, Princeton, New Jersey.