

OLVASS SOKAT ÉS SOKFÉLÉT!

<https://doi.org/10.18030/socio.hu.2023.3.109>

Azon meggyőződésünktől hajtva, hogy a túlzásba vitt specializáció, a semmiről való mindentudás irányába mutató szakszerűség eluralkodása árt a szakmának, évek óta közösen áttanulmányozunk és megvitatunk olyan tanulmányokat, amelyeknek semmi köze nincs ahhoz, amit kutatunk. Úgy is lehet ezt mondani, hogy munkánkban nem használható, felesleges műveket olvasunk. Ám közben sokat tanultunk belőlük (és nem csupán erényeikből, de hibáikból is!), és úgy véljük, hogy talán érdemes ezekre a művekre felhívni mások figyelmét, ezért elhatároztuk, hogy beszélgetéseink után kritikai ismertetést készítünk, és ebben a rovatban közreadjuk.

A következő tanulmány: Ponzo, Michela – Scoppa, Vincenzo (2022) *Famous after Death: The Effect of a Writer's Death on Book Sales*. IZA Discussion Paper No. 15501, (<https://repec.iza.org/dp15501.pdf>) a szakadós regresszió módszerét használva azt vizsgálja, hogy milyen hatása van az írók halálának a könyvek iránti keresletre.

DE HOL VAN MÁR A TAVALYI HÓ?²

A címben olvasható Villon idézetdarabka a világ (konkrétan a világ igazán fontos dolgainak, mint a szerelem és a női szépség) múlandóságán kesereg. A most bemutatásra kerülő műre alkalmazva ebből a világlátásból egy olyan hipotézis vezethető le, hogy az író halála után odalesz a hírneve, elveszik az életműve, elfelejtik. Ez a feltételezés megfelel ugyan a józan észnek, de egy másik józan ész (sic!) erre azt válaszolhatja, hogy a művek túlélhetik szerzőiket, sőt esetleg éppen haláluk után válhatnak kedvelté. Mi több, a tanulmány állítása éppen az, hogy egy híres író halálakor (és okán?) hirtelen (és ideig-óráig) megnő a könyvei iránti kereslet.

A tanulmány azzal indít, hogy Umberto Eco 2016-ban bekövetkezett halálát követően harmincöt évvel korábban megjelent bestsellere (A rózsza neve) a sikerlista hatodik helyére verekedte fel magát,³ ott tanyázott hetekig, és öt további műve is felkapaszkodott a lista első húsz helyezettje közé.

A szerzők azt feltételezik, hogy az Eco könyvei iránti hirtelen megnövekvő érdeklődést a halála okozta. A viselkedési közgazdaságtan⁴ elméletére alapozva azt állítják, hogy egy ilyen reakció egy híres író halálára jól magyarázható azzal, hogy az „embernek” – szemben a közgazdaságtan „*homo economicus*” koncepciójával – érzelmei vannak, s ezek egy adott szituációban erősen hathatnak az alapesetben tökéletesen racionális visel-

¹ HUN-REN Társadalomtudományi Kutatóközpont Szociológiai Intézet.

² Francois Villon: Ballada a múlt idők dámáiról (Faludy György átköltése) <https://konyvtar.dia.hu/html/muvek/FALUDY/faludy00002/faludy00033/faludy00033.html>

³ Megjegyezzük, hogy a műből egy világsikert arató filmadaptáció is készült 1986-ban, aminek nyilván hatása lehetett a könyv ismertségére is.

⁴ Például Thaler (2016).

kedő fogyasztó döntéseire. Ebben az esetben ez az irracionális érzelem a haláleset által kiváltotta kíváncsiság lehet, amihez társul a megnövekvő érdeklődés miatt bekövetkező felfokozott információáramlás (vagyis az, hogy hirtelen sokan rájönnek, hogy nem tudnak eleget Ecóról, nosza keressünk rá az interneten, beszéljünk róla ismerőseinkkel, barátainkkal, rokonainkkal).

A könyvpiac ilyesfajta „irracionális” viselkedésének empirikus tesztelésére a következő kutatási dizájnt találták ki.

