

1. Bevezetés

A mai modern világban uralkodóvá vált a globalizáció. Az emberek élete teljesen megváltozott. Kikapcsolódásukat ma már olyan fejlett infokommunikációs eszközök biztosítják, mint a mobiltelefon, a számítógép vagy az mp4-lejátszó. A gyerekek a televízió előtt töltik szabadidejük nagy részét vagy kedvenc internetes oldaluk társaságában.

Ilyen körülmények között törvényszerű, hogy a társadalom is átalakul, s ipariból tudás alapú társadalommá változik; ahol a rend alapja a tudás, mely egész életünk hajtóerejévé lép elő.

Ennek a társadalomnak a legfontosabb feladatai az oktatás, a kutatás, a továbbképzés és ezek gyakorlati alkalmazása. Ezeknek a feladatoknak a megvalósításában hatalmas szerepe van az iskolák mellett a könyvtáraknak is, melyek lassan a tudásalapú társadalom alapintézményeivé, az élethosszig tartó tanulás és az átképzés központi helyeivé váltak. Ez a funkcióbővülés a szolgáltatások számának növelését tette szükségessé ezekben az intézményekben.

A könyvtárakra tehát sok feladat és rengeteg felelősség hárult ezáltal, mégis tevékenységükkel, segítségükkel nem sokat foglalkoznak az országos médiumok.

Egy kisebb kutatást végeztem annak érdekében, hogy kiderítsem, a helyi médiumok mennyire követik figyelemmel a város két legnagyobb könyvtárának (a Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központ, valamint a Debreceni Városi Könyvtár) tevékenységét.

A könyvtárosi ismeretek elsajátítása mellett az újságírói szakmát is kipróbáltam már az évek során. Ezért is választottam dolgozatom témájaként a könyvtárak helyi médiában való szereplését. Az volt ugyanis a célom, hogy az anyaggyűjtés során új információkat szerezzek, s ezek segítségével még jobban megismerjem a könyvtárainkban és a helyi médiumokban folytatott munkát, és ezen intézmények együttműködésének fokát.

Dolgozatom első részében a globalizációval és annak hatásaival foglalkozom. Ezután felvázolom a média mai szerepét, társadalomra gyakorolt hatását. Aztán a könyvtári PR tevékenység szerepét és formáit elemzem és példákkal illusztrálom. Végül ismertetem a helyi médiumoknál végzett kutatásom eredményeit.

2. Globalizáció és hatásai életünkre

Életünket uralja a globalizáció. De mit is jelent valójában ez a mostanában oly sokat hangoztatott kifejezés?

A globalizáció fogalma először az 1960-as és 1970-es évek fordulóján jelent meg a köztudatban, amikor is egyre több, a Földünk sorsáért aggódó tudós, környezetvédő aktivista kezdett el foglalkozni a globális környezetvédelmi problémákkal a Római Klub jelentése következtében. Eredeti jelentése tehát arról szólt, hogy világunk mára összeért, a környezetszennyezés nem helyi, hanem határokon túlnyúló probléma lett, s az emberi tevékenységeknek az egész bolygóra kiterjedő hatásai vannak.

Azóta – a tömegkommunikációnak is köszönhetően - megváltozott ez az értelmezés. Ebben a hangsúly már az internet fejlődésén, a kommunikáción, a kereskedelem, a pénzügy, a nemzetek feletti vállalatok egész bolygóra való kiterjedésén van.¹

Fogalmát tehát a XX. század utolsó szakaszától használjuk mai értelemben, amikor is az átfogó gazdasági és társadalmi változások mellett a tömegkommunikáció hatására Földünk globális faluvá vált (McLuhan megfogalmazása szerint). Bayer József a globalizáció motorjaként az információs forradalmat és a neoliberális gazdasági doktrínákat: az áruk, szolgáltatások és a munkaerő előtti korlátok lebontását nevezi meg.²

A globalizáció előszobáját számunkra az Európai Unió jelentette.³ Már az 1989/90-es rendszerváltás után is rengeteg változás történt hazánkban; de a 2004. május 1-jei csatlakozásunk óta ez hatványozottabban igaz. A piacgazdaság és a többpártrendszerű jogállam új kereteket biztosít ugyanis számunkra. Nyitottság, pluralizmus és szabadság jellemzi életünket. Minden beáramlik hozzánk; az ország nyitott az egyetemes értékekre és a világpiacra is.⁴

¹ Fidrich Róbert: Globalizáció és környezet In. Globalizáció füzetek 1.

² Szeifer Csaba Globalizáció, ami felszabadít <http://feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=1159> 2008. október 27. 12.59

³ Pécsi Györgyi Globalizmus vagy globalizáció és nemzeti irodalom Elhangzott: Elhangzott: Tokaji Írótábor, 2002. aug. 14-16. Megjelent: Kortárs, 2002/10 és: Szín, 2003/február <http://www.zetna.org.yu/zek/folyoiratok/81/pecsi.html> 2008. október 27. 13.06

⁴ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

2. 1. A technika fejlődése

A XXI. század elejét a változás jellemzi. Semmi sem biztos, semmi sem állandó, csak a változás. Ennek megfelelően a technika is folyton megújul. Az információs és kommunikációs technológiák fejlődése és terjedése óriási méreteket ölt. Már nem is meglepő adat számunkra, hogy – a KSH 2005-ös felmérése szerint - az Európai Unióban a háztartások televíziókészülékkel való ellátottsága megközelíti a 100%-ot; s hazánkban is meghaladja a 98%-ot.⁵⁶ A rádiók és televíziók mellett a videók, a DVD-lejátszók, a számítógépek, a laptopok, a mobiltelefonok, az mp3/mp4-lejátszók is mindennapos eszközökké váltak; sokan már el sem tudják képzelni az életet ezek nélkül a technikai eszközök nélkül. Ez a jelenség annak is köszönhető, hogy mára ezek az infokommunikációs eszközök csaknem mindenki számára elérhetőek, hozzáférhetőek, megfizethetőek lettek.⁷

A legnépszerűbb eszközök ezek közül a televízió és a számítógép. Ezt nagyon sok kutatás eredménye megerősíti.

A társadalom munka- és szabadidős tevékenységének felmérésére irányuló időfelhasználás vizsgálatok az elmúlt években ugyanis azt mutatják, hogy csökken a társadalom kereső-termelő munkára fordított idejének összessége a gazdasági fejlődés következtében, s növekszik a szabadon felhasználható időmennyiség.

Ezekből kiderül, hogy a lakosság idejének jelentős részét a televíziózásra fordítja a megnövekedett szabadidőből. Az erre fordított idő növekedése (58,5 perc/nap) meghaladja a szabadidő növekedését (54 perc/nap) is a népesség egészén belül.⁸

⁵A háztartások információs és kommunikációs technológiai eszközellátottsága és használata (2005); A tévé és ami benne van www.ksh.hu

⁶Róka Jolán: Kommunikációtan. Fejezetek a kommunikáció elméletéből és gyakorlatából. A Budapesti Kommunikációs Főiskola Tankönyvei. Századvég Kiadó, 2002. p.84-94.

⁷KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL A magyarországi háztartások infokommunikációs (IKT) eszközellátottsága és az egyéni használat jellemzői, 2006. Budapest, 2007 www.ksh.hu

⁸NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

Pedig a tévének a magyar televíziózás megindulását követően, 1958-ban alig több mint 16 ezer előfizetője volt. De aztán egy gyors elterjedés következett be, melynek eredményeként 45–50 év alatt gyakorlatilag minden háztartásban megjelent a televízió. 2002-ben a hivatalos statisztika szerint az országban 2 millió 600 ezer televízió-előfizető volt. (1.táblázat)⁹

Televízió-előfizetők száma

Év	Televízió-előfizetők száma			
	Budapesten	többi városban	községekben	összesen
1958	12 396	1 743	1 899	16 038
1960	63 596	20 884	19 178	103 658
1970	459 827	538 567	770 167	1 768 561
1980	597 092	960 278	1 208 640	2 766 010
1990	572 430	2 357 386		2 929 816
1991	525 599	1 267 142	1 059 300	2 852 041
1992	523 310	2 339 702		2 863 012
1993	493 088	1 305 734	1 019 903	2 818 725
1994	458 486	2 278 990		2 737 476
1995	437 863	1 265 708	960 960	2 664 531
1996	402 738	2 132 336		2 535 074
1997	419 223	1 255 000	916 000	2 589 659
1998	412 809	2 287 571		2 700 380
1999	359 200	2 319 300		2 678 500
2000	340 906	2 303 410		2 644 316
2001	322 266	2 287 282		2 609 548
2002 ¹⁰	310 000	2 290 000		2 600 000

1. táblázat: Televízió-előfizetők száma¹⁰

A tévészésre 1986/87-ben 105,9; 1999/2000-ben 164,4 percet fordítottak az emberek naponta. 2001-es adatok szerint pedig ez a szám már a napi 3 órát is meghaladta. 2000-ben ez a férfiaknál napi átlag 167, nőknél pedig 155 percet jelentett, ami az 1986-os adatokhoz képest több mint 50%-os növekedést mutatott.^{11 12}

⁹ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

¹⁰ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

¹¹ A háztartások információs és kommunikációs technológiai eszközellátottsága és használata (2005); A tévé és ami benne van www.ksh.hu

¹² Ince Kinga-Pénzes Anna: A reklám helye 2.0. a hatékony médiatervezés és –vásárlás kézikönyve. Mrs. White Media Consulting Kft. és MediaSpirit Consulting Kft., 2006.dec.p.81.

Könyvolvasásra ezzel szemben 1986/87-ben napi 33,3; 1999/2000-ben pedig már csak 24,8 percet fordítottunk átlagosan.

Az 1990-es évektől tovább növekedett a lakosság szabadideje, mely 1986-hoz képest 2000-re közel 50 perccel nőtt a társadalom egészére nézve.

Míg a kereső tevékenységre 273 percet fordítottak a lakosok az 1986/1987. évben, az 1999/2000-ben már csak 207 percet. A szabadon végzett tevékenységekre 232 perc jutott 1986/1987-ben, míg az 1999/2000. évben már naponta átlagosan 285 perc.

A magyar lakosság olvasással töltött ideje átlagosan napi 8,5 perccel csökkent a két utolsó időmérleg felvétel adatai szerint a szabadidő jelentős emelkedése ellenére is.

A könyvolvasás négyötödére, az újságolvasással töltött idő háromnegyedére esett vissza, melyek a vizsgálatok alapján az egész nappól 25 percet sem tettek ki. A két időmérleg felvétel között eltelt idő során a könyvolvasás és az újságolvasás egymáshoz viszonyított aránya alapvetően nem változott.

Míg a felnőtt lakosság 60%-a vallotta magát a hatvanas években rendszeres napilap-olvasónak, 2005-re ez az arány a 40%-ot is alig haladta meg. Az egyéb típusú periodikáknál még ennél is rosszabb eredmények születtek: a magukat újságolvasónak tekintő felnőttek száma negyven év alatt csaknem felére csökkent. Újságolvasásra a megyeszékhelyeken élők 16–20%-kal fordítottak több időt, mint a többi településen élők.

Az olvasásra fordított idő és az olvasásra időt fordítók aránya is csökkent tehát a növekvő szabadidő ellenére. Ennek megfelelően az elmúlt évtizedben a kiadott művek éves összpéldányszáma is folyamatosan visszaesett. A példányszámok változása azonban nem járt együtt a kiadott művek számának ugyanilyen arányú csökkenésével.

A lakosság kulturális, szórakoztató tevékenységre fordítható idejének tehát négyötöd részét foglalja le a televízió-nézés és a videózás. Az olvasás teszi ki a szabadidő felhasználás egytizedét, és az egyéb tevékenységekre, rendezvénylátogatásokra csupán egytized rész jut.

A kutatásokból az is kiderült, hogy a házon kívüli kulturálódási lehetőségeket kevésbé veszik igénybe az emberek. A kulturális fogyasztás visszaesése összefüggésben van a könyv és a sajtótermékek árainak emelkedésével is.¹³

¹³ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

Külön említeném az internettel foglalkozó kutatások eredményeit, hiszen a XXI. században egyre nagyobb népszerűsége, jelentősége és súlya van ennek az eszköznek, ennek a médiumnak a társadalom és az egyes emberek életében egyaránt. Hiszen az internet mindent tud, amit az eddig használt szórakoztató eszközök összességében. Sőt, máris felülmúlta „ellenfeleit”.

Interneten keresztül ugyanis meghallgathatjuk kedvenc CD-nket, de lehet más forrásból is zenét letölteni, vagy akár rádiót is hallgatni; TV-közvetítést nézni; levelezni, chatelni, telefonálni vagy videobeszélgetést folytatni a világ másik végén nyaraló barátainkkal; vagy csak egyszerűen megnézni webkamerán keresztül, milyen az idő Velencében, és éppen hány gondola halad el a kamera előtt. Elolvashatjuk kedvenc napilapunkat; megnézhetjük az esti film végét, amin előző éjjel elaludtunk. Letölthetjük kedvenc számítógépes játékunkat, vagy azt a gyönyörű, romantikus filmet, amin gyermekkorunkban annyit pityeregünk. Ha nincs időnk órákig a Bankban ülni, akkor az adott bank internetes oldalán – biztonságos felhasználói név és jelszó segítségével – átutalhatjuk pénzünket; vagy megnézhetjük egyenlegünket. Órákig lehetne sorolni, mi mindenre tudja az ember használni manapság a világhálót. S ezeknek a tevékenységeknek a száma még biztosan rohamosan fog nőni a közeljövőben.

Az internet használata, mint új típusú elfoglaltság tehát egyre népszerűbb, de még nem beszélhetünk akkora térhódításáról, mint a televíziózás esetében.

Magyarország az internethasználók becsült számában az uniós országok sorában az utolsó negyedben helyezkedik el, annak ellenére, hogy tíz év alatt számuk közel negyvenszeresére nőtt.¹⁴

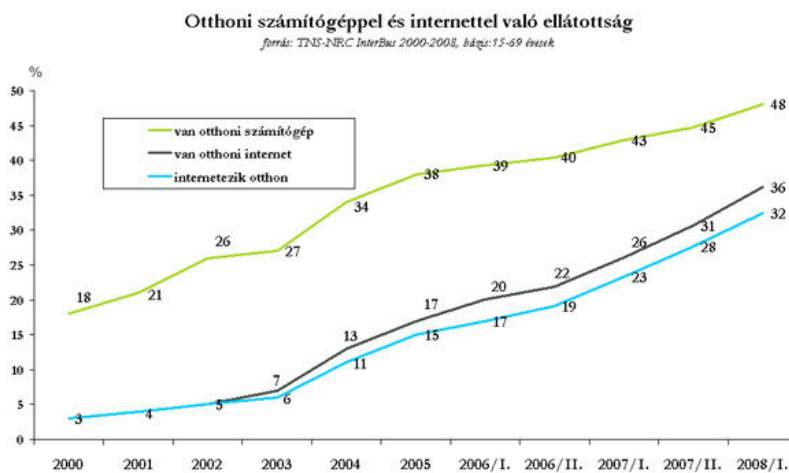
A 2008. első féléves Internet penetráció eredményeiből jól látszik, hogy a 2000-es vizsgálatok óta a 15-24 éves korosztály képviselői azok, akik rendszeresen a legnagyobb számban használják az internetet. Őket a 25-34 éves korcsoport követi kisebb arányban; majd az életkor növekedésével egyenesen arányosan csökken a rendszeres netezők aránya is. Azt azonban figyelembe kell venni, hogy minden egyes korcsoport esetén növekedés figyelhető meg az évek során. Nem egyenletes mértékben ugyan, de minden korosztály ismerkedik tehát az új technikával, és egyre többen használják is rendszeresen a mindennapok során. (1. ábra)

¹⁴ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)



1. ábra A rendszeresen internetezők arányának változása az egyes életkori csoportokban¹⁵

A felmérés következő fejezetéből az derül ki, hogy 2008. I. félévében a magyar lakosság 48%-a rendelkezett otthoni számítógéppel, de már a 2007-es év második felében is 45%-os volt ez az arány. (2. ábra)



2. ábra Otthoni számítógéppel és internettel való ellátottság¹⁶

¹⁵ Internet penetráció 2008 első félév http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=498 2008. november 16. 22.31

¹⁶ Internet penetráció 2008 első félév http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=498 2008. november 16. 22.31

Ez – a KSH adatai szerint – összesen 1.832.023 internet-előfizetést jelentett a tavalyi év végén, ami közel háromszoros növekedést jelentett a 2003-as évhez képest. (2. táblázat)

A tendencia tehát azt sugallja, hogy ezek az arányok és számok jelentős növekedést fognak mutatni még a következő néhány év folyamán. Ezt a feltételezést erősíti a számítógépek és az internet-előfizetések díjának fokozatos csökkenése, valamint a szolgáltatók számának és kínálataiknak egyre bővülő köre is.

