

Doktori (PhD) értekezés

Együttműködés a hagyományos és digitális olvasóvá nevelés dimenziójában: könyves influenszerek és közkönyvtárak tevékenységének vizsgálata

Demeterné Szabó Dóra

Témavezető: Bujdosóné Dr. Dani Erzsébet



BDT

Debrecen, 2026

**Együttműködés a hagyományos és digitális olvasóvá nevelés
dimenziójában: könyves influenszerek és közkönyvtárak tevékenységének
vizsgálata**

Értekezés a doktori (Ph.D.) fokozat megszerzése érdekében
a neveléstudomány tudományágban

Írta: Demeterné Szabó Dóra okleveles német nyelv és kultúra-, könyvtárostanár

Készült a Debreceni Egyetem Humán Tudományok Doktori Iskolája
(Neveléstudományi Doktori Program) keretében

Témavezető: Bujdosóné Dr. Dani Erzsébet

Az értekezés bírálói:

Dr.

Dr.

Dr.

A bírálóbizottság:

elnök: Dr.

tagok: Dr.

Dr.

Dr.

Dr.

A nyilvános vita időpontja: 20...

„Én, Demeterné Szabó Dóra teljes felelősségem tudatában kijelentem, hogy a benyújtott értekezés önálló munka, a szerzői jog nemzetközi normáinak tiszteletben tartásával készült, a benne található irodalmi hivatkozások egyértelműek és teljesek. Nem állok doktori fokozat visszavonására irányuló eljárás alatt, illetve 5 éven belül nem vontak vissza tőlem odaítélt doktori fokozatot. Jelen értekezést korábban más intézményben nem nyújtottam be és azt nem utasították el.”

Debrecen, 2025.12.17.

Demeterné Szabó Dóra

Köszönetnyilvánítás

Disszertációm elkészülése hosszú út volt, amelyhez számos szakmai és személyes támogatás járult hozzá. Legelsőként szüleimnek tartozom hálával a biztos háttérért, a kitartásért, amelyet tőlük kaptam, és amely végig erőt adott, s még a legnehezebb időszakokban is támogattak. Köszönöm a doktori iskola oktatóinak, konzulenseimnek és kollégáimnak, akik tanácsaikkal, kritikáikkal és iránymutatásaikkal segítették, hogy kutatásom szélesebb távlatokat nyerjen. Ezen kívül doktorandusztársaimnak is hálás vagyok a támogató eszmecserékért, amelyek mindig új szempontokat nyitottak számomra. Kiemelt hálával tartozom Prof. Dr. Pusztai Gabriellának szakmai iránymutatásáért, aki hozzájárult ahhoz is, hogy kutatómunkám valóban újdonságértékkel bíró tudományos eredménnyé válhasson. Különösen nagy köszönettel tartozom témavezetőmnek, Bujdosóné Dr. Dani Erzsébetnek, akinek szakmai gondossága, következetessége és embersége mindvégig biztos kapaszkodót jelentett számomra. Végül, de nem utolsósorban köszönöm férjemnek a türelmét, bátorítását és szeretetét, amelyek nélkül e munka sokkal nehezebben jöhetett volna létre. Mindazoknak, akik bármilyen módon hozzájárultak disszertációm elkészítéséhez, őszinte és örök hálával tartozom.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. A vizsgált téma aktualitása	1
1.2. A kutatási probléma, kérdés, tudományos cél és várható eredmény bemutatása.....	2
1.3. A kutatás neveléstudományi relevanciája, tudományos újdonságértéke.....	4
1.4. A központi fogalmak konceptualizálása, szakirodalmi és értekezésbeli értelmezése.....	5
1.5. A dolgozat felépítése.....	7
2. A 21. századi könyvtár mint oktatási, tanulási és információs műveltségi színtér	9
2.1. Könyvtári szerepek	9
2.2. A 21. századi könyvtár.....	14
2.3. A könyvtár, mint oktatási színtér	18
2.3.1. Az élethosszig tartó tanulás	19
2.3.2. A könyvtárak az egész életen át tartó tanulás folyamatában	23
2.4. A könyvtár, mint a média- és információs műveltség színtere	25
2.4.1. A média- és információs műveltség (MIL).....	26
2.4.2. Az információszerzés	32
2.4.3. A könyvtárak dezinformáció elleni stratégiája	34
2.5. Összegzés.....	36
3. Az olvasóvá nevelés lehetséges könyvtári dimenziói	38
3.1. Az olvasási kultúra és a könyvolvasás kutatásokkal igazolt hatása	38
3.2. Az olvasóvá nevelés.....	44
3.2.1. Az olvasási kultúrát érintő nemzetközi és hazai szabályozások.....	50
3.3. A magyar olvasáskutatás eredményei	54
3.3.1. TÁRKI Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások 2020, 2023	58
3.3.2. Könyvtári trendjelentések.....	62
3.4. A könyvolvasást támogató nemzetközi és hazai könyvtárpedagógiai projektek, jó gyakorlatok.....	68
3.4.1. Magyar vonatkozású könyvtári kezdeményezések.....	72
3.4.2. Nemzetközi olvasásnépszerűsítő kezdeményezések	75
3.5. Összegzés.....	81
4. Olvasásnépszerűsítés az online térben – közkönyvtárak és könyves influenszerek a közösségi médiában	83
4.1. A vizsgált téma hazai és nemzetközi kutatási előzményei.....	83
4.2. Közösségi média, közösségi hálózatok.....	85
4.2.1. Könyvtárak online, közösségi média jelenléte	89
4.2.2. BookTernet	95

4.3.	Influenszerek, véleményvezérek.....	108
4.3.1.	Könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők.....	109
4.3.2.	Könyves kezdeményezések és jó gyakorlatok.....	112
4.4.	Összegzés.....	114
5.	Az empirikus kutatás koncepciója.....	116
5.1.	A kutatás célja, elemzési egységei és idődimenziója.....	116
5.2.	Kutatási kérdések és hipotézisek	119
5.3.	A vizsgálati módszer.....	122
5.4.	A minta bemutatása.....	126
5.4.1.	A kutatásban részt vevő közkönyvtárak és igazgatóik bemutatása	126
5.4.2.	A könyves influenszerek bemutatása.....	128
5.4.3.	A könyvtáros minta bemutatása.....	131
5.4.4.	A könyvtárlátogató minta bemutatása	132
6.	Eredmények	137
6.1.	Felelősség és szerep az olvasásnépszerűsítésben.....	137
6.2.	Olvasóvá nevelő programok, kezdeményezések, generációk megszólítása	143
6.3.	Olvasási szokások, könyvválasztás.....	153
6.4.	Digitális tér, közösségi média, online jelenlét	168
6.5.	A könyves influenszerek szerepe, elfogadottsága.....	177
6.6.	A könyvtárak és az influenszerek együttműködése	189
7.	Összegzés.....	206
7.1.	A dolgozat elméleti keretei	206
7.2.	Az empirikus kutatás koncepciója és a hipotézisek elbírálása.....	207
7.3.	Az értekezés újdonságértéke.....	212
7.4.	Limitációk.....	214
7.5.	Következtetések és javaslatok	215
	Summary.....	219
	Irodalomjegyzék.....	221
	Mellékletek.....	242

1. Bevezetés

A disszertáció bevezetésében bemutatom a téma aktualitását, ismertetem a disszertációban vizsgálni kívánt konkrét problémát és kérdést, a kutatás célját és várható eredményeit, továbbá a neveléstudományi relevanciát, az újdonságértéket, a központi fogalmak értelmezését és a dolgozat felépítését.

1.1. A vizsgált téma aktualitása

Az olvasás és az irodalom iránti érdeklődés kultiválása és népszerűsítése megkerülhetetlen szerepet játszik a kultúrában és az oktatásban. A könyvtár hagyományosan az olvasás és tanulás központja, mely mai napig változatlan, hiszen az információs társadalomban elengedhetetlen a média- és információs műveltség, valamint a kreatív és kritikus gondolkodás kialakítása. Azonban a digitális korban, ahol számos más tevékenység az olvasás versenytársaként értelmezhető, a könyvtáraknak új stratégiákat kell kidolgozniuk az olvasás népszerűsítésére, hogy generációtól függetlenül megfeleljenek a felhasználók és olvasók igényeinek (Imre, 2015).

Témánk multi- és interdiszciplináris jellegű, mely elsődlegesen a könyvtártudományban mutatkozik, hiszen a könyvtárak szerepét, funkcióját, 21. századi szolgáltatásait, s olvasóvá nevelő stratégiáit vizsgáljuk. Másrészt a közösségi média, és az online olvasásnépszerűsítési lehetőségek és az influenszerek által érintjük még a kommunikáció- és média tudományát is, mely a marketing, valamint a média olvasási szokásokra és könyvkultúrára gyakorolt hatásaként is megjelenik a dolgozatban. Kutatásunk szociológiai dimenziója a társadalmi jelenségek hatásainak vizsgálatában nyilvánul meg, például a közösségi média szerepe az olvasói közösségek szerveződésében és működésében. S végül, de nem utolsó sorban, a könyvtártudomány mellett kutatásunk kiemelt prioritású tudományterülete a neveléstudomány, hiszen az olvasóvá nevelés módszereit és hatékonyságát vizsgáljuk, mely az oktatás egyik alterülete. A neveléstudomány kutatásai és módszertani megközelítései nélkülözhetetlenek az olvasóvá nevelés hatékony megvalósításához, legyen szó pedagógiai stratégiákról (tanítási módszerek, tananyagfejlesztés), pszichológiai támogatásról (motiváció és érdeklődés, kognitív fejlődés), nevelésszociológiai elemzésekről (társadalmi beilleszkedés, családi és közösségi szerepek) vagy oktatáspolitikai irányelvekről (olvasás az oktatásban, iskolai könyvtárak és programok).

A könyvtárak és az olvasásnépszerűsítő szereplők közti együttműködés lehetősége valós és ígéretes. A könyves influenszerek és a közkönyvtárak közös munkája nemcsak az olvasó közösségek eléréséhez, aktivizálásához, növekedéséhez és az olvasás népszerűsítéséhez járulhat hozzá, hanem a könyvtárak további modernizációját és relevanciáját is erősítheti a digitális korban. Az utóbbi években tapasztalható, hogy a könyvtárak új módszereket és eszközöket keresnek, hogy vonzóbbá váljanak a fiatalabb generációk számára. Az olvasási szokások folyamatos változásával nehéz lépést tartaniuk, de a könyves influenszerek képesek gyorsan reagálni, új trendeket teremteni. A közkönyvtárak együttműködése az olvasásnépszerűsítőkkal hatékony módszer lehet az olvasási motiváció erősítésére és az olvasási készségek fejlesztésére, vagy akár a könyvtár népszerűsítésére.

1.2. A kutatási probléma, kérdés, tudományos cél és várható eredmény bemutatása

A könyves influenszerek és a közkönyvtárak közötti együttműködés számos lehetőségen kívül kihívásokat és megoldandó problémákat is rejt. Az egyik fő probléma, hogy bár a könyvtári szolgáltatások modernizációja és az olvasóvá nevelés fontos cél, a két szegmens közötti kapcsolat és kooperáció még nem elég hatékony és rendszerszintű. Az influenszerek bevonása az olvasásnépszerűsítésbe új kihívásokat jelent a könyvtárak számára, például az online jelenlét és kommunikáció menedzselése, a digitális platformok hatékony használata, valamint a közös stratégia és módszertan kialakítása terén. Ezen kívül az olvasók elérésében és az olvasási kedv ösztönzésében rejlő potenciál kihasználása még nem teljeskörű, és a könyvtári sztereotípiák ledöntése is jelentős akadályokat gördít a hatékony együttműködés elé. Az együttműködés sikeressége érdekében még sok fejlesztésre és javaslatra van szükség, melyek kidolgozása a jelen disszertáció egyik központi célja.

Ennek alapján a diszkusszió fő kutatási kérdése: Milyen szerepet töltenek be a könyves influenszerek és a közkönyvtárak az olvasásnépszerűsítés különböző dimenzióiban, és hogyan alakítható ki olyan hatékony együttműködés közöttük, amely generációktól függetlenül növeli az olvasási kedvet, fejleszti az olvasói készségeket, növeli a könyvtárhasználók számát, valamint erősíti a könyvtári szolgáltatások relevanciáját a digitális korban? Fontos és nem elhanyagolható szempont: az olvasásnépszerűsítők és a könyvtárak közötti együttműködésnek kölcsönös előnyökkel kell járnia mindkét fél számára. Az influenszereknek lehetősége van arra, hogy támogassák és népszerűsítsék a könyvtári szolgáltatásokat és eseményeket, segítsék a könyvtárakat az online jelenlétben, kortárs olvasásnépszerűsítésben. Míg a könyvtárak aktív támogatásukkal, szakmai tanácsadással, a könyvtári szolgáltatások és programok

bemutatásával segíthetik az influenszerek munkáját, valamint hozzáférést biztosítanak exkluzív tartalmakhoz és közösségi terekhez, ezzel elősegítve tevékenységük hitelességét és hatékonyságát.

A disszertáció célja, hogy átfogóan megvizsgálja a könyves influenszerek és a könyvtárak együttműködésének lehetőségeit és hatékonyságát az olvasóvá nevelés érdekében. Ennek kapcsán több részcélt is megfogalmaztunk. Egyrészt fel kívánjuk tárnai a könyves influenszerek és a közkönyvtárak közötti együttműködés különböző aspektusait. Másrészt kíváncsiak vagyunk a könyves influenszer-tevékenység motivációjára, az olvasási szokásaikra és a hatásukra. Ezen kívül jó gyakorlatokat gyűjtünk és mutatunk be a közösségi média és digitális platformok használatáról közkönyvtárak körében. Az így kialakított integrációs ajánlások hozzájárulhatnak a könyvtárak 21. századi relevanciájának növeléséhez a digitális korban és a közösségi médiában való jelenlétük erősítéséhez, a felhasználói csoportjuk növeléséhez és aktivitásukhoz, az olvasási kedv széleskörű növeléséhez, melyek különösen fontosak lehetnek az olvasóvá nevelés szempontjából. Továbbá az empirikus adatok elemzése alapján részletes képet kaphatunk arról, milyen módon járulhatnak hozzá a könyves influenszerek az olvasóvá neveléshez, az olvasási szokások fejlesztéséhez és a könyvtárhasználat növeléséhez. A kutatás végső célja átfogó javaslatok, ajánlások megfogalmazása a könyves influenszerek és a közkönyvtárak közötti együttműködés kapcsán minden szereplő számára. Ezek az ajánlások tartalmazzák a bevált gyakorlatok módszertanát, valamint olyan megoldásokat, amelyek révén növelhető az olvasási kedv, a könyvtárlátogatottság, és ledönthetők a könyvtárakkal kapcsolatos sztereotípiák.

Kutatásunk azzal a módszertani triangulációval jött létre (Sántha, 2017), mely a különböző módszerek alkalmazását jelenti egy kutatási kérdés vizsgálatára, legyen szó kvantitatív, kvalitatív módszerekről, esettanulmányokról, felmérésekről, kísérleti és nem kísérleti tervekről. Ezek kombinálásával a téma különböző aspektusait ragadtuk meg a mélyebb megértés érdekében (Sántha, 2013). Kutatásunk a triangulációnak megfelelően tehát három részből áll:

- kvalitatív közösségi média elemzés – könyvtárak online jelenléte, könyves influenszer-adatbázis,
- kvalitatív félig strukturált interjúk – közkönyvtári igazgatók (N=20), könyves influenszerek (N=40),
- kvantitatív online kérdőív – könyvtárosokkal (N=254) és könyvtárlátogatókkal (N=459).

1.3. A kutatás neveléstudományi relevanciája, tudományos újdonságértéke

Ahogy említettük, kutatásunk multidiszciplináris megközelítését a neveléstudomány és a könyvtártudomány kapcsolódására alapozzuk, mivel ezek a területek szorosan összefonódnak jelen dolgozat aspektusában. A média- és információs műveltség fejlesztése (Csík, 2018), a támogató tanulási környezet biztosítása (Varga, 2014), az élethosszig tartó tanulás támogatása (Kozma, 2016) és az olvasóvá nevelés (Szinger, 2019) mind olyan területek, ahol a könyvtárak hozzájárulnak a neveléstudományi célok eléréséhez.

Konkrét kutatásunk fókuszában a könyves influenszerek és közkönyvtárak együttműködése áll, amely releváns neveléstudományi kérdéseket vet fel, például miként segítheti elő ez a közoktatásban az olvasási hajlandóság növekedését, valamint hogyan támogatja az olvasóvá nevelés, a kritikai gondolkodás és az iskolai teljesítmény fejlődését (Varga, 2020; Pusztai, 2008). A kutatás akár új, innovatív pedagógiai módszerek kidolgozásához is hozzájárulhat, amelyek a közösségi média és az influenszerek bevonásával hatékonyabbá tehetik az olvasóvá nevelést. Ezeken kívül a kutatás eredményei segíthetnek megérteni, hogyan viszonyulnak az olvasók a könyvekhez és az olvasáshoz a digitális korban. Ez különösen fontos az alkalmazott oktatáskutatás számára, amely az oktatási gyakorlat fejlesztésére koncentrál (Arany-Nagy, 2021). S végül a kutatás hozzájárulhat a könyvtárpedagógia területéhez is, amely az olvasási készségek fejlesztésére, közkönyvtári, iskolai könyvtári szolgáltatások oktatási célú felhasználására fókuszál, mely a kutatás alkalmazott oktatáskutatási relevanciáját bizonyítja (Czeglédi & Lengyelne Molnár, 2020).

Kutatásunk a könyvtártudomány mellett integrálja a kommunikációt, a marketinget és a szociológiát is, így új perspektívákat és módszertani megközelítéseket kínál a könyvtár-influenszer együttműködés vizsgálatára. Az empirikus adatok és javaslatok hozzájárulnak a könyvtárak hatékonyabb közösségi média integrációjához, mely növelheti az olvasási aktivitást, a könyvtárhasználók számát és a könyvtári szolgáltatások hatékonyságát. A vizsgálat továbbá érintőlegesen feltárja a kulturális és regionális különbségeket a könyvtárak olvasóvá nevelő gyakorlataiban.

Ezek alapján kutatásunk neveléstudományi jelentősége abban rejlik, hogy innovatív megközelítéseket kínál a könyves influenszerek és könyvtárak együttműködésére, elősegítve az olvasás népszerűsítését és a könyvtári szolgáltatások modernizációját. A közkönyvtárak és az influenszerek kooperációja és az innovatív megoldások alkalmazása révén a könyvtárak tovább erősítik a neveléstudomány és az oktatás hatékonyságát, mely kutatásunkban is visszatükröződik. Az eredmények nemcsak az akadémiai közösség, hanem a könyvtárvezetők és könyvtárosok, s a könyves influenszerek számára is hasznosak lehetnek.

1.4. A központi fogalmak konceptualizálása, szakirodalmi és értekezésbeli értelmezése

A kutatás során használt központi fogalmak pontos konceptualizálása elengedhetetlen a kutatás megbízhatóságának és érvényességének biztosításához.

Az *olvasóvá nevelés* az a tudatos folyamat, amely során a gyerekek és fiatalok, akár felnőttek is, megtanulják az olvasás technikáját és fejlesztik az olvasási készségeiket, s kialakul bennük az olvasás iránti érdeklődés. A folyamat célja, hogy támogassa az olvasási szokások kialakítását, fejlessze az egyén olvasási kultúráját, s mindez elősegítse a kritikai gondolkodás és a szövegértés fejlesztését, amely alapvető fontosságú az élethosszig tartó tanulás szempontjából (Czeglédi & Lengyel Molnár, 2020; Csík, 2011; Nagy, 2001). A magyarországi olvasáskutatás több évtizedes múltja is igazolja, hogy az olvasási motiváció, a szokások fejlesztése, az attitűd kialakulása, valamint az olvasás népszerűsítése komplex, több diszciplínát (pszichológia, pedagógia, szociológia, könyvtártudomány) érintő terület (Nagy, 2021).

Kiemelendő, hogy a *közkönyvtárak* kulcsszerepet játszanak az olvasóvá nevelésben. Olyan információs és kulturális intézményekről van szó, amelyek célja a tudás, információ és kultúra hozzáférhetővé tétele a nyilvánosság számára, fizikai és digitális formában egyaránt. Továbbá közösségi térként is funkcionálnak, s különböző programokkal ösztönzik a rendszeres olvasást, valamint az olvasási szokások kialakulását, például könyvklubok, irodalmi felolvasások, író-olvasó találkozók, ezzel is támogatva a közösségépítést és az élethosszig tartó tanulást (Dudás, 2018). Az inkluzív, barátságos környezet, valamint a személyre szabott ajánlások minden korosztály számára segítik az olvasási élmények megszerzését, miközben fontos színtérként szolgálnak az információs műveltség és az olvasási készségek fejlesztéséhez (Arany-Nagy, 2021; Szinger, 2019; Adamikné Jászó, 2006). „*A könyvtárnak már akkor fontos feladata van az olvasás megszerettetésében, amikor még az egyén nem tud olvasni*” (Boldizsár, 2007; idézi Csík, 2011, 24).

Az *élethosszig tartó tanulás* olyan folyamatos, önkéntes és motivált törekvés, amely egyének életútja során a tudás, a készségek és a kompetenciák megszerzésére és fejlesztésére irányul. Célja nem csupán a szakmai fejlődés biztosítása, hanem az egyéni és társadalmi jólét növelése, a személyes érdeklődés kielégítése, valamint az önmegvalósítás és a társadalmi részvétel elősegítése is. Az élethosszig tartó tanulás magában foglalja a formális, nem formális és informális tanulási tevékenységeket, és hozzájárul az egyén alkalmazkodóképességéhez a gyorsan változó 21. század világában (Varga, 2007).

A *digitális kompetencia* a kompetenciák azon halmaza, amely tudást, készségeket, képességeket és attitűdöket foglal magába, melyek révén képesek és kompetensek vagyunk az információs társadalom technológiáinak magabiztos és kritikus használatára (Szabó, 2022). A digitális kompetencia az Európai Unió által meghatározott nyolc kulskompetencia közé tartozik. A digitális kompetencia keretrendszer öt kompetenciaterületre osztható: információ, kommunikáció, tartalomkészítés, biztonság, problémamegoldás (Ferrari, 2013). A *médiaműveltség* „azon perspektívák készlete, melyeket aktívan használunk, amikor a tömegkommunikációs rendszerekkel kapcsolatba kerülünk, és a bennünket elérő üzeneteket értelmezzük” (Szabó & Dani 2020; Potter, 2015, 25). Az információ elérésének, elemzésének és előállításának képessége, melynek alapvető célja a kritikus autonómia minden médiával kapcsolatban (Cho, et.al, 2022). Az *információs műveltség* annak képessége, hogy felismerjük az információ iránti igényt, megtaláljuk a releváns forrásokat, kritikusan értékeljük azok tartalmát, valamint megfelelő módon alkalmazzuk a megszerzett ismereteket. Ide tartozik a rendelkezésre álló információk közötti tudatos szelekció is. Napjainkban mindinkább előtérbe kerül az információforrások hitelességének és megbízhatóságának vizsgálata, az információszerzés és -felhasználás etikai dimenziói, valamint annak tudatosítása, hogy milyen módon és formában kommunikálunk, illetve osztjuk meg az információt, különös tekintettel a közösségi média felületeire (Szabó, 2022¹; Chartered Institute of Library and Information Professionals, 2018).

Az *influenster* fogalma alatt azon személyeket értjük, akik a közösségi médiában népszerűségnek örvendenek, s követőbázisuk révén közvetlen hatást gyakorolnak az emberekre pozitív és negatív értelemben. A médiatechnológia fejlődése lehetővé tette, hogy bárki influenszerré váljon. Két csoportjukat különböztetjük meg: az online celebek és a szakmai véleményvezérek (Szabó & Dani, 2024; Guld, 2020). A *könyves influenszerek*, akikre a szakirodalom, mint szakmai véleményvezérekre, olvasásnépszerűsítőkre vagy könyves tartalomgyártókra is hivatkozik (Szabó & Dani, 2023), rendszeresen osztanak meg tartalmakat könyvekről, olvasmányokról, például könyvajánló videókat, posztokat, blogokat, és aktívan interakcióba lépnek a követőikkel, olvasói közösségeket építve (Szabó & Dani, 2024). Fő céljuk az olvasási kedv növelése és a könyvkultúra népszerűsítése a különböző közösségi média platformokon keresztül.

Kutatásunk elméleti és szakirodalmi kiindulópontjainak meghatározásában fontos szerepet játszottak Guld, Reddan, valamint Carpenter influenster-tematikájú írásai. Guld az influenster jelenséget kutatja, bár konkrétan könyves influenszerekkel, vagy az influenster-

¹ A PedActa folyóiratban 2022-ben megjelent „Digitális szakadék áthidalása pedagógusok között” című tanulmányban részletesen definiáltam a fogalmat.

tevékenység könyvtári alkalmazásával nem foglalkozik (Guld, 2022, 2021). Carpenter kutatásai is a véleményvezérekre fókuszálnak, de hangsúlyosan oktatási dimenzióban vizsgálva azokat (Szabó, 2023, Carpenter et al., 2022). Nemzetközi elemzésekkel és azok eredményeivel is alátámasztva saját kutatásunkat, Reddan már konkrétan a könyves influenszereket vizsgálja (Reddan et al., 2024), ahogy Baym (2018), s Guíñez-Cabrera & Mansilla-Obando (2022) is. De érdemes megemlíteni még Gomez (2005) nevét is, aki az irodalmi blogokat vizsgálta, Nelson (2006), aki kutatásaiban a könyves tartalmakat készítő bloggerekre, mint befolyásolókra tekintett, ezzel is megalapozva a könyves influenszerek létjogosultságát.

1.5. A dolgozat felépítése

A dolgozat felépítése logikusan követi a kutatás fő témáit és céljait, biztosítva az átfogó és részletes értelmezést és elemzést mind az elméleti, mind a kutatási fejezetekben. Elsőként elméleti síkon közelítjük meg a témát (2-3-4. fejezet), melynek célja, hogy átfogó képet adjon a kutatás alapjául szolgáló jelenségekről, tényekről. Ezáltal meghatározzuk a kutatás gondolati kereteit, különös tekintettel arra, hogyan változott meg a könyvtárak szerepe, hiszen a 21. századi közkönyvtárak nemcsak hagyományos információforrásként működnek, hanem fontos helyszínei az oktatásnak, a média- és információs műveltség fejlesztésének is az információs társadalomban. Az elméleti szegmens első fejezetében mutatjuk be a könyvtárak paradigmaváltását, hogyan alkalmazkodtak a változó igényekhez, különös tekintettel az online tér és a közösségi média használatára. Ugyancsak itt az első fejezet során térünk ki az élethosszig tartó tanulásra is, kiemelve a könyvtárak szerepét mind a formális, nonformális és informális tanulási folyamatokban. A 21. századi kompetenciák kutatásának és fejlesztésének fontossága miatt a közkönyvtárakat a média- és információs műveltség színtereként is értelmezzük, hiszen a digitális kompetencia alapvető megléte és folyamatos, élethosszig tartó fejlesztése létfontosságú napjainkban (Horváth et al., 2020), s ebben a könyvtárak kulcsszerepet játszanak, hiszen a hiteles információszerzés egyik legfontosabb bázisát jelentik.

A második fejezetben az olvasóvá nevelés könyvtári dimenzióira térünk ki, melyben részletesen tárgyaljuk az olvasási kultúra, a könyvolvasás és az olvasóvá nevelés céljait és módszereit, különös tekintettel a könyvtárak szerepére ebben a folyamatban. Bemutatjuk a könyvtárak ilyen jellegű programjait és a jó gyakorlatokat, amelyek fő célja az olvasási kultúra elsősegítése, ezáltal az olvasási készségek fejlesztése és az olvasási kedv növelése is. Elemezzük a könyvtárak közösségi szerepét, és azt, hogyan tudnak hozzájárulni az olvasóvá neveléshez, milyen módszereket használnak, milyen offline és online eszközeik vannak.

Mindezek megalapozásához a TÁRKI kutatások és a Könyvtári trendjelentések adatait is felhasználjuk.

Ezen kívül külön fejezetben tárgyaljuk kutatásunk másik dimenzióját, a közösségi média „BookTernet” szegmensét, a tartalomgyártók szerepét az olvasóvá nevelésben. Bemutatjuk a könyves tartalmakat gyártó szakmai véleményvezérek szerepét a közösségi médiában, és azt, hogyan járulnak hozzá az olvasás népszerűsítéséhez. Vizsgáljuk a könyves influenszerek és könyvtárak közötti metszéspontokat. Konkrét példák és esettanulmányok bemutatásán keresztül illusztráljuk a hazai, legsikeresebb influenszerek könyves kezdeményezéseit.

A bevezetés és a három elméleti fejezet után, a disszertáció empirikus része következik, melynek első részében részletesen bemutatjuk a korábbiakban feltett kutatási kérdéseket, megfogalmazzuk a hipotéziseket és előfeltételezéseket, a módszertani megközelítéseket és az adatgyűjtés módját. Miután bemutattuk a kutatás mintáját, amely négy célcsoportból áll, a következő hat alfejezetben részletesen elemezzük az ezekhez a csoportokhoz tartozó résztvevőkkel végzett interjúk és kérdőíves vizsgálat eredményeit. Majd összegezzük a kutatás főbb következtetéseit, teszteljük a hipotéziseket és ajánlásokat, javaslatokat fogalmazunk meg a könyvtárak és könyves influenszerek közötti jövőbeli együttműködésre vonatkozóan.

2. A 21. századi könyvtár mint oktatási, tanulási és információs műveltségi színtér

Jelen fejezet a 21. századi könyvtár szerepét vizsgálja az oktatás, a tanulás, valamint a média- és információs műveltség színtereként. Ennek keretében bemutatásra kerülnek a könyvtári szerepek, az élethosszig tartó tanulás formái, a könyvtár oktatási funkciói, a MIL jelentősége, az információszerzés sajátosságai és a dezinformáció elleni könyvtári stratégiák.

2.1. Könyvtári szerepek

A könyvtár mint intézmény, évezredes múlttal rendelkezik, működése rugalmasan igazodott a mindenkor változó kor elvárásaihoz és szükségleteihez. A könyvtár szó etimológiája a magyar könyv és tár összetételéből ered, azonban fogalomtörténeti gyökerei a latin liber ('könyv, könyvlap') kifejezésig nyúlnak vissza, amely a modern európai nyelvek számos megfelelőjének (például library, librairie) alapját adja. A könyvtár a feldolgozott, rendszerezett, megőrzött és a használat számára hozzáférhetővé tett dokumentumok szervezett gyűjteményét jelenti (Estabrook et al., 2016). A könyvtár nem csupán könyvek tárháza, hanem ezen felül a tudás gyűjtőhelye és rendszerezője. A könyvtárakban őrzött információ és ismeretanyag áttekintést nyújt a múlt és a jelen felhalmozott tudásáról, amely elősegíti a jövőbeli folyamatok előrejelzését és jobb megértését. A könyvtár az információ szószedete, melyet a szakképzett könyvtárosok gondosan szerveznek és tárolnak információs célokra. Ezen állítást alátámasztva Obi (2013) hangsúlyozza, hogy a könyvtár könyvek és más tájékoztató anyagok válogatott gyűjteménye, melyet jól képzett személyzet szervez és tárol információterjesztés céljából. Egy eszköz, amelyen keresztül oktatást kiegészítő információkat lehet elérni (Idoniboye-Obu & Chineme, 2022).

Az Amerikai Könyvtárosok Egyesülete (American Library Association - ALA)² megalakulása kezdetén, a 19. század végén, a könyvtárosok és a kutatók különböző metaforákat alkalmaztak a könyvtárak munkájának és szerepének meghatározására (Nardini, 2001). Így jelent meg a „*könyvtár, mint egyetem szíve*” metafora. Ranganathan növekedő szervezetként tekintett a könyvtárra (Ranganathan, 1931). A könyvtárat műhelyként is jellemezték, amely akkor alakult ki, amikor a gyűjtemények használatáról liberálisabb nézetek alakultak ki. Később

² Az ALA egy amerikai szervezet, amely világszerte támogatja a könyvtárak és a könyvtárosképzés fejlődését. Ez a világ legrégebbi és legnagyobb könyvtári egyesülete, 1876-ban jött létre. Küldetése vezető szerepet vállalni a könyvtári és információs szolgáltatások, valamint a könyvtáros szakma fejlesztésében, népszerűsítésében (Brichford, 1991).

a tudás tárházaként emlegették a könyvtári intézményeket (Cole, 1979; Brough, 1953). Langdell a „*könyvtárról, mint laboratóriumról*” beszélt, megfogalmazva azt a javaslatot, hogy az emberek másként tekintsenek a könyvtárakra, mint csupán a publikált művek tárházára (Danner, 2015; Langdell, 1875). Lipscomb (2001) hasonlóan Langdellhez, a laboratórium metaforát alkalmazta, hisz a könyvtár aktív szerepet tölt be az információ felhasználásának elősegítésében és új ismeretek bővítésében. Miután a 20. század közepétől az információs és kommunikációs technológiák fejlődésnek indultak, a bekövetkezett változások hangsúlyosan érintették az információhordozókat és forrásokat, és ezzel egy olyan új helyzetet hoztak létre, mely a könyvtárakat is új szerepekbe kényszerítette. Ez a folyamatos változás és fejlődés megkövetelte a könyvtárak újra értelmezését (Şanlı & Sirel, 2022; Nardini, 2001).