Létrehoztak egy adatbázist, ami a *La Stampa* nevű népszerű olasz újság harminc éven keresztül (1975–2005 között) hetente megjelent (az eladott könyvek számán alapuló) bestseller listáit tartalmazza.⁵ Kiválasztották azokat az írókat, akik legalább egyszer megjelentek ezeken a listákon (nevezzük ezt a hírnév proxyjának) és a vizsgált időszakban meghaltak. A szakadós regresszió módszerét alkalmazva,⁶ azt vizsgálták, hogy a szerzők halálát követő hetekben (az azt megelőző hetekhez képest) megnőtt-e a műveik eladásainak száma, amit – feltételezve, hogy a szerző halála óta bekövetkezett rövid idő alatt nem következhetett be semmilyen jelentős változás, ami a piacot befolyásolhatta volna – ebből következően csak a szerző halála okozhatott.

Az elemzéshez kontroll alatt tartották az író számos olyan jellemzőjét, amiről feltételezték, hogy befolyásolhatták az eladások alakulását, mint például az író kora, neme, irodalmi díjai, valamint a kiadója.

Azt találták, hogy az író halála erősen megnövelte a könyvei eladásának mértékét – a könyveladásokat potenciálisan befolyásoló tényezők kiszűrésével is. Ez a hatás még nagyobb volt, ha az író fiatalon halt meg, illetve ha nagyon híres volt. A hatás a halálhoz közeli hetekben volt különösen erős.

Megállapításaik érvényességét a szerzők sokféleképpen és gondosan próbálták finomítani és ellenőrizni. Például: az író halála hasonló módon befolyásolja-e a bestsellerlistán szereplő könyveinek a számát (igen)? És az eladott könyvek mennyiségét (igen)? Na, és ha nem csupán azokat a szerzőket vizsgáljuk, akik meghaltak a vizsgált időszakban, hanem az életben maradtak hírét-nevét is figyelembe vesszük (a halál hatása ugyanaz marad)? Más lesz-e az eredmény, ha a halál híre az újság első oldalán vagy „csak” a kulturális rovat elején, illetve sok cikkben jelent meg (mindhárom esetben a nagyobb és jobban látható hírverés megnöveli a figyelmet, s növeli a keresletet)?

Gondolkodtak azon is, hogy mennyire általánosíthatóak a következtetések. Ennek során felvetették, hogy eredményeik talán csak a könyvekre érvényesek (más kutatásokra utalva hivatkoztak is arra, hogy például egy képzőművészeti alkotás vagy hírességek emléktárgyai nagyon másként viselkedhetnek az alkotó vagy az emléktárgy alanya halála esetén). Hiszen míg a halott író műveit újra meg újra kiadhatják, addig a halott festő nem fest új képet, a halott baseballjátékos nem versenyez tovább, s ezért az ilyen termékekből hiány

5 A forrás könyvesboltok reprezentatív mintájából származó információk alapján, az előző két hétben eladott könyvek száma. Csak az olasz szépirodalmi könyveket vizsgálták. A lista tíz vagy húsz könyvet tartalmazott, ami evidens módon befolyásolja a bestsellerlistára kerülés valószínűségét. Az ebből fakadó problémákat az időközben megjelent (és bővített) folyóiratcikk verzióban már kezelik a szerzők (Ponzo–Scoppa 2023).

6 A szakadós regresszió módszere azt használja ki, hogy létezik egy olyan X folytonos változó (besoroló változó), aminek valamilyen c küszöbértéke felett az egyének a (kísérletek elnevezésével) kezelt csoportba, míg alatta a kontrollcsoportba sorolódnak. A módszer alapfeltételezése, hogy a küszöbérték körül a megfigyelések a kezelés tényét kivéve hasonlóak egymáshoz. Azaz, a közvetlenül a küszöbérték alatt elhelyezkedő megfigyelések (kontrollcsoport) megfelelő tényellentétes állapotai a közvetlenül a küszöbérték felett elhelyezkedő megfigyeléseknek (kezelt csoport). Így a kezelés hatása becsülhető a két csoport összehasonlításával. Lásd Hahn–Todd–Van der Klaauw (2001), Lee–Lemieux (2010), Cattaneo–Titiunik (2022), és két magyar nyelvű alkalmazása: Adamecz–Völgyi (2022) és Hajdu–Sik (2023). Jelen példában a „kezelést” az író halála jelenti, a besoroló változó az idő, míg a küszöbérték a halál időpontja.