Az internet-előfizetések száma
hozzáférési szolgáltatások szerint
(2003–)

Az időszak végén	Összesen
2003	666 592
2004	794 877
2005	1 000 737
2006 ^{b)}	1 329 625
2007	1 832 023

2. táblázat Az internet-előfizetések száma hozzáférési szolgáltatások szerint (2003-)¹⁷

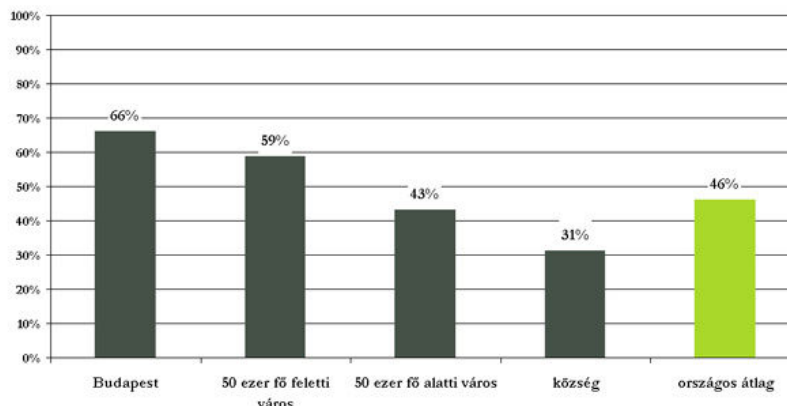
Mint oly sok mindenben, a rendszeres internetezők arányában is a budapesti lakosok voltak a kiemelkedők (66%); őket nem sokkal lemaradva (59%) követte a 50.000 fő feletti lakosú városok netező közössége a vizsgált időszakban. Tehát a települések lakosságszámának csökkenésével egyenes arányban csökkent az internetezők aránya is.

Az országos átlagtól csak a községek maradtak le jelentősen (15%-kal); a többi településtípus internetes közössége közel azonos, vagy jobb „eredményt produkált”. (3. ábra)

¹⁷ www.ksh.hu

A rendszeresen internetezők aránya az egyes településtípusokon

forrás: TNS-NRC InterBus 2008/I., bázis: 15-49 évesek



3. ábra A rendszeres internetezők aránya az egyes településtípusokon¹⁸

A rendszeres internetezők és a netet kipróbálók aránya is folyamatosan nőtt az elmúlt években. Mindkét csoport tagjainak száma fokozatos növekedést mutatott, viszonylag egyenletesen haladva és az arányokat megtartva. Ugyan a rendszeresen az interneten „szörfözők” aránya kis mértékben alul maradt a kipróbálókhoz képest; de ha végiggondoljuk azt, hogy 2008. I. félévében 46% volt rendszeres internetező, a kipróbálóké pedig 53%, akkor a két adatot összeadva azt állapíthatjuk meg, hogy 99% legalább egy alkalommal netezett az előző fél év során. (4. ábra)

Az internetet kipróbálók és a rendszeresen internetezők arányának alakulása

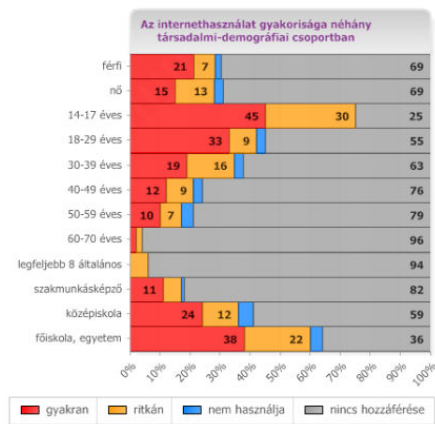
forrás: TNS-NRC InterBus 2004-2008., bázis: 15-49 évesek



4. ábra Az internetet kipróbálók és a rendszeres internetezők arányának alakulása¹⁹

¹⁸ Internet penetráció 2008 első félév http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=498 2008. november 16. 22.31

¹⁹ Internet penetráció 2008 első félév http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=498 2008. november 16. 22.31



5. ábra Az internethasználat gyakorisága néhány társadalmi-demográfiai csoportban²⁰

A társadalmi-demográfiai csoportok közül a vizsgált időszakban a 14-17 éves korosztály látogatta a különböző weblapokat a leggyakrabban; őket a főiskolát, egyetemet végzettek követték. Majd az életkor növekedésével egyenesen; az iskolai végzettség mértékével pedig fordítottan arányosan követték egymást az egyes csoportok. (5. ábra)

Széles körű tehát az elterjedése a televízióknak és a számítógépnek, internetnek. A televízió abból a szempontból is fontos, hogy megjelenésével és gyors terjedésével nagymértékben átalakította az információszerzési és szórakozási szokásokat. Lekicsinyítette a világot, közben pedig a demokrácia elősegítésének és a tudatlanság megszüntetésének nagyszerű fegyvere lett. Nagymértékben bővítette a kommunikációs lehetőségeiket is. Lehetővé tette, hogy ugyanabban a pillanatban az egész világon megosszák az új gondolatokat; ez pedig nagyon fontos, hiszen ma az információ a világgazdaság motorja. A határokat is összezsugorította. Az elektronikus kommunikációs tér (cyberspace) ugyanis nem veszi figyelembe a földrajzi egységek joghatóságait, és azonnal megteremti a kapcsolatokat az intellektuális együttműködésre, az adatok/tapasztalatok cseréjére/megosztására. Hangot és képet ad a világ eldugottabb tájain élőknek a világ minden más tájáról és megsokszorozza az interperszonális találkozások lehetőségeit is.

Elősegíti a szabad információáramlást. Új és egyre sokszínűbb szolgáltatásokat kínálnak a bővülő elosztó-kapacitások. Mivel lehetővé teszik, hogy az emberek részt vegyenek a demokratikus közéletben és tanuljanak, így az emberi fejlődéshez is

²⁰ Internethasználat Magyarországon Felmérés a 14-70 éves népesség körében
<http://www.median.hu/object.b28bc0d6-0483-4294-b9a5-a006ce40891f.ivy> 2008. november 16. 22.33

hozzájárulnak. De erősítik a globális szolidaritás érzetét is, ami nélkül semmiféle globális etika nem kristályosodhatna ki.²¹

A tévé lett tehát rövid időn belül a leghatásosabb eszköz az emberek befolyásolására, figyelmük felkeltésére és tájékoztatására. Az addig uralkodó sajtó és a rádió népszerűsége is jelentősen csökkent miatta. Ezekkel a médiumokkal szemben az az egyik legnagyobb előnye, hogy audiovizuális: egyszerre kap a néző képi és hanginformációt; s mindezt a saját otthonába viszi, nem kell hozzá kitennie a lábát sem a lakásból.

Nem meglepő tehát, hogy a televízió-nézés a világon megelőz minden más szabadidős tevékenységet, ez lett a legnépszerűbb szabadidős elfoglaltság.^{22 23}

Az internet is – mint önálló médium – a televízióhoz hasonló adottságokkal és hatással rendelkezik már ebben az időszakban is. Bár még elterjedése és használatának gyakorisága elmarad a TV-étől, de a tendenciákat figyelembe véve bizonyára nem tévedek nagyot, ha azt feltételezem, hogy ezek az arányok a következő években még jelentősen változni fognak az internet javára, mely lassan átveszi majd a televízió több évtizedes „vezető pozícióját”.

Az interneten megjelenő híroldalak lassan, de biztosan elhódítják a tévék, hírműsorok nézőközönségét. Aki a legfrissebb hírekre kíváncsi, a tévéhíradók vagy az újságok helyett már az internet hírportáljain kérdezheti le a legújabbakat. Bár az internetes hírek olvasóinak száma még nem jelentős, de dinamikusan növekszik.²⁴

Ezek a népszerű technikai vívmányok – kiemelten a számítógép és az általa elérhető internet - az emberiség egyik legrégebbi s egyben legfontosabb kulturális és tudományos jellegű helyszíneit, a könyvtárakat is elérték és az ott folyó munkát jelentősen átalakították.²⁵

A technikai fejlődés révén mára a nagyobb (köz)könyvtárakban számítógépes rendszeren keresztül zajlik minden alapvető munka elvégzése. Néhány év alatt kiépült

²¹ Kreatív sokszínűség: A kultúra és fejlődés világbizottságának jelentése.p.106.

²² www.ksh.hu: A háztartások információs és kommunikációs technológiai eszközellátottsága és használata (2005); A tévé és ami benne van

²³ Incze Kinga-Pénzes Anna: A reklám helye 2.0. a hatékony médiatervezés és –vásárlás kézikönyve. Mrs. White Media Consulting Kft. és MediaSpirít Consulting Kft., 2006.dec.p.79.

²⁴ Mikulás Gábor: Meddig lehet túlélő a könyvtár? A könyvtárak visszaszorulásáról az információs szolgáltatás terén Nyomatásban: Könyvtári Figyelő (2000) 3 p. 392-398 <http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/040/index.php> 2008. március 27. 22.03

²⁵ NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világkongresszusán, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

a megyei könyvtárak számítógépes hálózata, és nagyon sok városi (és egyéb típusú) könyvtár számítógépes alapjai is megteremtődtek.²⁶

Az internetnek, az azon megjelenő katalógusoknak és az e-mailnek köszönhető, hogy ma már a könyvtárosok helytől és időtől függetlenül kapcsolatba kerülhetnek egymással. E-mailen szakmai levelezőlistákra is feliratkozhatnak (pl. KATALIST), így gyorsan és kényelmesen információt tudnak cserélni egymással; akár közös projekteken is dolgozhatnak együtt, több száz kilométer távolságra egymástól.

Ma már valamennyi internetes kapcsolattal rendelkező könyvtár könnyedén kereshet elektronikus úton az összes többi könyvtár katalógusaiban. A könyvtárközi kölcsönzések lebonyolításának ideje is töredékére csökkent így; s maga a keresési folyamat is egyszerűvé, pontosabbá vált. Ennek köszönhetően ma átlagban egy könyvtárközi kölcsönzés 48 óra alatt lebonyolódik. A legkisebb települések könyvtárai is (számukra ingyen, postaköltség kifizetése nélkül) hozzájuthatnak a kívánt dokumentumhoz, bárhol is legyenek azok az országban.²⁷

A könyvtárak tehát, melyek évszázadokig tartották magukat hagyományos szerepkörükhöz, nyitottabbakká váltak, s nemcsak közvetlen környezetük, hanem az egész internetes világ felé, virtuálisan. Ma már nemcsak a potenciális felhasználói körök győződhetnek meg arról, hogy megtalálható-e egy bizonyos dokumentum az adott könyvtárban, hanem a webopac segítségével akár a több ezer kilométer távolságban élő internetezők is.²⁸

A könyvtárak tehát már régóta nem csupán a könyvek tárházai. Funkcióik és eszközszerkezeteik lehetőségei jóval bőségebbek és sokrétűbbek annál, minthogy csupán a könyvek kölcsönzőhelyének tituláljuk őket. Állományuk szerves részévé váltak a könyvek és periodikák mellett az aprónyomtatványok, a kéziratok, a levelek; a hanglemezek, a hangoskönyvek, a hang- és videokazetták; a mikrofilmek, a CD-k, a DVD-k, a számítógépes adatbázisok és a digitalizált feldolgozások. Valamint ide sorolhatjuk a könyvtárosok által létrehozott forrásokat is: adattárakat, bibliográfiákat, forrásközléseket, helytörténeti kiadványokat és egyéb tájékoztató eszközöket.

²⁶ Monostori Imre: A könyvtár mint hiteles hely Elhangzott a "Magyar élet a 21. században" címmel megrendezett konferencián 2002. március 17-én. <http://www.epa.oszk.hu/01300/01367/00029/monostori.html> 2008.11.15

²⁷ Szili Erika: Új lehetőség a könyvtári tájékoztatásban: az online referenz külföldi és hazai tapasztalatai című szakdolgozata. Budapest, 2001.

²⁸ Szili Erika: Új lehetőség a könyvtári tájékoztatásban: az online referenz külföldi és hazai tapasztalatai című szakdolgozata. Budapest, 2001.

A könyvtárak állományát tehát már rég nem a könyvek számával mérjük, hanem a könyvtári dokumentumok összességével.

Ezzel egyidejűleg a könyvtárakba járó embereket sem nevezhetjük már csupán olvasóknak, hanem inkább könyvtárhasználóknak; s maguknak az intézményeknek a megnevezését is szükséges fogalmilag bővíteni s könyvtár és információs központok néven illetni őket.²⁹

A technikai fejlődés, az információrobbanás, a szemléletváltozás és a tömeges intézményi bezárások mellett a könyvtáros társadalomnak szembe kellett néznie azzal is, hogy hazánk az Európai Unió tagja lett, s így a könyvtári szolgáltatások színvonalát is a – sok tekintetben fejlettebb – tagországokéval azonos színvonalúra kellett emelnie.

Ez részben sikerült, részben nem, de az biztos: mára a könyvtárak a tudásalapú társadalom alapintézményeivé, az élethosszig tartó tanulás és az átképzés központi helyeivé váltak. Ez a funkcióbővülés pedig a szolgáltatások számának növelését, újak bevezetését tette szükségessé.³⁰

A magyar könyvtárpolitika mostani célja pedig az, hogy az egész könyvtári rendszert alkalmassá tegye a felhalmozott tudás, műveltség egyenlő esélyű hozzáférhetővé tételére lakhelytől, településtípustól függetlenül; ezzel is segítve a leszakadó térségek és csoportok felzárkózását.

Ennek elérése érdekében dolgozta ki a kulturális tárca könyvtári osztálya a könyvtárügy stratégiai céljait a 2003-2007. közötti, illetve a 2008-2013. közötti időszakra.³¹

Ez a Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS), melyet a magyar kormány 2003. novemberében fogadott el; s mely a fejlődés kulcsának az információs és kommunikációs technológiák alkalmazásának kiterjesztését tekinti.³²

Az MITS áttekinti, koordinálja és rendszerbe foglalja az információs társadalom megvalósításával kapcsolatos feladatokat; ezáltal felgyorsítja, hatékonyabbá teszi a felzárkózást. A stratégiai célok ún. főirányokba (tudás, ismeret; jogi és társadalmi

²⁹ Monostori Imre: A könyvtár mint hiteles hely Elhangzott a "Magyar élet a 21. században" címmel megrendezett konferencián 2002. március 17-én. <http://www.epa.oszk.hu/01300/01367/00029/monostori.html> 2008.11.15

³⁰ Bankóné Virág Ildikó: A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában című szakdolgozata. Budapest 2008.

³¹ A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában Szakdolgozat Konzulens: Moldován István Készítette: Bankóné Virág Ildikó OSZK MEK Osztály, osztályvezető informatikus könyvtáros hallgató Budapest 2008.