A Könyvtári Egyesületek Nemzetközi Szövetsége (International Federation of Library Associations and Institutions – IFLA)³, valamint az Egyesült Nemzetek Nevelésügyi, Tudományos és Kulturális Szervezete (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO)⁴ megfogalmazza a közkönyvtárak definícióját, elsődleges céljait, továbbá irányelveket fektet le. A dokumentum hangsúlyozza, hogy a nyilvános könyvtárak alapvető feladata az egyének és csoportok tanulási, tájékoztatási és kiteljesedési igényeinek kielégítése számos forrás és szolgáltatás által, a szabadidős és rekreációs szolgáltatásokat is beleértve. Az 1994-es IFLA/UNESCO Közkönyvtári Nyilatkozat hangsúlyozza a sikeres tanuláshoz szükséges tudás meglétét, az információhoz való hozzáférés és az információ hatékony felhasználásának szükségességét, és a közkönyvtárakat az információ és a tudás folyamatos forrásaként pozicionálja (IFLA & UNESCO, 1994). A nyilvános könyvtárakat arra ösztönzik, hogy működjenek együtt más oktatási intézményekkel az információs források használatának tanításában (Arany-Nagy, 2020; Gill, 2005). A nyilvános könyvtárak elősegítik az egész életen át tartó tanulást, a kulturális fejlődést, a békét és a társadalmi jólétet. A könyvtári intézmények olyan információs csomópontok, amelyek sokrétű tudást biztosítanak a felhasználók számára mind hazai, mind nemzetközi szinten. A közkönyvtárak segítik a közösségeket a fejlődésben, a fejlesztésben és az önálló döntéshozatalban. A kiáltvány hangsúlyozza, hogy a közkönyvtárak a méltányosság és az egyenlőség elve alapján különböző szolgáltatásokat és anyagokat biztosítanak a heterogén felhasználói kategóriák számára. Ezenkívül az IFLA és az UNESCO azt javasolta a közkönyvtárak számára, hogy terjesszenek speciális szolgáltatásokat, anyagokat és referenciaforrásokat olyan felhasználók körében, akik nem férhetnek hozzá a rendszeres könyvtári szolgáltatásokhoz és anyagokhoz, mint például a

³ Az IFLA a könyvtárosok szakmai szövetségeinek vezető reprezentatív szervezete világszerte, melyet 1927-ben alapítottak.

⁴ Az UNESCO alkotmánya 1946-ban lépett hatályba.

nyelvi kisebbségek, fogyatékkal élők, kórházban lévők vagy bebörtönözöttek (Akagha, 2021; IFLA & UNESCO, 1994).

Az IFLA a „*Multikulturális Közösségek: Útmutató a könyvtári szolgáltatásokhoz*” című kötetében három új szerepkört határozott meg a könyvtárak számára, melyek jelen kutatásban is létjogosultak. 1. Tanulási központként a könyvtáraknak ösztönözniük kell a tanulást azáltal, hogy mindenki számára szükséges anyagokat és szolgáltatásokat biztosítanak. 2. Kulturális központként a könyvtáraknak meg kell őrizniük és be kell mutatniuk a helyi és különböző kultúrákból származó anyagokat és gyűjteményeket. 3. Információs központként a könyvtáraknak az információt elő kell állítaniuk, tárolniuk és hozzáférhetővé kell tenniük, valamint át kell adniuk egy multikulturális közösségben (Pestell et al., 2009). Ezek a központilag előírt új szerepek teremtették meg a lehetőséget a könyvtárak számára, hogy megújuljanak és alkalmazkodjanak a változásokhoz (Şanlı & Sirel, 2022).

További kutatások is alátámasztják ezen funkciók létjogosultságát, valamint kiegészítik ezeket. Elbert és munkatársai 2010 és 2011 között hat afrikai országban végzett kutatást a könyvtárak hasznosulásáról. A kutatás során beazonosították azokat a területeket, ahol a könyvtárak a legnagyobb hasznot nyújtják a helyi közösségeknek. Kutatásunk szempontjából ezen területek közül kiemelendő az oktatás, a tanulás, a kultúra, a kommunikáció, a társadalmi befogadás, az aktív állampolgárság és a digitális szakadék csökkentése (Elbert, et al., 2012). Az Aabø nevéhez fűződő norvég kutatás két (kvalitatív és kvantitatív) módszer használatának ötvöztetésével a könyvtárak társadalomra vonatkozó hatását vizsgálta. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a közösség szerint a könyvtárak társadalmi hasznossága jelentős (Tóth, 2020b).

A Könyvtári, levéltári és múzeumi szektor, digitalizálás és a nyilvános szféra (The ALM-Field, Archives, Libraries, Museums, Digitalization and the Public Spher - ALMPUB)⁵ projekt 2016-2019 között európai összehasonlításban vizsgálta a könyvtárak társadalmi szerepét. A kutatás hat ország (Norvégia, Svédország, Dánia, Németország, Svájc és Magyarország) együttműködésében jött létre, és az eredmények bizonyították, hogy érdemes fenntartani a közkönyvtári szolgáltatásokat. A kutatás közvetlen eredményei között szerepel a kulturális örökség megismertetése, a tanulás és az információhoz való egyenlő hozzáférés támogatása, a kortárs irodalom közvetítése, a digitális és társadalmi befogadás erősítése, valamint a közösségi és kreatív tevékenységek elősegítése. A közvetlen hatások mellett számos közvetett hatás is keletkezett, mint például a társadalmi tőke növelése, a helyi identitás

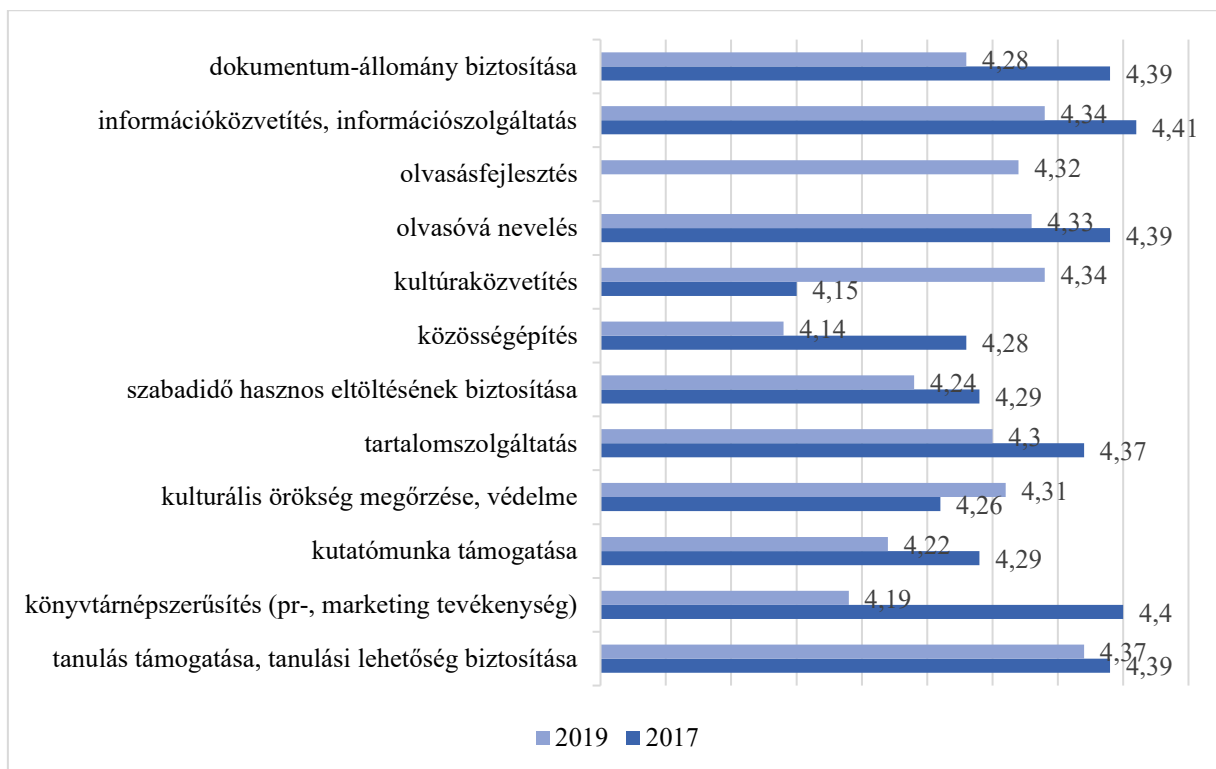
⁵ Az ALMPUB projektben Magyarországot az Országos Széchényi Könyvtár Könyvtári Intézete képviselte, mely a magyar könyvtári rendszer központi szereplője: felelős a hazai könyvtárak támogatásáért, a könyvtárosok szolgáltatásainak fejlesztéséért és a könyvtári kutatások koordinálásáért.

fejlesztése, az állampolgári kompetencia fejlesztése, a digitális írástudás fejlesztése és javítása, valamint a helyi vita és párbeszéd előmozdítása (Tóth, 2020a). Az említett hatások közül több is hozzájárul az olvasóvá nevelés folyamatához, beleértve a tanulás támogatását, az irodalom disszeminációját, a digitális egyenlőség elősegítését, valamint a digitális írástudás fejlesztését.

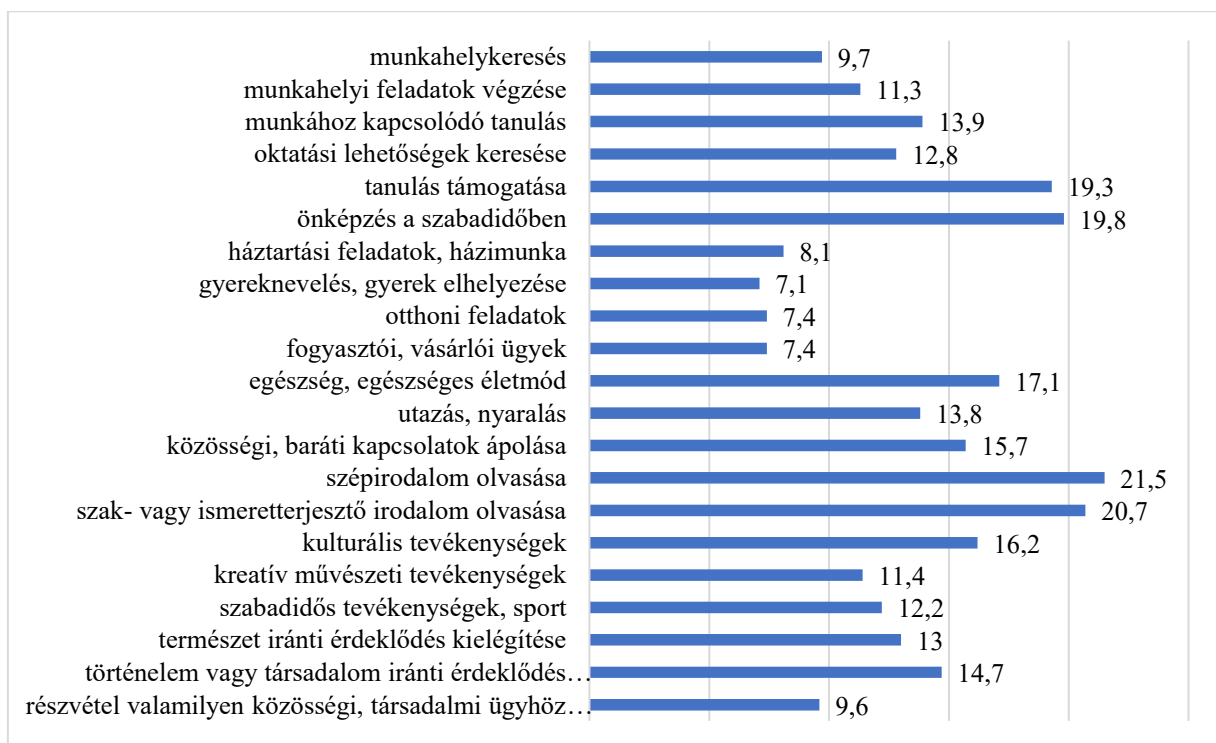
Hazai kutatások is foglalkoztak ezzel a kérdéskörrel. „Az én könyvtáram”⁶ projekt országos reprezentatív felmérése a hazai lakosság könyvtár- és médiahasználatát vizsgálta (melyet 2017-ben és 2019-ben végeztek). Az eredmények alapján a kérdőívet kitöltők legnagyobb része a könyvtárak legfontosabb funkciójaként a tanulás támogatását, a műveltség előmozdítását és a kutatás támogatását jelölte meg (1. ábra). A lakosság a közösségépítést és az információterjesztést tartotta a legkevésbé fontos könyvtári funkcióknak. A könyvtárak hasznosságát tekintve (2. ábra) a szépirodalom és a szak- és ismeretterjesztő irodalom olvasása volt a legnépszerűbb, ezt követte az önképzés és a tanulás támogatása, de ide sorolták a házimunkát, a szülői munkát, a barátságok ápolását és az utazást is (Tóth, 2020b). A kutatás eredményeiben tehát a könyvtári hasznosulásnak kétféle megközelítését értelmezhetjük: a könyvtár feladatai, valamint az egyén életében megtapasztalt hasznosulások, ezt láthatjuk az alábbi két ábrán is.

Mindkét ábrán megtalálhatóak azok az összetevők, melyek kutatásunkban is szerepet kapnak, ilyenek az oktatáshoz kapcsolódó tényezők, az olvasással, annak fejlesztésével és olvasóvá neveléssel kapcsolatos komponensek, valamint az információs faktorok. A könyvtár szerepét emellett az olvasási kultúra népszerűsítésében sem lehet eléggé hangsúlyozni, hiszen az olvasásnépszerűsítés alapfeladatuk. A kutatás tanulságaként kiemelhetjük, hogy a lakosság gondolkodásában a tradicionális könyvtári szerepek dominálnak, s mint az a 2. ábrán is látható, a legváltozatosabb területeken hasznosul a könyvtári intézményrendszer.

⁶ A „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” program az Emberi Erőforrások Minisztériuma által irányított „Széchenyi 2020” program keretében, uniós támogatással valósul meg. A „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” program Nemzeti Könyvtár projektjének címe: „Az én könyvtáram”, melyet a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár 19 vármegyei könyvtárral, az Országos Könyvtári és Muzeális Intézet, az Országos Pedagógiai Könyvtár és Múzeum, valamint könyvtári szakmai szervezetekkel együttműködve valósítja meg. A projekt kódszáma: EFOP-3.3.3- VEKOP-16- 2016-00001. A projekt kezdeményezője: Emberi Erőforrások Minisztériuma.



1. ábra A könyvtár feladata
(Tóth, 2020b, 45. alapján saját szerkesztés)



2. ábra A könyvtárak hasznosulása az élet egyes területein (%)
(Tóth, 2020b, 41. alapján saját szerkesztés)

A könyvtár ezek alapján valóban egy növekvő szervezet, s ezáltal Rangnathan majd egy évszázaddal ezelőtt megfogalmazott kijelentése újabb értelmet nyer a digitális könyvtárak

világában is (Rangnathan, 1931), vagyis a könyvtári szolgáltatásnyújtás hagyományos módjai átalakultak. A 21. század előtti könyvtárban zajló munkafolyamatok kizárólag manuális tevékenységen alapultak, emberi munkaerőre támaszkodtak. Napjainkra azonban immár az automatizált, elektronikus, digitális és virtuális eszközök is széles körben megjelennek a könyvtárban és a könyvtári tevékenységekben (Idoniboye-Obu & Chineme, 2022).

2.2. A 21. századi könyvtár

A korábban említett IFLA és UNESCO dokumentumokon kívül számos nemzetközi és regionális szabályozás, ajánlás létezik, amelyek a 21. századi tudásalapú társadalom célkitűzéseit, értékeit és követelményeit szabványosítják a különböző intézménytípusok számára, így a könyvtárakra és az iskolai könyvtárakra vonatkozóan is. Magyarországon ezek mellett törvényi szabályozás van érvényben, az 1997-es magyar könyvtári törvény (Könyvtörvény)⁷ meghatározza és szabályozza a könyvtári intézmények létrehozását, működését és feladatait. A törvény kimondja, hogy minden állampolgárnak joga van a nyilvános könyvtári szolgáltatásokhoz való hozzáféréshez, és a nyilvános könyvtáraknak biztosítaniuk kell a megfelelő könyvtári dokumentumok és információk források hozzáférhetőségét. A könyvtári rendszer szerkezete magába foglalja a központi, vármegyei, városi, községi és iskolai könyvtárakat, amelyek különböző szinteken és formákban kapcsolódnak egymáshoz, együttesen biztosítva a könyvtári ellátás egységét és hatékonyságát. A törvény előírja a könyvtári szolgáltatások körét, beleértve a kölcsönzést, a helyben használatot, a tájékoztatást, az adatbázisokhoz való hozzáférést, valamint az olvasási és információk készségek fejlesztését célzó programokat. Különös figyelmet fordít az olvasóvá nevelésre, amely kiemelt feladatként jelenik meg. A könyvtári gyűjtemények fejlesztése, megőrzése és digitalizálása szintén szabályozott, különösen a nemzeti kulturális örökség részét képező dokumentumok megőrzése és hozzáférhetővé tétele. A finanszírozás és fenntartás módjairól is rendelkezik a törvény, az állami és önkormányzati költségvetések biztosítják a nyilvános könyvtári szolgáltatások működéséhez szükséges forrásokat. Emellett előírja a könyvtárosok szakmai képzésének és továbbképzésének biztosítását annak érdekében, hogy a könyvtári szakemberek magas színvonalú szolgáltatásokat nyújthassanak. A Magyar Könyvtári Törvény alapvető keretet biztosít a könyvtári szolgáltatások számára Magyarországon, meghatározva a könyvtárak működésének szabályait, valamint a felhasználók jogait és kötelességeit, elősegítve az információhoz való egyenlő hozzáférést és támogatva a könyvtárak

⁷ 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről.

közművelődési szerepét, különösen az olvasóvá nevelés területén (Sonnevend, 1997; Horváth, 1996). A törvény továbbá számos irányelvet fogalmaz meg a 21. századi könyvtárral kapcsolatban, például a digitális fejlesztés és a digitális egyenlőség kapcsán, kiemeli a könyvtárak közösségi szerepét, ösztönzi a könyvtárakat az innovációra és az oktatási szerepük bővítésére, hangsúlyozza az információszabadság és az adatvédelem elveit, valamint elősegíti a könyvtárak és más intézmények közötti partneri együttműködést. A Könyvtörvény minden területen tükrözi és megfogalmazza a nemzetközi trendeket.

A nyilvános könyvtárak támogatják és kielégítik közösségeik információs, oktatási, kulturális és szabadidős igényeit. Alapelvei közé tartozik az információs forrásokhoz való hozzáférés biztosítása, az oktatási eszközök, valamint az információs és kommunikációs technológia és a könyvtári anyagok használatára vonatkozó képzés (Gill, 2005). Emellett fontos megemlíteni a magyar könyvtári rendszerben egyedülálló 39/2013. (V. 31.) EMMI rendeletet, amely a Könyvtárellátási Szolgáltató Rendszer működését szabályozza, és amely egy nemzetközi szempontból is újszerű megközelítést képvisel a kistélepedések könyvtári ellátásának biztosításában.

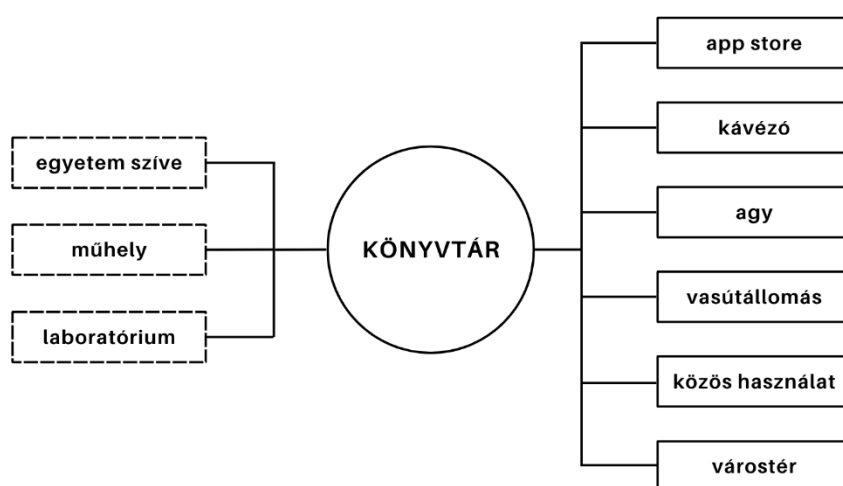
A 21. század gyorsan fejlődő világában a közkönyvtárak a hagyomány és az innováció metszéspontjában működnek. Mit jelent könyvtárnak lenni a mai világban? A könyvtárhasználati trendek elemzéséből egyértelmű, hogy a könyvtárak hagyományos könyvtári szerepükből dinamikus közösségi központokká alakulnak (IFLA, 2022; Abumandour, 2021). Napjainkban egyre fontosabbá válik az információhoz való távoli hozzáférés. A könyvtárak funkciója ezért folyamatosan változik. Nagyobb szükség van a közösségi tér funkciókra, a könyvtári tevékenységek szervezésére, a digitális és információs műveltséget elősegítő rendezvények és oktatási tevékenységek szervezésére, mint a helyhez kötött információk tárolására és szolgáltatására (Arany-Nagy, 2021). Ezért a tudásalapú társadalomban a könyvtárak egyre inkább eltávolodnak hagyományos szerepüktől, és igen magas elvárásokkal szembesülnek. Tehát a könyvtári intézmények a változó igényekhez és trendekhez alkalmazkodnak, miközben az inkluzivitás, a hozzáférhetőség és a fenntarthatóság hangsúlyozása is előtérbe kerül. Párhuzamosan ezekkel megváltozott és kiszélesedett a könyvtárak társadalomban betöltött szerepe is, hisz céljuk az információhoz való egyenlő hozzáférés biztosítása, az oktatás támogatása, a kulturális tudás közvetítése és a szabadidős programok elérhetővé tétele lett (Tóth, 2019). A 21. században a közösségi szervezetekkel, iskolákkal és vállalkozásokkal kialakított együttműködés révén a könyvtárak az egész életen át tartó tanulás, az innováció és a közösségi szerepvállalás központjaivá váltak, miközben megőrizték hagyományos dokumentumgyűjtő szerepüket. Képzési programjaik az információs,

digitális és médiaműveltség, valamint a kritikus gondolkodás fejlesztésére irányulnak, erősítve az olvasói tevékenységeket is (Arany-Nagy, 2021; Haris, 2016).

Ahogy azt már korábban is említettük, a könyvtáraknak – szakmai-gyakorlati értelemben – fő küldetése, és a törvény általános célkitűzései között benne rejlik, bár – jogi értelemben – az „olvasásnépszerűsítés” nem önállóan nevesített alapfeladat. A könyvtárak az olvasásnépszerűsítésen túl elősegítik az írástudást is (Béres, 2019). Emellett elkötelezettek amellett, hogy segítsék a gyermekeket és a felnőtteket a globális információs társadalomban való túléléshez és boldoguláshoz szükséges készségek kialakításában, fejlesztésében, legyen szó oktatásról, digitális kompetenciáról, műveltségről vagy olvasásról, melyekről részletesen a későbbi fejezetekben lesz szó (Alex-Nmecha & Horsdall, 2019; Ailakhu & Unegbu, 2017). Összefoglalva a szabványosított könyvtári szerepeket, a közkönyvtárakat négy fő funkció jellemzi: információszoigáltatóként, a kulturális javak közvetítőjeként, az egész életen át tartó tanulás forrásaként és szolgáltatójaként, valamint a kikapcsolódás és szórakozás helyszíneként (Tóth, 2016). Ezek a szerepek adják a könyvtárak dinamikus jellegét.

A már korábban említésre került könyvtári szóképek is új szerepekkel alakultak át (Mattern, 2014). A hagyományos metaforák közül több már nem fejezte ki a könyvtárak változó természetét, például a könyvtár mint szív vagy laboratórium (Giesecke, 2010). Guthro a 21. századi akadémiai könyvtárat hat újabb metaforával írja le, mely meghatározások a közkönyvtárakra levetítve is alkalmasnak bizonyulnak. A könyvtár ma már nem pusztán tartalmak tárháza, hanem egy multifunkcionális tér, amely technológiai eszközöket, szakértelmet és tanulási lehetőségeket kínál. Az Apple Store modellhez hasonlóan a könyvtárosok segítik a felhasználókat a technológiák hatékony használatában (Guthro, 2019). A könyvtár így interaktív, fejlett tanulási környezetként működik, ahol kölcsönzés, alkotás, játék és új tanulási technikák is elérhetők. A „*könyvtár mint kávézó*” koncepció (Guthro, 2019) egy olyan térre utal, ahol a szellemi kíváncsiság szabadon kibontakozik. Ez az atmoszféra nem csupán gyűjteményeket és szakértelmet foglal magában, hanem különböző programok révén interdiszciplináris kapcsolatok kialakítását is támogatja. Ezáltal egy olyan térről beszélhetünk, ahol a könyvtárosok további szerepekkel és kompetenciákkal is rendelkeznek, melyek elősegítik és katalizálják az intellektuális elkötelezettséget. Guthro (2019) „*könyvtár mint agy*” metaforája érdekes analógia a könyvtár tudományos életben betöltött szerepére. Az emberi agy az intellektuális gondolkodás és a kreativitás központja. Hasonlóképpen, a könyvtár az intellektuális elkötelezettség és a kreativitás központja, mely segíti a kapcsolatok kialakítását összekapcsolva a múlt és a jelen tudását és kultúráját. A „*könyvtár mint vasútállomás*” szókép szorosan tükrözi a 21. századi könyvtár jellegét. Viszont ebben az értelemben a könyvtár globális küldetése is kifejezésre kerül; az ötletek forgalmi csomópontja, amely összekapcsolja

a világot, számtalan kapcsolatot teremt, és módosítja a munkamódszereinket és gondolkodásmódunkat. Ebben a formában a könyvtárosok és munkatársaik nem csak irányítóként szolgálnak, hanem inkább azon munkálkodnak, hogy segítsék a felhasználókat a helyi és a globális, valamint a különböző tudományterületek közötti kapcsolatok kiépítésében. Tehát globális gyűjteményeket hoznak létre, és nyelvi, kulturális szakértelmet biztosítanak a nemzetközi és külföldön tanuló diákok számára, akiknek száma egyre növekszik (Guthro, 2019). A 20. század utolsó évtizedeiben a könyvtárak elkezdtek kialakítani az információs, tanulási vagy tudásközösségeket, amelyek a közösen használt terekre, valamint az együttesen kezelt tanulási szolgáltatásokra és szakértelmi forrásokra utalnak. Ezzel kapcsolatban előtérbe került a „közösség” vagy „köztulajdon” koncepció, valamint a harmadik hely gondolata (Oldenburg, 1999), melyet – bár a közkönyvtárak eddig is a közösség tulajdonában voltak – Guthro a „könyvtár mint közös használat” metaforájával ír le. A „könyvtár, mint várostér” kontextusban a könyvtár egyszerre válik könyvtárrá és városházává, míg a könyvtárosok szerepe a találkozók, események tervezésére és lebonyolítására korlátozódik, így navigálókka és útmutatókká válnak (Guthro, 2019). Ezek alapján a 21. század könyvtárának metaforái (3. ábra) egyaránt kitérnek a könyvtári gyűjtemények fizikai és digitális jellegére, a technológia és a szakértelem élvonalába helyezik a könyvtárakat, a szellemi elkötelezettség, a globális kapcsolatok és a változatos nyelvek erősségét hangsúlyozzák, kiemelik a könyvtár interdiszciplinaritását, elkötelezettségét, valamint mindenki tulajdonába helyezik a könyvtárakat.



3. ábra Könyvtári metaforák
(saját szerkesztés)

A továbbiakban kutatásunk kontextusában releváns könyvtári szintereket helyezük a középpontba, melyek szintén kapcsolódnak a korábban említett közkönyvtári nyilatkozathoz, s

megalapozzák azt a fő könyvtári funkciót, mely kutatásunk középpontjában áll, az olvasóvá nevelést (3. fejezet).

2.3. A könyvtár, mint oktatási színtér

Ahogy az előzőekben rámutattunk, a könyvtárak fontos szerepet játszanak az egész életen át tartó tanulásban, az oktatási tevékenységek szervezése és biztosítása számukra nem új keletű. Számos nemzetközi szakmai szervezet, mint például a Könyvtári Egyesületek Nemzetközi Szövetsége (IFLA), az Amerikai Könyvtári Egyesület (ALA), az Amerikai Iskolai Könyvtárosok Szövetsége (American Association of School Librarians - AASL)⁸ és az ENSZ Nevelésügyi, Tudományos és Kulturális Szervezete (UNESCO) mind részt vesznek a nyilvános, iskolai és más típusú könyvtárakban végzett oktatási tevékenységben. Ezek a szervezetek határozzák meg a hatékony oktatás kereteit, ajánlásokat tesznek és útmutatást nyújtanak a könyvtárosoknak és a felhasználóknak egyaránt (Arany-Nagy, 2021). Kutatási témánk tekintetében nagyon adekvát a könyvtár oktatástámogatási tevékenysége – mely segíti az olvasási szokások kialakítását – az alábbiakban foglalható össze:

- biztosítja a tanulmányokhoz szükséges tájékoztató anyagokat,
- segít az olvasási szokások kialakításában és megerősítésében fiatal kortól, generációkon átívelő módon,
- információs forrásokat biztosít a felhasználók kikapcsolódásához és önfejlesztéséhez,
- helyszínt biztosít a tanuláshoz, tanulástámogató tevékenységekhez,
- más könyvtárakkal is együttműködik,
- speciális információs szolgáltatást nyújt (Idoniboye-Obu & Chineme, 2022).

Ranganathan, aki – mint már említésre került – egy növekvő szervezetként definiálta a könyvtárat, 1931-es jelentésében részletesen foglalkozott a könyvtár szerepével, különös tekintettel az oktatásfejlesztésre, s megfogalmazta, hogy a könyvtár az oktatás szíve. Az oktatás módszerei nemzedékről nemzedékre változnak, de minden generáció eszközként használja fel a könyvtárat, mivel a minőségi oktatás elképzelhetetlen könyvtár nélkül. A jelentésben a könyvtárra, mint az oktatást támogató szellemi erőforrások és ötletek megfelelő kiaknázásának létfontosságú szervére tekintenek, amely továbbra is az oktatási rendszer nélkülözhetetlen része a benne található tömeges források miatt (Idoniboye-Obu & Chineme, 2022; Ranganathan, 1931).

⁸ Az 1914-ben ALA által megrendezett „*Midwinter Conference*”-n alapították meg.

Minden oktatási rendszer egyik célja, hogy készségekkel és ismeretekkel lássa el a társadalmat. A könyvtár mint információs „ügynökség” ezt a célt igyekszik elősegíteni az oktatási rendszer megfelelő működéséhez szükséges információforrások biztosításával. Ahogyan azt Dippold (2013) is megfogalmazta, az igazi oktatáshoz igazi könyvtár kell. Az IFLA már 2013-ban, majd 2016-ban is megfogalmazta a tanulás és oktatás könyvtári szerepét az IFLA-trendekben (IFLA, 2022), melyek célja, hogy irányt mutassanak a könyvtáraknak a gyorsan változó információs környezetben való alkalmazkodáshoz és a társadalmi szerepvállaláshoz. Az IFLA ezen dokumentumaiban a könyvtár tanulási környezetként betöltött funkciója kulcsfontosságú elemként jelent meg: a 2013-2016-os stratégia középpontjában az élethosszig tartó tanulásra való felkészítés, valamint az információs műveltség fejlesztésének ösztönzése állt, míg 2018-ban a közösségi hálózatok és a digitális műveltség előmozdítása (a médiaműveltség és az információs műveltségi területeken keresztül) volt a hangsúlyosabb. Ezeket még inkább kiegészítve és árnyalva, az ALA szervezet azt a további célt fogalmazta meg, hogy a nyilvános könyvtárak a közösség és a folyamatos tanulás központjai legyenek (American Library Association, 2017a).