keletkezik a rajongói piacon, ami szükségképpen (sőt esetleg a halál óta eltelt idő hosszának függvényében növekvő mértékben) növeli az árucikk értékét.⁷

Természetesen – s egy izgalmas elemzés már csak ilyen – sok kérdés is felmerül még mind a mű kivitelezése, mind lehetséges továbbgondolása kapcsán. Például: hogyan befolyásolná a következtetések érvényességét, ha az interneten vásárolt könyveket is bevonnánk az elemzésbe (feltételezés: az eredmény nem változna, sőt a halál időleges hatása még nőhet is (az instant érzelemalapon történő vásárlás a hálón gyorsabb, mint a bolti vásárlás...)?

Összességében azonban a tanulmány végkövetkeztetése helyesnek látszik – a könyv különleges árucikk, amihez érzelmek fűződnek, s ezek alkalmasak lehetnek arra, hogy különleges helyzetekben (mint például egy híres író esetében a halál) átmenetileg felkorbácsolják a keresletet. Ennek megfelelően – a szerzők szerint is – a következtetések más kulturális termékek (például filmek, képzőművészeti alkotások) esetében is érvényesek lehetnek. Ha (akár az alkotó halála miatt, akár más okból) kiemelt (média)figyelem irányul rájuk, az befolyásolhatja a termékek iránti keresletet.

Az elemzés elején emlegetett kétféle józan ész egyidejű igazsága azért lehetséges, mert ez a hatás csak rövid távon érvényesülhet, aztán helyreáll a „normalitás”, melynek „vége” az az elmúlás, amire Villon emlékeztet szépséges versében, másként: „hol van már a tavalyi író?” De hát ez már egy másik történet...

⁷ Arra ugyanakkor nem gondoltak, hogy a halott szerzőtől is jelenhet meg „új könyv”, amennyiben van, aki a hagyatékban maradt művet kiadja (Kafka), vagy akinek gyereke és/vagy szerzőtársa újabb műveket alkot a korábbi művek elé vagy mögé (Asimov vagy Herbert), illetve amikor egy halott szerző művéből film készül (Pratchett, Tolkien és még sokan mások).

HIVATKOZÁSOK

- Adamecz-Völgyi, A. (2022) Oktatási reformok hatása kérdőíves adatokon. Befolyásolják-e a reformok a részvételt, a lemorzsolódást és a válaszadást? *Közgazdasági Szemle*, 69 (11), 1298–1323. <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2022.11.1298>.
- Cattaneo, M. D. – Titiunik, R. (2022) Regression Discontinuity Designs. *Annual Review of Economics*, 14(1), 821–851. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev-economics-051520-021409>.
- Hahn, J. – Todd, P. – Van der Klaauw, W. (2001) Identification and Estimation of Treatment Effects with a Regression-Discontinuity Design. *Econometrica*, 69(1), 201–209. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-0262.00183>.
- Hajdu G. – Sik E. (2023) A háztartáson belüli jövedelemeloszlás hatása a szubjektív jólétre: Egy szakadós regressziós elemzés eredményei. *Socio.hu - Társadalomtudományi Szemle*, 13(2), 28–54. <http://dx.doi.org/10.18030/socio.hu.2023.2.28>.
- Lee, D. S. – Lemieux, T. (2010) Regression Discontinuity Designs in Economics. *Journal of Economic Literature*, 48(2), 281–355. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.48.2.281>.
- Ponzo, M. – Scoppa, V. (2023) Famous after death: The effect of a writer's death on book sales. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 210, 210–225. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jebo.2023.04.014>.
- Thaler R. H. (2016) *Rendbontók - A viselkedési közgazdaságtan térnyerése*. Budapest: HVG Könyvek.