³² Kovácsné Koreny Ágnes: Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS) <http://www.ihm.hu/strategia/>

környezet; kutatás és fejlesztés; esélyegyenlőség; egészség; gazdaság; közigazgatás; környezetvédelem; kultúra; oktatás; szélessávú infrastruktúra; hozzáférés és infrastrukturális szolgáltatások) sorolhatók, és különböző szintű programokon keresztül valósulnak meg. Koordinált végrehajtásának pénzügyi-szervezeti feltételeit a MITS végrehajtása során létrejövő szabályozás biztosítja, a koordináció felügyeletét pedig az IHM vezetésével működő Információs Társadalom Koordinációs Tárcaközi Bizottság (ITKTB) látja el.

A 13 főirány között ott található a Kultúra főirány is, mely a kulturális örökség megőrzése és terjesztése figyelembevételével a hazai kulturális értékek strukturált összegyűjtését, rendszerezését, többnyelvű digitalizálását, online és off-line elérhetővé tételét szolgálja a hazai és a határon túli magyarság számára. E feladat eredménye tehát az informatikai eszközökre épülő új könyvtári, múzeumi és levéltári katalógusrendszerek teljessé tétele és összehangolása. Az elérhetőség többszintű rendszerének kialakítása kiszélesíti a felhasználás - élmény, tanulás, kutatás, értékesítés – skáláját és a felhasználók körét. A kulturális értékek új elérési formája lehetőséget nyújt a határon túli magyarság és a nem magyar nyelvű világ számára a magyar kulturális értékek megismertetésére.

A főirány kiemelt központi programja még a Nemzeti Digitális Adattár (NDA) program, amely a kormányzati forrásokon kívül az Európai Unió eContent, illetve a Nemzeti Fejlesztési Terv Gazdasági Versenyképesség Fejlesztése Operatív Programjához is kapcsolódik. Az NDA alapvető célja a kulturális értékek számbavétele, majd a katalógusrendszerek teljessé tétele és összehangolása.³³

A stratégia tehát rendkívül fontos dokumentum, hiszen nemcsak irányt mutat a rendszerbe tartozó könyvtáraknak, de a külső szervezeteket is tájékoztatja az ágazat várható fejlődéséről, és rámutat a lehetséges együttműködési pontokra is.³⁴

Együttműködés nélkül ugyanis lehetetlen egy ilyen nagy horderejű, az egész társadalom (kulturális) jövője szempontjából fontos vállalkozást véghezvinni, megvalósítani. Az egyre kevesebb anyagi juttatás és a munka arányos megosztása is kooperációt igényel.

³³ Kovácsné Koreny Ágnes: Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS) <http://www.ihm.hu/strategia/>

³⁴ Bankóiné Virág Ildikó: A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában című szakdolgozata. Budapest 2008.

2. 2. Globalizálódó kultúra

A globalizáció mára már a kultúrát is elérte. A globális kultúra ma mint populáris kultúra létezik. A transznacionális kultúripari óriásvállalatok kiszorítják vagy kivásárolják a nemzeti kulturális vállalatokat, de ha boldogulni akarnak, alkalmazkodniuk is kell a helyi kultúrához. Számításba kell venniük a sajátos kulturális tartalmakat, a helyi hagyományokhoz igazodó fogyasztásuk, befogadásuk módját is. A globális média követői igyekeznek rugalmasan igazodni e sajátosságokhoz.³⁵

Bayer József írásából kiderül: „A kulturális külpolitika kérdésköre is egyre nagyobb érdeklődésre tart számot a nemzetközi kapcsolatok szakirodalmában és a magyar külpolitika lehetséges új útjait fűrkésző szakértők körében. Korunk nemzetközi rendszerét a külpolitika és a kultúra egyre intenzívebb összefonódása jellemzi. A korábbi diplomáciai eszközrendszer bővülésével, a döntési folyamatok társadalmiasodásával, a médianyilvánosság robbanásszerű növekedésével a külpolitikai döntések meghozatalában egyre jelentősebb szerepet kapnak a kulturális megfontolások. Annak felismerése, hogy a közvélemény és ezzel együtt a döntéshozók befolyásolása elsősorban kulturális csatornákon keresztül lehetséges, felerősítette azt az igényt, hogy az államok és nemzetek egyre inkább más államok és nemzetek kultúrájához való viszonyuk által határozzák meg stratégiai helyzetüket. Mindez nem csökkenti, csupán relativálja a nemzetgazdaságnak, a védelempolitikának és más ágazati és szakpolitikáknak a jelentőségét egy adott ország külpolitikai irányvonalának meghatározásakor.”³⁶

A technikai fejlődés eredményeit felhasználva Európa kulturális értékeinek megőrzése érdekében több országos és európai uniós méretű digitalizációs program is elindult.³⁷ E kulturális és tudományos örökség ugyanis jelentős közkinccset képvisel; s digitalizálni kell, hogy minél többen hozzáférhessenek és a jövő nemzedékének is meg lehessen őrizni.

³⁵ Bayer József [Magyar Tudomány, 2002./6.] VÁLTOZÓ VILÁG 28. Az interjú Globális média, globális kultúra II. <http://www.valtozovilag.hu/t365/tux0628.htm> 2008. október 27. 13.06

³⁶ A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi kapcsolataiban http://hvg.hu/vilag/20070306_prohle_gergely.aspx 2008. október 27. 13.03

³⁷ Monostori Imre: A könyvtár mint hiteles hely Elhangzott a “Magyar élet a 21. században” címmel megrendezett konferencián 2002. március 17-én. <http://www.epa.oszk.hu/01300/01367/00029/monostori.html> 2008.11.15

A digitalizálásra az egész társadalomnak szüksége van. Ezt a nagy feladatot részben a könyvtárak vállalták fel. Egyedül azonban ezt az óriási munkát egy könyvtár, sőt még egy ország könyvtárhálózata sem tudja felvállalni. Ezt felismerve az Európai Unió már 1995-ben elindította PubliCA programját. Fő célja az volt ezzel, hogy előmozdítsa a közkönyvtárak információs szolgáltatásainak fejlesztését az Unió egész területén.

Ezt a PULMAN projekt követte 2001-ben, mely a közkönyvtárak, levéltárak és múzeumok együttműködését segítette elő. A közkönyvtárakban történő internet-használattal kapcsolatos gyakorlati ismeretek fejlesztésére fokozottan odafigyelt, s növelte az információhoz való hozzáférés formáit és színvonalát. Ennek a programnak a megvalósítását két évre tervezték. Az Európai Bizottság támogatta céljait, hiszen hozzájárult az „elektronikus Európa” („e-Európa”) megvalósulásához.

A projektekben Közép- és Kelet-Európa könyvtárai is részt vehettek. Magyarország a PULMAN tevékenységében működött közre a kezdetektől; melynek folytatása a CALIMERA-projekt lett. Ennek célja olyan helyi digitális szolgáltatások kialakítása, melyek felhasználóbarát hozzáférést eredményeznek a kulturális javakhoz.

2000-ben az Európa Tanács ülésén fogadták el az EU-tagországok az „e-Európa” 2002 akcióttervet, mely kimondja, hogy törekedni kell az európai tartalom világméretű hálózatokon való megjelenésére, hogy teljes mértékben ki lehessen használni a digitális technológiák előretöréséből adódó lehetőségeket.

Ehhez nagyfokú együttműködésre és a munkafolyamatok összehangolása van szükség. A tagállamok képviselői a svédországi Lundban 2001. április 4-én dolgozták ki az együttműködés alapjait megteremtő Lundi alapelveket.

Emellett megszületett és 2002 óta működik a MINERVA projekt is, a kulturális és tudományos tartalmak digitalizálását összehangoló, európai uniós tagállamok minisztériumai közötti együttműködés, melynek célja a digitalizálásra, metaadatokra és a hosszú távú megőrzésre vonatkozó ajánlások és irányelvek közösen elfogadott megfogalmazása. A program tanácsadó szerepet is ellát, és a már jól működő példák összegyűjtését és terjesztését is szorgalmazza.

Magyarország a 2004 óta működő MINERVA Plus programban vesz részt, mely újonnan csatlakozó tagállamokkal bővítette a korábbi együttműködést. Ez a projekt azon dolgozik, hogy Európa egész területén támogassa a kulturális intézményeket, mivel ezekben található közös örökségünk jelentős része. A MINERVA minőségi elveit azért határozták

meg, hogy a kulturális weboldalak minőségének jelentőségét hangsúlyozzák, s ezzel segítsék elő, hogy az online kínálat színvonala a lehető legmagasabb legyen.

A weboldalak minőségi elveit a MINERVA a „Quality Principles for cultural Web Sites: a handbook” kézikönyvben határozta meg. A dokumentum tíz „Minőségi Elvet” taglal. Ez a tíz elv főként kulturális honlapokra vonatkozik; de általános érvényű, szinte bármilyen weboldalra alkalmazható.

Ezek a minőségi követelmények:

- átláthatóság
- hatékonyság
- állandó karbantartottság
- elérhetőség
- felhasználó-központúság
- interaktivitás
- többnyelvűség
- átjárhatóság
- jogkövetőség
- s, hogy hosszú távon megőrizhető legyen.³⁸

Nemcsak az uniós, de a hazai kezdeményezések is óriási jelentőségűek. A magyar elektronikus könyvtárak, melyek a digitális tartalmak rendezett gyűjteményeit tartalmazzák: könyveket, szakcikkeket, tanulmányokat, verseket, illetve a könyvtárak és archívumok más, fizikailag is kézbevehető dokumentumainak másolatát szolgáltatják digitalizált formában.

Elektronikus könyvtáraink közül talán a legismertebb és legtöbbet látogatott a Magyar Elektronikus Könyvtár (MEK), melynek központi építése 1995 elején kezdődött el; majd 1999-től az Országos Széchényi Könyvtár fogadta be, mely az előzőeknél jóval stabilabb háttérrel és kiegyensúlyozottabb költségvetést biztosítva számára. 1996. és 2002. között több mint 4 ezer darabra emelkedett a könyvtár állománya, látogatóinak száma pedig elérte a havi 60-70 ezret is.

2001-ben kezdődött és 2003-ban fejeződött be a MEK 2.0-s változatának fejlesztése. Június 30-án lezárult a NIIF szerverén található MEK 1.0-s állomány, s megnyílt

³⁸ Bankóné Virág Ildikó: A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában című szakdolgozata. Budapest 2008.

a MEK 2.1-es változat. Július 1-jétől pedig már az új MEK-be (www.mek.oszk.hu) érkeztek a dokumentumok. A régi állományokat átválogatták és átköltöztették. Az esetleges hiányokat pótolták, a hibákat kijavították. Az új rendszerben lehetőség szerint minél több dokumentumoknak elvégezték a HTML és a PDF formátumra történő konverzióját is.

A MEK látogatóinak száma azóta is töretlenül növekszik. Ez annak is köszönhető, hogy úgy képezték ki a szolgáltatás felhasználói felületét, hogy az bármilyen hálózati csatlakozással, bárki számára, bármilyen platformról könnyen és egyszerűen használható legyen.³⁹

Magyarországon az uniós csatlakozás által az állami döntéshozatal és a nemzeti érdekérvényesítés keretei is jelentősen átalakultak. A kultúrával összefüggő állami feladatok azonban továbbra is nemzeti hatáskörben maradtak, a tagállamok önállóan alakíthatják kulturális politikájukat, nemzetközi kulturális tevékenységüket. Az uniós tagság ugyanakkor jelentősen megkönnyíti a magyar kulturális javak piacra jutását. A régiók szerepének felértékelődésével a kisebbségi helyzetbe szorult magyar kultúra is európai dimenziót kaphat (uniós támogatással).⁴⁰

2. 3. Globalizálódó társadalom

A globalizáció a tudomány és a kutatás területén is uralkodóvá vált. Napjainkban – a modern technikai eszközök elterjedésének is köszönhető, hogy - az információmennyiség oly mértékben nő, hogy öt évente megkétszereződik a rendelkezésünkre álló tudás sokasága. Ilyen körülmények között törvényszerű, hogy az ipari társadalom fokozatosan átadja helyét a tudás alapú társadalomnak. A társadalmi rend alapját a tudás alkotja, mely egész életünk és társadalmunk hajtóerejévé, szervező elvévé lép elő.

³⁹ Bankóné Virág Ildikó: A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában című szakdolgozata. Budapest 2008.

⁴⁰ A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi kapcsolataiban http://hvg.hu/vilag/20070306_prohle_gergely.aspx 2008. október 27. 13.03

A tudás alapú társadalom legfontosabb feladatai az oktatás, a kutatás, a továbbképzés és ezek gyakorlati alkalmazása. Az állandó technológiai fejlődés és az exponenciálisan növekvő információ korában az iskolák és részben a könyvtárak feladata is az embereket megtanítani arra, hogy a tények passzív befogadóiból a gyors és hatékony információszerzés és alkalmazás készségeivel és képességével rendelkező állampolgárok legyenek; kialakuljanak bennük az információs olvasnitudás, olvasásértés, valamint a teljes életpályát átfogó tanulás készségei, s az a motiváció, hogy felelősséget vállaljanak saját tanulásukért.

Az információs tájékozottság, eligazodni tudás és a kritikus gondolkodásmód ugyanis alapvető feltétele annak, hogy az emberek sikeresen tudjanak élni a gyorsan változó, információra és tudásra irányult társadalmunkban. Mert az információkban eligazodni tudó állampolgárok tudják csak a különböző formátumokban megjelentetett információkat hatékonyan felhasználni.⁴¹

2. 4. Globalizálódó média

A globalizáció a médiát is elérte. Egyre jobban uralkodóvá válnak a kereskedelmi csatornák, melyek száma folyamatosan növekszik; míg a közszolgálati médiumok egyre kisebb szerephez jutnak és jelentőségük is csökken.⁴²

A globalizálódó média viharos változásai semmit sem hagynak érintetlenül. Mára az infotainment (a tájékoztatás és a szórakoztatás összeolvadása) a jellemző. Az információs szolgáltatás a kereskedelmi televíziók térhódításával show-műsor jellegűvé válik: azok tartalmi és formai jellemzői kerülnek előtérbe. Egyre fontosabb a megjelenés, egyre kevésbé a tartalom. A rövid, egyszerű, néhány másodpercben elmondható anyagok jellemzik a mai információs szolgáltatást.⁴³

⁴¹ dr. Celler Zsuzsanna A tudás alapú társadalom felé Iskolai könyvtárak külföldön <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=konyvtar-Celler-Tudas> 2008. október 23. 12.46

⁴² Szeifer Csaba Globalizáció, ami felszabadít <http://feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=1159> 2008. október 27. 12.59

⁴³ Szeifer Csaba Globalizáció, ami felszabadít <http://feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=1159> 2008. október 27. 12.59

3. A média szerepe

A média eddig is fontos szerepet töltött be a társadalom életében. Jelentős szerepet játszott a tömegek néppé, a népek nemzetté kovácsolásában. Sok országban a rádió és a televízió teremtette meg a közös, egységes nemzeti nyelvet és a politikai nyilvánosság terét is.⁴⁴

Napjainkban a társadalom minden rétegét érintő folyamat a tanulás időbeli kiterjesztése. Ebben is kiemelt szerepe van a médiának, tudományos élet és az oktatás szereplőinek is. Az egész életen át tartó tanuláson belül ugyanis csak egy részt jelent az iskolapadban, formális keretek között történő tanulás. A nem formális tanulásban nagyon komoly szerepe van a médiának.⁴⁵

A piaci viszonyok és a verseny kialakulása még jobban felértékelte a reklám és a média szerepét.⁴⁶

Kósa Éva szerint: „Napjainkban a médiumok - mindenekelőtt a televízió elterjedtsége - jelentős mértékben átalakítja a szocializációs folyamatot. A mára már hagyományosnak tekinthető médiumok (film, újság, televízió, videó) mellett a gyorsan elterjedő új technológiák is egyre jelentősebb szerepet játszanak a gyerekek és a fiatalok mindennapjaiban. Ennek következtében a gyerekkorban és fiatalkorban szerzett tapasztalatok egyre nagyobb arányát a médiumokból áradó és folyamatosan ismétlődő üzenetek teszik ki. A médiumok intenzív használata és a rájuk jellemző modellek, ábrázolások folyamatos jelenléte jelentősen befolyásolja azt, hogy milyen képük van a fiataloknak a valóságról, a társas világ normáiról és a szociálisan elfogadott viselkedésről. Mindez hatással van a felnövekvő egyén viselkedésére, gondolkodására, érzelmi életére, sztereotípiáira, szexualitására, identitásának alakulására.