2.3.1. Az élethosszig tartó tanulás

A mai társadalmi változások, a technológiai újítások, a növekvő globális környezettudatosság és mindenekelőtt a hosszú távú fenntarthatóság szükségessége, az élethosszig tartó tanulást az élet minden területén még értékesebbé és nélkülözhetetlenebbé teszik. A társadalom gyorsan változó igényei prioritássá tették a tehetség, a kreativitás, a készségek és a kompetenciák fejlesztését, amelyben a kompetenciaalapú képzés, a formális, a nem formális és az informális tanulás fontos szerepet játszik. A „tanulás” az ismeretek elsajátítására, a készségek fejlesztésére és az önképzésre utal (Billett, 2010).

Európában a készséghiány csökkentésére az egész életen át tartó tanulást javasolták. Ez a gondolat az Európai Közösség 1995-ös Fehér Könyvében jelent meg először (Tammaro, 2020), majd az Európai Tanács 2000 márciusi Memorandumában kimondta, hogy az egész életen át tartó tanulást már nem csak az oktatás és képzés, hanem a tanulási helyzetek teljes kontinuumában szükséges megközelíteni (Tóthné Boda, 2020; Kommenczi, 2001; Európai Bizottság, 2000). Ezt követően 2001 novemberében, az egész életen át tartó tanulásról folytatott széleskörű konzultáció eredményeiből kiindulva az Európai Bizottság az egész életen át tartó tanulást a sikeres munkaerő-piaci integráció sarokkövének nyilvánította, és meghatározta ennek eléréséhez szükséges legfontosabb konkrét intézkedéseket. Ezt követte 2005-ben a magyar kormány élethosszig tartó tanulási stratégiájának (lifelong learning – LLL) elfogadása, amely a

könyvtárakat is érintette, számos szakpolitikai intézkedéssel ösztönözve őket új szerepek vállalására (Tóvári, 2011).

Komenczi (2001) szerint a fentiek által az egész életen át tartó tanulásra már nem csak az oktatás és a képzés egyik aspektusaként tekintünk, hanem irányító elvként kell elfogadnunk és alkalmaznunk. Tehát más konnotációval bír, mint az oktatási rendszeren belüli tanulás, bár összefügg a formális oktatási rendszer keretében elérhető ismétlődő képzéssel, de egy holisztikusabb nézetet tükröz (Häggström, 2004). Minden olyan céltudatos tanulási tevékenység beletartozik a tartalmába, amelyeket folyamatosan használunk ismeretek, készségek és kompetenciák fejlesztésére. Különbféle oktatási és képzési formákat tartalmaz, formális, nem formális és informális tanulás formájában, – melyekről részletesebben a következő alfejezetekben ejtünk szót – amelyek fejlesztik az egyén információkeresési képességeit és ismereteit. A könyvtárakban megvan a lehetőség arra, hogy különbséget tegyenek a formális oktatás hagyományos rendszere és a tágabb tanulási rendszer között. Ugyanis a könyvtárak társadalmilag befogadó helyek, amelyek különféle médiumok széles választékát és szakmai útmutatást kínálnak az információkeresésben (Oinam & Thoidingjam, 2019; Häggström, 2004).

Napjainkban egyre világosabbá válik a könyvtárak szerepe a tanítási-tanulási folyamatok támogatásában. A közkönyvtárak különösen fontos funkciót töltenek be, hiszen az egész életen át tartó tanulás jellemzője az informális tanulási formák integrálása, a rugalmas tanulási lehetőségek biztosítása és az önirányított tanulás előtérbe kerülése. Ezek mind-mind olyan elemek, amelyek a könyvtárakban rendelkezésre állnak. Az önirányított tanulás fejlesztése nemcsak az aktív állampolgári részvételt ösztönzi, hanem növeli a foglalkoztathatóságot is, ezáltal hozzájárulva az egyének társadalmi, politikai és gazdasági életben való aktív részvételéhez (Eve et al., 2007).

A formális tanulás nem hordoz magas relevanciát kutatásunk szempontjából, de a könyvtárak ilyen módon is támogatják az oktatást. Tót (2002) szerint ez egy olyan tevékenység, amely során a tanulók egy csoportja korcsoportok szerint szerveződve, szakképzett és felkészült oktatók irányításával tanul, a tanulás céljának, tartalmának, idejének, helyének és módjának részletes meghatározásával. A formális tanulás segítség az oktatás hatékonyságának növeléséhez az oktatási folyamatok fejlesztésén, szabályozásán és irányításán keresztül (Cain & Chapman, 2014). Olyan tevékenységekre utal, amelyeket a tanulási és tanítási folyamatba integráltnak, életkornak megfelelő csoportokban, képzett szakemberek vezetésével, meghatározott tantervet követve végeznek, és amelyek elvégzéséről tanúsítványt adnak ki (Kováts, 2021). Mindezek mellett az informális tanulási lehetőségeket is figyelembe kell venni a formális tanulásban. Ennek oka, hogy az informális tanulási lehetőségek szükségszerűen

mellékesen kapcsolódnak a tanítási-tanulási folyamathoz, és hatásuk gyakran eléri a tudatos oktatási célokat. Egy tantárgy feldolgozása során tanulási készségek és kompetenciák fejlődnek, de ezzel egyidejűleg mindig jelen van az önismeret és a szociális tudatosság fejlesztése is. Coombs és Manzoor definíciója szerint a formális tanulás *„az intézményesített, időrendi besorolású és hierarchikusan felépített rendszer, amely az általános iskola alsó tagozatától az egyetem végéig tart”* (Coombs & Manzoor, 1974, 8). Az egész életen át tartó tanulás egy része szervezett oktatás keretében történik, de sok esetben az emberek informális vagy nem formális módon szereznek tudást és információt.

A nem formális tanulás forrását azok az iskolarendszeren kívül szerveződő képzési modalitások jelentik, amelyek elsődleges célja a kompetenciafejlesztés és a tudásgyarapítás, ám ezek a folyamatok jellemzően nem eredményeznek hivatalosan akkreditált bizonyítványt vagy képesítést. Komenczi (2001) megfogalmazása alapján ez a tanulási forma az oktatás hagyományos intézményi keretein kívül valósul meg, és gyakran nem jár együtt hivatalos tanúsítvánnyal vagy bizonyítvánnyal. A tanulás tehát a legtöbbször számára a formális tanulás színtereit elhagyva is folytatódhat. A nem formális tanulási megközelítések közös jellemzője, hogy a tanulás tapasztalati, aktív és kísérleti jellegű. A konkrét módszerek kiválasztását a pedagógiai célok, az ismeretszerzés során fejlesztendő készségek és kompetenciák hangsúlyozása, valamint az előzetes tanulási tapasztalatok jellemzői határozzák meg. Más kutatók értelmezése alapján a nonformális tanulás *„bármilyen szervezett, szisztematikus, a formális rendszer keretein kívül végzett oktatási tevékenység, amelynek célja a tanulás kiválasztott típusainak biztosítása a népesség bizonyos alcsoportjai számára, a felnőttek és a gyermekek számára”* (Coombs & Manzoor, 1974, 8). Ez azt jelenti, hogy a nonformális tanulás több elemet tartalmaz, gyakran önirányított, magában foglalja a tanulók bizonyos fokú döntését az elköteleződésben, és a belső motiváció valamely elemére támaszkodik.

A nonformális tanulás a tanulási tevékenységek szélesebb skálájához kapcsolódik, mint a formális tanulás, és ez azt jelenti, hogy általában kevésbé összpontosít a kognitív teljesítményre (Madjar & Cohen-Malayev, 2013), és kiegyensúlyozottabb hangsúlyt helyez az intellektuális, érzelmi, szociális teljesítményre. *„A nem formális tevékenységek a mai társadalom kihívásaira válaszolnak azáltal, hogy elhagyják az iskolaszervezet meglehetősen merev kereteit”* (Ionescu, 2020, 2). Tehát ez a tanulási forma olyan szándékosan tervezett tevékenységekhez kapcsolódik, amelyek ugyan nem kifejezetten tanulásként vannak meghatározva, mégis jelentős tanulási tartalommal bírnak, például a munkahelyi gyakorlat során elsajátított szakmai kompetenciák megszerzése (Cedefop, 2014). A könyvtárak fontos színterei a nem formális tanulásnak, különösen a képzések, tanfolyamok és egyéb szervezett oktatási események támogatásában (Váczi, 2021).

Az informális tanulás minden olyan tevékenységet magába foglal, amelynek nem a tanulás az elsődleges célja, de amely során új ismereteket szerezhethetünk. Ismereteink és készségeink mindenféle informális helyzetben bővülnek, például kollégákkal és barátokkal való beszélgetés, tévénézés és a családtagok megfigyelése során. Az informális tanulás lényege, hogy nem tervezett, többnyire észrevétlenül történik, mindig jelen van. A mindennapi élet természetes része, ezért nem rendelkezik speciális tanulási környezettel, és nem feltétlenül kötődik tanárhoz. Bármilyen jelenség vagy tapasztalat tanulási lehetőséggé válhat (Kováts, 2021).

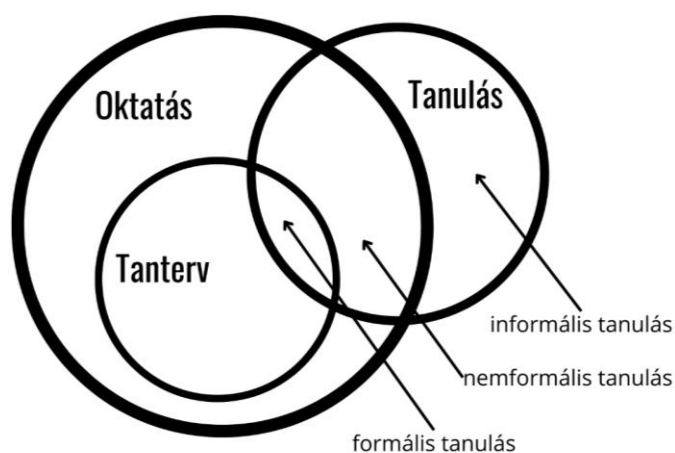
Coombs és Manzoor sokat emlegetett definíciója alapján az informális tanulás „...*során minden ember tudást, készségeket, attitűdöket és meglátásokat sajátít el és halmoz fel a napi tapasztalatokból és a környezetnek való kitettségéből. Általában nem szervezett és gyakran rendszertelen; mégis ez teszi ki bármely személy teljes élete során végzett tanulásának nagy részét*” (Coombs & Manzoor, 1974, 3). Ez a meghatározás azt jelenti, hogy az informális tanulás számos elemet tartalmaz. „*Az informális tanulás nagyrészt láthatatlan, mert magától értetődőnek tartják, vagy nem ismerik el tanulásként; így az emberek nem ismerik saját tanulásukat*” (Eraut, 2004, 249).

Komenczi (2001) szerint a formális és nonformális tanulással szemben az informális tanulás sajátossága, hogy nem zajlik tudatos módon, és az egyének nem feltétlenül veszik észre tudásuk és készségeik fejlődését. Forray és Juhász ezzel kapcsolatban megjegyzi, hogy az informális tanulás lehet spontán, tudattalan vagy véletlenszerű, de lehet tudatos, önmeghatározó és szervezett tanulási folyamat is, melyet autonóm tanulásnak nevezünk (Tóthné Boda, 2020; Forray & Juhász, 2009). Az informális, más néven tapasztalati tanulás olyan tudás- és készségszerzési folyamat, amely a mindennapi élettevékenységekhez, például a családi környezethez, a munkavégzéshez vagy a szabadidős elfoglaltságokhoz kapcsolódik. Fogalma olyan tágan értelmezhető, hogy könnyen megfoghatatlanná válik (Cedefop, 2014). Az informális tanulás nagy hatással rendelkezik, és a becslések szerint az összes tanulás 70–90%-át teszi ki (Latchem, 2018, 6). Fontos szerepet játszik a szocializációban és új környezetekhez való alkalmazkodásban (Livingstone, 2006).

A könyvtárak az informális tanulás fontos színterei, amelyek életkortól függetlenül különböző módon támogatják a személyes fejlődést (például anyagok, kulturális programok, műveltségi képzés, könyvtárpedagógiai eszközök biztosításával), és évszázadok óta részei egy nagyobb rendszernek, amelyet ma már tanulási ökoszisztémának is neveznek. Beágyazódott, sőt integrálódott (Radó, 2017), így a könyvtárak tanulást segítő szerepe sajátos módon került előtérbe. A gyűjtemények kizárólagosságával szemben az információ és a tudás szervezése került a tevékenység középpontjába. Már nemcsak arról van szó, hogy a gyűjteményeket

tanulmányozásra és használatra hozzáférhetővé – így az informális tanulás helyszínévé – teszik, hanem arról is, hogy a könyvtárosok és a felhasználók maguk is új tartalmakat hoznak létre, a könyvtárosok pedig a tanulás elősegítőjének szerepét veszik át. Ezt az új szerepet azonban csak jól képzett, korszerű tudományos, IKT és pedagógiai ismeretekkel rendelkező könyvtárosok tölthetik be (Tószegi, 2009).

A közkönyvtárak mindhárom tanulási formát támogatják, de leginkább az informális tanulás jellemzi, melyet a 4. ábrán is ábrázoltunk.



4. ábra A formális-nonformális-informális tanulás elhelyezkedése
(Johnson & Majewska, 2022 alapján saját szerkesztés)

2.3.2. A könyvtárak az egész életen át tartó tanulás folyamatában

A közkönyvtárak gyűjtőköri sajátosságait és szolgáltatási portfólióját történetileg mindig is meghatározták a helyi közösség múltjához, kulturális emlékezetéhez és társadalmi fejlődéséhez kapcsolódó dokumentumok és erőforrások. Intézményi működésük alapvető jellemzője az ingyenes hozzáférés biztosítása, amely egyenlő esélyeket teremt az oktatási, információs és személyes fejlődést támogató források igénybevételére, beleértve a rekreációs és szabadidős tevékenységek támogatását is (Balapanidou, 2015; Grizzle & Torras 2013). A könyvtárakat és a könyvtárosokat világszerte képviselő testület, az IFLA, az oktatásfejlesztés legfontosabb nemzetközi szervezetével, az UNESCO-val együttműködve jelentős szerepet játszott a nemzetközi könyvtári és információs szolgáltatások szakpolitikai keretének meghatározásában, főként az egész életen át tartó oktatás előmozdításában (Lor, 2018).

Az IFLA és az UNESCO Közkönyvtári Kiáltványa (Public Library Manifesto)⁹ 12 kulcsfontosságú küldetést határozott meg a közkönyvtárak számára, amelyek kiemelik a közkönyvtárak szerepének fontosságát az információhoz, műveltséghez, oktatáshoz, kultúrához és tanulási lehetőségekhez való megkülönböztetés nélküli hozzáférés fenntartásában és bővítésében. Ezek alapján a közkönyvtárak kulcsszerepet töltenek be az olvasási szokások korai kialakításában, az önálló és formális tanulás támogatásában, valamint a személyes és kreatív fejlődés elősegítésében. Feladatuk a gyermekek és a fiatalok fantáziájának és kreativitásának ösztönzése, a kulturális örökség és a művészetek megbecsülésének erősítése, továbbá a tudományos eredmények és innovációk bemutatása. A könyvtáraknak hozzáférést kell biztosítaniuk a kulturális kifejezések sokféle formájához, elő kell mozdítaniuk a kultúrák közötti párbeszédet és a kulturális sokszínűséget, valamint támogatniuk kell a szóbeli hagyományokat. Kiemelt küldetésük a közösségi információkhoz való szabad hozzáférés, a helyi szervezetek és vállalkozások információs igényeinek kiszolgálása, az információs és digitális írástudás fejlesztése, valamint a minden korosztály számára elérhető művelődési programok szervezése (Balapanidou, 2015; IFLA & UNESCO, 1994, 1-2).

Ezen túlmenően az IFLA és az UNESCO (2001) a közkönyvtári szolgáltatásokra vonatkozó irányelvekben is elismerte, miszerint a közkönyvtárnak fontos szerepe van abban, hogy segítse az embereket *„életük különböző szakaszaiban új készségek elsajátításában”*. Az egyre összetettebbé váló társadalomban a tanulás a legtöbb ember számára élethosszig tartó tevékenységnek számít. A közkönyvtárak és az egész életen át tartó tanulás kapcsolatát több szerző is gyakran azonosítja az IFLA és az UNESCO kiáltványából vett kifejezéssel, amely a közkönyvtárt *„a tudás helyi kapujaként alapként szolgálva az egész életen át tartó tanuláshoz jellemezte, az egyén és a társadalmi csoportok önálló döntéshozatala és kulturális fejlődése érdekében”* (IFLA & UNESCO, 1994).

Az IFLA 2004-es jelentése hangsúlyozta a közkönyvtárak szerepét az élethosszig tartó tanulás támogatásában, amely magában foglal minden formális, nem formális és informális tanulási tevékenységet az ismeretek, készségek és kompetenciák folyamatos fejlesztésére. A dokumentum az Európai Bizottság meghatározására is hivatkozott, amely szerint az élethosszig tartó tanulás az élet minden szakaszában zajló tanulás különböző társadalmi és foglalkoztatási célok érdekében, kiemelve az információhoz és kommunikációhoz való hozzáférés jelentőségét (Európai Bizottság, 2003; de Groot & Schmidt, 2007).

⁹ A kiáltványt 1993-ban vitatták meg Portugáliában, ahol sikeres volt az UNESCO közkönyvtári programja. Az IFLA a kiáltványt 1994-ben jóváhagyásra javasolja az UNESCO Általános Információs Programja Tanácsának, amit 1995-ben elfogadnak, kiterjesztik.

Az IFLA 2013-as és 2016-os jelentései kiemelik, hogy a könyvtárak jövőjét az egész életen át tartó tanulás támogatása határozza meg, amely stratégiai céllá vált a globális információs társadalomban. A dokumentumok hangsúlyozzák a digitális és információs kompetenciák fejlesztésének fontosságát, valamint azt, hogy a könyvtáraknak nem csupán dokumentumokat kell biztosítaniuk, hanem aktívan segíteniük kell a felhasználókat a tudás bővítésében, a tanulási igényekhez való alkalmazkodásban és a társadalmi fejlődés előmozdításában (IFLA, 2013; 2016).

A könyvtárak nemcsak információforrásokhoz biztosítanak hozzáférést, hanem oktatási és társadalmi szerepüket erősítve segítik a személyes és szociális készségek, valamint az egész életen át tartó tanulás fejlesztését (Smith, 2019; Nielsen & Borlund, 2014). Feladatuk, hogy a felhasználókat kritikus gondolkodóvá és független információkeresővé formálják (Somi & De Jager, 2013), miközben az információs műveltség oktatását hagyományos szolgáltatásaikkal ötvözik. A közkönyvtárak így tanulási csomópontokká válhatnak, amelyek összekapcsolják a helyi közösségeket a globális tudás- és információs hálózatokkal, kulcsszerepet játszva az oktatás fejlesztésében (Gul & Bano, 2019; Kuthy-Megyesi & Takács-Miklósi, 2018).

2.4. A könyvtár, mint a média- és információs műveltség színtere

Míg a könyvtárak hagyományosan a tudás és a kultúra őrzőiként funkcionáltak, a modern információs társadalomban egyre inkább a média- és információs műveltség katalizátoraiként jelennek meg, hiszen a könyvek mellett különböző médiumok és digitális források tárházaként olyan terek, ahol az egyének nemcsak olvasni, hanem eligazodni és értelmezni is képesek a sokrétű információs tartalmak között (Rader, 1991), miközben a dezinformáció és félretájékoztatás által jellemzett környezetben továbbra is az igaz és tényszerű információk megbízható közvetítői maradnak (Yap & Peñaflor, 2020). Az információs társadalomban, a digitális tér különböző platformjain különféle forrásokkal találkozhatunk, s nem feltétlenül kell a hagyományos médiára (például hírlapokra) támaszkodnunk. Ezt az információs folyamatot még jobban felgyorsította a közösségi média, és a „*dolgoz internete*” (Ekbja et al., 2015). A digitális technológia fejlődése lehetővé tette sok ember számára, hogy ne csupán információfogyasztóvá, hanem információteremtővé és tartalomfejlesztővé is váljanak. Ez a fejlődés kulcsfontosságú szerepet játszik az egyén média- és információs műveltségének erősítésében, ami az aktív részvételhez, a kritikai gondolkodáshoz és az információs környezet megértéséhez vezet (Csepeli, 2020). Mindezeknek köszönhetően a dezinformáció és a félretájékoztatás széles körű elterjedése lehetővé tette, hogy a könyvtárak a média- és

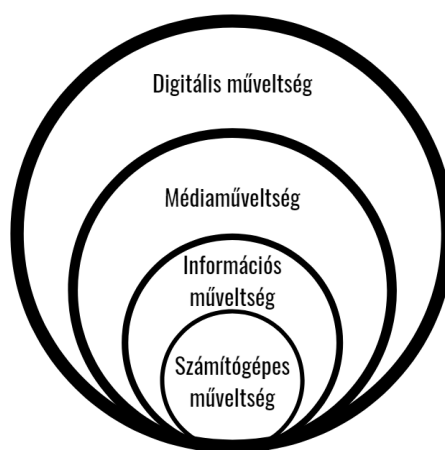
információs műveltség egyik bajnokává váltak, amelyet e növekvő aggodalom hatékony ellenszerének tekintenek (Yap & Peñaflor, 2020).

2.4.1. A média- és információs műveltség (MIL)

Az UNESCO 2007-ben vezette be a média- és információs műveltség (media and information literacy - MIL) terminusát, amely a digitális technológia gyors fejlődésére szolgált válaszként (Carlsson, 2019). A MIL-t a szervezet úgy határozta meg, mint a tudás, készségek, attitűdök, kompetenciák és gyakorlatok összetett halmazát. Ezek összessége lehetővé teszi az információs és médiatermékek hatékony elérését, elemzését, kritikai értékelését, értelmezését, felhasználását, létrehozását és terjesztését a meglévő eszközök felhasználásával, kreatív, jogi és etikai alapon (Catts & Lau, 2008, 32). Ezek az ismeretek segítenek abban, hogy hatékonyan kommunikáljunk a médiával, fejlődjön a kritikus gondolkodásunk és az élethosszig tartó tanulás koncepcióját támogatva ugyancsak hozzájárulnak ahhoz, hogy a digitális világban aktív állampolgárokká válhassunk (Al-Zou'bi, 2021). A MIL több társadalomtudományi ágból merít, beleértve a kommunikációt, a könyvtártudományt, az oktatást, a politológiát és a pszichológiát (Livingstone, 2008). Kialakítása az ENSZ Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatának 19. cikkén¹⁰ alapul, amely a kifejezés szabadságáról szól (Kozłowska-Barrios, 2023; United Nations, 1948). Tehát a MIL az információhoz és tudáshoz való egyenlő hozzáférése, valamint az információs rendszerek előmozdításán alapul (Catts & Lau, 2008).

Jelen diszkusszióban a következő alfejezetekben a digitális kompetencia négy műveltségterületének (5. ábra) két szegmensével foglalkozunk részletesebben, mivel a média- és információs műveltség (MIL) a médiaműveltség és az információs műveltség területeinek összetett eleme, melyek az utóbbi években összemosódtak. A médiaműveltség a médiatudományokból és a kommunikációból származik, és más humán- és társadalomtudományi tudományokból merít. Másrészt az információs műveltség főként a könyvtári és számítástechnikai tudományokból eredeztethető.

¹⁰ „Mindenkinek joga van a véleménynyilvánításhoz és ez a jog magában foglalja a szabad beavatkozás nélküli véleménynyilvánítást, valamint az információk és ötletek keresését, fogadását és terjesztését bármilyen médián keresztül, határoktól függetlenül” (United Nations, 1948, 5).



5. ábra A digitális kompetencia műveltségi területei
(Lévai, 2013, saját szerkesztés)

A média- és információs műveltség (MIL) modelljének középpontjában Grizzle és Torres (2013) szerint az információs források és eszközök állnak. A második rész a motivációk és szándékok gyűjtőhelye, melyek az elköteleződésre utalnak. A következő, harmadik rész az alapvető ismereteket foglalja magába, amelyekkel rendelkeznie kell az állampolgároknak, ha megfelelő műveltségre törekednek. A modell külső része a hatékony és etikus információlétrehozás és felhasználás, valamint a média általi kapcsolattartás folyamata és gyakorlata tevékenységét tartalmazza.

A médiaműveltség és az információs műveltség között sok átfedő elem van, melyeket nehéz diszciplináris határok szerint elkülöníteni. Livingstone (2008) szerint a médiaműveltség és információs műveltség közötti különbség az elméleti fókuszban rejlik, ami befolyásolja az eltérő módszertani döntéseket. Azzal érvelnek, hogy az információs műveltség inkább hozzáféréssel és értékeléssel foglalkozik, míg a médiaműveltség a médiaüzenetek megértésére összpontosít. Livingstone (2008) munkái kiemeli a média- és információs műveltség közötti különbségeket, azonban fontos megjegyezni, hogy az információs műveltség definíciója és tartalma jelentős átalakuláson ment és megy keresztül (Kozłowska-Barrios, 2023). Például Koltay (2007) szerint az információs műveltségre már nem a korábban említett műveltségterületek egyikeként kell tekinteni, hanem egy összefoglaló fogalomként.

Az UNESCO, Ranganathan javaslatai alapján a MIL kapcsán 5 törvényt dolgozott ki 2016-ban. Az 1. törvény az információs platformok egyenlőségéről szól. A kritikus társadalmi szerepvállalás és a fenntartható fejlődés érdekében használni kell a könyvtárakat, múzeumokat, az internetet, valamint a tömeg- és személyközi kommunikációt. Tehát itt is megfogalmazódik az információhoz való jog alapjog. A 2. törvény fogyasztóként és alkotóként azonosítja a felhasználókat, s kitér a nemek közti egyenlőségre, a felhasználók segítségére. Az információk torzulására vonatkozik a 3. törvény, mely figyelmeztet arra, hogy az információk nem

értéksemlegesek, s szükséges felismerni a média által közvetített értékeket, érdekeket. A 4. törvény szerint minden állampolgár potenciális tanuló és információfogyasztó. Végül az 5. törvény folyamatos dinamikus tapasztalatként írja le a MIL-t, amely az ismeretek, képességek és attitűdök tudatában teljes (Szőke-Milinte, 2020; UNESCO, 2016). Mint említettük, a kutatásunk egyik alapját a média- és információs műveltség képezi, ezért esszenciálisnak tartottuk a műveltségterületek kimeneti követelményeinek meghatározását is, melyet az 1. táblázatban foglaltunk össze.

1. táblázat Médiaműveltség és az információs műveltség követelményei

MÉDIAMŰVELTSÉG					
Megérteni a média szerepét és funkcióját	Megérteni azokat a feltételeket, amelyeknek a média eleget tesz (megfelel)	A médiatartalom kritikai analízise és értékelése	A média felhasználása a részvételi demokráciára, a tanulásra, az interkulturális párbeszédre	Tartalom-előállítás	IKT és egyéb médiához kapcsolódó készség
INFORMÁCIÓS MŰVELTSÉG					
Megfogalmazni és artikulálni az információ-szükségletet	Megfogalmazni és artikulálni az információ-szükségletet	Az információ értékelése	Az információ felhasználása	Az információ kommunikálása és etikus felhasználása	Egyéb információs készségek

(Tomori, 2023, 26; Szőke-Milinte, 2020; Wilson et al., 2011, saját szerkesztés)

James Potter a médiaműveltséget így definiálta: „*azon perspektívák készlete, melyeket aktívan használunk, amikor a tömegkommunikációs rendszerekkel kapcsolatba kerülünk, és a bennünket elérő üzeneteket értelmezzük*” (Potter, 2015, 25; idézi Andok, 2021, 10).

Az Országos Médiaismeret-Oktatási Egyesület (National Association for Media Literacy Education - NAMLE)¹¹ úgy definiálja a médiaműveltséget, mint „*a médián keresztül továbbított szimbólumok kódolásának és dekódolásának, valamint közvetített üzenetek szintetizálásának, elemzésének és előállításának képességét*” (Kozłowska-Barrios, 2023, 102680). A Médiaismereti Központ (Center for Media Literacy - CML)¹² ezt kiegészíti azzal, hogy „*a médiaműveltség fejleszti a média társadalomban betöltött szerepének megértését, valamint a demokrácia polgárai számára szükséges alapvető kutatási és önkifejezési készségeket*” (Kozłowska-Barrios, 2023, 102680).

A műveltséget mind személyes, mind külső tényezők befolyásolják. Az egyéni tényezők között kiemelkedő szerepet kapnak az internetes tömegkommunikáció és az interaktivitás hatására kialakuló szociális és társas készségek, hiszen ezek révén válhatunk aktív e-

¹¹ 1997 óta működik az Egyesült Államokban.

¹² Egy oktatási szervezet, mely vezetői, közoktatási, szakmai fejlődést és oktatási forrásokat biztosít az Egyesült Államokban 1989 óta.

állampolgárokká. Ezek a személyes tényezők összekapcsolódnak azokkal a kognitív és belső gondolkodási folyamatokkal, amelyek lehetővé teszik, hogy meglévő tudásunkat és képességeinket alkalmazva kritikusan gondolkodó és médiatudatos személyekké fejlődjünk (Szabó, 2022). Mindezen tényezők fontosak és relevánsak a későbbi fejezetekben kifejtésre kerülő közösségi média és influenszer-tevékenység tükrében. Ezek alapján a médiaműveltség egyre nagyobb jelentőséggel bír, és a kortárs digitális társadalom minden korosztálya, társadalmi csoportja és szektora számára szükséges és elégséges életképességként fogalmazódik meg.

Az információs műveltség, mint tudástársadalmunk legfontosabb kulcskompetenciája nem csak a digitális írástudást jelenti, hanem olyan készségeket foglal magában, melyek az információs túlterhelés következtében megjelenő manipulációkat, hatásokat megszürik, felismerik és legyőzik. Aki megfelelő műveltséggel rendelkezik, az tudja, hogyan kell megtalálni, rendszerezni és hasznosítani az információkat (Varga, 2013). Az információs műveltség magában foglalja az információk felismerését, visszakeresését, értékelését, használatát és kiválasztását, mely egyre nagyobb szerepet játszik az információk hitelességének, megbízhatóságának és etikai szabályainak értékelésében is (Szabó, 2022).

Zurkowski volt az első, aki 1974-ben bevezette az információs műveltség kifejezést, amely leírja az „információs eszközök és elsődleges források széles körének” felhasználásához szükséges technikákat és készségeket. Ez magában foglalta azt a képességet is, hogy az információs értéket az „információt szükségletek kielégítésére formálja”, és megoldásokat találjon a problémákra (Csík, 2018, 86; Zurkowski, 1974). Jelenleg az egyik legismertebb definíciója 2017-ből a Főiskolai és Kutatókönyvtárak Szövetségétől (Association of College and Research Libraries - ACRL)¹³ származik, amely az információs műveltséget olyan integrált készségek összességéként határozzák meg, amelyek magukban foglalják a tudás reflektív felfedezését, a tudás előállításának és értékelésének megértését, valamint a tudás felhasználását új tudás létrehozására és a tanulási közösségekben való etikus részvételre (Kozłowska-Barrios, 2023, 102680; Manzani et al., 2021, 19). A szövetség az információs műveltség érdekében egy keretrendszert is kidolgozott, mely bevezette az információs műveltség új definícióját a felsőoktatásba, egy összetettebb és rugalmasabb megközelítéssel helyettesítve a korábbi kompetenciastandardokat (Faix & Fyn, 2020). Ez a keretrendszer nem előíró jellegű, hanem egymással összefüggő alapfogalmakra épít, és hangsúlyozza a fogalmi megértést. Hat fő keretbe rendezi az információs műveltség központi koncepcióit, a tudásgyakorlatokat és a diszpozíciókat. Fókuszában a tanulási eredmények fejlesztése, az együttműködés elősegítése és

¹³ Az ALA legnagyobb részlege 1940-ben alakult meg, s közel 8500 magánszemélyt és könyvtárt képvisel.

a diákok szerepének növelése állnak az információ etikus használatában (Framework for Information Literacy for Higher Education, 2015). Az információs műveltséget olyan integrált készségek összességéként határozzák meg, amelyek magukban foglalják a tudás reflektív felfedezését, létrehozását és értékelését, valamint az új tudás létrehozásának megértését. A keretrendszer támogatja a könyvtárosok, oktatók és intézményi partnerek együttműködését a tantervek átalakításában és a pedagógiai kutatásokban való részvételben (Manzani et al., 2021; Townsend et.al, 2016).

