

A közgazdasági könyvkiadás helyzete Magyarországon

MTA Közgazdaságtudományi Bizottság, 1998. április 1.

Az alábbi összefoglaló az MTA Közgazdaságtudományi Bizottság 1998. április 1-jei vitanapján elhangzottak alapján készült. A vitán részt vettek a Közgazdaságtudományi Bizottság tagjai közül: Augusztinovics Mária, Bródy András, Csaba László, Király Júlia, Mátyás Antal, Sipos Aladár, Simonovits András, Voszka Éva, Zalai Ernő, valamint a meghívott kiadók képviselői: Fogarasi Judit és Zödi Zsolt (Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó), Gyurgyák János és Ambrus Lakatos Lóránt (Osiris), Halász Géza (Aula), Kajtár Mária (Perfekt), Pálinkás Istvánné (Nemzeti Tankönyvkiadó), Ságghi Márta (Panem).

Magyarországon nincs olyan könyvkiadó, amelyik a közgazdaságtudományt (*economics*) fő profilként vállalná. A közgazdaságtannal is foglalkozó kiadók 1997-ben megjelent, illetve 1998-ban várhatóan megjelenő, a katalógusok alapján áttekintett mintegy 150 kiadványából legfeljebb egy tucat sorolható a közgazdaságtudományba.

Az eredetüket vagy nevüket tekintve közgazdaságtudományi könyvkiadók – Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Aula – kínálatában a közgazdaságtudományi könyveknél nagyobb súllyal van jelen a business és a napi, gyorsan elavuló információkat közvetítő, cserélhető lapos kiadvány, a nyelvkönyv, a törvényértelmezés stb. A Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó esetében tudatos stratégiaváltásnak tekinthető a nehezebben emészthető, friss napi információt nem hordozó közgazdaság elmélettől való elfordulás. A nevében tudományos könyvkiadó, az Akadémiai Kiadó az elmúlt évek többszöri privatizációját követve, még nem alakította ki újabb profilját, a tudományos könyvkiadással egyelőre felhagyott, legfeljebb a tudományos folyóiratok támogatására vállalkozik. A közgazdasági profilt is vállaló üzleti könyvkiadók vagy egyértelműen a business területére szakosodtak (például Perfekt), vagy más tudományterületek (filozófia, teológia stb.) mellett csak perifériálisan adnak ki közgazdaságtudományt (például Osiris). Az esetleg a szakma határain kívüli olvasóközönség igényeit is kielégítő, könnyedebb jellegű, inkább ismeretterjesztő, de igényesen megírt közgazdaságtudományi művek szinte valamennyi kiadó kínálatából hiányoznak (A Panem *Egyszerűbben* sorozata ezt az úrt hivatott betölteni). A közgazdaságtudományi könyvek megjelenése így *ad hoc* jellegű, egy-egy könyv kiválasztását és megjelentetését inkább marketingértéke, semmint tudományos jelentősége határozza meg.

A közgazdaságtudományi könyvkiadás belső szerkezetével kapcsolatos kérdések – inkább fordítás vagy inkább hazai szerzői mű, inkább klasszikusok monográfiái vagy inkább aktuális elméleti eredményekről számot adó válogatás, inkább sorozatok vagy inkább kiemelt egyedi könyvek – a jelenlegi kiadási volumen mellett reálisan nem megvitathatóak, mert ahhoz, hogy ezekről a koncepcionális kérdésekről érdemes legyen vitázni, először a kiadványok számát kellene növelni. A könyvkiadás költségei nagyságrendekkel megszaladtak a fizetőképes kereslet alakulásához képest. A magas önköltségű könyvek csak abban az esetben nem termelnek veszteséget, ha valamilyen megszerzett támogatásra vagy biztos, nagyon széles piacra támaszkodhatnak. Mindkét feltétel egy irányba mutat: ez pedig a felsőoktatási piac. Szakmailag és pénzügyileg egyaránt az a kiadvány számíthat sikerre, amelyik kötelező tananyagként beépül az oktatási struktúrába és/vagy a felsőoktatási tankönyvtámogatási program keretében készül.

A közgazdaságtudományi könyvek koncepciózusabb megjelentetését segítené, ha az egyetemek, főiskolák között megegyezés jönne létre egy közösen használt tankönyvbázisról. Ebben a lokális felsőoktatási centrumok annyiban ellenérdekeltek, hogy oktatóik által készített saját jegyzet az adott intézmény (és oktató) publikációs listáját növeli. Ennek ellenére el kellene érni a közös, minden intézményben használatos tankönyvbázis kialakulását, a tökéletesen decentralizált és az oktatás színvonalára sem pozitívan visszaható, „vágott” jegyzetek sokaságának eltűnését. Ebben az esetben nemcsak az alaptankönyveknek lenne szélesebb piaca, hanem a kifejezetten szellemi csemegének számító, szabadon választott speciális kurzusokhoz kapcsolódó tankönyveknek is.

A másik oldalon, a főiskolák-egyetemek egységes könyvkeresletének megfogalmazása mellett, nem jelentene feltétlenül kárt a könyvkiadók egymás közti kínálategyeztetése, a kiadási stratégiák összehangolása. Túl kicsi a piac ahhoz, hogy a decentralizáció ne legyen nagyon költséges. Az oktatás mellett a másik jelentős felvevő piac a közkönyvtárak rendszere lenne. A hazai közkönyvtárak, beleértve a gyakran irigyelt, mert egy időben jelentős támogatáshoz jutó közgazdasági könyvtárakat is, az elmúlt három évben az anyagi ellehetetlenülés határára kerültek, új könyvek beszerzése számukra rendkívül korlátozott. Többféle koncepció megfogalmazható azzal kapcsolatban, hogy milyen támogatási csatornákon keresztül lehet a könyvet olvasójához közelebb hozni. Az egyik lehetőség a jelenlegi pályázati rendszer fenntartása, esetlegesen ebbe még akadémiai többletpénzek bevonása, s ezen keresztül az arra érdemes kiadók támogatása. A másik lehetőség, hogy az alapok, projektek, programok, az esetlegesen meglévő vagy megszerzhető akadémiai pénzek ne a kiadókat támogassák, hanem a megcélzott piacot: azaz meg kellene emelni a hallgatóknak és/vagy könyvtáraknak nyújtott pénzügyi forrásokat. Az Akadémiának mindkét megoldás esetében a hazai tudomány színvonalát védő érdeke lenne a megfelelő források előteremtése, s ebben az irányban a jelenleginél több erőfeszítést kellene tennie az akadémia vezetésének.

Király Júlia