⁴⁴ Bayer József [Magyar Tudomány, 2002./6.] VÁLTOZÓ VILÁG 28. Az interjú Globális média, globális kultúra II. <http://www.valtozovilag.hu/t365/tux0628.htm> 2008. október 27. 13.06

⁴⁵ Konferencia-sorozat a média és a tudomány kapcsolatáról - Oktatás - Kultúra http://oktatas.mconet.biz/index.php?action=fullnews&id=392744&category=14&category_name=oktatas 2008. október 27. 12.39

⁴⁶ Pohárnok Mihály Design és rendszerváltozás Magyarországon <http://epiteszforum.hu/node/8895> 2008. október 27. 13.04

Ezeket a hatásokat azonban nagyban befolyásolja az, hogy miként értelmezi az egyén a médiában látottakat/hallottakat.”⁴⁷

A média a közélet olyan kiemelkedő területe, melyben a hagyományhoz, „a néphez” való viszonyulás döntő szerepet játszik a társadalom önkép-kialakításának, identitásformálásnak, illetve más társadalmakhoz, kisebbségi csoportokhoz fűződő véleményalkotásának folyamataiban.⁴⁸

A legjelentősebb médiaforrás a helyi média. Ennek szerepét és kiemelkedő jelentőségét talán a Budapest XVIII. kerület Pestszentlőrinc - Pestszentimre Önkormányzata fogalmazta meg legjobban 2004-es média koncepciójában, mely szerint a jól működő helyi társadalom egyik ismérve, hogy az itt élő emberek többsége kötődik a lakóhelyéhez. A lakók közt viszonylag rendszeres és fontos élet-területekre kiterjedő együttműködés alakul ki és résztvesznek a helyi közéletben. Ebben segíti a helyi lakosokat a jól működő helyi média. A helyi sajtónak tehát kiemelkedő szerep jut a lokálpatriotizmus kialakulásában, valamint a helyi nyilvánosság megteremtésében. A településeken megtaláljuk a helyi tömegtájékoztatási csatornák közül a sajtót, a televíziót és a rádiót, valamint az internetet. Az elektronikus és az írott tömegkommunikációs eszközök kiegészítik egymást.

A helyi média legfontosabb célkitűzése az tehát, hogy az adott településen élők információéhségét kiszolgálja, valamint a helyi közélet számára fórumot biztosítson. Ugyanis az állampolgárok mindenről tudni szeretnének, ami a településükön és környezetükben történik: a település, város jelene, jövője, az itt élők kereskedelmi, kulturális, egészségügy, oktatási, közlekedési ellátottsága. A polgárok számára szűkebb környezetük hírei, programjai, problémái a helyi médián keresztül hatékonyan közvetíthetők; melyben a lakosok és a civil szervezetek is helyet kapnak.⁴⁹

Fontos tehát egy intézmény számára a helyi médiumokkal fenntartott jó kapcsolat kialakítása, megtartása és ápolása, hiszen ilyen kapcsolat nélkül igen kevés az esély egy-egy médium adásába való bekerülésre, de ha sikerül is, annak az anyagi vonzata jóval nagyobb. Nem szabad tehát megfélemedkezni a helyi médiáról, és az intézmény PR tevékenységéről sem, melynek mértéke és színvonala nagyban befolyásolja a médiában való szereplést.

⁴⁷ Kósa Éva A média szerepe a gyerekek fejlődésében <http://www.educafe.hu/index.php?cikk=4487> 2008. október 27. 12.34

⁴⁸ Hagyomány és média konferencia <http://kultura.hu/main.php?folderID=910&ctag=articlelist&iid=1&articleID=274282> 2008. október 27. 12.40

⁴⁹ BUDAPEST XVIII. KERÜLET PESTSZENTLŐRINC-PESTSZENTIMRE ÖNKORMÁNYZATÁNAK MÉDIA KONCEPCIÓJA Budapest, 2004

A könyvtárakra hatványozottan igazak a fenti megállapítások, hiszen ezek az intézmények nagyon csekély költségvetésből gazdálkodnak, amiből a zökkenőmentes működést és a halaszthatatlan beszerzéseket is alig tudják megvalósítani. Milliós PR-keretre azonban biztosan egyik Hajdú-Bihar megyei (de még talán országos hírű) intézménynek sem telik, így a könyvtárosok kreativitásán, lelkesedésén, fáradtságot nem ismerő munkakedvén, a kínált programok színvonalán és a helyi médiumok képviselőin és üzletpolitikáján múlik, mennyit szerepelnek a könyvtárak az egyes helyi médiumokban.

Esélyeik azonban nem a legjobbak. Országos viszonylatban legalábbis – a tapasztalatok szerint - elég rossz a kultúra sajtóban való megjelenésének aránya manapság.

Bernáth László szerint nagyon kevés ma az esélye a kultúrának a médiában való szereplésre. Bár a magyar sajtó születésétől kezdve nagy szerepe volt annak, amit a kultúráról vagy a művészetről mondani lehetett. Az 1780-ban induló Magyar Hírmondóban például még arról is hírt adtak, hogy az egyes színdarabok magyarra fordítása hogyan készült. Elemezték a fordítás pontosságát, hitelességét. Az 1810-es években a Tudományos Gyűjteményben nagy alaposággal foglalkoztak irodalmi kérdésekkel. Az 1960-as években induló szórakoztató hetilapokban is meghatározó szerepe volt a művészeteknek.

Az 1910-es évektől következett be az első nagy változás, amikor is az üzleti sajtó az Est lapokkal megjelent Magyarországon. Ez volt az első korszak, amikor a művészetekről és a kultúráról üzleti aspektusból is beszéltek a sajtóba; erre használták a kultúrát vagy a színházat, mint olyan művészetet, aminek témái közt sok olvasócsalogató lehetőség kínálkozott.

1945 után pedig a kultúra és a művészetek minden korábbinál fontosabbak lettek, mert az ideológiai cenzúra a kultúrában működött a legerősebben: a kultúra elemzése, felügyelete, kordában tartása és vizsgálata a lapok kulturális rovatain keresztül, vagy elsősorban azon keresztül történt.⁵⁰

Az utolsó évtizedekben más szempontból lett érdekes a kulturális és a művészeti újságírás: ekkor az újságírók és a kritikusok arra vállalkoztak, hogy megpróbálják megérteni azokat a dolgokat, amiket a művészetek üzentek. Soha ilyen jelentősége a kulturális újságírásnak és a művészetkritikának nem volt a sajtóban, mint az utolsó tizenöt-húsz évben,

⁵⁰ Bernáth László nyilatkozata: Művészet és sajtó <http://www.mmakademia.hu/ab/2/202.php> 2008. október 27. 13.44

mert a kritikusoknak és a művészeti újságíróknak lehetősége volt dekódolni, felfedezni, megérteni azt, ami a művészetekben született.

Mára sokat veszített a jelentőségéből a kultúra a társadalom életében. Főként gazdasági okok miatt csökkent az emberek érdeklődése is. Nem olyan mértékben, ahogy ez a napokban jelentkezik, de csökkent a kultúra, a művészetek iránti érdeklődés. A figyelem visszaszorulása együtt járt a gazdasági romlással. A kultúrafogyasztó réteg, amelyik a kultúrák után érdeklődik, anyagilag nem tudja finanszírozni a maga számára a kultúrát, nem tudja megvásárolni a lapokat sem.

A lapok is gazdasági gondokkal küzdenek, hazánkban ugyanis ma nem lehet nyereségesen újságot eladni. Körülbelül két újság van, amelyik a hirdetéssel ezt valamennyire ellensúlyozni tudja. A többi lap alig-alig tud megélni és minden újság, minden nyomtatott lap a tönkremenetel szélén áll, ha még eddig nem ment tönkre.

A kiadók is anyagi problémával küzdenek. Így a lapok és a kiadók populárisabbak akarnak lenni, hogy minél több olvasót szerezzenek. Ez pedig azt jelenti, hogy a lapok egy olyan olvasóréteghez jutnak el, mely valószínűleg nem olvasna újságot.

Ha ez a tendencia tovább folytatódik és nem lesz pozitív változás, legkésőbb tíz éven belül a magyar olvasóközönség leszokik arról, hogy művészeti jellegű témákról publicisztikát, kritikát, a kulturális újságírást olvassanak.⁵¹

Kőröspataki Kiss Sándor ellenkező véleményt képvisel. Szerinte: „A magyar média megöli a gyermekeit, többek közt megöli a kulturális rovatokat.” Pedig lehetne szava a kulturális újságírásnak, csak lehetőséget kellene adni neki. Erre jó példa a New York Times, melyben amikor megjelenik egy színikritika, az megölhet egy premiert és sikerre is viheti azt.⁵²

A többi szakértő véleményét is figyelembe véve talán az a tanúság, hogy a kultúrának manapság csak akkor van jó esélye a médiában való szereplésre, ha az alkotások nagyszabásúak, magas színvonalúak, sok népszerű művészt, „sztárt” vonultatnak fel és sokat költenek reklámokra.

⁵¹ Bernáth László nyilatkozata: Művészet és sajtó <http://www.mmakademia.hu/ab/2/202.php> 2008. október 27. 13.44

⁵² Kőröspataki Kiss Sándor nyilatkozata: Művészet és sajtó <http://www.mmakademia.hu/ab/2/202.php> 2008. október 27. 13.44

4. A PR és szerepe, formái a kulturális intézmények életében

Azt hiszem sok kiváló művész és mű, sok művészetre fogékony ember és médium van ebben az országban, akik kitartó, színvonalas munkával, odaadással és összefogással elérhetik, hogy a magyar sajtó még többet szóljon a kultúráról, s ne tartsák veszteséges „üzletnek” a kultúrát.

Ehhez eszközül a reklám mellett, sőt egyre inkább helyette a PR-t (public relationst) érdemes segítségül hívni.

A magyar kulturális intézmények hosszú ideig ugyanis nem érezték szükségét a marketingnek, a PR tevékenységnek, a reklámnak. A nyolcvanas évek végéig nem alakultak ki szokásai a szponzorálásnak, a mecénási tevékenységnek.

A megváltozott gazdasági körülmények – az állami támogatás apadása, az adóterhek, a lakosság fizetőképes keresletének csökkenése - oda vezettek, hogy a kulturális intézmények is kénytelenek fennmaradásuk érdekében ezeket az eszközöket használni.

Ma a piac a kultúrába is behatol, ezért komolyan kell törődni a „fogyasztókkal”, a közönséggel, mert a művelődési intézmények egyre inkább tőlük függenek. A közönség kiszolgálásához ismerni kell igényeiket. Létkérdéssé vált, hogy ne az esetlegességre építsenek, hanem tudatosságra, PR ismeretekre, imázs-, presztízs-, hírnév-vizsgálatra, hatékony reklámmunkára.

A kulturális intézményeknek olyan sajátosságai vannak az ipari vállalatokkal szemben, amelyeket a piackutatásnál, a PR-nál, a reklámnál figyelembe kell venni, ezért nem lehet automatikusan alkalmazni a termelő cégekre kidolgozott szabályokat, illetve az ilyen területeken szerzett tapasztalatokat.⁵³

Például:

- Bonyolultabb a versenyhelyzetük, hiszen sok esetben a versenytársakkal is együtt kell működniük (pl. könyvtárközi kölcsönzés).
- Jobban figyel rájuk a közvélemény (pl. ha abba akarnak hagyni egy meglévő szolgáltatást, vagy árat akarnak emelni).

⁵³ Laskay Gabriella: Public relations a Miskolci Nemzeti Színházban cím szakdolgozata. Miskolc, 1993.

- Mivel nem árukat termelnek, az általuk előállított érték nehezen meghatározható.
- A piacra orientált cégek egyfajta közönségre összpontosítják figyelmüket: azokra, akik megveszik árujukat. A non-profit cégeknek ezzel szemben sokkal szélesebb kört kell kiszolgálniuk, mint a fizetőképes közönség.
- Profitbevételek hiányában sokkal kisebb kockázatot tudnak vállalni, mint a termelő cégek.⁵⁴

A kulturális események általában nem alkalmasak reklámhordozók kifüggesztésére, ezért a pénzükért ellenszolgáltatást váró szponzorok helyett mecénásokat kellene megnyerni. Nálunk ismeretség, barátság, kapcsolatok alapján keresik a támogatókat. A kulturális intézményeknek ebben a helyzetben is ellent kell állniuk annak, hogy a pénzügyi helyzet legyen a legfontosabb meghatározó a szervezet lehetőségeit illetően. A legfontosabbnak a küldetés teljesítésének kell maradnia.

A sajtókapcsolatok a PR-nak - ezen belül a közvélemény formálásának – a legfontosabb eszközei; céljuk a publicitás biztosítása a tömegkommunikáció eszközeiben (napilapok, hetilapok, szaklapok, TV, rádió stb.).

A sajtóval való kapcsolattartás egyik módja az információnyújtás az érdeklődő újságíróknak, a másik pedig hirdetés vagy közlemény közzététele a sajtóban. A jó sajtókapcsolatok alapja a bizalom és a kölcsönös megbecsülés, a korrekt tájékoztatás, amely kiküszöböli a helytelen adatok megjelenését.

Az intézmény által kiadott nyomtatványok színvonala, harmóniája az arculat (imázs) kialakításának lényeges eleme. A kiadványok igényes kivitelezése egy bizonyos színvonalat tükröz, bizalmat kelt. Különösen fontos az esztétikus megjelenés kulturális intézmények esetében.⁵⁵

⁵⁴ Laskay Gabriella: Public relations a Miskolci Nemzeti Színházban cím szakdolgozata. Miskolc, 1993.

⁵⁵ Laskay Gabriella: Public relations a Miskolci Nemzeti Színházban cím szakdolgozata. Miskolc, 1993.

Az emberek többsége vizuális természetű, erősebben reagál a fényképre, filmre, mint a szövegre. A jó fényképek nagyon sok helyen felhasználhatók (plakáton, kirakatban, sajtóanyag illusztrálására, albumokban, évkönyvekben stb.).

A konferenciák, közönségtalálkozók, vendéglátás azok a lehetőségek, ahol a PR a leghatásosabb formája, a személyes kapcsolatok kiépítése, ápolása zajlik. Megszervezésük és gördülékeny lebonyolításuk a PR szakember feladata, hiszen ezek az események gondos előkészítést igényelnek.

Az ajándékozás lényege, hogy a megajándékozott egy maradandó tárgyi emléket kap. Emellett az apró figyelmességek erősítik a barátságot, a személyes kapcsolatot.

A személyre szóló, lakásra vagy munkahelyre küldött levelek nem csak reklámhordozók, hanem ha válasz-levelezőlapot is tartalmaznak, akkor a közönség véleményének megismerésére is alkalmasak. Hazánkban is rohamosan terjed ez a PR eszköz, főleg a kereskedőcégek használják.

Fontos, hogy az intézmény dolgozói a napi munkájuk során olyan tevékenységet folytassanak, úgy érintkeznek a közönséggel, az ügyfelekkel, hogy az pontosan azt a képet mutassa, amit a PR az intézményről megpróbál sugározni. Ezért a PR szakértő feladata a belső PR is, hogy „befelé” is dolgozzon: megpróbálja egy bizonyos kommunikációs és viselkedési színvonalat kialakítani, s fenntartani a munkatársaknál.⁵⁶

A dolgozat kapcsán végzett felmérésem eredményei is azt mutatják, hogy városunk két kiemelkedő jelentőségű könyvtára (a Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központ, valamint a Városi Könyvtár és annak fiókkönyvtára, a Benedek Elek Könyvtár) a non-profit szférában sikeresnek mondható PR tevékenységet végez.