Az információs műveltség legszélesebb körben elfogadott definíciója az Amerikai Könyvtári Szövetségtől (ALA) származik, amely kijelenti: *„Ahhoz, hogy egy személy információtudó legyen, képesnek kell lennie arra, hogy felismerje, mikor van szüksége információra, és képesnek kell lennie arra, hogy megtalálja, értékelje és hatékonyan használja a szükséges információt”* (ALA, 1989, 1). Ez a meghatározás kapcsolatot teremt az információs műveltség és a tanulás között, hiszen az egész életen át tartó tanulásra felkészült emberek bármilyen feladathoz vagy döntéshez megtalálják a szükséges információkat (ALA, 1989). Az ALA definícióját számos kutató bővítette tovább, például Doyle (1992) kifejezetten a kritikai gondolkodással egészíti ki a definíciót. Johnston és Webber (2003) pedig tovább bővítik a definíciót az információ etikus felhasználásának elemével. Ez kiemelten fontos egy olyan időszakban, amikor a plágium egyre gyakoribb aggodalomra ad okot, mivel soha nem volt még ilyen fontos az információközlés társadalmi felelőssége.

Martin (2013) az információs műveltség négy kiválasztott standardját elemzi, és megmutatja, hogy ezek a szabványok (akadémiai és iskolai könyvtárak esetében) a tanulási tapasztalat rugalmas, holisztikus és szerves részét képezik. Martin kifejezetten úgy találja, hogy az információs műveltség nem érhető el rövid, egyszeri tapasztalatok révén, hanem egész életen át tartó és folyamatos finomításra van szükség, a tanulási tapasztalat részévé válva (Martin, 2013, 6).

Az információs műveltségnek három modelljét különböztetjük meg. Az első modell a megfigyelhető viselkedésen alapul, s különböző képességeket mér, ez a behaviorista modell, mely sok kritikai észrevételt kapott. Emellett viszont a konstruktivista modell a kritikus gondolkodást és az önálló tanulást helyezi előtérbe, alapja a tanulás tanulása. A harmadik modell relációs, az információ kritikus használatával egészíti ki a konstruktivista szemléletet, a diák és világ interakcióját szorgalmazza (Koltay, 2009).



6. ábra Az információs műveltség modellje
(Varga, 2012, saját szerkesztés)

Az információs műveltség modellje (6. ábra) még kisebb egységekre bontható, melyek fejlesztése egyenként is szükséges. Az információs igény felismerése során kiemelendő terület az önismeret, a problémamegoldó készségek, az intelligencia és a kíváncsiság. Az információ ismeretébe tartozik a fogalom elsajátítása, megjelenési formáinak ismerete, mennyiségének és minőségének mérése, és jelentőségének feltérképezése. De nem csak az információt, hanem a forrásokat is szükséges megismernie a felhasználóknak, legyen olvasott, legyen alpműveltsége, megfelelő médiaismerettel és médiaműveltséggel, könyvtárhasználati ismeretekkel és internethasználattal rendelkezzen. Az információkeresési készségek számos részterületet és ismeretet foglalnak magukban, mint például a szövegértés, az olvasási készség, a szövegben való keresés, a könyvtári keresés, a digitális írástudás, az adatbázisokban és az interneten való keresés, a keresési stratégiák ismerete, valamint a keresési eredmények értékelése (Varga, 2013). Ezek mind megjelennek a kutatásunk célcsoportjainál is, például a könyvtárak központi stratégiájában, a könyvtárosok digitális kompetencia-tudásában és annak fejlesztésében, s az influenszerek olvasásnépszerűsítő faktoraként is.

A digitális információs műveltség (Digital Information Literacy - DIL) fejlődése messze elmarad a gyorsan változó információs és kommunikációs technológiák ütemétől, és ez továbbra is problémát jelent, különösen az oktatásban. Ezek a készségek alapvetőek az önálló, életre szóló tanulás fenntartásához, és elengedhetetlen szerepet töltenek be a digitális társadalomban való eligazodásban. Fontos szerephez jutnak ebben az informatikus könyvtárosok is, akik az információs és digitális kultúra magas szintű ismeretanyagával, valamint a modern oktatási módszerek alkalmazásával hozzájárulnak a felhasználók digitális írástudásának fejlesztéséhez (Jeffrey et al., 2011). Jeffrey és kutatótársai három átfogó stratégiát vezettek le Dewey alapelvei mentén, amelyek potenciálisan támogatják a digitális információs készségek fejlesztését. Ezek közül az első az együttműködés és a megosztás volt. Míg az együttműködés előnyeit évtizedekkel ezelőtt állapították meg, az internet megjelenése ezt

valósággá tette az online közösségek által. A második stratégia Dewey tapasztalati tanulás támogatásán alapul, melyet széles körben alkalmaznak az interneten. Végül a személyes vonatkozás a harmadik stratégia, mely a Web 2.0 eszközeinek szerves része, mivel azok személyre szabják az online környezeteket az egyén számára (Jeffrey et al., 2011; Dewey, 1933). Így a web további fejlődése során ezek az összetevők folyamatosan jelen vannak. Az ennek következtében változó információszerzés miatt szélesedett az ismeretfelhasználás, az információk tárolásának és terjesztésének lehetőségei, a kapcsolattartás és a tudás is. Ez a fejlődés a reflektív gondolkodáson keresztül segíti elő a tanulást; magában foglalja az információalkotás fogalmi megértését, terjesztését és felhasználását (Wong, 2010).

A kritikai gondolkodáshoz szorosan kapcsolódó DIL az a képesség, melynek segítségével az egyének tudatosan mérik fel információs szükségleteiket és céljaikat, valamint ellenőrzik információs stratégiáikat, de ez az egyéni kognitív készségektől függ (Wong, 2010). Számos módszert, megoldást javasolnak a kutatók az álhírekre, de jelenleg nincs egyetértés az álhírek meghatározásában, illetve azok eredetében és gyakorlatában. A társadalomtudósok nem tudnak hatékony módszertant, stratégiát kifejleszteni az álhírek kezelésére anélkül, hogy azokat megértsük és meghatározzuk (Higdon, 2020).

2.4.2. Az információszerzés

Ahogy a média- és információs műveltség kulcsszerepe és folyamatos fejlesztése mutatja, ebben az új információs környezetben a média térnyerésének következtében fontos átgondolnunk, hogyan viszonyulunk az információkhoz, kritikus, tudatos vagy passzív felhasználók vagyunk (Koltay, 2009). Érzékelhetjük, hogy az információszerzésben egyre nagyobb szerephez jut az internet¹⁴. Egyre gyakrabban találkozhatunk olyan hírekkel, amelyeknek nincs valós igazságalapjuk, melyeket álhíreknek nevezünk. Ezek kreált információt tartalmaznak tudatos megtévesztés céljából, melyek megtalálják a maguk olvasóját (Szitás, 2019). A fake news fogalom olyan híreket, történeteket vagy álhíreket foglal magába, amelyeket az olvasók szándékos félreinformálására vagy megtévesztésére hoztak létre az emberek nézeteinek befolyásolásának vagy zavar okozásának céljából. Az álhírek megtéveszthetik az embereket, különösen akkor, ha azok megbízhatónak tűnő webhelyeken jelennek meg, vagy az ismertekhez hasonló neveket és webcímeket használnak (Barreto Junior & Venturi Junior, 2020). Az alapműveltség hiánya is befolyásolhatja, hogy elhiszünk bizonyos információkat. Sokszor az eltérő vélemények is okoznak kihívást egy-egy hír esetében, ha más

¹⁴ A kutatás során nem foglalkoztunk a mesterséges intelligenciával.

állásponton vagyunk, mint a cikk, akkor hüen hihetjük azt, hogy az nem igaz. Viszont fontos megemlítenünk, hogy más-más médium ugyanazt a hírt más kontextusban közelíti meg. De ezek nem álhírek, csak más véleményt, más álláspontot fejeznek ki, írnak le.

Martina Chapman, médiaműveltség-szakértő az álhírek három elemét határozza meg: „*Bizalmatlanság, félretájékoztatás és manipuláció*” (Ray, 2020, 619). Ahhoz, hogy felismerjük az álhíreket, a különböző médiumok alapos ismeretére, keresztolvasásra, mélyfigyelemre (Dani, 2013) és fejlett szövegértelmezési kompetenciára van szükség. Ezeket a média- és információs műveltség fejlesztésével tudjuk tovább bővíteni, hiszen ahhoz, hogy tendenciózusan tudjuk kiszűrni az álhíreket, magas szinten kell elsajátítani az információk megfelelő szelektálását, szintetizálását. Különösen fontos a kritikai attitűd, kritikus értékelés képessége, mely a biztonságos információforrások felismerését, megítélését eredményezi, hiszen a médium, amin keresztül a világot nézzük, befolyásolja a gondolkodásunkat (Galántai, 2018), s ez a kutatásunkban előtérbe kerülő közösségi média platformok, és influenszerek szempontjából esszenciális fontosságú.

A médiatudatos nevelés céljából hozták létre a CRAAP modellt (2. táblázat), mely az angol currency, relevance, authority, accuracy és purpose szó rövidítése (Myhre, 2012). A modellen alapuló teszt segítségével megvizsgálhatjuk az információk időszerűségét, a szerző, kiadó személyét és elérhetőségét, további munkáit, a hitelesítő adatokat. A forrásból megtudhatjuk mennyire megbízható, valós az adott tartalom, ellenőrizhető-e más forrásból, objektív-e, esetleg elfogult a nyelvezete, helyesírási, tipográfiai hibákat tartalmaz (Leeder, 2019).

2. táblázat CRAAP teszt

C	currency	időszerűség	az információ időtlensége
R	relevance	relevancia	az információ fontossága
A	authority	hitelesség	az információ forrása
A	accuracy	pontosság	az információk megbízhatósága, valóságtartalma és helyessége
P	purpose	cél	az információ létezésének oka

(Myhre, 2012 alapján saját szerkesztés)

3. táblázat ARCS modell

attention figyelem	relevance relevancia	confidence bizalom	satisfaction elégedettség
észlelési izgalom	célorientáltság	tanulási követelmények	belső megerősítés
érdeklődő izgalom	motívumillesztés	sikeres lehetőségek	külső jutalmak
változatosság	ismertség	személyes felelősség	saját tőke

(Keller, 2009 alapján saját szerkesztés)

Hasonló működési elven alapul John Keller ARCS modellje (3. táblázat), mely az attention, relevance, confidence és satisfaction angol szavak rövidítése. A vizsgálat során az érdeklődés, relevancia, bizalom és elégedettség kérdéskörét ismerhetjük meg (Keller, 2009).

Megoszlanak a vélemények a hamis információk típusainak azonosításáról. Az online tartalmak értékelése során számos hamis vagy félrevezető hírrel találkozhatunk, melyek megértése és azonosítása kihívást jelent a felhasználók számára. Az internethasználók jelentős csoportja nem rendelkezik kellő szintű kritikai médiatudatossággal ahhoz, hogy adekvátan azonosítsa és értékelje a félrevezető információkat, ami az információs aszimmetria és a tudatos médiahasználat hiányából fakadó sérülékenységre utal. A kritikus digitális írástudás és a kockázatkezelés nem feltételezhető a 21. századi állampolgároknál, beleértve az internetes tartalomgyártókat is, mivel a digitális technológiák gyors változása és az oktatás hiányosságai miatt sokan nem rendelkeznek megfelelő készségekkel azok tudatos és biztonságos használatához. Ezért az oktatási intézményeknek és a könyvtáraknak is fontos szerepük van ezen képességek fejlesztésében (Nygren et al., 2021; Phippen et.al., 2021).

Mindezek alapján megállapítható, hogy az információs műveltség, mint a pontos információigény felismerésének és hatékony információhasználatnak képessége, kiemelt fontosságú a társadalomban. A könyvtárak gyűjteményeikkel és szolgáltatásaikkal megbízható és releváns információkeresést tesznek lehetővé, miközben a könyvtárosok kulcsszerepet játszanak abban, hogy támogassák a felhasználókat az internet információdömpingjében, amely gyakran az önellátás illúzióját kelti (Umeozor, 2020; Johnson et al., 2007; Eysenbach, 2007).

2.4.3. A könyvtárak dezinformáció elleni stratégiája

A dezinformáció, az álhírek áradata nem újkeletű jelenség, de a digitális tartalomkészítés térhódításával és különösen a közösségi média használatával vált komoly, a jólétet és a döntéshozatal folyamatát befolyásoló problémává társadalmunkban. A nem helytálló információk folyamatos terjedése mögött – akár szándékosan, akár véletlenül – állhat politikai célzat (propaganda), szatíra, valamint közösségi és médiajelenségek, mint félretájékoztatás, álhírek és pletykák. A „dezinformáció” kifejezés alatt olyan hamis információkat értünk, amelyek elsődleges célja a félrevezetés (Jones-Jang, 2021). Ebben a kontextusban a közkönyvtárak elengedhetetlen szereplőkké váltak a hírforrások kritikus értékelésének és a megkérdőjelezhető tartalmak felismerésére nevelés terén (Revez & Corujo, 2021; Lor, 2018). A korábban említett ACRL keretrendszert a dezinformációs diskurzusokban is alkalmazzák.

Ahogy az álhírek veszélye egyre fenyegetőbbé válik, úgy lesz egyre fontosabb a könyvtárak áhírfelismerésének gyakorlata és annak különféle módzatai (Barreto Junior &

Venturi Junior, 2020). Ez a látszólagos ellentmondás abból fakad, hogy a tudományos konszenzus még formálódik, miközben a könyvtárak tapasztalati úton, a gyakorlatban már alkalmazkodnak a kihíváshoz és fejlesztik módszertanaikat. Több kutató is az álhírekkel szembeni alapvető szereplőként tekint a könyvtárakra (Revez és Corujo, 2021; Lor, 2018). Revez és Corujo (2021) szerint az álhírek és a félretájékoztatás elleni küzdelmet célzó stratégiák többsége az információs műveltség oktatására, valamint a tekintélyen alapuló forrásértékelésre összpontosítanak, az érzelmi alapú felismerés kihívásával szemben (Kozłowska-Barrios, 2023). Ez a megközelítés szorosan kapcsolódik a könyvtárak gyakorlatához, hiszen a közkönyvtárak az informális és nonformális tanulás színtereként hagyományosan a kritikus információkezelési készségek fejlesztésének központjai, miközben egyre több programmal támogatják az érzelmi intelligencia és a médiaműveltség fejlesztését is. Így a könyvtárak nemcsak az információs műveltség oktatását szolgálják, hanem a komplexebb érzelmi és pszichológiai tényezők felismerését is integrálják módszereikbe az álhírek hatékonyabb felismerése érdekében.

Lor (2018) amellett érvel, hogy a könyvtár szerepére vonatkozó hagyományos feltételezések elavultak. A modern könyvtárak szerepe sokkal összetettebb, magába foglalja a társadalmi, kulturális és politikai dinamikákban való aktív részvételt, továbbá közösségi és oktatási központként szolgál, amely hozzájárul a tudás demokratizálásához és a kritikus gondolkodás fejlesztéséhez. Így a hagyományos, statikus könyvtárkép már nem tartható fenn a 21. században (Lor, 2016). Lim (2020) feltárta, hogy az álhírek felderítésére szolgáló ellenőrzőlistás megközelítés általános és elterjedt volt a könyvtárosok körében. Ez egy olyan módszer, amelynek célja az információk hitelességének és megbízhatóságának ellenőrzése bizonyos kritériumok vagy ellenőrzőpontok mentén. Viszont Sullivan (2019) szkeptikus a könyvtárosok azon törekvésével kapcsolatban, hogy vezető szerepet vállaljanak az álhírek „válságában”. Sullivan azt állítja, hogy a hagyományos könyvtári szolgáltatások (azaz a média- és információs műveltség oktatása) nem hatékonyak a félretájékoztatás elleni küzdelemben, és azt javasolja, hogy erőfeszítéseket kell tenni a félretájékoztatás valódi veszélyének megértésére, amely a dezinformáció elménkre gyakorolt hatása (Bon & Working group on Literacy and Reading strategies, 2019).

Az ALA 2019-es kutatása szerint a középiskolás diákok 80%-a tévesen szponzorált tartalmat valódi hírnek nevezett, 75%-uk nem tudott különbséget tenni valós vagy tisztességtelen hírek között a Facebookon, és csak háromból egy volt képes azonosítani a torzítást egy hírforrásban (American Library Association, 2019). Az ALA kutatási eredményei arra utalnak, hogy a tanulók digitális írástudása és kritikai forráshasználati kompetenciái nem érik el azt a szintet, amely szükséges lenne a Nemzetközi Oktatási Technológiai Társaság (International Society for Technology in Education – ISTE) által a digitális források szelektív

értékelésére, hitelességének vizsgálatára és integrált szintetizálására megfogalmazott sztenderdeknek való megfeleléshez (American Library Association, 2019).

Az ALA szerint a médiaműveltség olyan készségeket és tudást foglal magában, amelyek egyesek számára természetesen, de nem mindenki számára nyilvánvalóak. A szervezet ezen kívül aktívan demonstrálja, hogyan lehet azonosítani a különbséget a hamis és a valódi hírek között. Az ALA által előterjesztett médiaműveltségi kritériumok és útmutatások nem csupán az egyének, hanem a könyvtárak számára is kiemelkedő jelentőségűek. Hiszen a könyvtáraknak kulcsszerepe van abban, hogy támogassák és fejlesszék a felhasználók média- és információs műveltségét. Azáltal, hogy információs forrásokat biztosítanak, oktatási programokat szerveznek, és segítik a felhasználókat a kritikai gondolkodás fejlesztésében, a könyvtárak hozzájárulnak a megbízható információhoz és az álhírek felismeréséhez. A könyvtárak aktív szerepet játszhatnak abban, hogy a valódi hírek és az álhírek közötti különbséget felismerjük, s mindemellett lehetőséget teremthetnek a közösségi párbeszédre és tapasztalatcserére, elősegítve ezzel a tudatosság növekedését (American Library Association, 2019).

2.5. Összegzés

A 21. századi közkönyvtárak számottevő szerepet játszanak az élethosszig tartó nevelés és a média- és információs műveltség terén. Ez a fejezet kiemeli ezen intézmények információs társadalomban betöltött új szerepét, ahol az élethosszig tartó tanulás és a média- és információs készségek megszerzése létfontosságú. A könyvtárakra tekinthetünk információs forrásközpontokként, önálló tanulási színtérként, vagy a támogatás és útmutatás helyeként. Mind a három kategória együttesen fontos. Az első kategória a közkönyvtárak információforrásait azonosítja a tanulás szempontjából fontossá. A második kategória azt fejti ki, hogy a közkönyvtár, mint fizikai hely mindenfajta önirányító tanulást támogat mind a formális, mind az informális, s nonformális tanulás vonatkozásában. A harmadik és egyben utolsó kategória az útmutatás, mely a könyvtárosok azon képességének fontosságát jelöli, hogy a könyvtárban elérhető információs rendszerek használatával elősegítsék a tanulást. A közkönyvtárak olyan központokká váltak, amelyek az élethosszig tartó tanulási folyamat során is támogatást nyújtanak (Racsko et al., 2023).

A média- és információs műveltség terén a közkönyvtárak alapvető szerepet játszanak az emberek digitális készségeinek és tudatosságának fejlesztésében. A modern technológia térhódításával a könyvtárak nem csupán hagyományosan nyomtatott forrásokat kínálnak, hanem digitális adatbázisokat, internet-hozzáférést és számítógépes tréningeket is biztosítanak. Ezenkívül az információs műveltség terén a könyvtárak segítenek a felhasználóknak abban,

hogy hatékonyan navigáljanak az információáradatban, értékeljék és kritikusan gondolkodjanak az elérhető tartalmakról. A média- és információs műveltségre úgy is tekinthetünk, mint az élethosszig tartó tanulás egyik eszköze. A közkönyvtárak az egész életen át tartó tanulásban betöltött szerepének közös értelmezése az alapja a média- és információs műveltség oktatásának, fejlesztésének és a felhasználók igényeihez való igazításának (Gilton, 2012).

Ebben a fejezetben tehát azt hangsúlyozzuk, hogy a 21. századi közkönyvtárak sokkal többek, mint pusztán könyvtári gyűjtemények, hiszen „harmadik helyé” léptek elő (Oldenburg, 1999). Ezek az intézmények életre szóló tanulási központokká váltak, amelyek elősegítik az egyének folyamatos fejlődését, digitális készségeik bővítését, és támogatják őket az információs világban, médiahasználatban, melyek mind-mind hozzájárulnak a könyvtárak olvasóvá nevelő szerepéhez.

3. Az olvasóvá nevelés lehetséges könyvtári dimenziói

A következő fejezet az olvasóvá nevelés könyvtári lehetőségeit és ezek tudományos, gyakorlati hátterét tekinti át. Ennek során érintjük az olvasási kultúra jellemzőit, a könyvolvasás hatásait, az olvasóvá nevelés szabályozási környezetét, a magyar olvasáskutatás eredményeit, valamint a kapcsolódó hazai és nemzetközi könyvtárpedagógiai jó gyakorlatokat.

3.1. Az olvasási kultúra és a könyvolvasás kutatásokkal igazolt hatása

Jelen munka középpontjában a korábbi könyvtári szerepek mellett az olvasóvá nevelő funkció áll. A vizsgálat mélyebb elemzése érdekében szükséges a könyvolvasás és az olvasási kultúra fogalmi kereteinek meghatározása, amely a további érvelés és elemzés konceptuális alapját képezi. Az olvasás az egyik legrégebben létező és legnagyobb hagyománnyal rendelkező emberi tevékenység, amely mély gyökerekkel rendelkezik az emberiség történetében. Nem csupán az információhoz jutás eszköze, hanem kaput nyit a különböző világokba, élményekbe és gondolatokba. Egy olyan komplex mentális folyamat, amely során az egyén vizuális észlelés révén kapcsolódik az írott szövegekhez, s az emberi élet egy olyan aspektusát képviseli, amely az oktatás és a könyvtárak működésének legfontosabb pillére. A tudáshoz való hozzáférés elengedhetetlen az oktatási rendszer fejlődéséhez, a tudás megszerzésének egyik fő módja az olvasás. Az olvasás szélesebb körű társadalmi elterjedése és a tudás disszeminációja szorosan kapcsolódik Johannes Gutenberg nevéhez, aki a 15. század közepén a könyvek előállításának technológiáját alapvetően újíttotta meg, ezzel paradigmaváltást idézve elő a kulturális tudásközvetítésben (Akinola, 2021), így alakult ki az írásbeliség forradalmával a Gutenberg-galaxis (Dani, 2012), mely átalakította az olvasási kultúrát.

Cavallo és Chartier (1998) *„Az olvasás története a nyugati világban”* című műben részletesen kifejtik az olvasás történeti fejlődését. Az olvasás fogalmát a szakirodalomban számos kutató értelmezte, azonban jelen dolgozatban csupán néhány meghatározásra térünk ki, tekintettel arra, hogy vizsgálatunk középpontjában a szabadidős könyvolvasás áll, amely az olvasási tevékenység sajátos formájaként kifejezetten a könyvek szövegének értelmezésére és feldolgozására irányul. Míg az olvasás általános definiálása magában foglalhat mindenféle írott anyag – beleértve újságok, magazinok, online cikkek, blogok, közösségi média bejegyzések, és egyéb rövidebb szövegek – elolvasását, a könyvolvasás kifejezetten a könyv formátumú, hosszabb, összefüggő narratívák, tanulmányok vagy egyéb műfajú írásművek olvasását jelenti. Ahogyan Oates (2004) megfogalmazza, a könyvolvasás egy életen át tartó utazás, amely lehetőséget biztosít arra, hogy elmélyüljünk mások gondolataiban és érzéseiben.

Nuttall (1996) az olvasást a szövegből való üzenetek kinyerésének folyamataként értelmezi, míg Williams (1996) az írott szöveg megértéseként határozza meg (Solak & Altay, 2014). Mariam (1991) szerint az olvasás a tanulás kulcsfontosságú módja, hiszen az információ megértése nélkül sem a tanulás, sem az emlékezés nem valósulhat meg. Ariffin (1992) az olvasást olyan személyes tevékenységként írja le, amely többnyire egyedül zajlik, és gyakran információszerzéshez kapcsolódik. Tella és Akande (2007) az olvasást az önképzés, a tanulás, valamint a tapasztalatok, felfedezések, valamint a társadalmi változás megértésének és átalakításának képességeként határozzák meg. Alex-Nmecha és Horsfall (2019) arra hívják fel a figyelmet, hogy az olvasás az agy aktiválásán keresztül elősegíti az információk jobb asszimilációját. Akyol, Çakiroğlu és Kuruyer (2014) az olvasást interaktív folyamatként értelmezik, amely következtetésekből, a helyes hangalakok felismeréséből és a megértésből áll. Kutatásunk szempontjából különösen relevánsnak tűnik Howley (2015) megközelítése, amely az olvasás kreatív és interaktív jellegét hangsúlyozza. Ez a felfogás illeszkedik ahhoz a gyakorlathoz, amelyben az influenszerek és a könyvtárak közösen élményszerű, közösségi, párbeszédes formában próbálják megszólítani a közönséget. Az olvasás effajta értelmezése lehetővé teszi, hogy az együttműködés ne csupán információátadásra, hanem érzelmi és közösségi élményteremtésre is épüljön. Rosenblatt tranzakcionális elmélete szerint pedig az olvasás nem csupán a szöveg passzív befogadása, hanem az olvasó és a szöveg közötti kölcsönhatásban létrejövő jelentésalkotási folyamat. Ez alapján a jelentés nem eleve adott, hanem az olvasó tapasztalatai, elvárásai és az adott olvasási helyzet hatására alakul ki. Ez a megközelítés különösen fontos az olvasáskultúra és az olvasóvá nevelés vizsgálatában, mivel hangsúlyozza az olvasói aktivitás, az értelmezés és a személyes bevonódás szerepét (Béres, 2013; Rosenblatt, 1986).

Jegbefume (2012) szerint az írott szó befogadása és értelmezése során az olvasót négy tényező foglalkoztatja: a dekódolás, a megértés, a szövegelemzés és a válaszadás. A dekódolás vagy értelmezés az olvasás során a kódolt üzenet információvá alakításának folyamatát jelenti. Mivel ez magában foglalja az írott nyelv megértését, megköveteli a szavak pontos felismerésének képességét, és azt a módot, ahogyan a szavakat különböző kontextusokban használják. Egy írott üzenet csak akkor dekódolható, ha ismerjük az üzenet kódolásának nyelvét. Az olvasásértés a központi téma, a főbb gondolatok, az alátámasztó részletek és az írásminták azonosítását jelenti. Az írott üzenet szó szerinti értelmének dekódolása és megértése után értékeli annak jelentőségét, és megfelelő következtetéseket vonunk le belőle. A szövegelemzés – a szövegen belüli különböző egységek közötti kapcsolatok azonosításának folyamata annak érdekében, hogy különbséget lehessen tenni a releváns és irreleváns információk, az explicit és implicit információk, a tények és vélemények, példák és ötletek

között, valamint következtetések és következtetések levonása érdekében – elengedhetetlen a szöveg kritikus és értékelő megértéséhez.

Az olvasásnak három különböző típusa van, amint azt az Online Writing and Learning Link (OWLL)¹⁵ meghatározta: az áttekintés, a szkennelés és a mélyolvasás. Az áttekintés során az egyén átfutja az oldal főcímeit, címsorait vagy első mondatait, hogy gyorsan megismerje a tartalmat. A szkennelés során a figyelem az információ kiválasztására irányul, míg a mélyolvasás a szöveg alapos tanulmányozását jelenti a teljes megértés érdekében. Az elmélyült olvasásnak további négy stratégiája van, mint például a „RAP stratégia”, amely az olvasást, a kérdéseket és a válaszok megfogalmazását foglalja magában. Az olvasási folyamat számos kihívást jelenthet azon személyek számára, akik nem élvezik az olvasást, vagy látási, hallási problémákkal küzdenek (Alex-Nmecha & Horsfall, 2019). Egy másik tipizálás szerint létezik: átfutó olvasás, általános olvasás, közeli olvasás (Kozak & Recchia, 2018). Az átfutó olvasás lehetővé teszi az olvasott anyag megismerését, mely egy kezdetleges szakasznak tekinthető, különösebb összpontosítás nélküli olvasás. Az általános olvasás az adott anyag általános megértésére vonatkozik, ez már lehetővé teszi a konkrét információk lekérését, megismerését. Ez magába foglalja a szöveg átvizsgálását, hogy az olvasó gyorsan megkapja az információigénye szempontjából releváns információkat. S végül a közeli olvasás, ahogy az elnevezés is sugallja, az olvasottak sikeres megértése. Ezeket az olvasási típusokat olvasási készségeknak is nevezik (Kozak & Recchia, 2018). Grabe és Stoller (2002) szerint az olvasási készségre egész életen át szükség van.

Az olvasási műveltség és az olvasási kultúra olyan fogalmak, amelyek az élet során különféle tevékenységek (a mindennapi életben, valamint a szakmai környezetben és a tudományos kutatás területén) formájában jelen vannak. Jelen voltak tegnap, jelen vannak ma és jelen lesznek holnap. Az olvasási kultúra az olvasás fontosságának tudatosítása iránti attitűd építőköve. Az olvasás ma már túlmutat a pusztán készségfejlesztésen. Bár ez továbbra is alapvető jelentőségű, az olvasás nem csupán szabadidős tevékenység, hanem kulcsszerepet tölt be az emberi fejlődésben: fejleszti a szövegértést, a képzelőerőt és az empátiát, erősíti a koncentrációt, valamint támogatja az agyi kapcsolatok kialakulását és megújulását (Wolf, 2018). Az olvasási műveltség és kultúra eltérő mértékben jelenik meg az egyén mindennapi, családi és közéleti tevékenységében. Leggyakrabban a közéleti tevékenység részeként a közszolgáltatások keretei közé tartoznak, vagyis a társadalmi élet azon tartalmi közé, amelyeket az állam vagy a helyi közösség szisztematikusan és anyagilag támogat. Ez azt jelenti, hogy az olvasási műveltség és az olvasási kultúra fogalmai jelen vannak például óvodákban,

¹⁵ Útmutató a tudományos írási és tanulási készségekhez.

iskolákban, könyvtárakban, felsőoktatási intézményekben, múzeumokban (Vilar & Popovic, 2022).

Az olvasási kultúra Nyam (2015) definíciója szerint az a rendszeres olvasási tevékenység, amelynek eredményeképpen az egyének olyan attitűdöket és készségeket alakítanak ki, amelyek az olvasást kellemes, rendszeres és állandó élménnyé teszik. Ailakhu és Unegbu (2017) hangsúlyozzák, hogy az olvasási kultúra nem csupán az iskolai célokra korlátozódik, hanem az élet minden területére kiterjed. Az olvasás fokozatosan elveszíti az iskolai kötelezettségek iránti szükségességét, és belső értéket kap, amely az egyén kedvéért való olvasás iránti elkötelezettséget ösztönzi. Az említett kutatók arra a következtetésre jutottak, hogy az olvasási kultúra lényege az egyének ösztönzése, hogy az olvasásra, mint mindennapi életük részeként tekintsenek, és alakítsák ki a könyvolvasás olyan szokását, amely életük során elengedhetetlen, és amely egész életükön át örömet okoz (Ailakhu & Unegbu, 2017).

Az olvasás és az olvasási attitűd kapcsolatának kutatása kiemelten fontos, mivel az olvasási attitűd döntő tényező a fentebb említett olvasási készség és élmény kialakulásában. Az olvasási attitűd szorosan összefügg a tanulási eredményekkel, és kulcsfontosságú azoknak a tényezőknek a megértésében, amelyek hatással vannak az olvasási teljesítményekre. Az olvasási attitűd az olvasási folyamat egyik meghatározó komponense, amelynek adekvát megértése érdekében első lépésként szükséges az attitűd fogalmának pontos definiálása. Allport (1935) az attitűdöt érzelmi és mentális felkészültségként határozza meg, amely eseményeken, megértésen, érzéseken vagy motívumokon alapul bármely témával kapcsolatban (BAŞ, 2012). Fishbein és Ajzen (1975, 6) szerint „*az attitűd egy tanult hajlam, amely szerint az egyén kedvezően vagy kedvezőtlenül reagál egy adott tárgyra*”. Mindkét definíció hangsúlyozza az érzelmi összetevőt, amely befolyásolja az egyén adott témával kapcsolatos nézetét. Az olvasási attitűd az olvasási folyamat megkezdése előtt kialakuló fontos kiindulópont, és szorosan kapcsolódik az olvasási élményhez, valamint a tanulók tanulási eredményeinek előrejelzéséhez (Annamalai & Muniandy, 2013). Például a pozitív olvasási attitűd segítheti a tanulás teljesítményét és élményeit (Walberg et al., 1985), míg a negatív attitűdök akadályozhatják az olvasási fejlődést (Logan & Johnston, 2009).