Hosszú évek óta jó kapcsolatot ápolnak a helyi média munkatársaival. A sok közös munka, egymás folyamatos támogatása, segítése, a kiváló munkakapcsolat és egymás tisztelete is szerepet játszik abban, hogy a könyvtárak szereplése a helyi médiumokban emelkedő tendenciát mutat.

Ez azonban – úgy látszik – még mindig nem elég ahhoz, hogy az érdeklődők elég információt kapjanak a könyvtárakról a helyi médián keresztül.

⁵⁶ Laskay Gabriella: Public relations a Miskolci Nemzeti Színházban cím szakdolgozata. Miskolc, 1993.

Ezért még többet kell tennie a két intézménynek. A PR költségek kikerülése érdekében minél több olyan eseményhez, rendezvényhez kell csatlakozniuk, melyek társszervezőiként jelen vannak, akár a helyszínt is biztosítják, a hirdetésekben, plakátokon szerepelnek, ezáltal még jobb, még több publicitást kapnak.

Eddig is sok sikeres, közös projekten dolgozott már a két könyvtár az Önkormányzattal, más helyi szervezetekkel, iskolákkal, ezeket a kezdeményezéseket a jövőben is kiemelten kell kezelniük. Egymással is sokszor kooperálni kell, hogy minél több olyan eseményről számolhasson be a helyi média, ahol együttműködés által születik egy-egy sikeres rendezvény. Ez a két intézmény jó imázsát, megítélését is eredményezheti és a könyvtárak „erejét” is növelheti.

Az évente vissza-visszatérő programok; a nagy népszerűségnek örvendő kortárs művészek meghívása egy-egy eseményre; a színes, egyre hosszabb időtartamra tervezett, egyre több társadalmi réteget megszólító és könyvtárban csalogató rendezvények számát fontos még növelnie a könyvtáraknak ahhoz, hogy egyre többet „hallassák hangjukat” a helyi médiumokban.

Az ezekre a rendezvényekre készült meghívók, plakátok, szórólapok mindig kiváló minőségben, színvonalasan, a tárgynak megfelelő formában készülnek. Ez amellet, hogy rendkívül hasznos és hatásos PR fogásnak számít, a könyvtárosok kreativitását és szépérzékét is mutatja.

De a könyvtárak tájékoztató füzetei, jelzései, jelei is színvonalas kialakításúak és rendkívül ötletesek.

Hatásos a folyton ismétlődő színek, illetve a logo használata is. Ezeket a PR eszközöket nagyon sikeresen alkalmazza a két intézmény.

A könyvtári honlapok szerkesztését is tovább kell folytatni és mindig a lehető leghamarabb közölni általuk is a könyvtárak tevékenységéről, működéséről, rendezvényeiről szóló híreket, információkat. Nagyon sikeresek a képes és mozgóképes beszámolók, kisfilmek, animációs figurák. Ezek a színvilágukkal és a mozgással vonzzák és megragadják a gyerekek, érdeklődők tekintetét, ezáltal nagyobb hatást érnek el.

Nagyon jó ezek felépítése is. Mindkét honlapon megtalálható az adott könyvtár története, szolgáltatásainak, rendezvényeinek sora, a nyitva tartás rendje, a különböző rendezvényekről készült képes beszámolók, az archív hírek, információk, katalógusok. Ezek a pontos, megbízható és teljes körű tájékoztatást szolgálják.



6. ábra A Benedek Elek Könyvtár internetes honlapjának kezdőlapja⁵⁷

Az iwiwen és más levelezőrendszereken való részvétel és az ott küldött programajánlók olcsó, gyors és főleg az ifjú könyvtárlátogatók körében nagyon kedvelt tájékoztatási forma, melynek használata szintén ajánlott a két intézmény számára.

Mindkét könyvtár munkatársai szociálisan érzékeny emberek. Rendkívül nagy figyelmet fordítanak az elesettekre, a fogyatékkal élőkre, a szegényekre. Kompetenciájuk határait figyelembe véve megpróbálnak minden esetben segíteni ezeknek az embereknek. Ha csak egy kellemes beszélgetéssel, egy mosollyal vagy egy kis műsorral, ajándékkal, de mindent megtesznek, hogy a könyvtárban mindenki jól érezze magát.

Szolgáltatásaikat igyekeznek az ő számukra is elérhetővé és élvezhetővé tenni. A Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár munkatársai külön, ezzel a céllal, önszorgalomból elvégeztek egy jelnyelvi tanfolyamot is, hogy a siket és nagyothalló könyvtárlátogatókat is teljes körűen ki tudják szolgálni és el tudják látni a megfelelő információval.

⁵⁷ www.dbvk.hu/benedek/index.html

A Benedek Elek Könyvtár pedig egy látássérült csoporttal ápol hosszú évek óta töretlen, jó kapcsolatot. Számos rendezvényükön kisebb produkciókkal lépnek fel ezek az emberek, jelezve hálájukat, tiszteletüket, szeretetüket a könyvtár felé.

A munkatársakkal, más szervezetek embereivel és a közönséggel kialakult jó kapcsolat, a családias légkör; az igényesen - a fényviszonyokat is figyelembevevő - elrendezés, a tér; a tiszta, kultúrált, rendezett környezet mind magától értetődő a könyvtárosok részéről, szívből jönnek..

Ezt jelzi az is, hogy a Benedek Elek Könyvtár vendégek könyve tele van szebbnél szebb bejegyzésekkel, gyönyörű idézetekkel, szívet melengető írásokkal, melyek azoknak a (leggyakrabban visszatérő) látogatóknak, művészeknek a tollából származnak, akik valamilyen rendezvényen vettek részt a könyvtárban, és a meghitt hangulatot, a szeretetteljes fogadtatást és a színvonalas műsort köszönték meg a könyvtár dolgozóinak ezzel a kedves gesztussal.

Mindkét intézmény élettörténetét ismerem, sok rendezvényen részt vettem, olykor még szervezőként is gyakorlataim során. Így tapasztalatból tudom, hogy nagyszerű, színvonalas, értékes, tanulságos, változatos és jókedvű, vidám programokat kínálnak a debreceni és megyei közönség számára, melyekből minden korcsoport képviselője kedvére válogathat.

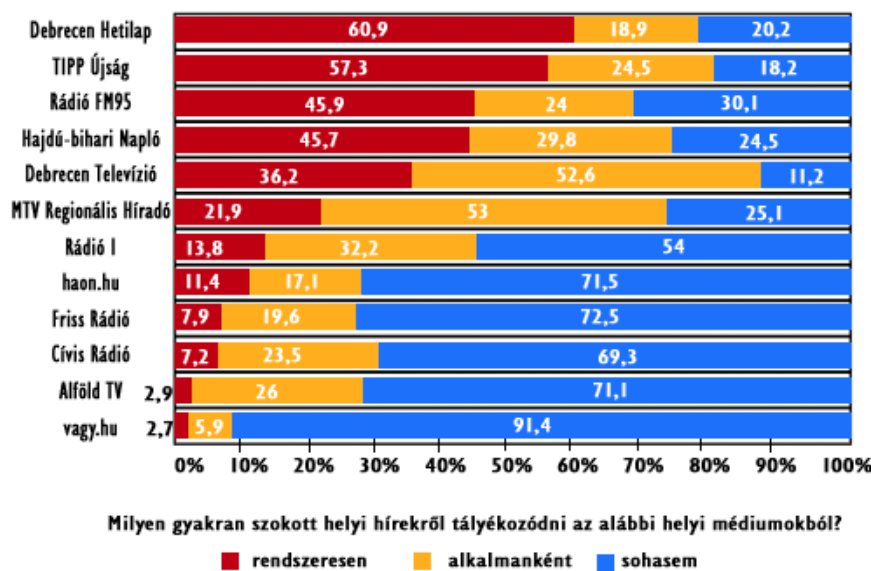
Az irány, amit e két intézmény követ tehát jó, így kell tovább haladni és akkor hátha egyszer elérik a céljukat és Debrecenben népszerű lesz a kultúra és a kulturális újságírás...

5. A könyvtárak helyi médiumokban való megjelenésének vizsgálata

Az országos eredményeket figyelembevéve, a szakdolgozat témájához kapcsolódva egy kisebb kutatómunkát végeztem annak érdekében, hogy néhány számomra érdekes szempont alapján felmérjem a könyvtárak helyi médiumokban való szereplésének aktuális helyzetét.

A vizsgálat a 2003. január 1. és 2008. november 15. között a város életében különböző szerepet betöltő öt médium (a Debrecen Hetilap, a Rádió FM95, a Debrecen Televízió, a Cívis Rádió és a vagy.hu) internetes oldalán közölt hírekre, információkra terjedt ki.

Munkám során a könyvtárak, a színházak és a DVSC médiumokban való szereplését vizsgáltam meg és hasonlítottam össze. Választásom azért irányult erre a három „intézményre”, hiszen ezek három igen jelentős és sok tekintetben különböző szabadidős/szórakoztató tevékenység helyszínei. Más funkciót látnak el; más rangjuk van a város és a megye életében; más költségvetési alapokkal rendelkeznek és a PR tevékenységük is eltérő mértékű és szintű. Mégis egy közös tulajdonságuk van: nagyon fontos szerepet játszanak a helyi közösség életében.



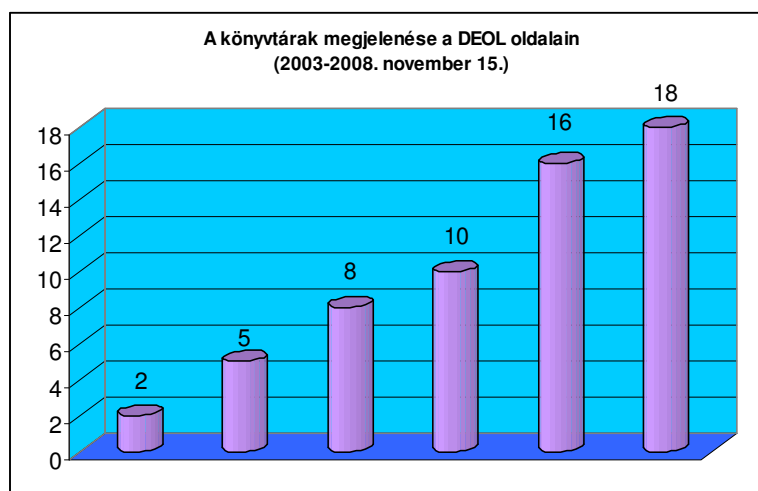
7. ábra A helyi médiumok híreiből való tájékozódás gyakorisága (2008. május)⁵⁸

⁵⁸ www.dtv.hu

A 7. ábra szerint - a legfrissebb adatok alapján - 2008. májusában a debreceni lakosság 60,9%-a a Debrecen Hetilapból; 45,9%-a a Rádió FM95, 36,2%-a a DTV híradásaiból, 7,2%-a a Cívis Rádióból és 2,7%-a a vagy.hu oldalairól tájékozódott leggyakrabban a helyi hírekről.

5. 1. DEOL

Elsőként a Debrecen Hetilap weblapján – a DEOL oldalain – vizsgáltam meg, milyen gyakran olvashattak a debreceni lakosok a legnépszerűbb helyi médium hasábjain a könyvtárakról. Az eredmény elkeserítő; de pozitív tendenciát mutat, így bizakodásra adhat okot.



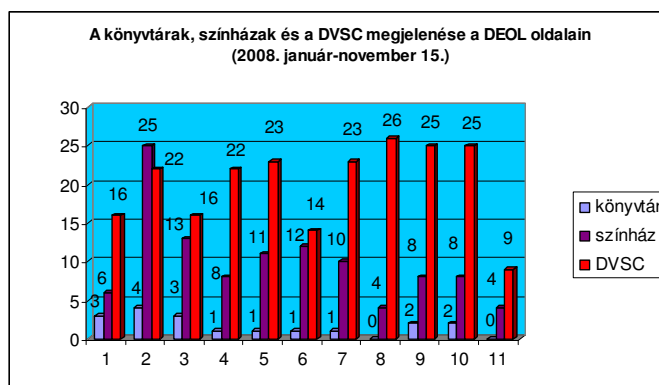
8. ábra A könyvtárak megjelenése a DEOL oldalain (2003-2008. november 15.)

Míg 2003-ban csupán 2 hír szólt a könyvtárakról az adott médiumban, addig a 2008-as év novemberének közepéig már 18. Ez 5 év alatt – az év végi eredményeket is megbecsülve - körülbelül tízszeres növekedést jelent, ami igen jelentős eredmény.

Az azonban igen kétségteljes a könyvtárak szempontjából, hogy míg a vizsgált időszakban intézményeik összesen 59-szer szerepeltek a lap hasábjain; addig a színházak 646-szor; a DVSC klubcsapatai pedig 895-ször.

A színházokról tehát nagyságrendileg 11-szer; a DVSC-ről pedig több mint 15-ször annyi hírt adott közre a DEOL, mint a könyvtárakról. S ami a legmegdöbbentőbb: a DVSC-nek a 2008-as évben csupán három hónapra volt szüksége (április, május, június), hogy 59 alkalommal szerepeljen a DEOL oldalain; a könyvtáraknak ehhez a „teljesítményhez” közel 6 évre volt szükségük.

Ez idő alatt a helyiek közel kétszer annyit olvashattak a 2007. júniusában új épületét az olvasók számára is rendelkezésre bocsátó Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központ új épületének terveiről, kivitelezéséről, megnyitásáról és tevékenységi köréről, mint a Városi Könyvtár fiókkönyvtárainak munkájáról. Ezek után a 2005. november 16-án ünnepélyes keretek között megnyitó Debreceni Egyetem Élettudományi Épület és Könyvtár építéséről és a Debreceni Egyetem Egyetemi és Nemzeti Könyvtár tevékenységéről esett a legtöbb szó. A megye kisebb településeinek intézményeiben folyó munkáról, valamint az egyházi könyvtárak tevékenységéről alig tettek említést.

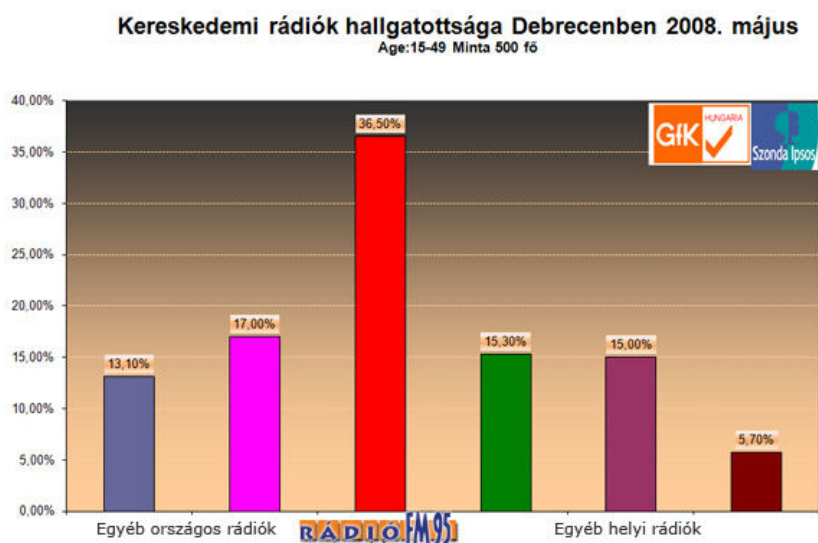


9. ábra A könyvtárak, színházak és a DVSC megjelenése a DEOL oldalain (2008. január-november 15.)