Az olvasási kultúra ma is annak az eszköze, hogy az emberek rendszeres olvasással fejlődjenek és elérjék kitűzött céljaikat. Fontos, hogy ezt a könyvtárak is segítsék, hiszen amikor a legtöbb ember könyvtárakra gondol, nagyon leegyszerűsítve a könyvek gyűjteményére asszociál. Viszont, ahogy korábban ismertettük, a 21. században a könyvtárak sokkal többről szólnak. A könyvtárak szerepe és feladata ennél sokkal összetettebb és szélesebb körű. Ide tartoznak az oktatás, az egész életen át tartó tanulás és a digitális kompetencia, a média- és információs műveltség színterei is, mely funkciók megalapozzák az ebben a fejezetben kifejtett

könyvtári színteret, az olvasóvá nevelést. Ebben a kontextusban a könyvtárak, mint az olvasás és információhoz való hozzáférés elengedhetetlen alapközpontjai, kulcsszerepet játszanak az olvasási kultúra fejlesztésében és támogatásában.

Napjainkban az olvasás aktusa alapvetően átalakult, olyannyira, hogy egyes kutatók már az „*olvasás forradalmáról*” beszélnek, amely újraértelmezett megközelítést kíván az olvasás fogalmát illetően. Chartier (2010) egy interjúban hangsúlyozta a könyv forradalma és az olvasás forradalma közötti lényegi különbségtételt. A kódex feltalálása átalakította a könyvek előállításának módszerét a keresztény korszakban, és a kódex megjelenése radikálisan megváltoztatta a kézzel másolt szövegek sokszorosításának technikáját Gutenberg előtt. Az interjúban azt is kifejti, hogy az olvasás egymást követő forradalmi a szóbeli felolvasásról a csendes, szemléleti olvasásra való áttérés folyamatát indították el a középkorban. Chartier rámutat jelenünk forradalmi sajátosságára, amely három gyökeres átalakulást vetít elő: új szövegalkotási, feliratozási és szövegközlési technikákat kínál, új lehetőségeket teremt a szövegek számára (beleértve a számítógépeket is), és új olvasási módokat kényszerít vagy javasol, mint például a nem folytonos, töredezett, szegmentált olvasás. A digitális világba való belépés egyedülálló forradalmi jelentőségét nem szabad alábecsülnünk (Mari Bertoli et al., 2016).

Az olvasásnak számos dimenziója van, amelyek különböző szempontokból vizsgálhatók. Egyesek számára az irodalom értelmezését és élvezetét jelenti, míg mások számára leginkább az információgyűjtés és a tanulás eszköze. Ezen kívül az olvasás a kreativitás és a képzelőerő kibontakozásának terepe is, lehetőséget adva arra, hogy az olvasó elképzelje és átélje mások életét, kultúráját és gondolatait. Pozitív mentális hatásai is jelentősök: javítja a koncentrációt, a memóriát, a kreativitást, bővíti a szókincset, és akár nyugtató, stresszennyhító élményt nyújt (Szlafkai, 2016), miközben támogatja a személyes fejlődést. Lényegében olyan alapvető tevékenység, amelyre az oktatási és intellektuális készségek épülnek, hozzájárulva az emberi produktivitás, a szókincs és a nyelvi készségek fejlődéséhez (Gombos, 2020). Mivel kulcsfontosságú készség, amelyet életünk során folyamatosan használunk (Inderjit, 2014), fejleszti a kreatív gondolkodást, ösztönzi a kíváncsiságot, erősíti az élethosszig tartó tanulás kompetenciáját (Bulgurcuoglu, 2016), és hozzájárul a szakmai eredményekhez, karrierfejlődéshez (Karim & Hasan, 2007). Az olvasás hiánya a tanulási folyamatban negatív hatással lehet a diákok teljesítményére (Ad-Heisat et al., 2009). Willinsky (2017) szerint az olvasás az emberi civilizáció egyik legrégebbi életformája, s egyben alapvető életképesség, amelyet mindenkinek el kell sajátítania, hiszen az egész életen át tartó siker

sarokköve. A Book aid international¹⁶ 2003-as felmérése azonban azt mutatta, hogy a fejlett országok lakosságának többsége kikapcsolódásként olvas, míg emellett a fejlődő országokban csak a sikeres vizsgákért, tanulás érdekében olvas a népesség nagyobb része (Akinola, 2021).

Az előző fejezetben részletesen tárgyalt 21. századi könyvtári szerepek összefüggésében az olvasás továbbra is alapvető jelentőséggel bír a digitális média korszakában, amikor a média- és információs műveltség az alapvető kompetenciák közé sorolható. Az olvasás nem konkurenciája más médiumoknak, hanem fontos előfeltétele a kritikus internethasználatnak is. Az új médiumok újfajta olvasási stratégiákat és használati formákat igényelnek. A média minden szegmensében észlelhetők az olvasási szokások változásai. A modern olvasmányhordozók – főként e-book – egyre változatosabbá válnak, s emellett a mikroolvasás is egyre jobban előtérbe kerül, mely során az olvasó nagyon részletesen, aprólékosan elemzi a szöveg egy kisebb egységét, hogy mélyebb jelentéseket, összefüggéseket és stilisztikai sajátosságokat tárjon fel (Zhao, Li, & Su, 2024). Ez azt is jelenti, hogy a keresésen alapuló, címsor alapú, testreszabott és ugrásszerű olvasás váltak fő olvasási formákká.

Small – amerikai pszichiáter és agykutató – vizsgálatai kimutatták, hogy a könyvek és az online tartalmak olvasása eltérő agyi aktivitással jár. A könyvolvasás során az agy nyelvi, memóriához és vizuális feldolgozáshoz kötődő régiói aktívak, míg az internetezőknél a döntéshozatalért felelős prefrontális kéreg is működésbe lép. Ez azt jelenti, hogy az online keresés agyi stimulációt vált ki, s a digitális olvasás folyamatos döntéshozatalt igényel, amely túlterheli az elülső agyterületeket, nehezítve a mélyebb megértést és az elmélyült koncentrációt igénylő tevékenységeket (Carr, 2012). Wolf kutatásai szerint mindez azzal jár, hogy háttérbe szorul az elmélyült szövegértés képessége, így az olvasók inkább az információk gyors dekódolóivá válnak (idézi Carr, 2012, 159). A digitális újmédia korszakában tehát az analóg és digitális olvasás egymást kiegészítő folyamatokká váltak a Neumann-galaxisban (Dani, 2012).

Az olvasás nem csupán neurológiai működés, hanem alapvető szerepet tölt be az oktatás és a tanulás egész rendszerében. Az alapvető készségek fejlesztésétől kezdve a formális, nonformális és informális tanulási formákon át az egész életen át tartó tanulás szerves része. A könyvolvasás nem csupán passzív befogadás, hanem interaktív párbeszéd az író és az olvasó között, amelyben az írott szöveg értelmet nyer és gondolati kapcsolatok jönnek létre. A rendszeres olvasás hozzájárul az egyén kognitív fejlődéséhez, gondolkodási képességeinek gazdagodásához, és alapot teremt a tudatos tanulói magatartáshoz. Az olvasás fejlettsége szorosan összefügg az íráskészséggel (Jerrim & Moss, 2018), a szövegértéssel (Torppa et al., 2020), a helyesírással (Mol & Bus, 2011), valamint más területekkel, például a matematikai

¹⁶ Egyesült Királyságban bejegyzett jótékonyági szervezet, amely könyvekkel támogat közösségeket Afrikában és világszerte.

eredményességgel is (Guiñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022). Isaac (2007) továbbá az olvasási kultúra előnyei között kiemeli, hogy az olvasás aktív mentális folyamat, amely gondolkodásra ösztönöz és intelligenciát fejleszt, alapvető készségfejlesztő tevékenység, gazdagítja a szókincset és javítja a helyesírást, erősíti a koncentrációt és a fókuszot, növeli a fegyelmet, szakértelmet épít, a tartós és mély olvasás egy témában hosszú távon tekintélyt eredményez (Akinola, 2021).

Az olvasáskutatásban széles körű egyetértés van abban, hogy az olvasásnak társadalmi és gazdasági hatása van. Bourdieu elmélete szerint az olvasás kulturális tőkébe történő befektetés, amely halmozódik és öröklődik, így elősegíti az iskolai és társadalmi sikert (Pusztai, 2008; Bourdieu, 1999). Az olvasási készségek fejlettsége hatással van az iskolai teljesítményre (Locher és Pfof, 2019) és a munkaerőpiaci érvényesülésre is (Anderson et al., 1988). Mindezek alapján az olvasási kultúra fejlesztése nemcsak az oktatás, hanem a társadalmi jólét és a személyes fejlődés alapvető feltétele (Sudan, 2023; Akinola, 2021).

Az olvasáskutatásban egyetértés van abban, hogy az olvasásnak társadalmi és gazdasági hatása van. Az olvasás Bourdieu elmélete szerint a kulturális tőkébe való befektetésként értelmezhető, amely halmozódik és öröklődik, így hozzájárul az iskolai sikerhez (Bourdieu, 1999). A jobb olvasási készségekkel rendelkező emberek nagyobb valószínűséggel lesznek sikeresek az iskolában (Locher & Pfof, 2019) és a munkahelyen (Anderson et al., 1988). Így kijelenthetjük, hogy az olvasási kultúra fejlesztése mindenki számára kötelező, és fontos (Sudan, 2023; Akinola, 2021).

3.2. Az olvasóvá nevelés

Az irodalomtudomány, médiatudomány, nyelvészet, pedagógia, szociológia, pszichológia és könyvtártudomány szemszögének integrálása új perspektívákat nyithat az olvasásról alkotott elképzelésekben (Dani & Szabó, 2024). A téma összetettsége nemcsak az inter- és multidiszciplináris megközelítésből fakad, hanem az érintett szereplők sokrétűségéből is, hiszen mind a családi környezet, mind az intézményesített oktatás jól körül határolt funkciókkal rendelkezik. A szakirodalomban általánosan elfogadott nézet szerint az olvasók elsősorban a narratívákon keresztül szólíthatók meg. Noha az információs társadalom és a digitális média alapvetően formálja mindennapjainkat, az információátadás domináns módja továbbra is a történetmesélés és a narratív struktúrák használata (Nagy, 2021). Ebből következően az olvasóvá nevelés olyan komplex pedagógiai és kulturális folyamat, amelynek célja az olvasás iránti érdeklődés felkeltése, valamint annak szeretetének és rendszeres gyakorlásának kialakítása. A folyamat különböző módszereket és stratégiákat foglal magában, amelyek

egyenként támogatják az olvasási készségek fejlesztését és az irodalom, illetve az információs források iránti tartós elköteleződés kialakítását.

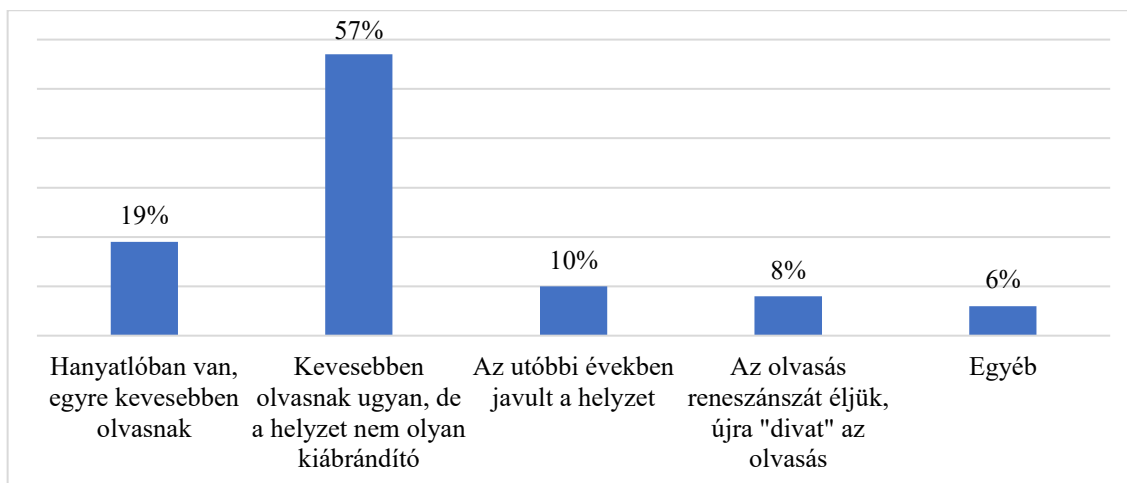
Az olvasás népszerűsítése többféle megközelítést és jelentést foglal magában, amelyek közös célja az egyének és közösségek olvasási gyakorlatának támogatása és a magasabb szintű olvasási kultúra kialakítása. Ez a tevékenység egyaránt megjelenik az intézményi és társadalmi diskurzusokban, ahol az olvasás népszerűsítését olyan cselekvésként értelmezik, amely hozzájárul az olvasó társadalom létrehozásához, valamint az olvasást az élet különböző területeire integrálja. Szociokulturális folyamatként az olvasási tevékenység támogatása, népszerűsítése a társadalmi és kulturális tényezők kölcsönhatását célozza, azok erősítése érdekében, akik az olvasási és írásbeli készségek fejlesztésében érintettek. A közkönyvtárak számára az olvasás népszerűsítése alapvető szolgáltatási feladatként jelenik meg, amely nemcsak az információs szükségletek kielégítését szolgálja, hanem társadalmi beavatkozási eszközként is működik, támogatva a pedagógiai célokat, például az állampolgári nevelést. Emellett stratégiai megközelítésként is felfogható, amely összekapcsolja az olvasókat a könyvek világával, elősegítve a kulturális fogyasztást és az olvasási szokások fejlődését.

Az olvasás népszerűsítésének mintázataiban több átfogó megközelítés is megfigyelhető. A fejlesztési irányzat az olvasótársadalom kialakítására összpontosít, hangsúlyozva az olvasók és az olvasás, valamint az általa létrehozott szimbolikus világok közötti találkozások elősegítését. A funkcionális megközelítés az olvasás népszerűsítését olyan stratégiaként értelmezi, amely a kulturális hiányosságok pótlására törekszik, különösen a nem olvasók integrálásával, hozzájárulva a tudatlanság leküzdéséhez. A kanonikus funkcionalista nézőpont a kulturált egyén kialakításának folyamatában komplex szerepet tulajdonít az alapvető könyvek olvasásának. Mindezek mellett a társadalmi megközelítés az olvasás népszerűsítését összekapcsolja a társadalom különböző szféráival, mint az emberi fejlődés és az állampolgári oktatás, kiemelve a családi beavatkozás és az állampolgári nevelés fontosságát (Álvarez et al., 2008). Ez jól illeszkedik ahhoz az együttműködéshez, amelyben a közkönyvtárak közösségi és nevelési szerepet töltenek be, a könyves influenszerek pedig hatékony közvetítőként és motiválóként jelennek meg az olvasói közösségek formálásában, támogatva így az olvasóvá nevelést társadalmi szinten.

„A könyvtárosok önmagukban nem oldják meg az olvasóvá nevelés feladatait, de olvasóvá nevelés könyvtárak nélkül elképzelhetetlen” (Nagy, 2001, 55). A könyvtárak hagyományosan elkötelezettek amellett, hogy erőteljesebben hozzájáruljanak az olvasási kultúra társadalmi szintű megerősítéséhez. Ez az elkötelezettségük abból ered, hogy ők azok a tudásmenedzserek, akik felelősek az információk megőrzéséért, rendszerezéséért, és mélyen hisznek az olvasás erejében, mint a szellemi fejlődés eszközében. A könyvolvasás egy valódi

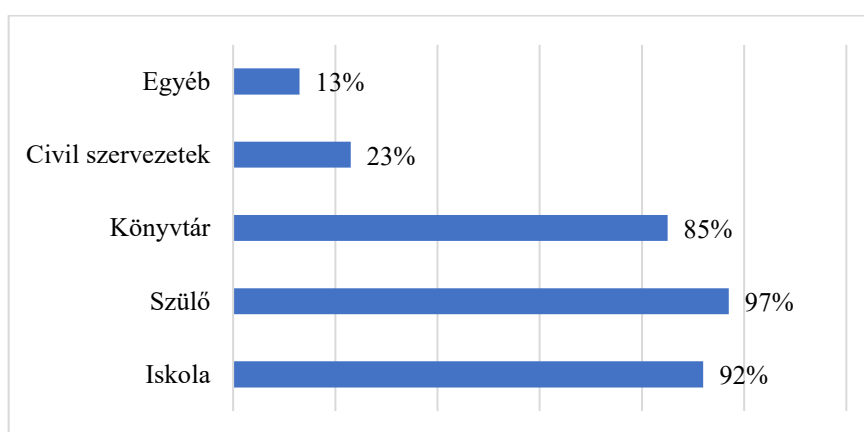
kapu egy másik univerzumba, nem korlátozott, hanem mindannyiunk számára hozzáférhető lehetőség. Ailakliu és Unegbu (2017) elmélete szerint a könyvolvasás egy olyan gondolkodási folyamat, amely a figyelmet a megértésre összpontosítja. A könyvolvasás nem kizárólagosan a gyerekekre vagy a kiemelkedően intelligensekre korlátozódik, hiszen bárki, aki olvasni vágyik, képes rá. Ogugua és társai (2015) rámutatnak arra, hogy az olvasási kultúra fejlesztésére irányuló stratégia részeként kiemelt szerepet kap a gyermekek olvasáshoz való hozzáférés biztosítása korai életkorban. Tehát már kisgyermekkorban kell elkezdni az olvasóvá nevelést, melyért főként a szülők felelnek, ebből kifolyólag a családot tekintjük az olvasóvá nevelés elsődleges színterének. Ezt követően a közoktatásba bekerülve, a pedagógusokra hárul a feladat, akik különböző módszerekkel, például versenyekkel, osztálytermi könyvtár kialakításával, igyekeznek helytállni. Viszont fontos, hogy a tanárokat is megfelelően képezzék, hiszen az iskola és az iskolai könyvtár meghatározó szerepet töltenek be ebben a folyamatban (Alex-Nmecha & Horsfall, 2019). Az olvasóvá nevelő stratégia célja a gyermekek olvasási készségeinek kialakítása és fejlesztése, miközben elismeri az oktatás kulcsfontosságú szerepét az olvasási kultúra építésében. A gyermekek könyvekről alkotott képzelete nagyban függ attól, hogy könyves környezetben nevelkedtek-e. Bár nem törvényszerű, de nagy a valószínűsége, hogy az e tekintetben kedvező környezet pozitív olvasói attitűdhez vezethet. Ezért, mint korábban említettük, az olvasóvá nevelést otthon, a családban kell elkezdni. Gombos (2019; 2013) szerint viszont a család ma már nem, vagy csak bizonyos helyeken tölti be azt a korábbi szerepét, hogy az írástudás szocializációjának meghatározó környezeteként funkcionáljon (Arany-Nagy, 2021). Az otthon és az iskola mellett a könyvtárak is kiemelkedő szerepet játszanak az olvasásnépszerűsítésben, olvasóvá nevelésben. Az iskolai könyvtár az oktatási intézmények szíve, ahonnan minden irányba áramlik a tudás, ezek olyan tárházak, ahol a tudást mind nyomtatott, mind digitális formában megőrzik és terjesztik. Az olvasóvá nevelés célja, hogy az egyének számára az olvasás életre szóló, pozitív és gazdagító élményt nyújtson.

Radics Krisztina (2020) kutatásában felmérte a magyar könyvtárosközösség véleményét az olvasásnépszerűsítésről, olvasóvá nevelésről. Az alábbiakban ebből a felmérésből emelünk ki néhány adatot. A 7. ábrán láthatjuk, hogyan vélekednek a könyvtárosok az olvasás helyzetéről hazánkban. Mint látható, a könyvtárosok többsége szerint - bár az olvasók száma csökkenő tendenciát mutat - a helyzet mégsem annyira kedvezőtlen, mint ahogyan azt elsőre feltételeznék.



7. ábra Az olvasás helyzete Magyarországon a könyvtárosok szerint
(Radics, 2020 alapján saját szerkesztés)

A könyvtárosok között széles körű egyetértés van abban, hogy kinek a feladata és felelőssége, hogy tegyen valamit ez ügyben, amint a következő ábrán is látható (8. ábra). A többválasztós kérdés válaszai a szakirodalmat támasztották alá, mely az olvasóvá nevelés színterének hármas dimenziója: 97% (173 fő) gondolja, hogy a szülők felelőssége tenni valamit, 92% (164 fő) szerint az iskoláknak is, melyekre az előző bekezdésben is kitértünk. Az olvasás olyan kulturális és intellektuális cselekvés, amely többnyire gyermekkorban szokásként alakult ki. Épp ezért a szülők hatékony szerepet játszanak gyermekeik olvasási szokásainak meghonosításában, mivel ők az első és legfontosabb szereplők a tanulási potenciál fellendítésére és serkentésére az állandó olvasási szokás kialakításával. A könyvtáraknak 85% (153 fő) tulajdonított felelősséget.



8. ábra Az olvasásnépszerűsítés felelősségköre
(Radics, 2020 alapján saját szerkesztés)

A könyvtár és a könyvtáros nélkülözhetetlenek az olvasási kultúra támogatásában, amely kulcsfontosságú a tudás elsajátításához és az egészséges szellemi fejlődéshez. A

könyvtár egy szervezett gyűjtemény, amely számos területen – tanulás, oktatás, kutatás, kikapcsolódás – szolgálja a tudáshoz való hozzáférést. Ez a hely a tudás szabad és hatékony megszerzésének támogatója, gazdag információs forrás és tudástár, nem csak nyomtatott formában. A könyvtár előmozdítja az írástudást és a kiválóságot, mint az ötletek és a kreativitás forrása. A könyvtárosoknak kulcsszerepük van az olvasási kultúra előmozdításában, ahogy a fenti 8. ábra is mutatja.

Radics kutatását a nemzetközi szakirodalom is alátámasztja. Clark és Rumbold (2006) a fiatalok közösségi hálózatok, játékok, zene iránti érdeklődését és a digitális technológia megjelenését az olvasás egyik kihívásként azonosították. Emellett arra is hivatkoztak, hogy a legtöbben, különösen a fiatalabb generáció tagjai nem tekintik hatékony időeltöltésnek az olvasást (Haliru et al., 2015). Az olvasási kultúra nem kielégítő tendenciái számos tényezőhöz kapcsolódnak, beleértve az okostelefonok megjelenését, a korlátlan internethozzáférést, a közösségi média megjelenését, az elavult könyvtári állományt (Kabagambe & Kanyika, 2023). Gaiman szerint az írástudó nemzedék kialakulásának kulcsa a könyvtáros azon képessége, hogy a gyerekekkel megszerettesse az olvasást (Petrushka & Mashtalir, 2023). Ezen kívül feladataik közé tartozik a szervezett és érdekfeszítő olvasmányok biztosítása az olvasóknak, különösen a diákoknak, akik gyakran találják unalmasnak ezt a tevékenységet. Az írástudással kapcsolatos szükségletek az elmúlt évek során folyamatosan növekedtek és változtak, összhangban társadalmunk technológiai fejlődésével és az ehhez kapcsolódó eszközök széles körű elérhetőségével (Biancarosa & Snow, 2006).

Több olvasás több tudást jelent. Képessé teszi az embereket arra, hogy aktívan részt vegyenek a tanulás folytonosságában. Ez a folytonosság, a literációs nevelés, egyfelől nem lehetséges a könyvtár és a könyvtáros segítsége nélkül. Másrészt a könyvtárak a hagyományos dokumentációs feladatok mellett egyre inkább nevelési funkciót látnak el, amely leginkább az olvasáskultúra fejlesztésében és az információs műveltség átadásában jelentkezik, ezek pedig alapvető részét képezik a műveltségre nevelés folyamatának (Sudan, 2023). Okebukola (2004) azt állítja, hogy az olvasás révén az emberek képesek arra, hogy tudásukat más generációk számára továbbadják.

A könyvtárosoknak különböző szerepekben, feladatkörökben kell megfelelniük az olvasóvá nevelés előmozdítása érdekében (Jawale, 2020). Ezek közül elsőként az információk kezelését és értelmezését említjük. A könyvtárosok szakemberek, akik mindenféle nyomtatott és digitális információval foglalkoznak. Szakértők az információ megtalálásában, rendszerezésében és az információs igények értelmezésében. A könyvtárosok csendes környezetet teremtenek, ahol az emberek nyugodtan elmerülhetnek a könyvek világában. Lehetőséget nyújtanak az olvasóknak, hogy a szükséges ismereteket, különböző módokon,

megszerezzék. A szolgáltatások elektronikus úton való elérhetőségét is segíti, kiterjesztve azokat az épület fizikai határain túlra. A könyvtárosok naprakész, releváns információkat nyújtanak, amelyek megkönnyítik a felhasználók hozzáférését az olvasmányokhoz, így globális elektronikus forrásokon keresztül gyorsan és akadálymentesen juthatnak információhoz, miközben a digitális tartalmak navigációjában és feldolgozásában is támogatást kapnak. Ennek következtében nő az igény a digitális olvasmányok iránt a hagyományos fizikai könyvtári szolgáltatásokkal szemben (Sung & Chiu, 2021). A modern, információs társadalomban, a technológia által vezérelt korszakban a következő generációk túllépnek az olvasási szokásokon. A könyvtárak központi szerepet töltenek be az olvasási kultúra fejlesztésében és nagy felelősséggel tartoznak a tudástársadalom felé az olvasási szokások kialakításában játszott szerepük miatt. Ennek érdekében a könyvtáraknak a hagyományos könyvtári szolgáltatásokat integrálniuk kell a digitális és virtuális lehetőségekkel, hogy felhasználóikat komplex módon szolgálják ki. Ez nemcsak a látogatottságot növelheti, hanem hatékonyabban támogatja az olvasási szokások kialakulását és fejlődését. Ezért a könyvtáraknak folyamatosan alkalmazkodniuk kell a felhasználói igényekhez és az olvasók változó szükségleteihez.

A könyvtár ideális csendes zónát biztosít, amely zavartalan olvasásra, írásra és gondolkodásra alkalmas. A könyvtárosok feladata a rend, a megfelelő megvilágítás, a tisztaság és a csend fenntartása, továbbá az olvasózónák szervezett kialakítása az olvasási érdeklődés ösztönzésére. Emellett fontos szerepük van a közösséggel való aktív együttműködésben. A könyvtárak elkötelezettek az ingyenes, egyenlő hozzáférés biztosításában a nyomtatott, elektronikus és audiovizuális információforrásokhoz, valamint támogatják az írás-olvasás fejlesztését, vonzó, releváns olvasmányokat kínálva minden korosztálynak. A modern könyvtárakat tanulási forrásközpontoknak vagy médiaforrásközpontoknak is nevezik, mivel a könyveken kívül számos tananyag is megtalálható gyűjteményeikben nyomtatott és nem nyomtatott formában egyaránt (Filina & Kostelna, 2023). Katalizátorként, híd-szereplőként (Pusztai, 2020) működnek, bátorítják és motiválják a felhasználókat a megfelelő olvasnivalóval, könyvtári orientációs programokkal, színes, kedvező olvasási környezettel és innovatív könyvtári szolgáltatásokkal, amelyek megragadják az olvasók figyelmét, és egészséges olvasási szokásuk kialakítására ösztönzi őket. Az aktív olvasási tudatosító programok, az információs műveltségi programok és más kezdeményezések segítik a gyerekeket és felnőtteket egyaránt a pozitív olvasási kultúra kialakításában (Jawale, 2020).

Martínez (2012) szerint az olvasás népszerűsítése nem pusztán olvasástámogatás, hanem társadalmi, kulturális, oktatási és politikai szinten értelmezett gyakorlat. Célja, hogy az olvasást központi szerephez juttassa az egyének képzésében, és átalakítsa azok szociokulturális mintázatát. Ez a folyamat elméleti és gyakorlati megközelítéseken alapul, amelyek a kritikus-

reflektív gondolkodást szolgálják. Az olvasási gyakorlatok során hangsúlyt kap a környezeti fenntarthatóságot tükröző cselekvések integrálása is, így az olvasás népszerűsítése egyben társadalmi, kulturális, gazdasági és politikai dimenziókat is magában foglal (Camillo & Castro Filho, 2022).

3.2.1. Az olvasási kultúrát érintő nemzetközi és hazai szabályozások

Az ALA az 1950-es évek elején a kor kihívásaira reagálva jogalkotási célokat tűzött ki, a kiadók, valamint a könyvtárosok az olvasás népszerűsítésére törekedtek az új kommunikációs eszközök, például a televízió és könyvklubok megjelenése által. Az 1958-ban USA-ban megrendezett Nemzeti Könyvtári Hét (National Library Week - NLW) összehozta a kiadókat, a könyvtárosokat és a civil vezetőket az olvasás fontosságát hangsúlyozva. Az esemény során kialakult a magán-köz partnerség és a többrétegű vezetés modellje, amelyet később a Kongresszusi Könyvtár a Center for the Book létrehozásával folytatott (Preer, 2010).

Az UNESCO számos kezdeményezést és ajánlást tett az olvasóvá nevelés érdekében, 1972 óta az olvasási kampány élén áll a Nemzetközi Könyvhét kihirdetésével (Bamberger, 1975). A szervezet célja az olvasási kultúra propagálása, az olvasási készségek javítása és az olvasás népszerűsítése (Gill, 2005; IFLA & UNESCO, 1994). Ennek érdekében az UNESCO minden év április 23-át a könyv világnapjának¹⁷, valamint szeptember 8-át az olvasás világnapjának nyilvánította. A célja az, hogy felhívja a figyelmet a könyv fontosságára és az olvasási kultúra népszerűsítésére, különös tekintettel a fiatalokra. A társadalomban az olvasási szokások népszerűsítésének elsődleges célja, hogy az olvasást a mindennapi élet szerves részévé tegye, és olyan rendszeres gyakorlattá alakítsa, amely iránt mindenki igényt tart, és amely élvezetet nyújt élete során. Az 1994-es UNESCO Nyilvános Könyvtári Kiáltvány hangsúlyozza a nyilvános könyvtár kiemelkedő szerepét a gyermekek olvasási szokásainak előmozdításában, a kreativitás és a fantázia fejlődésében (IFLA & UNESCO, 1994). Az olvasók egész életen át tartó nevelése a könyvtárosok küldetésének egyik alapelve (Gombos, 2020).

Az UNESCO Literacy Decade (Olvasási Évtized, 2003-2012) célja az olvasási készségek fejlesztése és az olvasáskultúra terjesztése világszerte. Egyik fő célkitűzése az volt, hogy minden gyermek és felnőtt számára biztosítsa az alapfokú oktatást és az olvasási készségek elsajátítását. Ennek érdekében az UNESCO különféle programokat indított, amelyek az iskolai oktatástól a felnőttképzésig terjedtek, és hangsúlyt fektettek a hátrányos helyzetű csoportok, például a nők és a vidéki közösségek támogatására. Az UNESCO kampányokat és

¹⁷ Az első könyv világnapja 1995. április 23.

projekteket támogatott, amelyek erősítették a könyvtárak szerepét és ösztönözték a közösségi olvasási programokat, hiszen célja egy olyan fenntartható olvasási kultúra kialakítása, amely ösztönzi az élethosszig tartó tanulást és a kritikai gondolkodást. Emellett a könyvkiadás és terjesztés támogatása, különösen az olcsó és hozzáférhető olvasmányok biztosítása is fontos volt. A projekt keretein belül kutatásokat és felméréseket végeztek az olvasási szokások megértése érdekében, és együttműködtek kormányokkal, nemzetközi szervezetekkel és civil csoportokkal. A program hosszú távú hatása a tudásalapú társadalmak és a fenntartható fejlődés elősegítése révén mutatkozik meg (UNESCO, 2003).

A lakosság olvasási aktivitásának csökkenésének problémája általános civilizációs jellegű, ezért megoldásában fontos szerep hárul az olvasáshoz közvetlenül kapcsolódó szakemberek nemzetközi együttműködésének vezető központjaira. Az IFLA Könyvtárfejlesztési Program Stratégiai Programjának egyik középponti eleme az olvasás népszerűsítése, a könyvtár gyermek- és ifjúsági küldetésének legfontosabb részeként fogalmazzák meg (Haggström, 2004). Ehhez kapcsolódó projekt az IFLA School Library Guidline, mely kulcsfontosságú irányelveket nyújt az iskolai könyvtárak működéséhez, különösen az olvasóvá nevelés terén (IFLA, 2015). Viszont jelen kutatás szempontjából relevánsabb a 2019-ben létrejött *„Bevonás a stratégiai műveltségbe és olvasásba: az IFLA eszköztár könyvtáraknak”* ajánlás (IFLA, 2022). Az ajánlás célja, hogy támogassák a könyvtári egyesületeket, könyvtárakat és könyvtárosokat abban, hogy megőrizték a könyvtárak kulcsfontosságú szerepét az írástudás terjesztésében és az olvasás népszerűsítésében. Emellett az ajánlások arra ösztönzik a könyvtárakat, hogy igyekezzenek és tartsák fenn ezt a szerepet az állami szervekkel való együttműködésben, és az országos stratégiákban való megszilárdításuk érdekében. Az eszköztár kifejezetten az országos szintű stratégiák támogatására tervezték, ugyanakkor további instrukciókat is tartalmaz, melyek regionális, ágazati és intézményi stratégiák kialakításában alkalmazhatók. Az eszköztár széleskörűen használható különböző kontextusokban, akár a stratégiaalkotás kezdeti szakaszában, akár már meglévő fejlesztési és megújítási folyamatok során. Az IFLA-ban a Gyermek- és Ifjúsági Könyvtári Szekcióban, valamint a Különleges szükségletűek Könyvtári Szolgáltatások Osztályában az olvasás népszerűsítése kiemelt tevékenységi terület. Ezen részlegek számos ajánlást dolgoztak ki a könyvtári szolgáltatások általános fejlesztésére a célközönségük számára. Bár nincsenek kifejezetten az olvasás népszerűsítésére vonatkozó dokumentumaik, az ajánlások között szinte mindenhol érintik ezeket a témákat közvetve (IFLA, 2022).

Az IFLA ezen kívül arra összpontosít, hogy egy olvasásnépszerűsítő esemény sikere két fő tényezőn alapul: a folyamaton és az eredményeken. A folyamat magában foglalja az esemény tervezését és lebonyolítását, míg az eredmények azt mutatják meg, milyen hatással van az

esemény résztvevőire, a könyvtárra és más érdeklődőkre. Az IFLA olyan mutatókat javasol az események hatékonyságának értékelésére, amelyek a következő területekre összpontosítanak:

- közönség - résztvevők száma, részvételi arány, résztvevők attitűdje hogyan változott meg az eseményen való részvétel következtében rövid és hosszú távon,
- programok, tevékenységek - a programok relevanciája, tartalmi célszerűsége, szervezési szintje, elfogadhatósága, hangulata, és az erőforrások hatékony felhasználása,
- könyvtárak - a könyvtári erőforrások felhasználásának hatékonysága, a programok könyvtári küldetéshez való relevanciája, a könyvtári szolgáltatásokra vagy forrásokra gyakorolt hatás mértéke, a személyi állomány fejlődése, és a könyvtári kapcsolatokra gyakorolt hatás,
- tervezés - a tervezési tevékenység hatékonysága, produktivitása, a tervezési folyamatban résztvevők bevonásának mértéke, pozitív interperszonális kapcsolatok kialakítása a résztvevők között, az erőforrások racionalitása, és az ilyen tervezés kilátásai (IFLA, 2022).

Ezen mutatók segítségével az IFLA lehetővé teszi az események értékelését és annak felmérését, hogy milyen hatást gyakorolnak a résztvevőkre és a könyvtári közösségekre. Az IFLA által meghatározott tényezők mellett különböző elveket is meghatároznak a szakirodalomban, melyeket az olvasásnépszerűsítő programok, kezdeményezések esetén alkalmazhatnak a könyvtárak. Az első elv a tartalomminőséget helyezi előtérbe. A könyvtárak olvasásnépszerűsítési modelljei az olvasók könnyebb tájékozódását célozzák meg, a forma pedig a tartalom szolgálatában áll. Az értékelés fókuszja a tartalomminőségen van, kiemelve annak fontosságát az olvasók hatékony információszerzésében. A második elv az átfogó szemléletre összpontosít. A könyvtárak különböző újmédia olvasásnépszerűsítési modellekkel rendelkeznek. Ezért az értékelésnek figyelembe kell vennie a modellek sokféleségét és az átfoghatóság szükségességét, hogy az összetett információkat pontosan és hitelesen tükrözze. A harmadik elv a dinamikus és statikus indikátorok kombinációjára összpontosít. Az internet korszakában a könyvtárak olvasásfejlesztési modelljei folyamatosan frissülnek, és az értékelésnek ezt a dinamikus változást is figyelembe kell vennie. A technológiai fejlődéssel összhangban az értékelésnek dinamikus és statikus jellemzőkkel kell rendelkeznie. A negyedik elv az alkalmazhatóság elve, amely azt kéri, hogy az értékelési rendszer könnyen érthető legyen mind tartalmi, mind működési szempontból. Ez lehetővé teszi az emberek számára, hogy könnyen megértsék és alkalmazzák az értékelést, valamint a technológiai alapú értékeléshez releváns módszereket. Az ötödik elv a felhasználói élményre helyezi a hangsúlyt, és az olvasásnépszerűsítési mód értékelését az egyetemi könyvtárak alapvető munkájának tekinti. Célja, hogy javítsa az olvasók és felhasználók olvasási élményét, figyelembe véve a

felhasználói igényeket és visszajelzéseket, és középpontba helyezze a felhasználóközpontú megközelítést (Du, 2021). Ezek az elvek hatékony iránymutatást adnak az olvasásnépszerűsítő programok tervezéséhez és értékeléséhez. Például a tartalomminőség elve kiemeli, hogy az olvasással, könyvekkel kapcsolatos online tartalmak mindenképp megbízható olvasási források legyenek, akár könyvtáros, akár könyves influenszer által készülnek. A második elv ebben a tekintetben a könyvtárak online jelenlétére utal, mely olykor az új olvasási trendekre, igényekre válaszol. A felhasználói élmény hangsúlyozása pedig az olvasók motivációjának és elégedettségének növelésére irányul, például online könyvklubok, interaktív olvasói fórumok vagy közös tartalomkészítési projektek formájában. Így ezek az elvek nemcsak elméleti háttérrel nyújtanak, hanem konkrét példákkal, programokkal és módszerekkel is kapcsolódnak kutatásunkhoz, ezáltal a dolgozat második felében gyakorlati szempontból is visszatérnek.

A Nemzeti Alaptanterv (NAT) az oktatási rendszer keretrendszerét és irányelveit határozza meg, melyben az olvasóvá nevelés központi elemként jelenik meg, integrálódik az iskolai tantervekbe, és kulcsszerepet játszik a diákok szövegértési és kritikai olvasási képességeinek fejlesztésében. Ezen kívül célkitűzései között szerepel azon alapvető olvasási készségek és attitűdök biztosítása a diákok számára, amelyek az önálló és az élethosszig tartó tanulásra motiválnak. Az olvasás, mint a tanulás alapvető eszköze, nemcsak az irodalom és a nyelvi kompetenciák terén, hanem a tudományos és kritikai gondolkodás fejlesztésében is központi szerepet kap (Füzfa, 2021). Az alaptanterv keretében a nevelési-oktatási szakasz végére elvárt fejlesztési eredmény, hogy a tanuló legyen nyitott az irodalmi művek befogadására, értse és értelmezze a különböző műfajú szövegeket. A formális oktatási rendszer keretén belül ezáltal azok az irányelvek és szabályok kerülnek biztosításra, amelyek elősegítik az olvasóvá nevelést, így hozzájárulnak a diákok átfogó műveltségének és tudásának fejlesztéséhez. A szövegértés, a kritikai gondolkodás, az értékek közvetítése, a kreatív szövegalkotás és az életkornak megfelelő irodalmi művek élményszerű feldolgozása mind a tantervi követelmények között szerepelnek (Magyarország Kormánya, 2020). A 2020-as Nemzeti Alaptanterv szerint a könyvtárostanárok kulcsfontosságú szereplők az olvasóvá nevelés megvalósításában. Feladatuk, hogy a gyakorlatban érvényesítsék a tantervi célokat, miközben a közkönyvtárak szakmai támogatást és széleskörű forrásokat biztosítanak az olvasóközösségek kialakításához. Ez a partnerség teszi lehetővé a diákok számára, hogy változatos, élményközpontú olvasási tapasztalatokat szerezzenek, amelyeket a NAT különösen támogat. De a NAT hangsúlyozza, hogy az olvasóvá nevelés nemcsak oktatási, hanem társadalmi feladat (Magyarország Kormánya, 2020).

A NAT-on kívül a Digitális Oktatási Stratégia (DOS)¹⁸ is jelentős szerepet játszik az olvasóvá nevelésben a digitális technológia oktatási integrációjával, bővítve a diákok olvasási élményeit és hozzáférését az e-könyvekhez, online olvasmányokhoz, digitális könyvtárakhoz. A stratégia fő célja a digitális kompetencia fejlesztése, beleértve az információkeresést, kritikai olvasást és az online tartalmak értékelését, ami különösen fontos az olvasóvá nevelés szempontjából. Továbbá támogatja a közösségi és interaktív tanulási formákat, például online könyvklubokat és virtuális olvasóközösségeket, amelyek gazdagítják az olvasási tapasztalatokat és motiválják a tanulókat (Kökényesi, 2021; Racsco, 2017). Ezen kívül elősegíti a digitális eszközök és platformok használatát, így fontos keretet biztosít a könyves influenszerek és közkönyvtárak együttműködésének. A stratégia támogatja az olvasási élmények bővítését és a digitális kompetenciák fejlesztését, ami lehetővé teszi, hogy a könyves influenszerek hatékonyan kapcsolódjanak a fiatal online közönséghez, míg a könyvtárak szakmai háttérrel és hozzáférést biztosítanak. Ez az együttműködés új, interaktív olvasásnépszerűsítési formákat kínál, amelyek erősítik az olvasási motivációt és közösségi élményt teremtenek. Így a kutatás témája releváns és illeszkedik a mai digitális oktatási kontextushoz.

3.3. A magyar olvasáskutatás eredményei

Az 1978-ban és 1983-ban végzett felmérések szerint az olvasás háttérbe szorult a 15–18 évesek körében a kötetlen társas tevékenységek előtérbe kerülése miatt (Tóth, 2017). Ennek ellenére a fiatal nők könyvtárhasználata már ekkor is jelentős volt: 1978-ban a 10–14 évesek 60–70%-a használt könyvtárat (Gereben & Nagy, 1992). A 12–14 éves lányok körében 2004-ben alacsony volt a rendszeresen olvasók aránya (Ábrahám, 2006), viszont a könyvtári tagsággal nem rendelkezők aránya csökkenésnek indult, és a 12–14 évesek 79%-a már könyvtárat használt. A 14–17 és 18–29 évesek olvasási szokásai jelentős ugrást mutattak 2005-ben (Gyenes, 2005), majd 2018-ra a könyvet olvasók aránya 94–100% közé nőtt, jelezve az olvasási gyakoriság általános növekedését az egész korcsoportban (Kollár, 2021). A fiatal felnőttek körében a könyvtártagság is emelkedett: 2005-ben 12%-ról 2010-re 50%-ra nőtt, míg a nőknél az arány 66% volt 2018-ban (Kollár, 2021). 2019-ben ugyanakkor a 12–14 éves korcsoportban a könyvtárhasználat aránya 70%-ra csökkent az előző évekhez képest.

¹⁸ Magyarország kormányának átfogó terve az oktatási rendszer digitális átalakítására. Célja, hogy az ország valamennyi oktatási szintjén megteremtse a digitális oktatás feltételeit, biztosítsa az eszközöket és infrastruktúrát, valamint fejlessze a tanulók és pedagógusok digitális kompetenciáit.

4. táblázat A könyvolvasás gyakoriságának időbeli változása

	1964	1985	2000	2005
Egyet sem olvasott az utóbbi 1 évben	41%	38%	52%	60,2%
1-3 könyvet olvasott az utóbbi 1 évben	36%	22%	23%	7,5%
Legalább egyet negyedévenként	36%	23%	13%	15,9%
Havonként legalább egy könyvet elolvasott	23%	17%	12%	16,4%

Az 1964-ben készített országos kutatást Mándi Péter vezette. Az 1985-ös országos kutatást Gereben Ferenc és a Könyvtártudományi és Módszertani Központ készítette (Gereben, 1986). 2000-ben a TÁRKI végzett országos reprezentatív kutatást. A 2005. évi TÁRKI Háztartás Monitor kutatás egy 1992 óta folyó longitudinális vizsgálatsorozat része. A kutatásban 3674 18 év feletti fő vett részt. Az adatfelvétel 2005. szeptember 16. és október 15. közötti hónapban zajlott le (Nagy & Péterfi, 2006 alapján saját szerkesztés).

5. táblázat Könyvtárhasználat gyakoriságának változása 1985 és 2017 között

	1985	2005	2017
Heti rendszerességgel	29%	25%	14,9%
Havonta	50%	41%	36,2%
Negyedévente vagy ritkábban	20%	34%	48,5%

A 2017-es országos reprezentatív kutatás a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” című (EFOP-3.3.3-VEKOP16-2016-00001) pályázat keretein belül zajlott „Az én könyvtáram” címmel (Tóth, 2017 alapján saját szerkesztés).

Pusztai (2008) rámutat, hogy jelentős különbségek vannak a könyvolvasási szokásokban a felekezeti és nem felekezeti iskolák diákjai között. Kutatásai alapján a felekezeti iskolák tanulói több könyvet olvasnak és gyakrabban vesznek részt olvasási tevékenységekben, ami részben a magasabb kulturális tőkének és az erősebb olvasási motivációnak köszönhető. De kiváltó ok lehet a Biblia is, hiszen az olvasása otthon is szokás a hívő családokban. A családi háttér és az otthoni környezet szintén meghatározó szerepet játszik az olvasási szokások kialakulásában, mivel a könyvekhez és az olvasáshoz való hozzáférés növeli az olvasás iránti elkötelezettséget. Az iskolai közeg és a pedagógiai módszerek is befolyásolják az olvasási szokásokat, a felekezeti iskolákban nagyobb hangsúlyt fektetnek az olvasás népszerűsítésére. A határmenti térség sajátosságai, ahol a közösségi és családi értékek erősebb hatással vannak, szintén alakítják az olvasási szokásokat, kiemelve a kulturális és társadalmi tényezők szerepét az olvasóvá válás folyamatában (Pusztai, 2020).

Egy marketingkutatásokra szakosodott Kutatócentrum 2013-ban egy 1000 fős reprezentatív mintán végzett online gyorskutatást, amely a 18-65 év közötti korosztály olvasási szokásainak gyakoriságát, az olvasáshoz való hozzáállását, a könyvvásárlási magatartását, valamint az olvasói érdeklődési területeiket vizsgálta. A kutatás adatai szerint a megkérdezettek legnagyobb része, 60%-uk, a sikerkönyveket és bestseller-regényeket részesíti előnyben. A szépirodalmi művek 35%-os, a történelmi témájú könyvek és memoárok pedig 30%-os népszerűséget élveznek. Az életmóddal, egészséggel és otthonnal kapcsolatos kiadványokat a válaszadók 24%-a, míg a gasztronómiai könyveket 20%-uk kedveli. Az ezotéria témakörébe tartozó műveket és az utazási könyveket hasonló arányban, a megkérdezettek 13-13%-a olvassa. Nemek szerint eltérések is megfigyelhetők voltak: a férfiak inkább a sporttal és egyéb

speciális témákkal foglalkozó könyveket választják, míg a női olvasók körében közel másfélszer nagyobb arányban kedveltek az életmóddal, gasztronómiával és ezotériával kapcsolatos kiadványok (Domokos, 2016).

Balogh kutatása a 2016-os Mikrocenzus adatait felhasználva vizsgálta, hogyan befolyásolja a magyar 15–17 éves fiatalok szabadidő-eltöltése szubjektív jóllétüket. A kutatás szerint a szabadidős tevékenységek, különösen a sport és az olvasás, pozitív hatással vannak a gyermekek jóllétére, bár a képernyőalapú tevékenységek időnként negatív hatásokat is eredményezhetnek, például csökkenthetik a stresszt megfelelő keretek között. Az olvasás inkább városi és budapesti gyermekek körében gyakori, és a szülők magasabb iskolai végzettsége, a kedvezőbb anyagi helyzete növeli az olvasási esélyeket. A munkaerőpiacon aktív szülők gyermekei szintén nagyobb valószínűséggel olvasnak, és az egyszülős családokban élő gyermekek valamivel többet olvasnak, mint a kétszülős családokban élők. A nappali tagozaton tanuló gyermekek négyszer nagyobb eséllyel olvasnak rendszeresen, mint akik már nem vesznek részt képzésben. A fiúkhoz képest a lányok nagyobb arányban választják az olvasást szabadidejük eltöltésére. A kutatás szerint a rendszeres internetezés és a könyvolvasás egyaránt pozitív hatással van az élettel való elégedettségre, az előbbi erőteljesebb hatást gyakorol (Balogh, 2022).

Egy országos reprezentatív 2017-es felmérés eredményei szerint a legfiatalabb felnőttek, különösen az egyetemisták között a könyvtárak iránti érdeklődés és tagság jóval magasabb, közel négyszerese a teljes felnőtt lakosság átlagának. Ezzel szemben a 18 év alattiak több mint fele soha nem vált könyvtári taggá, miközben közel egyharmaduk jelenleg is aktív könyvtári tagként használja a szolgáltatásokat. A demográfiai elemzések azt mutatták, hogy a nők hajlamosabbak a könyvtári tagságra, mint a férfiak. A gyerekek könyvtárhasználati aránya háromszor magasabb, mint a felnőtteké, de közöttük többen még soha nem voltak könyvtári tagok. Ezek az adatok megfelelnek egy korábbi kutatásnak, amely kimutatta, hogy a 20 év alattiak 11%-a sosem regisztrált könyvtári tagként, míg a 20 év felettieknek csak 3,1%-a nem volt még tag (Tóth, 2017). Emellett a könyvolvasásra fordított idő csökkenése különösen jelentős a 15–25 éves korcsoportban, ahol a fiatalok 64%-a gyakorlatilag nem olvas könyveket.

A Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat kutatása szerint a fiatalok naponta átlagosan 54 percet töltöttek olvasással 2005-ben, míg 2017-ben ez az időtartam 39 percre csökkent (Danó, 2018). Ennek egyik oka, hogy az olvasás nem teszi lehetővé a párhuzamos tevékenységeket, a multitaskingot. A fiatalok kevés időt fordítanak a hírek olvasására, és ebben elsősorban a közösségi média platformjait használják fel. Habár ez önmagában nem feltétlenül okozna problémát, aggodalomra ad okot, hogy a közösségi média celebektől származó információkat hitelesebbnek tartják, mint az autentikus forrásokból származókat. Ennek

következtében a serdülők egyre kevésbé tartják megbízhatónak a szüleiktől és az iskolában kapott információkat (Danó, 2018).

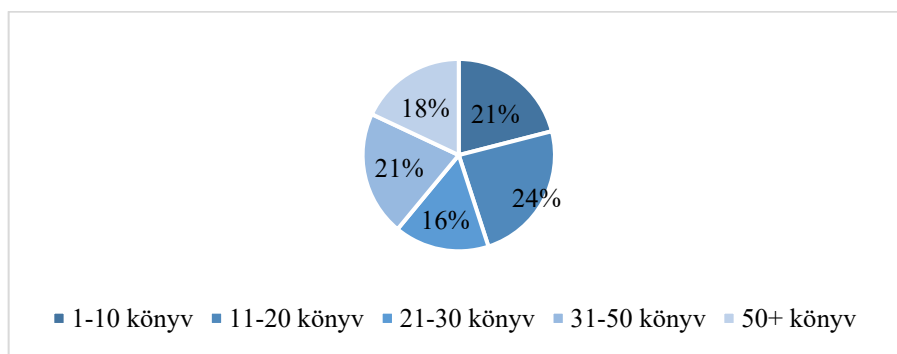
Egy hazai, kizárólag 12-30 éves nőket vizsgáló kutatás során, 2018 december-2019 január között 579 főt vizsgáltak. Az adatok szerint a 20–30 éves korosztály nagy többsége, 97%-a rendszeresen olvas könyveket, különösen szereti és nemcsak tankönyveket, hanem szépirodalmi műveket is. A 20 év alattiak között legelterjedtebb olvasási szokásként a havi legalább egy könyv elolvasása mutatkozott, míg a 20 év felettiek közel fele csak havonta vagy ritkábban olvas könyvet. Az idősebb korosztályban gyakoribb a negyedévente és félévente legalább egy könyvet olvasók aránya. Az idősebb korosztályban többen olvasnak heti vagy havi rendszerességgel több órát, azonban a napi több órás olvasók aránya kisebb, mint a 12–20 éves fiatalok körében. Az éves szinten elolvasott könyvek száma tekintetében a 20 év alattiak – korábbi kutatási eredményekkel összehangban – nagyobb arányban olvasnak több könyvet, mint az idősebb generációk. A 12–15 évesek 37%-a, míg a 16–20 évesek 42%-a számolt be arról, hogy évente több mint 20 könyvet olvas. Ezzel szemben a 21–25 évesek esetében ez az arány 19%, míg a 26–30 éveseknél 28%-ot ért el. A könyvolvasás gyakorisága korcsoportok között tért el, a 12–20 éves korosztályban ez az arány elérte a 23%-ot. Az évente elolvasott 6–10, illetve 10–20 könyv aránya pedig minden vizsgált korcsoportban körülbelül egynegyedét tett ki (Kollár, 2021).

A hazai olvasáskutatás országos reprezentatív vizsgálatai alapján megállapítható, hogy a 18 éven felüli nők intenzívebben és gyakrabban olvasnak, mint a férfiak. Könyvtári adatok szerint a könyvtári szolgáltatásokat igénybe vevők kétharmada nő. Az idősebb, 60-74 éves korosztály vizsgálata kimutatta, hogy bár a nők összességében kevesebb időt fordítanak olvasásra, több időt töltenek könyvolvasással, míg a férfiak inkább újságokat és folyóiratokat olvasnak. A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár megbízásából végzett „Az én könyvtáram” projekt részeként 2017 és 2019 között két reprezentatív olvasásmérést végeztek. Az adatgyűjtést a Psyma Hungary Kft. végezte, 1500-1500 főt kérdeztek meg „sétás módszerrel”. Az eredmények alapján a 60 év felettiek körében csak 2% rendelkezik e-book olvasóval, de 12% szokott laptopon olvasni. A műfaji preferenciák változtak, csökkent a non-fiction népszerűsége, míg a kalandregények, romantikus történetek, idegen nyelvű irodalom és sci-fi népszerűsége nőtt. A nők nyitottabbak a kortárs irodalomra, míg az idősek számára a televízió a legnagyobb konkurencia az olvasással szemben. Az idősek gyakrabban jelölték meg a megromlott látást az olvasás akadályaként. A kutatás összehasonlította a magyar kamaszok és idősek irodalomképét, és azt találta, hogy az idősek még mindig szórakoztató tevékenységként tekintenek az olvasásra, míg a fiatalok számára kevésbé vonzó az irodalom. A kutatás eredményei arra hívják fel a figyelmet, hogy további kutatásokra és cselekvésre van szükség az idősebb korosztály speciális

kultúrafogyasztási igényeinek jobb megértése és kielégítése érdekében (Gombos et al., 2020). Mindezen kutatások rávilágítanak arra is, hogy az olvasási szokások alakulása nemcsak nemi és életkori különbségeket mutat, hanem a társadalmi tényezők és a technológiai változások hatását is tükrözi, így relevánssá válnak kutatásunk szempontjából, segítenek megérteni a különböző társadalmi csoportok olvasási környezetét, motivációit és preferenciáit.

3.3.1. TÁRKI Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások 2020, 2023

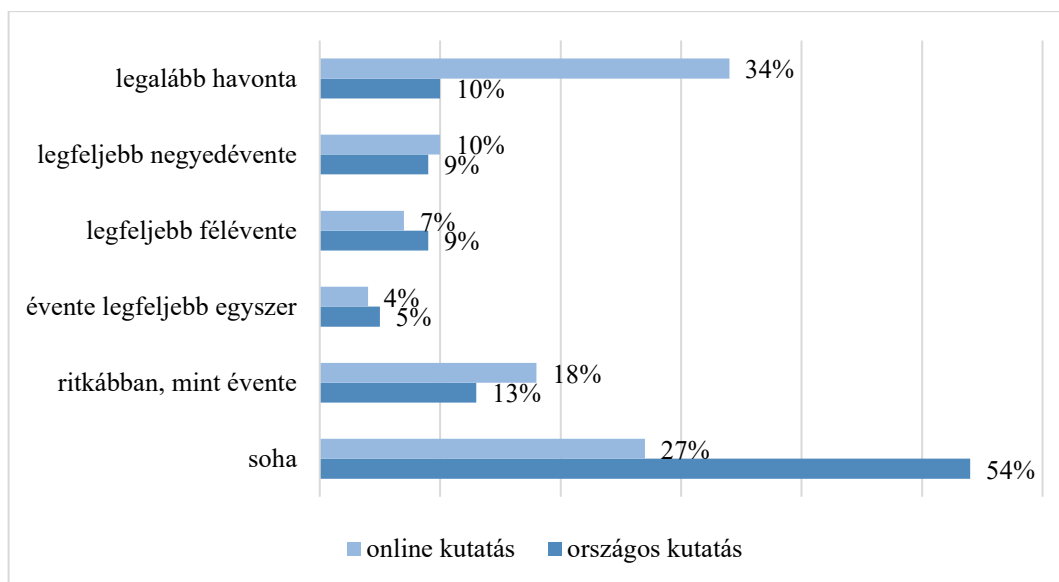
A TÁRKI Társadalomkutatási Intézet 2020-ban végezte el a könyvolvasási szokásokat vizsgáló kutatását, amelyhez országos reprezentatív mintát használtak: Magyarországon élő 998 felnőttet vontak be, míg korábbi vizsgálatokban – 2002-ben és 2005-ben – a minták elemszáma 3028 és 1035 fő volt. Ezen túlmenően egy 2910 fős online kérdőíves felmérés is készült, amelynek résztvevői kizárólag 18 év feletti személyek voltak. A kutatás eredményei szerint a magyar felnőtt lakosság csupán 13%-a olvas rendszeresen, legalább hetente, miközben 53%-uk egyáltalán nem szentel időt az olvasásnak. A vizsgálati időszakban 2020-ban mérhető a legalacsonyabb arány mind a rendszeres, mind az alkalmi olvasók között. A felmérés szerint Magyarországon az olvasók aránya a nőknél, a 18–39 éves fiatal felnőtteknél, a 60 év felettieknél, a középfokú végzettségűek körében, továbbá a budapesti lakosok között, illetve az aktív korú inaktívaknál – beleértve a munkanélkülieket, tanulókat és gyermekgondozási szabadságon lévőket – meghaladja az országos átlagot. Az online kérdőívet kitöltő, jellemzően könyvolvasó közönség évi átlagosan 37 könyvet olvas el, bár az egyéni eltérések jelentősök. A kutatás szerint a könyvolvasást hobbinak tekintők között az éves könyvfogyasztás legfeljebb 10 kötetre tehető, ami az online válaszadók 21%-át jelenti. Ezzel szemben a megkérdezettek 18%-a évente több mint 50 könyvet olvas (9. ábra) (Bernát & Hudácskó, 2020).



9. ábra Átlagos évi elolvasott könyvek száma az online kérdőíves felmérésben (N=2910, Bernát & Hudácskó, 2020 alapján saját szerkesztés)

A felnőtt magyar társadalmat reprezentáló kutatás megerősítette, hogy a szépirodalom és a szórakoztató irodalom a legkedveltebb műfajok a könyvolvasók körében. 2005-ben a könyvolvasók 76%-a olvasott szépirodalmi műveket, 38%-uk gyakran, 38%-uk alkalmanként, és 2020-ban is hasonló volt a helyzet, bár ekkor a szépirodalom olvasása inkább alkalmanként történt (72%). Az online kitöltők között szintén a szépirodalmi és szórakoztató irodalmi művek voltak a legnépszerűbbek, 69%-uk olvassa ezeket rendszeresen. 2020-ban az online válaszadók közel fele, 46%-a évente legalább egy idegen nyelvű könyvet is elolvasott, amelyek közül az angol nyelvűek voltak a legkedveltebbek: az idegen nyelven olvasók 90%-a angolul fogyasztott irodalmat. A kutatás továbbá kimutatta, hogy a könyvet soha el nem olvasók leggyakoribb indoka az olvasás iránti érdeklődés hiánya (45%), míg a második leggyakoribb kifogás az időhiány volt (33%). Érdekes, hogy 2002-ben és 2005-ben a nem olvasók kisebb arányban hivatkoztak arra, hogy nem szeretnek olvasni (22%, illetve 17%), és inkább az időhiány szerepelt első helyen (39%, illetve 46%) mint akadályozó tényező (Bernát & Hudácskó, 2020).

Továbbá a 10. ábra alapján az online kutatás válaszadói lényegesen gyakrabban járnak könyvtárba, mint az országos kutatás mintája. Az ő körükben magasabb a legalább havi, illetve legalább negyedéves könyvtárlátogatás gyakorisága. Ez arra utal, hogy az online minta aktívabb könyvtárhasználókat tartalmaz (Bernát & Hudácskó, 2020).



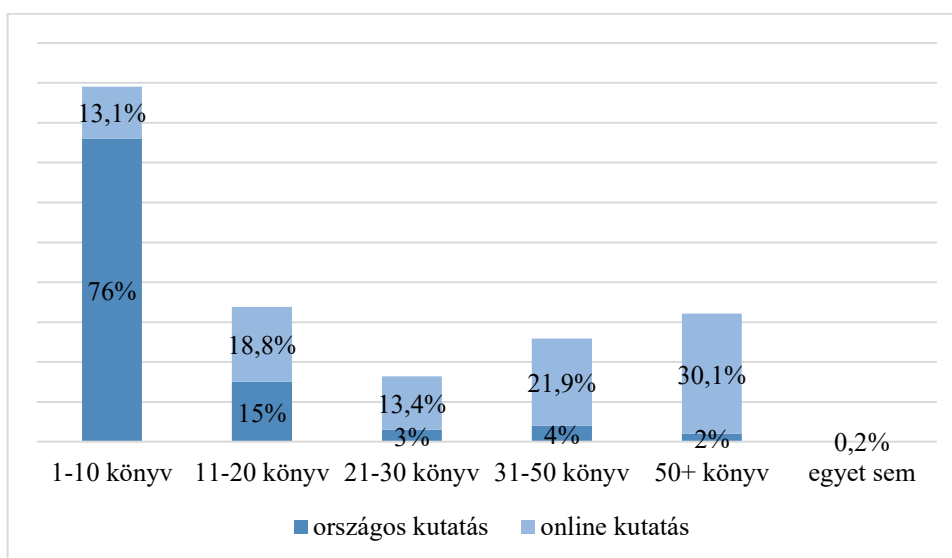
10. ábra A könyvtárba járás gyakorisága
(Bernát & Hudácskó, 2020 alapján saját szerkesztés)

A TÁRKI 2023 tavaszán is végzett egy olvasási szokásokat vizsgáló kutatást¹⁹, amely során országos reprezentatív mintán, személyes megkérdezés révén 1034, Magyarországon élő

¹⁹ A kutatást a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából az eKönyv Magyarország Kft. és a TÁRKI végezte.

felnőtt vett részt, míg az online kérdőíves felmérés 1156 fő válaszait gyűjtötte be. A vizsgálat átfogó képet nyújtott a magyar felnőtt népesség olvasási szokásairól, különös figyelmet fordítva a különböző könyvformátumokra, így a nyomtatott könyvekre, e-könyvekre és hangoskönyvekre. Az eredmények alapján a nyomtatott könyvek továbbra is meghatározó szerepet töltenek be, hiszen a felnőtt lakosság 42%-a rendszeresen olvas ilyen formátumú könyveket, míg az e-könyveket 11%, a hangoskönyveket pedig 7% használja rendszeresen. A rendszeres olvasók körében a nyomtatott könyv a legkedveltebb, míg az elektronikus és hangos formátumok jóval ritkábban fordulnak elő.

Újdonság volt, hogy ebben a kutatásban több szakértővel is folytattak informális beszélgetéseket, melyekben jelen disszertációs kutatáshoz közeli témákat is érintettek, például az online platformok szépirodalom népszerűsítésében betöltött szerepét, mely szerintük is egyre jelentősebbé válik (főként a Facebook, Instagram és TikTok platformokon). A kutatási dokumentumban kiemelték, hogy az aktív közösségi médiahasználat növeli az eladásokat. Volt olyan könyvkiadó, aki próbálkozott már influenszer bevonásával, sikertelenül, de többen nyilatkozták azt, hogy sikeres együttműködések vannak véleményvezérekkel.