Óriási tehát a könyvtárak lemaradása éves és havi szinten egyaránt. Míg a téli holt szezonban a DVSC csapatairól 2008. januárjában 16-szor írtak; addig a színházokról 6-szor; a könyvtárakról pedig csupán 3-szor. Februárban ugyan a színházak a DESZKA Fesztivál apropójából több figyelmet kaptak, mint a bajnokságra készülő csapatok; de a könyvtárak ebben a hónapban is elenyésző mértékű publicitást produkáltak. Ez jellemző a nyári szünidőre is. Júniusban esett a legkevesebb szó a DVSC-ről (14), a színházokról közel azonos mértékben (12), míg a könyvtárakról csupán egy alkalommal.

5. 2. Rádió FM95

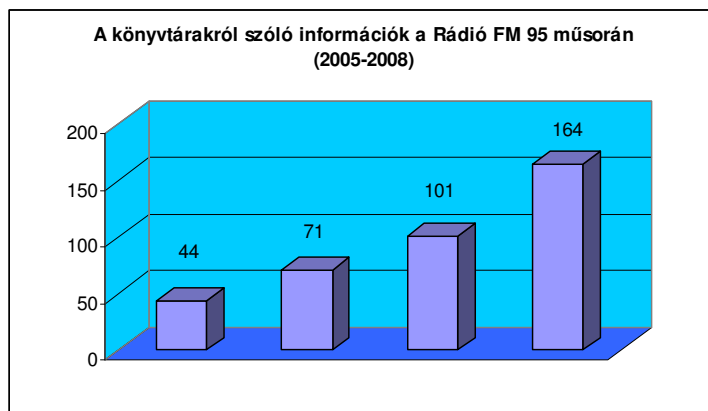
Hasonló a helyzet a leghallgatottabb helyi rádió, a Rádió FM95 esetében is. A 2008. májusában végzett felmérések szerint a Debrecenben fogható rádiócsatornák közül magasan a legtöbb hallgatóval rendelkezett ez az adó. Több mint kétszer annyian hallgatták, mint a második legnépszerűbb helyi adót; de az országosan sugárzott csatornák közül sem tudott egy sem versenyre kelni népszerűségével. Súlya tehát igen nagy volt a helyi közösség életben, ezáltal hatása is kiemelkedő lehetett.



10. ábra Kereskedelmi rádiók hallgatottsága Debrecenben 2008. május⁵⁹

Másodízben tehát a Rádió FM95 internetes oldalán vizsgáltam meg a három „intézmény” említésének gyakoriságát és hasonlítottam össze az eredményeket. Ezen a honlapon 2005-től közzétették a rádióban elhangzott híreket, így vizsgálatom ezen médium esetében csupán az utóbbi 4 évre terjedt ki. A tendenciák azonban ilyen adatmennyiség mellett is jól követhetőek voltak.

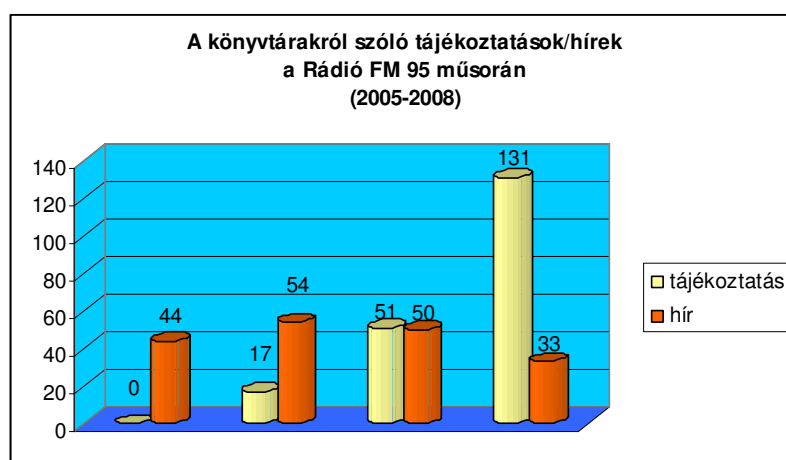
⁵⁹ www.radiofm95.hu



11. ábra A könyvtárakról szóló információk a Rádió FM95 műsorán (2005-2008)

Ezek alapján megfigyelhető, hogy a leghallgatottabb helyi rádióban is növekedett a kulturális intézmények tevékenységéről szóló információk száma; a sport azonban itt is uralkodó szerepet töltött be a hírközlésben.

A könyvtárakról 2005-ben összesen 44-szer, 2008. november 15-ig pedig 164-szer tájékoztatták a hallgatókat. Ez 4 év alatt – becsléseim szerint – közel négyszeres emelkedést jelent. Ebből hatalmas mértékben nőtt - a más helyi intézmények kínálatával együtt elhangzó - programismertető (tájékoztatás) aránya. Számuk évente körülbelül háromszorosára nőtt. Ehhez képest a hírek számát illetően a 2005-ös, 2006-os években még növekedést; 2007-től kezdve azonban egyre nagyobb mértékű csökkenést tapasztalhattunk. Összességében tehát az elmúlt négy évben a Rádió FM95-ben könyvtárakról elhangzó információk száma nőtt, ezek minősége (hosszuk; a hírek közt való elhelyezkedésük) azonban romlott.

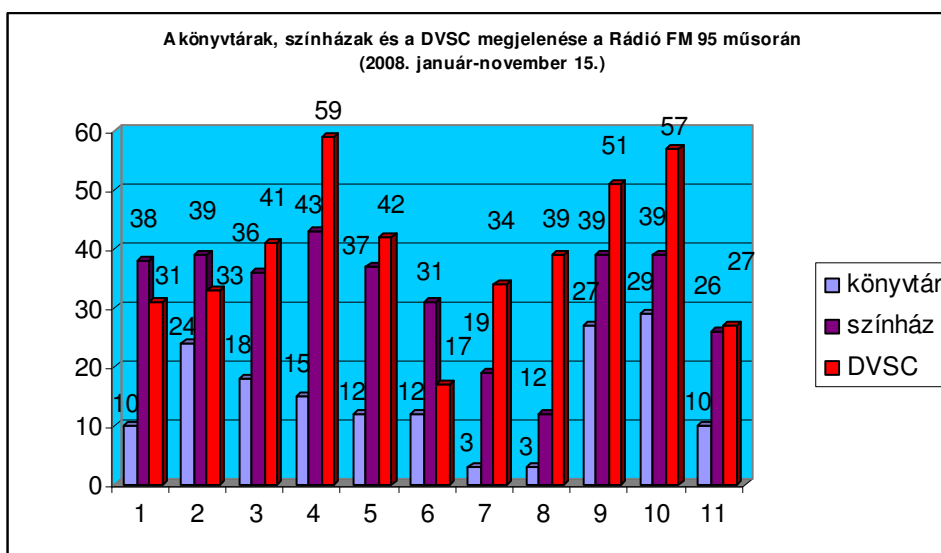


12. ábra A könyvtárakról szóló tájékoztatások/hírek a Rádió FM95 műsorán (2005-2008.)

Az is szomorú tény a könyvtárak szempontjából, hogy a négy év során intézményeikről összesen 380-szor szóltak a vizsgált médiumban; míg a színházakról 1194-szer; a DVSC-ről pedig 1650-szer.

A DEOL esetében tapasztalt 11-szeres, valamint 15-szörös nagyságrendbeli különbség ugyan itt „csupán” 3-szoros, illetve 4-szeres, mégis hatalmas mértékű. Jól érzékelhető a különbség, ha azt végiggondoljuk, hogy 2008. májusában közel annyi szó esett a DVSC-ről a Rádióban, mint a könyvtárakról a 2005-ös év egészében.

Ezen médium közvetítése által nagyobb nyilvánosságot kaptak a megye kisebb településein működő intézmények; országos és európai szintű rendelkezések, és a világ más tájairól érkezett (főleg amerikai) érdekeltségű hírek, könyvtárakkal kapcsolatos információk.



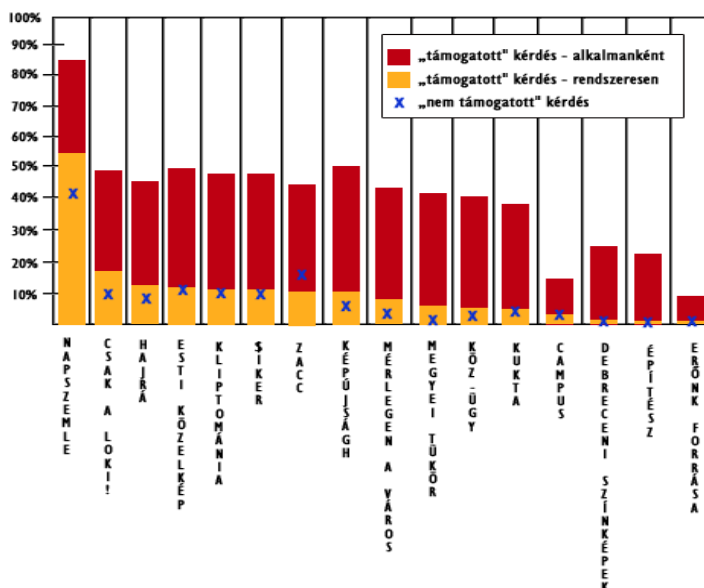
13. ábra A könyvtárak, színházak és a DVSC megjelenése a Rádió FM95 műsorán (2008.január-2008. november 15.)

A 2008-as összehasonlító adatokat figyelembe véve jól látszik, hogy míg a színházakról és a sportról közel azonos mértékű volt a tájékoztatás a Rádióban (januárban, februárban és júniusban a színházak át is vették a „vezetést”; és november közepén is nagyságrendileg „döntetlen volt az állás”), addig a könyvtárakról arányaiban sokkal kevesebb szó esett.

5. 3. DTV

A harmadik általam vizsgált médium - a Debrecen Televízió - internetes oldalán 2003. januárjától voltak megtalálhatóak azok az információk, amelyek a Napszemle című műsorokban elhangoztak. Ennek a programnak volt a legnagyobb (85%-os) a nézettsége a DTV adásai közül, így ennek a hatása lehetett a legnagyobb a helyi lakosságra nézve.

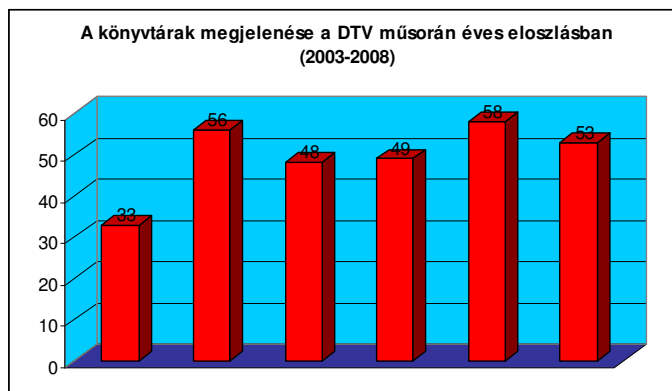
A Debreceni Színeképekben (mely 25%-os nézettséggel rendelkezett a legutóbbi vizsgálat idején) is sok szó esett már a könyvtárakról, így ennek tartalmát is vizsgáltam a kutatásom során.



14. ábra A DTV műsorainak nézettsége⁶⁰

A DTV az első általam vizsgált médium, melynél a könyvtárakról szóló hírek mennyiségi adatai ingadozást mutattak. Nem volt tehát meg az a fokozatosan növekvő tendencia, ami a DEOL és a Rádió FM95 esetében egyértelműen mutatkozott. Itt 2003. és 2004. között egy hatalmas ugrás következett be, 2005-ben egy kisebb visszaesés, majd újabb emelkedés, s a 2007-es 2008-as években pedig egy viszonylagos stagnálás volt megfigyelhető. Így összességében - a 6 év során - átlagban 49,5-szer hallhattak tájékoztatást a könyvtárakról a Televízió nézői.

⁶⁰ www.dtv.hu

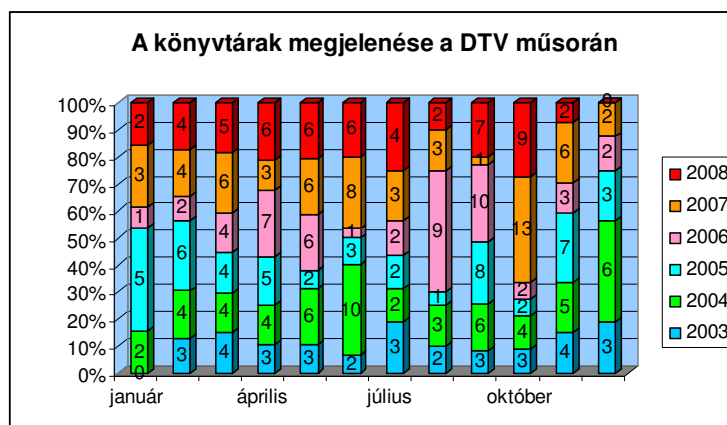


15. ábra A könyvtárak megjelenése a DTV műsorán éves eloszlásban (2003-2008.)

Újabb elkeserítő eredmény a könyvtárak szempontjából, hogy míg intézményeiről a vizsgált időszakban 297-szer adtak tájékoztatást a DTV műsoraiban; addig a színházakról 597-szer; a kézilabda és labdarúgó bajnoki szereplésről pedig 1072-szer.

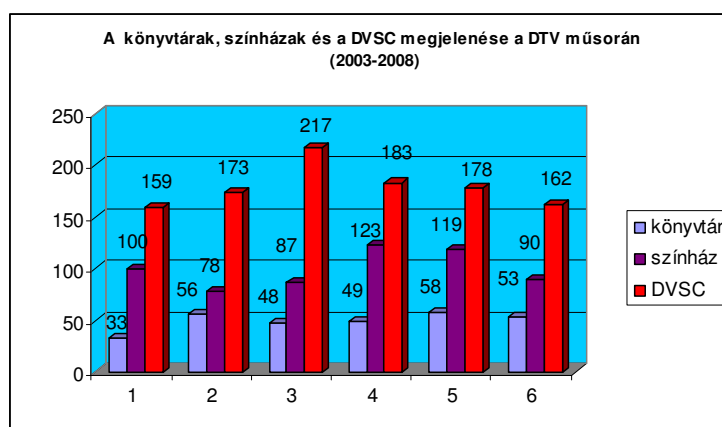
A nagyságrendi különbségek – az eddigiekhez képest - itt a legalacsonyabbak (kétszeres, illetve négyszeres a hátrány). A lemaradás azonban itt is egyértelmű volt. Elég csak azt figyelembe venni, hogy míg a DVSC bajnoki sikereiről és a következő idényre tervezett változtatásairól 2005. júliusában 33 alkalommal adtak hírt az adott médiumon keresztül; addig a könyvtárakról az egész 2003-as év folyamán szóltak ugyanennyit.

A DEOL-nál tapasztaltakhoz hasonlóan itt is kétszer annyi információt kaphattak a nézők a Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központtól, mint a Városi Könyvtárról. De a Rádió FM95-höz hasonlóan ebből a forrásból is sokat tájékozódhattak az érdeklődők az országos szintű könyvtárügyekről, kezdeményezésekről, rendeletekről, változásokról.



16. ábra A könyvtárak megjelenése a DTV műsorán

Megfigyelhető volt továbbá, hogy az évek során főleg a tavaszi és az őszi szezon sikerült jobban a könyvtárak szempontjából, hiszen ezekben a hónapokban több szó esett róluk, mint a nyári és téli időszakban. Ez egyrészt a nagy hagyományokkal rendelkező könyvheteknek és egyéb országos kezdeményezéseknek; másrészt a helyi könyvtárosok kreativitásának és összefogásának, az általuk lebonyolított rendkívül sikeres, színes és színvonalas közös rendezvényeknek volt köszönhető. Remélhetőleg ez az összefogás tovább erősödik a jövőben; s a siker sem marad majd el.



17. ábra A könyvtárak, színházak és a DVSC megjelenése a DTV műsorán (2003-2008.)