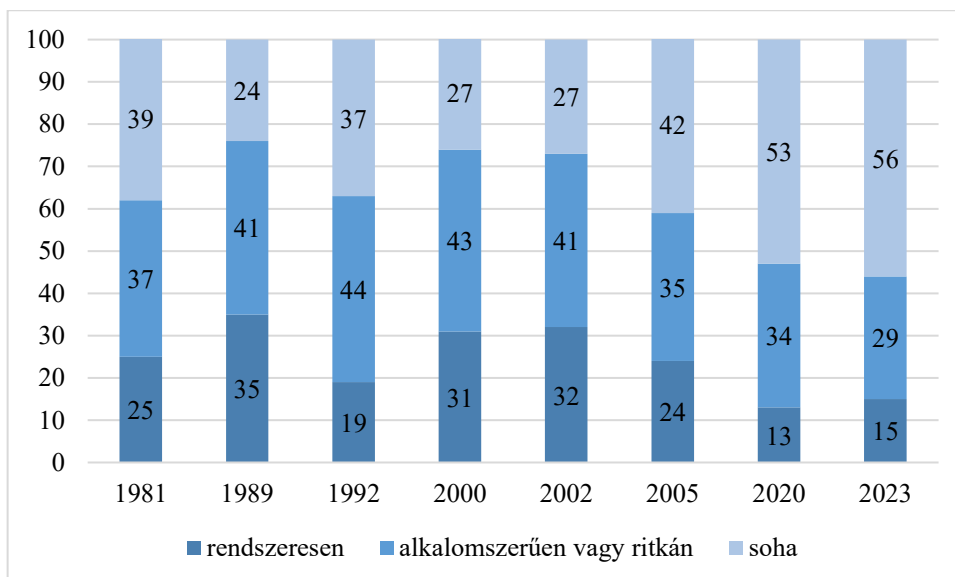
11. ábra Átlagos évi elolvasott könyvek számának megoszlása a felnőtt magyar olvasók körében – országos reprezentatív és online minta
(Bernát et al., 2023, saját szerkesztés)

Az online kérdőívet kitöltő, könyvszerető csoportban az évente 1–10 könyvet olvasók alkotják a legkisebb arányt, míg a reprezentatív lakossági felmérés alapján a könyvet bármilyen rendszerességgel olvasók között ez a csoport képviseli a legnagyobb részt, arányuk 76% (amint azt a 11. ábra is mutatja). Hasonló különbségek mutatkoznak a legnagyobb olvasói mennyiséget elérők esetében is: az országos reprezentatív kutatás alapján a könyvolvasók mindössze 2%-a olvas évente több mint 50 könyvet, miközben az online válaszadók körében ez a legnépesebb

csoport, 31%-kal. Tehát országos szinten a magyar lakosság jóval kevesebb könyvet olvas, mint az online könyvkedvelők. A teljes felnőtt magyar lakosság azon tagjai, akik legalább bizonyos rendszerességgel olvasnak, évente átlagosan 12 könyvet fogyasztanak el. Az online mintában végzett szocio-demográfiai elemzés alapján az évi legalább 50 könyvet olvasók, vagyis a „sokat olvasók” csoportja kiemelkedik. A nők között minden harmadik válaszadó (34%) évente legalább 50 könyvet olvas, míg a férfiaknál ez az arány alig több mint ötöd (19%). A fiatal (18-39 éves) és középkorú (40-59 éves) korosztályokban is jelentős többség olvas rendszeresen: a fiatalok közül több mint egyharmad (35%), a középkorúak között pedig közel egyharmad (29%). Érdekes módon a középfokú végzettségűek körében magasabb az évi 50 könyv feletti olvasók aránya (38%) a diplomásokénál (29%). Fontos megjegyezni, hogy az alapfokú végzettségű válaszadók csoportját nem lehet megbízhatóan elemezni az alacsony szám miatt a kutatásban.

Az országos reprezentatív felmérés szerint a könyvolvasók körében továbbra is a legnépszerűbb műfajok közé tartoznak a szépirodalmi alkotások, mint a regények, novellák, esszék, versek és drámák, valamint a szórakoztató irodalom, például a krimi, fantasy és sci-fi. 2005-ben a könyvolvasók 76%-a olvasott szépirodalmat, ebből 38% rendszeresen, míg további 38% csak alkalmanként. Azonban a 2023-as adatok azt mutatják, hogy a szépirodalom fogyasztóinak körében inkább az alkalmi olvasás dominál.

A 2002 és 2023 közötti időszakot vizsgálva (12. ábra), a rendszeresen olvasók aránya 2020-ban érte el a legmélyebb pontját, míg a ritkábban olvasók száma 2023-ban csökkent a legjobban az 1034 fős mintán alapuló eredmények szerint. 2023-ban, hasonlóan a 2020-as adatokhoz, az átlagosnál magasabb volt a rendszeres olvasók aránya a nők, a 18–39 éves fiatal felnőttek, a diplomások, a budapesti lakosok és a megyeszékhelyeken élők között. Ezzel szemben az idősebb korosztály, különösen a 60 év feletti és a nyugdíjasok, ritkábban olvasnak heti rendszerességgel, bár 2020-ban még enyhe fölényben voltak az olvasók között. Az alkalmi vagy ritkán olvasók csoportjában átlag feletti arányban szerepelnek a középfokú végzettségűek, a megyeszékhelyi lakosok, valamint az Észak-Alföld és a Nyugat-Dunántúl régióiban élők. Ezzel szemben a férfiak (63%), az alacsony iskolai végzettséggel rendelkezők (76%), a kisebb városok lakói (62%), valamint a Dél-Alföld (65%) és a Dél-Dunántúl (61%) területein élők az átlagnál magasabb arányban nem vagy szinte soha nem olvasnak könyvet (Bernát et al., 2023).



12. ábra A könyvolvasás gyakoriságának változása 1981 és 2023 között a felnőtt magyar társadalomban – százalékos megoszlás
(Bernát et al., 2023, saját szerkesztés)

Ahogy röviden bemutatásra került, a TÁRKI kutatásai országos szinten átfogó képet adnak az olvasás és könyvvásárlás aktuális tendenciáiról, valamint a társadalmi rétegek és generációk közötti különbségekről. Ezek a háttéradatok segítenek megérteni, milyen kulturális és szociális környezetben működnek ma a közkönyvtárak, illetve milyen olvasói attitűdökkel találkozhatnak a könyvtárak és az influenszerek. A TÁRKI eredményei tehát kontextust teremtenek a kutatásunkhoz, mivel a társadalmi tendenciák ismerete nélkül nem lenne lehetséges az együttműködés potenciálját és relevanciáját megalapozottan értékelni.

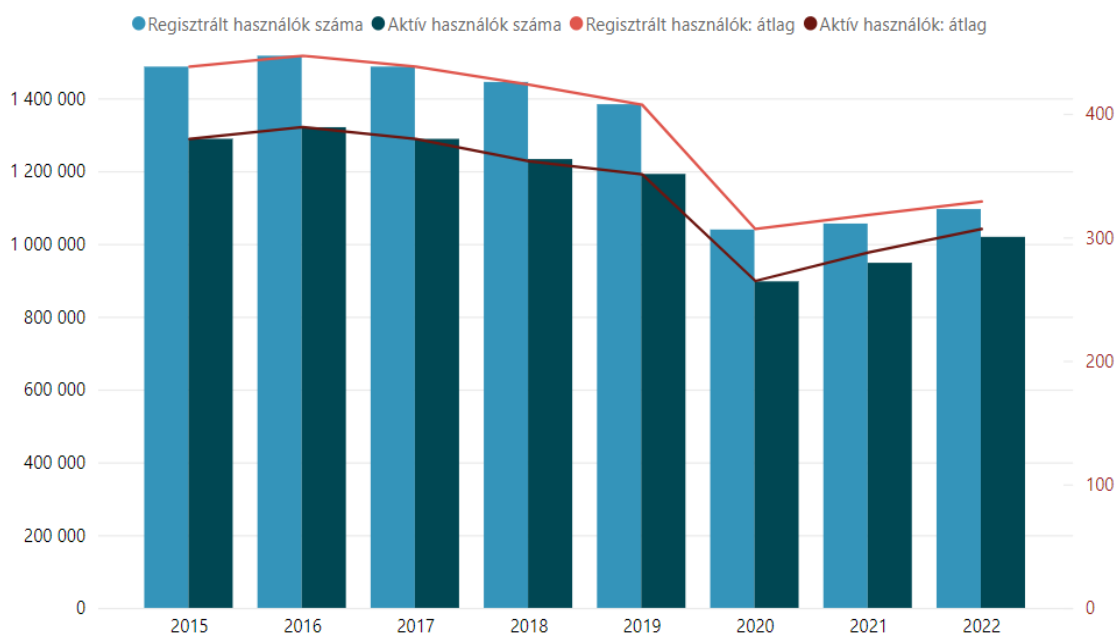
3.3.2. Könyvtári trendjelentések

A Könyvtári Trendjelentések²⁰ az országos könyvtári statisztika (OSAP 1442) adatait foglalja magában 2015-től kezdve, s a könyvtárak működésével, változásaival, könyvtárhasználati szokásokkal kapcsolatos legfontosabb adatok kerülnek bemutatásra általa. 2021-től évente tizenkét tematikus riport készül el ilyen formában. Jelen kutatás szempontjából ezek a dokumentumok részletesen tárják fel a közkönyvtárak aktuális kihívásait, innovációs irányait és stratégiáit az információs társadalomban. A trendjelentések nem csupán a működési keretekre, a könyvtárak olvasói igényekhez való alkalmazkodására fókuszálnak, hanem a kutatás témájának relevanciáját is alátámasztják, kiemelve a könyvtári praxis és a digitális

²⁰ A nyers adatokat elektronikusan gyűjtik össze a KultStat Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer segítségével. Az adatvizualizáció alapját egy harmonizált adatállomány képezi, amely a KultStat rendszerből származó nyers adatokhoz képest további javításokat és szükség szerint adathibák pótlását is magában foglal.

közösségi szereplők közötti interakció lehetőségeit. Az alábbi ábrákon, melyek a Könyvtári Intézet adatvizualizációjával készültek, a kutatásunk szempontjából fontos adatokat fogjuk kiemelni (Békésiné Bognár & Nagy, 2022). Az adatvizualizáció során csak a nyilvános közkönyvtárakra fókuszáltunk, melyek száma 2022-ben 3408 (Könyvtári Intézet, 2023).

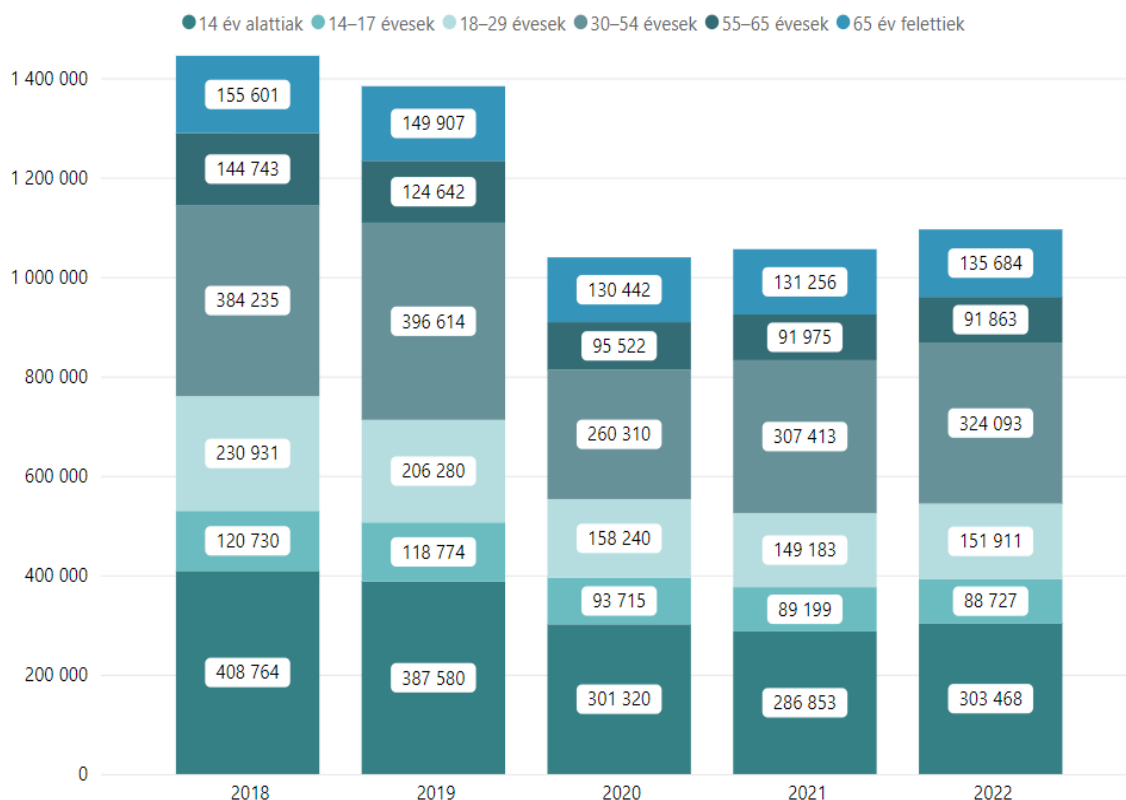
Az elmúlt években a nyilvános közkönyvtárakban a regisztrált könyvtárhasználók száma csökkent (13. ábra). 2015-ben 1.486.969 fő iratkozott be, 2019-ben pedig ez a szám 1.383.797 főre esett vissza. A Covid–19 járvány miatt 2020-ban további jelentős visszaesés volt tapasztalható, ám 2022-ben már 1.095.746 fő regisztrált használót tartottak nyilván. Párhuzamos tendenciával az aktív használók száma is változott az évek során. Az adatok alaposabb elemzése rámutat arra, hogy bár a könyvtárhasználók száma csökkent, az aktív felhasználók számának növekedése azt jelzi, hogy a visszatérő látogatók valóban igénybe veszik a könyvtári szolgáltatásokat. Ez a jelenség a könyvtárak szerepének átalakulására utal, egyre nagyobb hangsúlyt kapnak az olyan szolgáltatások, amelyek nem pusztán a könyvkölcsönzésre korlátozódnak. A digitális szolgáltatások és az online hozzáférési lehetőségek bővülése is hozzájárulhatott az aktív használók számának növekedéséhez. A 2021-ben kezdődő növekedési trend 2022-ben folytatódott, és az aktív használók száma 1.019.400 főre emelkedett. Az adatok azt mutatják, hogy a járványügyi korlátozások enyhülése után fokozatosan visszatértek az olvasók a könyvtárakba. Az újranyitás után az aktív használók növekedése arra is utalhat, hogy megnőtt a közösségi terek és a személyes találkozások iránti igény. A könyvtárak nem csak információs központként szolgálnak, hanem olyan közösségi helyszínekként is, ahol az emberek együtt találkozhatnak, tanulhatnak, és különféle közösségi programokon vehetnek részt. Ennek a szerepnek az erősítése fontos lehet a jövőben is a könyvtárak fenntarthatósága szempontjából. A könyvtári szolgáltatási pontok nyitvatartási ideje is növekedett, 2022-ben már átlagosan 155 napot voltak nyitva, ami 22%-os emelkedés az előző évhez képest (Könyvtári Intézet, 2023). Ezek az adatok rávilágítanak, hogy milyen kihívásokkal szembesülnek a könyvtárak az olvasói közösség fenntartásában, a kutatás szempontjából mindez indokoltá teszi az innovatív módszerek keresését az olvasás iránti elkötelezettség növelése érdekében, akár könyves influenszerekkel való együttműködés formájában.



13. ábra A regisztrált és az aktív könyvtárhasználók számának alakulása
(Könyvtári Intézet, 2023)

Ahogy a 14. ábra is mutatja, a 2022-es adatok szerint a nyilvános közkönyvtárak regisztrált könyvtárhasználóinak száma az összes korosztályban nőtt az előző évhez képest, kivéve a 14–17 év közöttieket és az 55–65 éveseket. A legnagyobb növekedés a 30–54 éves korosztályban volt, amelynek létszáma 307.413-ról 2022-re megemelkedett 324.093-ra. Ez a könyvek árával is kapcsolatban állhat, valamint azzal is, hogy a könyvtárak igyekeznek az állománygyarapítás során a legújabb és legnépszerűbb könyveket is beszerezni, melyekre gyakran hosszú előjegyzés van. A 14 év alattiak és az 55–65 év közöttiek száma nem változott számottevően. A legtöbbben, a 14 év alatti és a 18–54 éves korosztályból kerülnek ki a közkönyvtári regisztrált használók közül. A felhasználók korösszetételekor érdemes figyelembe venni a különböző korosztályok eltérő igényeit és szokásait. Az idősebb korosztályok esetében fontos szerepet játszhatnak a könyvtárak által nyújtott közösségi programok és digitális írástudást elősegítő képzések, míg a fiatalabb korosztályok számára az iskolai együttműködések, olvasóklubok és interaktív, játékos tanulási lehetőségek lehetnek vonzóak. Az adatok arra is rámutatnak, hogy a könyvtárak számára különösen fontos célcsoportot jelentenek a fiatal felnőttek és a középkorúak. Ebben a csoportban a növekedés jelentős volt, ami arra utal, hogy az aktív munkaéletben lévő, illetve a családos emberek számára a könyvtárak nyújtotta erőforrások és szolgáltatások hasznosak és vonzóak lehetnek. Ez a növekedés tovább ösztönözheti a könyvtárakat arra, hogy továbbfejlesszék és bővítsék szolgáltatásaikat ezen korosztály igényeinek megfelelően, például szakmai továbbképzések,

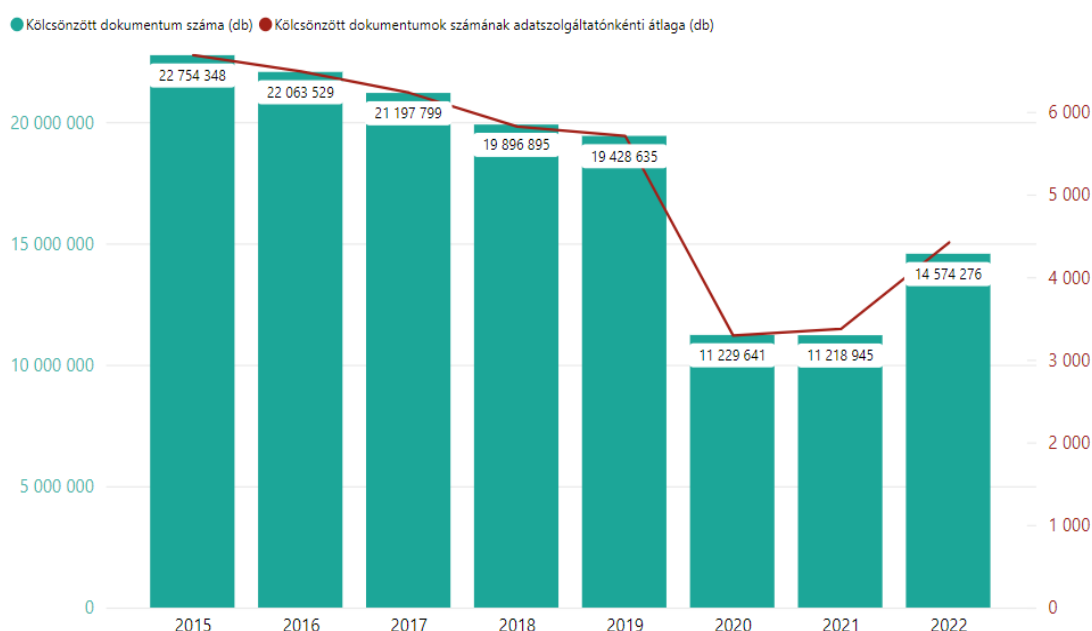
karrier-tanácsadás, valamint családoknak szóló programok bevezetésével. A kevésbé aktív korcsoportokat pedig innovatív módszerekkel és programokkal tudják elérni a könyvtárak.



14. ábra A regisztrált könyvtárhasználók korösszetétele
(Könyvtári Intézet, 2023)

A könyvtárak legfontosabb szolgáltatása a könyvek és más dokumentumok kölcsönzése (15. ábra). 2015 és 2019 között a helyben használt dokumentumok száma stagnált, ugyanakkor a kölcsönzött dokumentumok száma folyamatosan csökkent. A pandémia tovább súlyosbította ezt a trendet: míg 2015-ben 22.754.348 dokumentumot kölcsönöztek közkönyvtárakból, addig 2020-ban ez a felére csökkent. 2022-ben azonban emelkedés következett be, melynek háttérében több tényező állhat. Egyrészt, a járványügyi korlátozások enyhülésével a könyvtárak újra megnyithatták kapuikat a nagyközönség előtt, ami visszacsábította a rendszeres könyvtárlátogatókat. Másrészt, a könyvtárak alkalmazkodtak a megváltozott helyzethez, és különböző innovatív megoldásokkal, például digitális kölcsönzési rendszerekkel és érintésmentes kölcsönzési lehetőségekkel igyekeztek kielégíteni a felhasználói igényeket. Ezenkívül a könyvtárak szerepe a közösségi és kulturális életben is erősödött. Számos könyvtár bővítette programkínálatát – online eseményeket, olvasóklubokat és oktatási workshopokat szervezve – ami szintén hozzájárult a könyvtárak iránti érdeklődés növekedéséhez. A digitális kompetenciák fejlesztésére irányuló képzések és az e-könyvek elérhetőségének növelése

szintén elősegítették, hogy a könyvtárak megőrizzék fontosságukat a digitális korban is. Az olvasóvá nevelés szempontjából különösen fontos, hogy a könyvtárak képesek voltak megújulni és alkalmazkodni a megváltozott körülményekhez, ezzel is elősegítve az olvasási szokások fennmaradását és fejlődését. Az olvasók visszatérése és az emelkedő kölcsönzési számok azt mutatják, hogy a könyvtárak kulcsszerepet játszanak a kulturális és oktatási életben, és képesek hosszú távon is fenntartani és növelni a közösségi elköteleződést. A 15. ábrán szemléltetett kölcsönzési adatok alakulása rámutat arra, milyen mértékben változik a tényleges könyvtárhasználat intenzitása, és ezzel összefüggésben mennyire fontos az olvasás támogatása új típusú, együttműködésen alapuló kampányokkal, amelyeket akár influenszerek is népszerűsítenek.

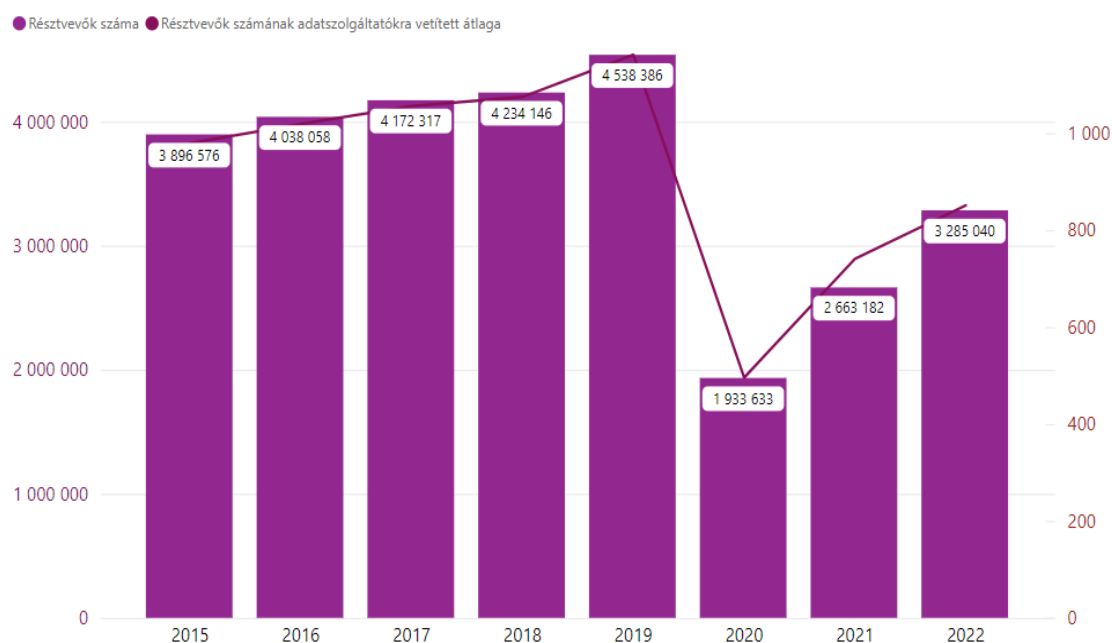


15. ábra A kölcsönzött dokumentumok számának alakulása
(Könyvtári Intézet, 2023)

A rendezvénylátogatottsági adatok (16. ábra) azt mutatják, hogy a közösségi programok és interaktív események milyen fontos eszközei lehetnek az olvasóvá nevelésnek. A 2015 és 2019 közötti időszakban a könyvtári rendezvények számának növekedése jelentős mértékben gazdagította az egyes települések kulturális kínálatát. Nemcsak az események száma emelkedett dinamikusán, hanem a részvételi arány is nőtt: míg 2015-ben országosan mintegy 3,9 millióan vettek részt könyvtári programokon, 2019-re ez a szám meghaladta a 4,5 milliót. Azonban 2020-ban a járványügyi korlátozások és a zárvatartási intézkedések következtében elsősorban online rendezvényekre került sor, ami jelentős visszaesést okozott a résztvevők számában. 2021-ben kezdett ismét emelkedni a résztvevők száma, majd ez a növekedési

tendencia 2022-ben is folytatódott, amikor közel 3,3 millióan vettek részt könyvtári eseményeken.

2015 és 2019 között a könyvtári szolgáltatási helyszíneken elsősorban kulturális, közművelődési és közösségi rendezvények szervezése dominált, számuk folyamatosan emelkedett. A második legnagyobb csoportot az „egyéb” rendezvények képviselték, ideértve a konferenciákat is, melynek kategóriájába tartoznak a tudományos tanácskozások és értekezletek is. Az olvasáskultúra-fejlesztő programok és képzések, valamint a digitális kompetencia-fejlesztő események száma jelentősen emelkedett. Az olvasáskultúra-fejlesztő programok közé tartoznak az író-olvasó találkozók, felolvasások és mesedélutánok. A digitális kompetencia-fejlesztő programok keretében számítástechnikai eszközök és internet használatának oktatása is szerepelt. Stagnálást mutat viszont a kiállítások száma, csökkent a használóképzést szolgáló alkalmak száma, amelyek közé tartozik például a könyvtárbeutazás és a webes szolgáltatások használatának oktatása. Ennek ellenére a könyvtárak innovatív megközelítésekkel és új programokkal próbálták meg bevonítani a közönséget, például tematikus rendezvényekkel, interaktív workshopokkal és virtuális eseményekkel. Ezek az új típusú programok lehetőséget biztosítottak a könyvtárak számára, hogy szélesebb közönséget érjenek el, és alkalmazkodjanak a digitális kor kihívásaihoz, ezáltal tovább erősítve közösségi szerepüket és hozzájárulva az olvasóvá nevelés célkitűzéseikhez.



16. ábra A könyvtári rendezvényeken részt vevők számának alakulása
(Könyvtári Intézet, 2023)

A fejezet további részében specifikus olvasásnépszerűsítő és olvasóvá nevelő közkönyvtári programokra helyezzük a hangsúlyt. Az említett intézkedések olyan stratégiákat és kezdeményezéseket jelentenek, amelyek segíthetik az olvasási szokások terjedését és támogatását. Az olvasás iránti bátorításnak magában kell foglalnia a megfelelő, jól felszerelt és fenntartott könyvtárak működtetését, a képzett könyvtári személyzet alkalmazását, valamint az olvasási élményt fokozó intézkedéseket, mint például a könyvklubok, könyvtári társaságok és könyvtárak szervezése. A költségvetési források célzott allokálása a promóciós tevékenységekhez, az irodalom széles körű terjesztése, valamint a történetmesélés kultúrájának erősítése meghatározó tényezők az olvasási szokások formálásában és a szükséges kompetenciák fejlesztésében. Ugyanakkor a szervezeti vezetés aktív szerepvállalása, az olvasásra ösztönző intézkedések – például a könyvismertetések gyakorlatának intézményesítése –, továbbá a változásokhoz való adaptív hozzáállás elengedhetetlen összetevői a hatékony olvasásnépszerűsítő stratégiáknak.

3.4. A könyvolvasást támogató nemzetközi és hazai könyvtárpedagógiai projektek, jó gyakorlatok

A könyvolvasás népszerűsítése és támogatása kiemelt jelentőséggel bír mind nemzetközi, mind hazai szinten. Az elmúlt években számos könyvtárpedagógiai projekt és jó gyakorlat jött létre, amelyek célja az olvasási kedv fokozása és az olvasási készségek fejlesztése, melyhez kapcsolódó rendezvények növekvő száma és népszerűsége a Könyvtári trendjelentésekben is megmutatkozott. Ezek az intézkedések nemcsak az olvasók számát növelik, hanem hozzájárulnak a kulturális és oktatási színvonal emeléséhez is. A hagyományos programok továbbra is fontos szerepet játszanak a könyvtárak életében, legyen szó író-olvasó találkozókról, felolvasásokról, mesedélutánokról vagy különféle képzésekről, amelyek az olvasási készségeket fejlesztik. Viszont a digitális lehetőségek térnyerése új dimenziókat nyitott meg az olvasás támogatásában. A virtuális könyvklubok, az online felolvasások, a digitális könyvtárak és az interaktív oktatási platformok mind hozzájárulnak ahhoz, hogy az olvasás elérhetőbbé váljon a szélesebb közönség számára (Békésiné Bognár, 2021).

A következő részben bemutatjuk a könyvolvasást támogató legfontosabb nemzetközi és hazai könyvtárpedagógiai projekteket, valamint a bevált módszereket és jó gyakorlatokat, amelyek sikeresen ösztönzik az olvasást és a könyvtárhasználatot mind az offline, mind az online térben. Ezek a kezdeményezések inspirációként szolgálhatnak további innovatív programok megvalósításához, hozzájárulva ezzel a könyvtárak és az olvasáskultúra fejlődéséhez.

Az olvasásnépszerűsítő projektek végső, ideális célja új olvasóközönség kialakítása, mely csak az első lépés a hozzáértő olvasók képzésének stratégiája, a tudatos olvasási kompetenciák és szokások kialakítása felé. A könyvtárnak innovatív, kreatív szolgáltatásokat kell nyújtania azzal a céllal, hogy felkeltse az emberek érdeklődését, bevonzza őket a könyvtárba, valamint motiválja őket az egyéni olvasási szokásuk kialakítására. Ennek érdekében olyan proaktív tanulási technikákat és módszereket kell alkalmazni, amelyek motiválhatják és ösztönözhetik a felhasználókat az egész életen át tartó olvasási szokások kialakítására, mely kritikus fontosságú ahhoz, hogy ne csak kommunikációs készségeiket fejleszthessék, hanem intellektuálisan is fejlődjenek, és sikeresen hozzájárulhassanak a társadalomhoz.

Elsőként az egyik legalapvetőbb tevékenységről lesz szó, a promócióról, amelyen keresztül az emberek tájékoztatnak másokat termékeikről vagy szolgáltatásukról, és ráveszik őket annak használatára. A promóciós szolgáltatásokon és tevékenységeken keresztül a könyvtárosok kritikus szerepet játszanak. A könyvtáros feladata, hogy a felhasználókat segítse a megfelelő információk megtalálásában, valamint a szükséges, érdekes és kellemes olvasnivalók elérhetővé tételében, s iránymutatást adjon az egészséges olvasási kultúra előmozdítása érdekében. A könyvtárakban a promóciós tevékenységek a feladatok széles skáláját foglalják magukban, például a vonzó prospektusok készítése, újsághirdetések szerkesztése, versenyek, kreatív alkalmak szervezése, a könyvtári rendezvények mind-mind ösztönző hatású olvasásnépszerűsítő tevékenységek (Péterfi, 2019).

A könyvvajánlás gyakorlatához elengedhetetlen az olvasók igényeinek és olvasási készségének felmérése, amely a könyvtárosok számára valódi szakmai kihívást jelent, amint arra az előzőekben bemutatott empirikus kutatások eredményei is rávilágítanak. A könyvvajánlás szerves része a tájékoztatásnak és a referenz szolgáltatásoknak, melyhez elengedhetetlen az irodalomban és a könyvtár állományában való jártasság (Garczynski, 2016). Az ilyen tevékenységekhez pedagógiai és fejlődés-lélektani ismeretekre is szükség van, amelyek segítik az olvasási kultúra előmozdítását. Azok, akik ezen a területen sikeresek, nem csupán megszerezhető készségekkel rendelkeznek, hanem elhivatott személyiséggel is, ami lehetővé teszi az egyénre szabott könyvvajánlás módszereinek kialakítását és fejlesztését (Preer, 2010). Ezen túlmenően az olvasásnépszerűsítés egyik elterjedt eszköze az irodalmi művekbe való involválás, amely számos formában nyilvánulhat meg. A közkönyvtárak az olvasmányélmények bemutatására felolvasásokat, dramatizált előadásokat, illusztrációk készítését, kiállításokat és egyéb kreatív kifejezési módokat is alkalmaznak minden korosztályt bevonva (Jawale, 2020).

Jellegzetes könyvtári olvasásnépszerűsítő programnak tekinthetők a könyvbemutatók, irodalmi találkozók, olvasási versenyek és olvasóklubok. Ezek a programok általában közösségi alapúak, s az előzőekben említett könyvajánlás eszközeként funkcionálnak. A rendezvények tematikája nem feltétlenül korlátozódik egyetlen műre, hanem lehet témakör, irodalmi alak vagy műfaj köré szerveződő is. Az időszakonként változó „divatos” témákra való reagálás és az ezekre alapozott olvasásra ösztönző alkalmak szervezése jelentős szerepet játszik az események sikerességében. Az időszakos könyvkiállítások, amelyek érdeklődésre tartanak számot, nemcsak a rendelkezésre álló gyűjtemény megismerésére hívják fel a figyelmet, hanem a könyv olvasása iránti kíváncsiságot is felkeltik (Jawale, 2020).