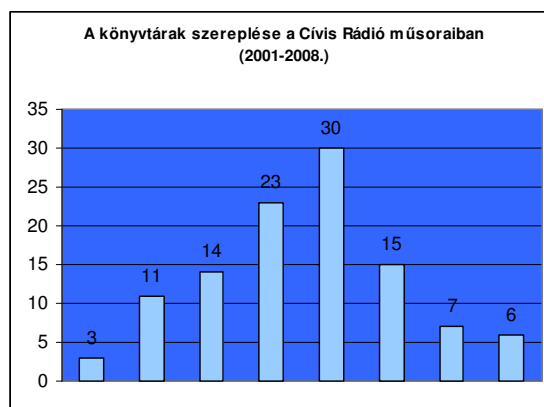
Mindent egybevetve: talán a Debrecen Televízió a három eddig vizsgált helyi médium közül az, melyben legkisebb volt a változások mértéke. A hat év során közel azonosak maradtak az arányok és az eloszlások. A másik két „intézményhez” képest itt volt tapasztalható a könyvtárak legkisebb mértékű lemaradása.

5. 4. Cívis Rádió

A negyedik általam vizsgált weblap a Cívis Rádióé volt. Azé a médiumé, mely a 2008. májusi felmérések szerint a hallgatottsági gyakoriság szempontjából az utolsó negyedbe tartozott Debrecenben és környékén. (lásd 7. ábra)

A Rádió honlapján (<http://www.hullamvadasz.hu/index.php3?fotip=2&id=655>) a 2001. és 2008. közötti időintervallumra vonatkozó információkat vizsgáltam, s az eddigiekhez képest igen eltérő eredményt kaptam.

Ezekből kiderült, hogy 2001-től 2005-ig tízszeresére (háromról harmincra) nőtt a könyvtárak szereplésének gyakorisága a hírekben; majd a 2006-os és 2007-es években az előző éves gyakoriság felére (30-ról 15-re; 15-ről 7-re) csökkent; végül 2008-ban – az év végi teljesítményt is megbecsülve – stagnálást, kisebb növekedést tapasztaltam.

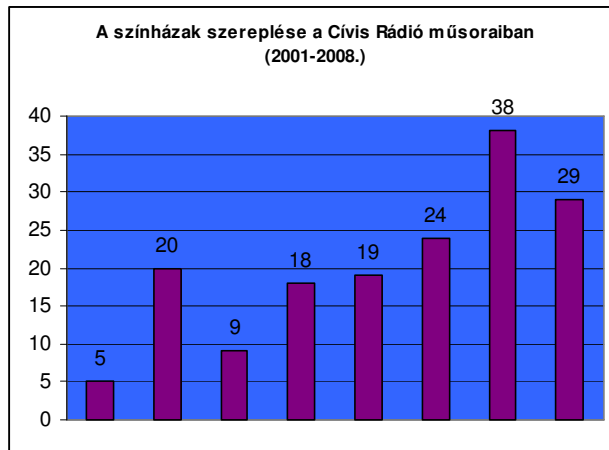


18. ábra A könyvtárak szereplése a Cívus Rádió műsoraiban (2001-2008.)

Ezen hírek összetétele is nagyban különbözött az eddig vizsgált médiumokban közöltekhez képest, hiszen itt nagy részük a könyvtári digitalizálásról, annak technikai és jogi hátteréről, nagy országos projektekről (pl. Nagy könyv), valamint európai- és világméretű változásokról, eredményekről szóltak.

Itt az is nagyszerűen látszott, hogy az országos és helyi médiumok hajlandóak voltak összefogni a kultúra érdekében, hiszen nagyon sok olyan hír hangzott el a Rádióban, melyek arról adtak információt, hogy az egyes médiumok (pl. MTV, Duna TV, www.google.hu) milyen kulturális programot tűztek műsorukra, illetve milyen lépést tettek a kultúra és az összefogás érdekében.

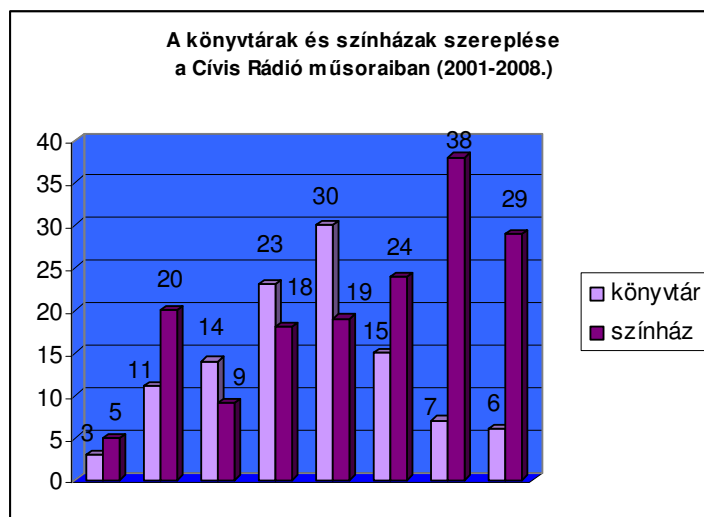
A színházak esetében is igen hullámzó teljesítményt mutattak a gyakorisági mutatók a Rádiót vizsgálva. 2001. és 2002. között négyeszeresére (5-ről 20-ra) nőtt a színházakról szóló hírek száma; 2003-ban ez a teljesítmény nagyjából a felére (9-re) csökkent; 2004-től ismét növekedett; 2008-ban pedig - az év végi eredményt is megbecsülve – újra kissé csökkent, stagnált.



19. ábra A színházak szereplése a Cívis Rádió műsoraiban (2001-2008.)

Ennek a hullámnó teljesítménynek volt köszönhető az is, hogy ez volt az első olyan általam vizsgált médium, ahol a könyvtárak szereplésének gyakorisága három egymást követő évben (2003-2005.) is meghaladta a színházakét.

A korunkra jellemző technikai fejlődés, az informatika és a digitalizálás nagymértékű terjedése itt hozta meg először azt a változást, hogy a könyvtárakról többet szóltak egy helyi médiumban, mint a színházakról. Itt számoltak be azokról az újdonságokról, európai méretű projektekről, melyek könyvtáraink működését alapjaiban változtatta meg az elmúlt években. Ez mindenképpen előrelépést jelent a könyvtárak szempontjából.



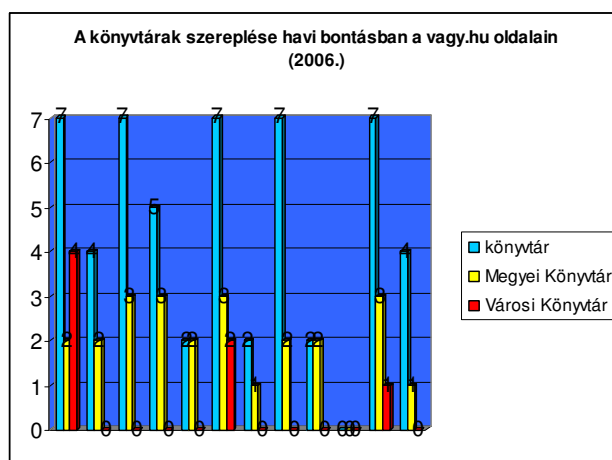
20. ábra A könyvtárak és a színházak szereplése a Cívis Rádió műsoraiban (2001-2008.)

Az is biztató, hogy a Cívis Rádióban a vizsgált 8 év során összesen 109-szer adtak információt a könyvtárakról; míg a színházakról és a futballról általában 162-162 alkalommal. A színházakról és a futballról tehát nagyságrendileg 1,5-szer annyi hírt adott közre a Rádió, mint a könyvtárakról. Itt tehát a legkisebb az eltérés a három vizsgált „intézmény” produkciója között; és ami a legfontosabb, hogy itt több szó esett a kultúráról összességében, mint a város életében szintén nagyon fontos, de a kulturális élet szempontjából kevésbé jelentős sportról.

Az elmúlt két-három évben azonban visszaesett a könyvtárak „népszerűsége” a Rádióban; többszöröse lett a színházakról közölt híradások száma már (bár ezek aránya is csökkent). Ez ellen új, színes, nagy tömegeket megmozgató programokkal, a PR kapcsolatok felfrissítésével, megújításával és összefogással tehetnek a könyvtárak (és a színházak is).

5. 5. vagy.hu

A 2008. májusában vizsgált médiumok közül a legkevésbé olvasott médium – a www.vagy.hu – oldalán a 2003. és 2007. közötti információk vizsgálatára volt lehetőségem. Ezek közül a 2006-os év adatai voltak egyértelműen összehasonlíthatóak, így ezeket vizsgáltam meg részletesebben.



21. ábra A könyvtárak szereplése havi bontásban a vagy.hu oldalain (2006.)

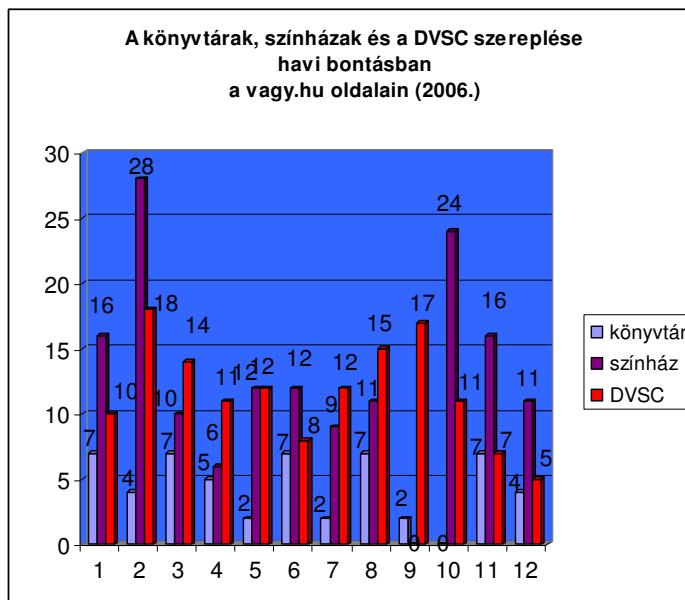
2006-ban a könyvtárakról összesen 54 alkalommal olvashattak a weblap látogatói; ebből 24 az újonnan épülő Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központtól, 7 pedig a Városi Könyvtárról szólt. Az eddig vizsgált médiumhoz hasonlóan tehát a vagy.hu oldalán is nagy volt a Megyei Könyvtár fölénye a Városi Könyvtárhoz képest. A különbség ebben az évben itt lett a legnagyobb: több, mint háromszoros.

A vizsgált időszakban általában is ez volt a jellemző: 246 hír szólt a könyvtárakról általában, ebből 87-szer a Megyei Könyvtárról, 28-szor pedig a Városi Könyvtárról olvashattak az érdeklődők. A háromszoros arány tehát az egész időintervallumra jellemző volt. Ez természetesen a két intézmény hatáskörének és funkciójának különbségéből adódott elsősorban.

Ami azonban különbözött az eddigi eredményektől az az, hogy itt a színházakról esett a legtöbb szó: 660 alkalommal (míg a DVSC-ről „csupán” 415-ször).

Ez a kulturális szempontból nagyszerű tény annak a lelkes szerkesztői és újságírói munkának volt köszönhető, amit a vagy.hu kultúráért rajongó és felelősséget érző munkatársai nyújtottak 2003. és 2007. között.

Ilyen lelkesedésre és odaadásra van szüksége minden kulturális intézménynek, produkciónak és akkor nem fog háttérbe szorulni a kultúra.



22. ábra A könyvtárak, színházak és a DVSC szereplése havi bontásban a vagy.hu oldalain (2006.)

5. 6. Egyéb médiumok

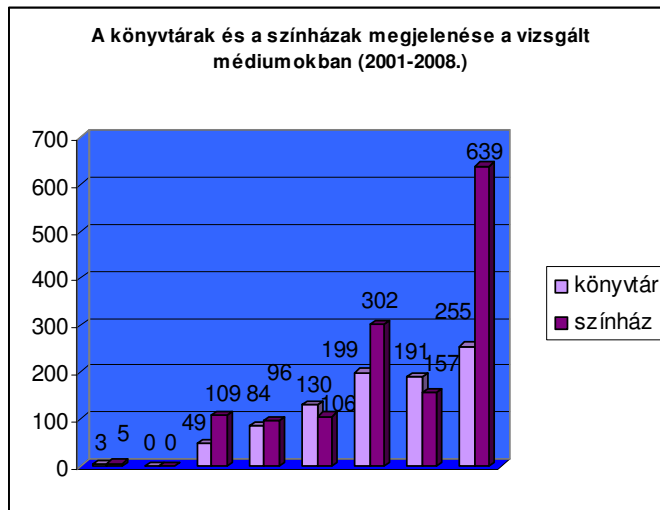
Vizsgálataim kiterjedtek még a debrecen.hu weblapon, illetve az MR1 Kossuth Rádió internetes oldalán található adatokra is.

A www.debrecen.hu internetes portálon azonos időintervallumon belül a könyvtárakról 32, a színházakról 76, a DVSC-ről 288 bejegyzés született.

Az MR1 volt az egyetlen országos sugárzású adó, melyet vizsgáltam. Ebben az esetben az eredmények is eltérőek lettek az eddigiekhez képest. Ez volt az egyetlen olyan médium ugyanis, melyben a könyvtárak és a DVSC egyenlő mértékű publicitást kaptak (2008. áprilisától november 15-ig 9-9 alkalommal szerepeltek a hírekben). A színházak ezzel szemben 52-szer. Ez majdnem hatszoros eltérést jelentett. Ebből is látszik, hogy kitartó munkával; hosszú távú, jól kidolgozott PR tervvel és (városi, regionális vagy európai uniós szintű) összefogással jelentős eredményeket lehet elérni.

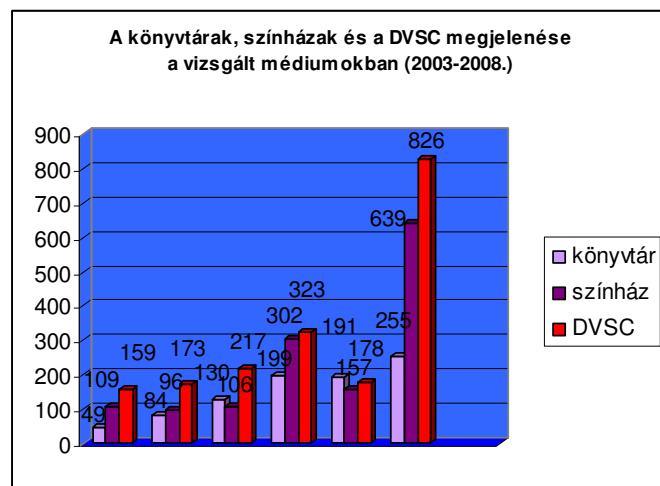
5. 7. Összegzés

Vizsgálataim eredményeiből nagyjából az országos tendenciának megfelelő konklúziót lehet levonni. A Debrecenben hagyományosan nagy múlttal, igen népszerű és változatos műsorokkal, sok országosan elismert és kedvelt „sztár” színésszel, a könyvtárakénál jóval nagyobb költségvetéssel és PR-kerettel rendelkező színház médiában való szereplésének gyakorisága átlagosan nagyobb, mint a könyvtáraké (bár 2005-ben és 2007-ben a könyvtárak szerepeltek többször a vizsgált médiumokban). Ez az arány nagyban megközelíti azt a mértéket, melyet a Debrecenben és a megye egész területén óriási népszerűségnek örvendő bajnokcsapat, a DVSC folyamatosan produkál. A könyvtárak helyi médiában való szereplésének gyakorisága azonban elmarad a másik két eredménytől, csupán 2007-ben múlta felül a másik két intézmény teljesítményét, mely az új Megyei Könyvtárnak és a nyitással járó érdeklődésnek köszönhető elsősorban.



23. ábra A könyvtárak és a színházak megjelenése a vizsgált médiumokban (2001-2008.)

Nem reménytelen tehát a könyvtárak és a kultúra helyzete a helyi médiumokban. Azonban ezt a munkát, ezt a lelkesedést, a programok számát, az együttműködés nagyságát és a PR tevékenység hatékonyságát fokozatosan növelniük kell annak érdekében, hogy a növekvő tendenciát folytassák.



24. ábra A könyvtárak, színházak és a DVSC megjelenése a vizsgált médiumokban összesen (2003-2008.)

6. Összefoglalás

A mai modern világban, a globalizáció és az infokommunikációs eszközök uralják az életet, s a tudás mindennek az alapja, az egész mozgatórugója.

A tudás, melyet a könyvtárak oly rég óta gyűjtenek szakadatlan. A tudás, melyet ma már határokön átívelő digitális rendszereken keresztül juttatnak el az Európai Unió összes állampolgára számára az együttműködő könyvtárak, hogy minél többen megismerjék, felfedezzék azt a kincset, mely benne rejlik. Ez a tudás ma a legnagyobb kincs, s ennek őrzője, védelmezője a könyvtár.

A könyvtár, mely lassan a tudásalapú társadalom alapintézményévé, az élethosszig tartó tanulás és az átképzés központi helyévé vált.

A könyvtár, mely az uralkodó médiumokban alig szerepel. Egy új épület létrehozása, egy egész várost megmozgató programsorozat lebonyolítása, egy országosan megrendezett esemény kell ahhoz, hogy bekerüljön a helyi hírekbe.

A könyvtár, mely oly sok gonddal küszködik, de mégis fejlődik, erején felől teljesítve, csak, hogy annak, aki tudni akar, annak könnyebb legyen, annak megfeleljen.

Ezt a hatalmas nagy munkát a könyvtárosoknak nemcsak, hogy el kell végezniük, de a külvilág felé szét is kell terjeszteniük, hogy tudjanak róla, hogy értsék, hogy használják.

Ebben a folyamatban van óriási szerepe a helyi intézményeknek és a médiának, valamint az őket összekötő jó kapcsolatnak, közös munkának.

Ennek a kapcsolatnak az eredményét is vizsgáltam a dolgozatomban, melynek első részében a globalizációval és annak hatásaival foglalkoztam. Felvázoltam, hogy ez a folyamat milyen változásokat hozott az emberek és a könyvtárak életében. Ezután felvázoltam a média szerepét, társadalomra gyakorolt hatását. Aztán a könyvtári PR tevékenység szerepét és formáit elemeztem és néhány debreceni példával illusztráltam. Végül ismertettem a helyi médiumoknál végzett kutatásom eredményeit.

Ezekből jól látszik, hogy a könyvtárak rendelkeznek azokkal az eszközökkel és tulajdonságokkal, melyek népszerűbbé tehetik őket a médiában. De, hogy engedik-e őket élni ezzel a lehetőséggel, az a jövő zenéje...

7. Irodalomjegyzék

Bankóné Virág Ildikó: A magyar könyvtárpolitika, a könyvtári rendszer, és a könyvtárak online szolgáltatásainak szerepe a látássérültek esélyegyenlőségének megvalósulásában című szakdolgozata. Budapest 2008.

Barát Tamás: Új fogalmat tanulhatunk: ePr

http://budapest.mconet.biz/technika_informatika/uj_fogalmat_tanulhatunk_epr_16_23747.html

2008. április 10. 13.39

Bayer József [Magyar Tudomány, 2002./6.] VÁLTOZÓ VILÁG 28. Az interjú Globális média, globális kultúra II. <http://www.valtozovilag.hu/t365/tux0628.htm> 2008. október 27. 13.06

Beniné Virág Mária: A könyvtár kapcsolatrendszere Igénykeltés, közönségkapcsolat módjai és eszközei 2008. október 9. benine.virag.mari@gmail.com

BUDAPEST XVIII. KERÜLET PESTSZENTLŐRINC-PESTSZENTIMRE
ÖNKORMÁNYZATÁNAK MÉDIA KONCEPCIÓJA Budapest, 2004

dr. Celler Zsuzsanna A tudás alapú társadalom felé Iskolai könyvtárak külföldön <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=konyvtar-Celler-Tudas> 2008. október 23. 12.46

Czike Klára, Csizmady Adrienn, Ligeti György, Rózsavölgyi Adél: Minden másképp van. Társadalomismereti tankönyv. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 2002.

Fidrich Róbert: Globalizáció és környezet In. Globalizáció füzetek 1.

Forintos Klára – Dina Miletta Új kihívás a felsőoktatásban – Public Relations <http://www.feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=649> 2008. április 10. 13.48

Fülöp Géza: Az információ. Az Erdélyi Múzeum-Egyesület, Kolozsvár, 2001.

Hagyomány és média konferencia

<http://kultura.hu/main.php?folderID=910&ctag=articlelist&iid=1&articleID=274282>

2008. október 27. 12.40

A háztartások információs és kommunikációs technológiai eszközellátottsága és használata (2005); A tévé és ami benne van www.ksh.hu

Incze Kinga-Pénzes Anna: A reklám helye 2.0. a hatékony médiatervezés és –vásárlás kézikönyve. Mrs. White Media Consulting Kft. és MediaSpirit Consulting Kft., 2006.dec.p.81.

Internethasználat Magyarországon Felmérés a 14-70 éves népesség körében

<http://www.median.hu/object.b28bc0d6-0483-4294-b9a5-a006ce40891f>.ivy 2008. november 16. 22.33

Internet penetráció 2008 első félév http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=498
2008. november 16. 22.31

Kerekes Tamás Timur Link A tudomány határai Timur Link Award's
<http://www.nol.hu/cikk/494427/>

<http://vojvodinaportal.com/hu/kerekestamas20080805> 2008. október 27. 12.59

Kis Miklós: Sajtókapcsolatok kiépítése és fönntartása című szakdolgozata. 2006

K I T -- Könyvtár - Információ – Társadalom (2003/14., április 9.)
<http://epa.oszk.hu/00000/00006/00039/> 2008. október 26. 23.02

Konferencia-sorozat a média és a tudomány kapcsolatáról - Oktatás - Kultúra
http://oktatas.mconet.biz/index.php?action=fullnews&id=392744&category=14&category_name=oktatas 2008. október 27. 12.39

Kósa Éva: A média szerepe a gyerekek fejlődésében
<http://www.educafe.hu/index.php?cikk=4487> 2008. október 27. 12.34

Philip Kotler: Marketing Menedzsment. Elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés.
KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft. Budapest, 2004.

Kovácsné Koreny Ágnes: Magyar Információs Társadalom Stratégia (MITS)
<http://www.ihm.hu/strategia/>

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL A magyarországi háztartások infokommunikációs
(IKT) eszközellátottsága és az egyéni használat jellemzői, 2006. Budapest, 2007 www.ksh.hu

Kreatív sokszínűség: A kultúra és fejlődés világbizottságának jelentése.p.106.

Laskay Gabriella: Public relations a Miskolci Nemzeti Színházban cím szakdolgozata.
Miskolc, 1993.

A magyar kultúra szerepe Magyarország nemzetközi kapcsolataiban
http://hvg.hu/vilag/20070306_prohle_gergely.aspx 2008. október 27. 13.03

Mark Deckers -- Mikulás Gábor A magyar könyvtárak helyzetének elemzése [egy 1992-ben
végzett felmérés alapján] Nyomtatásban: Vezetéstudomány, 24 (1993) 12 p. 41-46)
<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/033/index.php> 2008. március 27. 22.10

Mikulás Gábor Egy könyvtári PR-kísérlet
<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/062/index.php> 2008. október 26. 22.50

Mikulás Gábor Az információs és könyvtári szolgáltatás pr-je
<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/081/index.php> 2008. október 26. 23.00

Mikulás Gábor: Internet a PR szolgálatában Nyomtatásban: BOSS 2 (2000) november
<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/061/index.php> 2008. március 27. 22.56

Mikulás Gábor: Másnak is ajánlom ezt a cikket Gondolatok a pénzszerzésről és a hatékonyságról Nyomtatásban: Könyvtári Figyelő (2007) 2 p. 311-316

<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/282/index.php> 2008. március 27. 22.13

Mikulás Gábor: Meddig lehet túlélő a könyvtár? A könyvtárak visszaszorulásáról az információszolgáltatás terén Nyomtatásban: Könyvtári Figyelő (2000) 3 p. 392-398

<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/040/index.php> 2008. március 27. 22.03

Mikulás Gábor: PR az interneten Javaslatok egy építőipari vállalat honlapjának fejlesztésére című szakdolgozata 1999.

<http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/099/index.php> 2008. március 27. 22.57

Monostori Imre: A könyvtár mint hiteles hely Elhangzott a "Magyar élet a 21. században" címmel megrendezett konferencián 2002. március 17-én.

<http://www.epa.oszk.hu/01300/01367/00029/monostori.html> 2008.11.15.

A muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény

Művészet és sajtó <http://www.mmakademia.hu/ab/2/202.php> 2008. október 27. 13.44

NEMES Erzsébet – BÁRDOSI Mónika: Könyvtárak és olvasási, könyvtárhasználati szokások 50 év távlatában, a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján. In: Könyvtári Figyelő 53. évfolyam 2007. 2. szám (A 2006. augusztus 7-e és 10-e között Budapesten rendezett Nemzetközi Olvasástársaság (International Reading Association) 21. olvasás világtalálkozóján, a „Betűhidak – a műveltség összekötő” főcímet viselő konferencián elhangzott előadás szerkesztett változata)

Oktatási és Kulturális Minisztérium Digitális kultúra, új média, közszolgálatosság Elhangzott: Média Hungary konferencia - 2005. május 24. Tihany

<http://www.okm.gov.hu/main.php?folderID=1628&articleID=101288&ctag=articlelist&iid=1> 2008. október 27. 12.38

Pécsi Györgyi Globalizmus vagy globalizáció és nemzeti irodalom Elhangzott: Elhangzott: Tokaji Író Tábor, 2002. aug. 14-16. Megjelent: Kortárs, 2002/10 és: Szín, 2003/február <http://www.zetna.org.yu/zek/folyoiratok/81/pecsi.html> 2008. október 27. 13.06

Pohárnok Mihály Design és rendszerváltozás Magyarországon <http://epiteszforum.hu/node/8895> 2008. október 27. 13.04

Róka Jolán: Kommunikációtan. Fejezetek a kommunikáció elméletéből és gyakorlatából. A Budapesti Kommunikációs Főiskola Tankönyvei. Századvég Kiadó, 2002. p.84-94.

Az RTL KLUB és a TV2 televíziós csatornák külső kommunikációjának összehasonlítása http://image.hotdog.hu/_data/members1/413/498413/doksi/ykczeavyshtxt 2008. április 10. 13.38

Számítógép használata a könyvtárban http://iki.elte.hu/tanszekek/konyvtar-tanszek/kotir/hallgatoi/mgsz/3evf_1felev/Integrktr/Czovek/Ktargepesites0917.htm 2008. október 26. 23.06

Szeifer Csaba Globalizáció, ami felszabadít <http://feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=1159> 2008. október 27. 12.59

Szili Erika: Új lehetőség a könyvtári tájékoztatásban: az online referenzs külföldi és hazai tapasztalatai című szakdolgozata. Budapest, 2001.

Virányi Péter: A reklám fogalomtára, Gondolat Kiadó Budapest, 2005.

Vit László: Információs szupersztráda (interjúk) abCd 1996. III/1.

Internetes források:

feek.pte.hu/tudasmenedzsment/index.php?ulink=1159 2008. október 27. 12.59

hu.wikipedia.org/wiki/Public_relations

hvg.hu/vilag/20070306_prohle_gergely.aspx 2008. október 27. 13.03

index.szabolcs.net/nyomtato.php?cikk=16790 2008. október 25. 16.41

indy.media.hu

old.szoc.bme.hu/konferenciak/ertek/program/4szekcio/ 2008. október 27. 13.49

tudatosvasarlo.hu/cikkek/615 2008. október 25. 16.42

ujember.katolikus.hu/Archivum/2007.10.07/0801.html 2008. október 27. 13.01

x3.hu/freeweb/frameset.x3?user=/bmi&page=/1evf/szocpszi1.htm 2008. október 27. 13.05

www.communicatio.hu/mktt/dokumentumok/konferenciak/2005/oktatasiintezmenyek/elte_emc.htm 2008. október 27. 13.53

www.dbvk.hu/benedek/index.html

www.debrecen.hu

www.deol.hu

www.dtv.hu

www.educafe.hu/index.php?cikk=4487 2008. október 27. 12.34

www.epa.oszk.hu/01300/01367/00078/ladi.html 2008. október 19. 17.23

www.epa.oszk.hu/01300/01306/00026/9_3_kereszti.htm 2008. október 27. 13.08

www.epa.oszk.hu/01300/01367/00036/nagy.html 2008. október 19. 17.26

www.es.hu/pd/display.asp?channel=PUBLICISZTIKA0614&article=2006-0409-2314-18FKQU

2008. október 27. 13.55

www.google.hu

www.grandpierre.hu/200410/Minoseg.htm 2008. október 27. 14.07

www.hamlet.ro/kritikak.php?cikk=379 2008. október 27. 14.05

www.haon.hu

www.hullamvadasz.hu/index.php3?fotip=2&id=655

www.ihm.hu/strategia/

www.karpatinfo.net/article12613.html 2008. október 27. 14.06

www.ksh.hu

www.kulturalis.tv/neptanc/ostinato/nemeth-ildiko-az-ostinatorol.html 2008. október 27. 13.55

www.mediakutato.hu/cikk/2007_02_nyar/07_aland_szigetek_mediastukturaja/07.html

2008. október 25. 16.47

www.media.ars-wonderland.hu/introduction.htm 2008. október 27. 14.10

www.mr1.hu

www.nol.hu/cikk/494427/

www.opkm.hu/konyvesnevelés/2001/4/cikk10.html 2008. október 19. 17.27

www.practice.hu/

www.radiofm95.hu

www.socio.mta.hu/mszt/19994/csaszi.htm 2008. október 27. 12.36

www.tanszertar.hu/eken/2006_03/hj_0603.htm 2008. október 19. 17.24

www.terasz.hu/terasz.php?id=ekf&page=cikk&cikk_id=8978&rovat_id=235
2008. október 27. 14.09

www.u-szeged.hu/object.f7e9abb9-06ba-48e7-ae1f-04b3413574da.ivy

www.valtozovilag.hu/t365/tux0628.htm 2008. október 27. 13.06

[www.veszprem.hu/F%C5%91oldal/Veszpr%C3%A9m2010/V%C3%A1roskonferenciaHalle/
tabid/802/default.aspx](http://www.veszprem.hu/F%C5%91oldal/Veszpr%C3%A9m2010/V%C3%A1roskonferenciaHalle/tabid/802/default.aspx) 2008. október 27. 13.50

www.vigilia.hu/2003/1/balazs.htm 2008. október 27. 13.09

www.zetna.org.yu/zek/folyoiratok/81/pecsi.html 2008. október 27. 13.06

8. Függelék

1. számú A Benedek Elek Könyvtár emlékkönyvének egy oldala
2. számú A Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Művelődési Központ meghívója

9. Köszönetnyilvánítás

Szeretnék köszönetet mondani dr. Suppné dr. Tarnay Györgyi egyetemi adjunktus asszonynak a szakdolgozat témájának kiválasztásában, illetve annak feldolgozásában nyújtott segítségével. A Városi Könyvtár Benedek Elek Könyvtárának, illetve a Méliusz Juhász Péter Megyei Könyvtár és Információs Központ vezetőinek és dolgozóinak a sok türelemért és segítségért az anyaggyűjtés folyamán. Végül, de nem utolsósorban köszönöm a családomnak, barátaimnak és munkatársaimnak, hogy minden segítséget megadtak ahhoz, hogy nyugodtan dolgozhattam és a megszokottnál is türelmesebbek voltak velem a dolgozat megírása alatt.