A könyvtári klubok, mint a rajongói klubok, témától függetlenül szerveződhetnek, kiváló közösségteremtő és építő hatásúak. Ezek a klubok nemcsak az olvasást, hanem az információgyűjtés-, és feldolgozás készségeinek gyakorlását is lehetővé teszik. A klubtagok alkotásaiból kiállítások és online tartalmak is létrehozhatók, valamint a projektek során szakértők is bevonhatók, attól függően, milyen témával foglalkoznak. Az olvasóklub tagjai rendszeresen összegyűlnek, hogy megvitassák és megosszák az olvasott könyveiket. A vita, amely vitatott problémákat, jelentéseket és fontosságot vet fel az olvasott könyvvel kapcsolatban, segítheti az egyén artikulációs tehetségének kibontakozását, valamint ösztönözheti egymást további könyvek olvasására (Hall, 2005). Egyre népszerűbbé válik a könyvtárakban is a „silent book club”, azaz csendes könyvklub, egy olyan közösségi olvasói kezdeményezés, amely lehetőséget nyújt a résztvevőknek, hogy közösen, csendben olvassanak egy meghatározott időkeretben. A klubok célja, hogy egy támogató és nyugodt környezetet biztosítsanak az olvasás szerelmeseinek, ahol mindenki saját maga választja ki az olvasmányát, és nincs kötelező olvasmánylista vagy előre meghatározott beszélgetési téma. A csendes könyvklub célja az olvasás népszerűsítése, közösség építése és a stressz csökkentése egy nyugodt, csendes környezetben való olvasással (Goda, 2020; Testori & Scarioni, 2020).

A könyvtár aktív használatának kiemelt része a közösségi tér funkcionálisan is a nyitott könyvtár kialakítása, mely a könyvkiállítások és kiállítás-installációk hatékony eszközként szolgálnak az olvasók figyelmének felkeltésére. A modern könyvkiállítások koncepcióját a kényelem, hozzáférhetőség, relevancia és esztétika elvének biztosításával kell újragondolni. Az olvasás tradicionális értelmezésétől való elmozdulás révén a könyv más tárgyakkal kombinálva új esztétikai funkciókat kap. A könyvinstallációk nemcsak szórakoztatnak, hanem fel is hívják a figyelmet, és érdeklődést keltenek a különböző kérdések iránt (Képiró & Dobos-Bodonyi, 2022). Az ifjúsági trendekhez igazodva egy különleges könyvtári tér kialakítása, mint fotózóna, hatékony lehet az olvasás népszerűsítésében, ahol a motivációt a fiatalok szempontjainak figyelembevételével kell értelmezni. Az olvasási motiváció alakulásának serkentő tényezői

közé tartozik a modern audiovizuális média iránti érdeklődés, valamint az érzelmi és esztétikai élmények, az önfejlesztés és az önpozicionálás vágya a társadalomban (Petrushka & Mashtalir, 2023).

A könyvtári rendhagyó irodalmi óra és foglalkozás több szempontból is előnyös olvasásnépszerűsítési lehetőség. Először is, ezek az események közvetlen hozzáférést biztosítanak a résztvevők számára a könyvtár sokszínű könyvkészletéhez, lehetővé téve számukra, hogy felfedezzék az irodalom különböző műfajait és szerzőit. A foglalkozások interaktív és élményszerű módon közelítik meg az irodalmat, ami különösen vonzó lehet a fiatalabb generáció számára, akik számára az élményalapú tanulás hatékonyabb. A könyvtári környezet ösztönzi az olvasási szokások kialakítását és fenntartását, hiszen a résztvevők rendszeresen találkoznak egy inspiráló, tudásközpontú közegben. Emellett a rendhagyó órák lehetőséget adnak arra is, hogy a résztvevők közösségi élményekkel gazdagodjanak, ami hozzájárul az olvasási kedv növeléséhez. Továbbá, a foglalkozások során alkalmazott kreatív módszerek, mint például a dramatizálás, író-olvasó találkozók, vagy tematikus workshopok, segítenek mélyebb kapcsolatot kialakítani az irodalommal, ezáltal hosszú távon is fenntarthatóvá téve az olvasási szenvedélyt (Tóth, 2023).

Szükséges még megemlítenünk a könyvtári táborokat, hisz jelentős szerepet játszanak az olvasás népszerűsítésében és a tanulás elősegítésében. Ezek az intézmények által szervezett programok különösen a nyári szünidő alatt kínálnak strukturált és oktatási jellegű tevékenységeket a gyerekek és fiatalok számára. A táborokban a résztvevők olvasási versenyeken, könyvklubokban, író-olvasó találkozókon, valamint kézműves és drámafoglalkozásokon vehetnek részt, amelyek mind az irodalmi érdeklődés és az olvasási készségek fejlesztését szolgálják, valamint betekínthetnek a könyvtári munka rejtelseibe is. Emellett a táborok lehetőséget biztosítanak a kritikai gondolkodás, a kreatív írás és a csapatmunka fejlesztésére is. Tematikus táborok révén a résztvevők mélyebb ismereteket szerezhetnek különböző tudományterületeken, mint a művészet, a technológia vagy a helyi történelem. A könyvtári táborok így nemcsak szórakoztatóak, hanem hozzájárulnak a résztvevők átfogó szellemi és társadalmi fejlődéséhez is.

A következőkben a hagyományos lehetőségeket felülmúlva a digitális környezetben történő olvasásnépszerűsítés stratégiáit mutatjuk be és elemezzük. Ahogy arról már szó esett, az egyre növekvő online jelenlét és az elektronikus médiumok elterjedése új kihívások elé állítja a könyvtárakat, az oktatási intézményeket és az egyéb információs szolgáltatókat az olvasás előmozdításában. Az online média széleskörű megjelenésével a hagyományos olvasást népszerűsítő tevékenységek nehezen tudják felkelteni az olvasók olvasás iránti érdeklődését. A

közösségi média virágzó korszakában fontos kérdés, hogyan tudnak a könyvtárak a digitális világban is jelen lenni, s olvasóvá nevelni.

A digitális promóciós források között szerepelnek olyan innovatív eszközök, mint a virtuális kiállítások, a könyvelőzetesek, az interaktív irodalmi térképek, a virtuális könyvtárak, az irodalmi webmúzeumok és a virtuális bibliográfiai turrak. Az információs webes források fontos szerepet játszanak a korszerű könyvtárak állományának nyilvánosságra hozatalában, mint az egységes információs környezet eszközei. Az elektronikus interaktív források, például online vetélkedők és virtuális játékok, hatékony eszközök lehetnek a gyermekek és fiatalok olvasás iránti érdeklődésének növelésére.

A mobilalkalmazások használata ígéretes irány a könyvtári reklámozás, az olvasásnépszerűsítés és a gyűjteményhez való hozzáférés terén. Több hazai könyvtár is saját applikációval rendelkezik. Ezzel párhuzamosan a könyvtárak új szolgáltatásokat is bevezetnek, mint például az elektronikus olvasóeszközök, e-könyvek kölcsönzése. A történetmesélés, különféle videóanyagok formájában szintén hatékony eszköz az olvasásnépszerűsítésben, különösen olyan történetek bemutatására, amelyek a felhasználók sikerét örökítik meg.

Az olvasásnépszerűsítés szempontjából kiemelkedően fontos a stratégiai elemek közül az online és offline eszközök hatékony kombinálása. A játékos megközelítés eredményesen képes felkelteni az olvasók érdeklődését, miközben közvetíti a könyvtár által kínált információkat. Az érdekes, személyre szabott és interaktív módszerek révén a promóció nem csupán szórakoztató lehet, hanem hozzájárul a célcsoportok számára releváns információk hatékonyabb terjesztéséhez is. Az interaktív promóció az olvasásnépszerűsítésben a kétirányú kommunikáció és a kapcsolatteremtés eszközeként jelenik meg, ösztönözve az olvasók aktív részvételét az olvasási témákban és növelve elkötelezettségüket. Az innovatív együttműködések, a változatos módszerek kipróbálása és az eredmények folyamatos értékelése pedig hozzájárulhatnak az olvasáskultúra hosszú távú és rendszerszerű fejlesztéséhez. A kutatók kiemelik a közösségi média jelentős szerepét az olvasás népszerűsítésében (Petrushka & Mashtalir, 2023), melyről részletesebben dolgozatunk későbbi fejezetében lesz szó.

3.4.1. Magyar vonatkozású könyvtári kezdeményezések

A magyar vonatkozású könyvtári kezdeményezések kiemelkedő példákat mutatnak arra, hogyan lehet hatékonyan népszerűsíteni az olvasást és az irodalmi kultúrát az ország különböző régióiban. Ilyen pozitív példa a Magyar Olvasástársaság által kezdeményezett Olvasó-társ mozgalom célja, hogy a hátrányos helyzetű gyermekek számára lehetőséget biztosítson az olvasás megismerésére. Ez nem oktatás, hanem olvasóvá nevelési kezdeményezés, amelynek

célja, hogy a mesélésen és az olvasáson keresztül kapcsolatot teremtsen a gyerekek és a könyvek között. Így a könyvtár világa meleg és vonzó környezetté válik a gyermekek számára, pótolva az otthoni könyves környezet hiányát. A program 2010-ben indult, és három területen igyekszik kielégíteni a gyermekek olvasási igényeit: olvasás az SOS falvakban élő gyerekeknek; olvasás a hátrányos helyzetű családokból származó, főként roma gyerekeknek; és olvasás a hosszú ideig kórházban fekvő gyerekeknek. A kezdeményezés mindenki számára nyitott, aki aggódik a nehéz körülmények között élő gyermekek sorsa miatt, tenni akar a helyzetük javításáért, és partner akar lenni az esélyegyenlőségért folytatott küzdelemben (Husztai, 2018).

Továbbá megemlíthető a Könyvhét, amelyet 1929 óta évente rendeznek meg Supka Géza kezdeményezésére. A Magyarországi Ünnepi Könyvhét – kulturális esemény – az ország egyik legjelentősebb könyves ünnepe, melyet minden év júniusában szervez meg a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülése (MKKE)²¹. Az Ünnepi Könyvhét célja, hogy népszerűsítse a kortárs magyar irodalmat, támogassa az olvasáskultúrát, és lehetőséget biztosítson az írók és olvasók közötti közvetlen találkozásra. A rendezvény ideje alatt országsszerte számos helyszínen, leginkább Budapesten és a nagyobb városokban, s az utóbbi években kisvárosok könyvtáraiban is könyvbemutatók, dedikálások, irodalmi estek, könyvvásárok és egyéb kulturális programok várják az érdeklődőket. A Vörösmarty téren, Budapest egyik központi terén, felállított sátrakban könyvkiadók és könyvesboltok kínálják legújabb kiadványaikat, gyakran kedvezményes áron. Az Ünnepi Könyvhét hagyományosan a gyerekkönyvekre is nagy figyelmet fordít, számos gyermekprogram és mesefelolvasás is szerepel a programban. Az eseményhez kapcsolódóan minden évben az ünnepi könyvhét díszvendégei közé tartoznak ismert írók, költők és más művészek, akik személyesen találkozhatnak olvasóikkal. Az Ünnepi Könyvhét fontos szerepet játszik a magyar irodalom és könyvkultúra ápolásában, valamint a könyvek és az olvasás népszerűsítésében.

A Magyarországon évente megrendezett Könyvfesztivál célja, hogy bemutassa a legfrissebb könyveket és irodalmi trendeket, valamint lehetőséget adjon az olvasóknak arra, hogy találkozzanak a kedvenc szerzőikkel. A fesztivál rendszerint több napos, különféle programokat kínál, beleértve könyvbemutatókat, író-olvasó találkozókat, panelbeszélgetéseket és workshopokat. Az évente változó tematikus fókusz mellett a fesztivál rendszerint országos és nemzetközi könyvkiadói trendekkel is foglalkozik. Külön szekciókban találhatóak a

²¹ A magyar könyvkiadás és könyvkereskedelem legnagyobb szakmai érdekképviselői szervezete. Az MKKE tagjai önkéntes alapon működő hazai és külföldi kiadók, könyvterjesztők, valamint vegyesvállalatok, akik a hazai könyvpiac kiadási és termelési értékének 92%-át képviselik. Az Egyesülés jogelődje 1795-ben jött létre, tehát Európa egyik legrégebbi könyves szakmai társulásának számít. Feladata a könyvszakma érdekeinek képviselete, a könyvkultúra fejlesztése és közös szakmai programok szervezése (<https://mkke.hu/tortenet/>).

gyermek- és ifjúsági könyvek, valamint a szakirodalom különböző területei. A Könyvfesztivál célja, hogy népszerűsítse az olvasást, támogassa a magyar könyvpiacot, és hozzájáruljon az irodalom és könyvkiadás kultúrájának fejlődéséhez Magyarországon.

Ezek kapcsán fontos még megemlítenünk az Oktatási Minisztérium által meghirdetett „*Olvasás Éve*” projektet, mely hazánkban 2001-ben valósult meg az Ünnepi Könyvhéttől a következő év Ünnepi Könyvhetéig az olvasás népszerűsítése és az olvasáskultúra fejlesztése céljából. Ezt az évfordulót számos kulturális és könyves program kísérte, melyeket több mint 70 kulturális intézmény és civil szervezet valósított meg országszerte, például az OSZK és az MKKE is csatlakoztak a kezdeményezéshez rendezvényeikkel. A programok között szerepeltek élményalapú könyves rendezvények, irodalmi séták, könyvklubok, gyermeknapok és különféle interaktív események, amelyek a különböző olvasói igényeket és érdeklődési területeket kívánták megszólítani. Ezen kívül számos helyi könyvtár és iskola is aktívan részt vett a programban. A könyvtárak különleges rendezvényeket szerveztek, például könyvklubokat, olvasói találkozókat és tematikus előadásokat, amelyek célja az volt, hogy közelebb hozzák az olvasást a közönséghez. Az iskolákban olvasási versenyeket és olvasásfejlesztő programokat indítottak, hogy ösztönözzék a diákokat a könyvek iránti érdeklődésre és szeretetre. A program célkitűzéseit jelentős sikerrel valósították meg, ami tovább erősítette az olvasás jelentőségét a magyar társadalomban (Zentai, 2002).

Ezeket túl a Magyar Olvasástársaság (HUNRA)²² rendszeresen szervez jelentős programokat és eseményeket, amelyek a könyvtárak szakmai fejlődését és az olvasás népszerűsítését célozzák. Továbbá a Magyar Könyvtárosok Egyesülete (MKE)²³ is aktív szerepet vállal az olvasóvá nevelés támogatásában különféle szakmai programok, képzések és workshopok szervezésével. Célja, hogy fejlessze a könyvtárosok szakmai kompetenciáit, elősegítse az olvasáskultúra erősítését, valamint hasznos eszközöket és módszereket biztosítson az olvasásnépszerűsítéshez. Ezek az események hozzájárulnak a könyvtári szolgáltatások fejlődéséhez és az olvasói közösségek élénkítéséhez.

Az Országos Könyvtári Napokat évente rendezi meg hazánkban az Informatikai és Könyvtári Szövetség (IKSZ)²⁴, amelynek célja a könyvtárak által nyújtott szolgáltatások és a

²² Szakmai civil szervezet, amelyet 1991-ben alapítottak olvasáskutatók, könyvtárosok, pedagógusok, nyelvészek, szerkesztők és más, az olvasást elősegítő szakemberek. A HUNRA fő célja az olvasáskultúra fejlesztése, olvasásra nevelés, olvasáskutatás és olvasásterápia módszereinek terjesztése, valamint szakmai konferenciák szervezése Magyarországon és a határon túli magyar közösségekben.

²³ 1935-ben alapított szakmai civil szervezet, amely a könyvtárosok és könyvtári szakemberek érdekét képviseli Magyarországon.

²⁴ Az 1990-ben alapított közhasznú szervezet a könyvtárak és informatikai intézmények szakmai érdekképviselését látja el, célja pedig, hogy a társadalom egészének optimális könyvtári és információs szolgáltatásokat biztosítson. Ennek érdekében törekszik a könyvtári rendszer működőképességének fejlesztésére, a könyvtári értékek megőrzésére, a szolgáltatások színvonalának emelésére, valamint a jogszabályok és szakmai követelmények érvényre juttatására (Informatikai és Könyvtári Szövetség, 2019).

könyvtári kultúra népszerűsítése. Az esemény során a könyvtárak különféle programokkal és rendezvényekkel várják a látogatókat, amelyek közé tartoznak könyvbemutatók, író-olvasó találkozók, gyerekprogramok és különféle kulturális rendezvények. Az Országos Könyvtári Napok célja, hogy bemutassa a könyvtárak sokszínűségét és fontosságát, valamint ösztönözze az olvasást és a könyvtárak látogatását. A rendezvények nemcsak a könyvtári szolgáltatások széles spektrumát ismertetik, hanem lehetőséget adnak a közönség számára arra is, hogy közelebbről megismerkedjenek a könyvtárak által kínált programokkal és lehetőségekkel. Az Országos Könyvtári Napok jelentős szerepet játszanak a könyvtári közösség összekapcsolásában és a könyvtári kultúra erősítésében Magyarországon. Ezen kívül az IKSZ által kezdeményezett Babaolvasó és Gyermekolvasó programokat is. A szövetség minden évben Babaolvasó Szakmai Napot szervez azzal a céllal, hogy minél több könyvtár csatlakozzon a Babaolvasás kezdeményezéshez, és megfeleljen a kisbabák és szüleik igényeinek. „Az én könyvtáram” projekt alapja egy olvasást népszerűsítő kisfilm „Sok könyv, sok élmény” címmel. A közmédiában összesen 300 társadalmi célú reklámspot került sugárzásra, amelyek által mintegy 5,2 millió nézőt értek el (Szinger, 2022; Radics, 2020).

3.4.2. Nemzetközi olvasásnépszerűsítő kezdeményezések

A globális könyvtári közösség különböző innovatív és hatékony módszerek alkalmazásával dolgozik folyamatosan az olvasásnépszerűsítés előmozdításán. Az alábbi részben olyan nemzetközi olvasásnépszerűsítő kezdeményezések kerülnek bemutatásra, amelyek tudományos publikációkban is szerepeltek. E kezdeményezések célja az olvasási szokások fejlesztése és az olvasás iránti érdeklődés növelése, azzal a törekvéssel, hogy a különböző országokban alkalmazott gyakorlatok széleskörű és bizonyítékokon alapuló példákat nyújtsanak. A tudományos elemzések alapján bemutatott programok és projektek hozzájárulnak a nemzetközi szakirodalom gazdagításához és példaként szolgálnak más országok számára is.

Az egyik legkiemelkedőbb kreatív kezdeményezés a „Bookcrossing”, egy nemzetközi, közösségi könyvmegosztó mozgalom, melynek célja, hogy a világ egyetlen nagy „könyvtárává” váljon, ahol a könyvek szabadon cserélnek gazdát és követhető az útjuk az interneten keresztül. Egy olyan projekt, ami valóban új életet lehel a könyvekbe. A Bookcrossing folyamán a már nem használt, egyszer olvasott könyvek és az e-könyvek egyedi azonosítókat kapnak a rendszerben, amelyek lehetővé teszik, hogy nyomon kövessük a mozgását kézzel kézzel, ezzel összekapcsolva az olvasókat a világ minden tájáról. Az 2002-ben elindult projektnek mára közel 2 millió aktív résztvevője és 1,5 millió könyve kering különböző országokban. A Bookcrossing nemcsak a könyveknek ad második esélyt, hanem környezetbarát

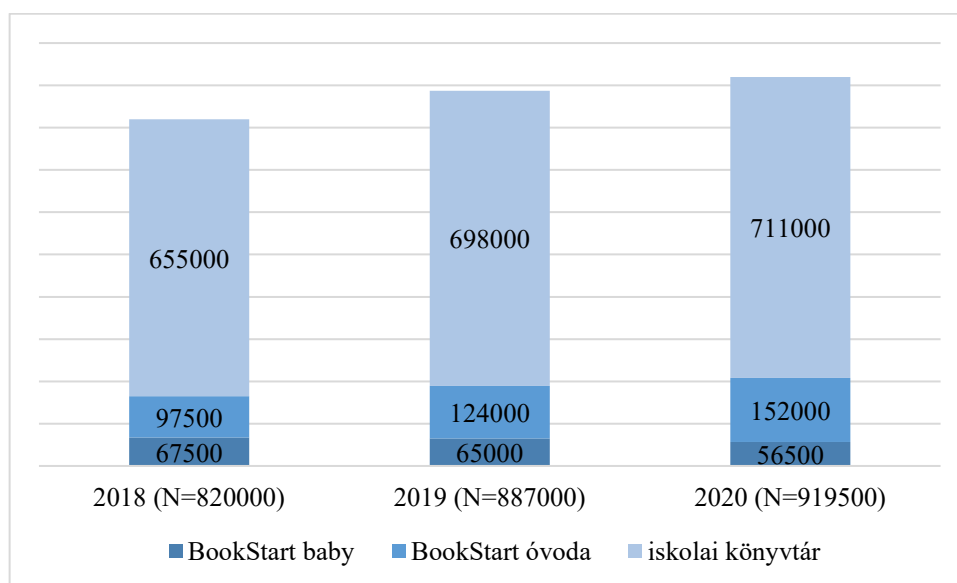
is, mivel hozzájárul a könyvnyomtatáshoz szükséges papírgyártás csökkentéséhez. Ezenkívül új lehetőségeket nyit meg az egyedi könyvek számára, évről évre egyre növekvő olvasóközösséget hoz létre és koncepciójával segít a fenntarthatósági törekvések előmozdításában (Corciolani & Dalli, 2014).

Két ukrán kezdeményezést is érdemes megemlíteni. 2021 decemberében először rendezték meg Ukrajnában az Országos Olvasáshetet, amely egy különleges alkalom, az olvasók, írók, kiadók, könyvtárosok, könyvkereskedők találkozására (hasonló kezdeményezés hazánkban is van). Ezt az Ukrán Könyvintézet és Ukrajna Kulturális és Információpolitikai Minisztériuma szervezik, de az esemény partnerei közé tartozik az Ukrán Könyvtári Szövetség és az Ukrán Kiadók és Könyvterjesztők Szövetsége. A projekt célja az volt, hogy felhívja a figyelmet az ország könyvtári gyűjteményében lévő ukrán könyvekre, népszerűsítse az olvasást és elősegítse az anyanyelvű irodalom fejlődését. Az „*Ukrán könyvespolc*” projekt célja az ukrán irodalom népszerűsítése volt 2022. február 24-ig. Ezt az Ukrán Elnöki Hivatal, a Külügyminisztérium, a Kulturális és Információpolitikai Minisztérium, az Ukrán Könyvintézet valósította meg az Ukrán Állami Televízió- és Rádióműsor-bizottsággal és a Kijevi Közgazdaságtudományi Kar jótekonysági szervezetével együttműködve. A projekt célja az ukrán irodalom eredeti és más nyelvekre lefordított terjesztése a világ vezető könyvtáraiban. Az *ukrán könyvespolcokon*, amelyek már 34 országban jelentek meg, nemcsak klasszikus ukrán művek találhatók meg, hanem modern szerzők művei is lefordítva azoknak az országoknak a nyelvére, ahol ezek a könyvtárak találhatók (Prokopenko, 2021).

A „*10 perces olvasás*” kutatási projekt egy portugál kezdeményezés, mely az ország nemzeti tantervének is a része, s a diákok olvasás iránti érdeklődésének játékos felkeltése a célja, melyben a könyvtárak is fontos szerephez jutottak. A kutatások kimutatták, hogy ez a kezdeményezés javítja az olvasásdinamikát, ami a tanulók olvasási preferenciáinak változásában nyilvánult meg.

Az „*Art of Reading*”, az olvasás művészete egy 2008-ban indult nemzeti olvasást népszerűsítő program Hollandiában, amely a gyerekeket és fiatalokat célozza meg a születéstől 18 éves korukig. Célja az olvasás kultúrájának erősítése és az olvasási élmény gazdagítása Hollandiában, mely egyaránt igazodik az UNESCO által propagált közkönyvtárak víziójához (UNESCO, 2016). Az „*Art of Reading*” program négy alapelvet határoz meg az olvasás népszerűsítésére: olvasási környezet, szakértelem, bizonyíték és együttműködés, melyek a holland LEES (olvasás) szót alkotják. A program keretében tematikus kampányokat, képzéseket és workshopokat szerveznek, amelyek az olvasási készségek fejlesztésére és a könyvek iránti érdeklődés növelésére irányulnak. Emellett könyvklubokat és közösségi rendezvényeket indítanak, hogy az olvasók találkozhassanak egymással és megoszthassák

könyves élményeiket. A program célja, hogy elősegítse az olvasási szenvedélyt, és hangsúlyozza az olvasás szerepét a személyes fejlődésben és az oktatásban. Az olvasás művészete három részből áll: a BookStart programból (baba és óvoda), az iskolai könyvtárból (általános és középiskolák) és az olvasást népszerűsítő stratégiai hálózatokból. A BookStart lényege, hogy az újszülött könyvtári tagoknak egy könyves csomagot adnak bőrönd formájában. Az óvodáskorú gyermekek számára készült program az olvasás és a könyvek iránti szeretet korai kialakítására összpontosít. A célja, hogy már a legfiatalabbak is pozitív élményeket szerezzenek a könyvekkel, ezzel támogatva a korai nyelvi fejlődést és az olvasási készségek fejlődését. Az iskoláskorú gyerekeknek (0-12 év) szóló alprogram az olvasási készségeik fejlesztésére és a könyvek iránti érdeklődés fokozására koncentrál. Programok, workshopok és versenyek révén motiválja a diákokat az olvasásra, és próbálja fenntartani az érdeklődést a könyvek iránt. A harmadik alprogram prevenciós jelleggel a hátrányos helyzetű családokra fókuszál, akiknél a szocializációs és írás-olvasás tanulási esélyek korlátozottak. Ahogy a 17. ábrán is látható, évről-évre nő a programban részt vevő gyerekek összlétszáma (Langendonk & Broekhof, 2017).



17. ábra Az „Art of Reading” programban részt vevő 0-12 éves gyerekek száma (Langendonk & Broekhof, 2017 alapján saját szerkesztés)

A németországi, frankfurti könyvtár rendkívül színes olvasóvá nevelő programokat kínál. Az „Olvasóspirál” program (Lesespirale) egy német kezdeményezés, mely a város összes olvasásnépszerűsítő projektjét összesíti és egyesíti különböző korosztályok körében. A program több szintre épül, és az iskolai oktatásba is integrálódik, hogy hosszú távon támogassa az olvasási készségek fejlesztését. A különféle olvasási tevékenységeket és eseményeket úgy alakítják ki, hogy minden résztvevő számára vonzó és elérhető legyen. Az program különös

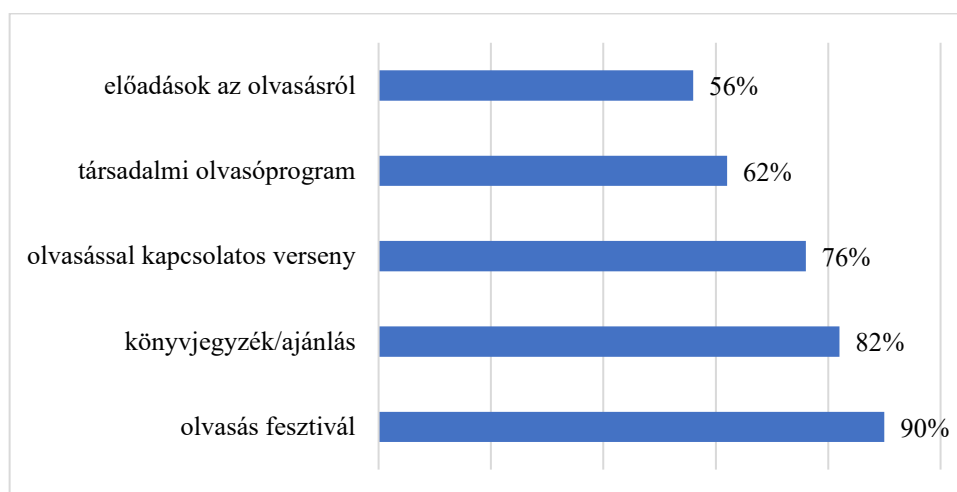
figyelmet fordít az olyan innovatív módszerekre, amelyek révén a gyerekek és fiatalok örömmel merülnek el az olvasás világában. A program célja, hogy a résztvevők ne csak jobb olvasók legyenek, hanem szenvedélyes olvasók is, akik a későbbiekben is szívesen veszik kezükbe a könyveket. A helyi oktatási programok előírják, hogy 5. osztálytól kezdve minden tanuló megismerkedjen az iskolai könyvtárral és annak információs forrásaival. Az iskolák és könyvtárak közötti együttműködés a tanulmányok végéig folytatódna. A „*Csillagolvasó*” projekt, amely 8-12 éves gyerekek számára készült, matricás albumot használ az olvasási tevékenységek nyomon követésére, ahol a teljes album kitöltése után az „Sztárolvasó” cím és nyeremény jár. A projekt a könyvtárakat olykor „stadionokká” változtatja, futballbajnokságokkal egybeeső olvasási versenyeket szervezve. A „*Könyvpiknik*” rendezvény célja az olvasási elit fejlesztése és a jövőbeli Ifjúsági Médiazsűri tagok nevelése. A Frankfurti Városi Könyvtár „*iPad-ek a könyvtárakban*” kampánya ötvözi a digitális médiát a klasszikus olvasással, így támogatja az olvasást, különösen nyelvi nehézségekkel küzdő gyerekek számára. A projekt kapcsán rendezvényeket is szerveznek a digitális kompetencia fejlesztése céljából. Az „*Őszi Kívánsághéten*” az olvasók saját könyveket rendelhetnek, míg az „*Olvas, vagy még keresed?*” rendezvény célja a könyvek és a média értékelése, valamint az önálló könyvválasztás elősegítése (Prokopenko & Shvachka, 2020).

Távol-Keleti példaként Kínában három fő kutatási irány van az olvasásnépszerűsítés kapcsán; könyvtári promóciós gyakorlatok, speciális régiókban lévő könyvtári olvasóvá nevelő gyakorlatok, és könyvajánlások. A felolvasófesztivál egy jelentős promóciós program, amely az alacsony nyilvános olvasási arányok mellett gazdag programkínálatot nyújt. 2004-ben elindult ezen kívül a Nemzeti Olvasási Hónap és a Könyvek és a Szerzői Jogok Napja is Kínában, számos olvasási tevékenységet szervezve. Az április 23-án²⁵ tartott rendezvényeken csoportos felolvasások, aláírásfalak, előadások és bemutatók zajlanak. Az olvasási fesztiválok időtartama változó, és a Zhao és Ge kutatásában részt vevő 86 közkönyvtárból 77 tart rendszeresen ilyen eseményt. A kínai Dongguan Könyvtár 2005 óta szervez olvasófesztivált, – 4785 programjuk volt 2020-ig, amelyeken összesen 39 millió résztvevő volt – s évente több mint 4 millió ember vesz részt rajtuk (Wen, 2017). De Hubei tartomány is remekel olvasófesztiválban. 2016-ban a tartomány közkönyvtárai több mint 2571 tevékenységet, 335 előadást, 110 kiállítást és 587 gyermekolvasási programot szerveztek, ezzel növelve az olvasás iránti tudatosságot. Már szolgáltatássá váltak a könyvtárak által különböző tematika alapján összeállított könyves listák, amelyek elősegítik az olvasók számára a releváns és érdekes könyvek megtalálását, ezzel ösztönözve az olvasást és az irodalmi felfedezést. Ezek a listák

²⁵ A könyv és a szerzői jogok világnapja 1995-től.

nemcsak az érdeklődési körök és műfajok szerinti keresést könnyítik meg, hanem az oktatást és az élethosszig tartó tanulást is támogatják, hiszen szakértői ajánlások alapján segítenek mélyebb megértést nyújtani különböző témákban. Emellett a listák optimalizálják a könyvtári gyűjtemények használatát, növelve a források hatékonyságát és értékét (Zhao & Ge, 2020).

A 18. ábrán látható programok az ASEAN (Association of Southeast Asian Nations)²⁶ könyvtárak körében is megjelennek, könyvlistákat készítenek, különböző olvasással kapcsolatos programokat szerveznek, például olvasótábort, olvasóversenyt, könyves beszélgetéseket, felolvasásokat, meseórákat, előadásokat, de versenyek és kézműves foglalkozások is megjelennek az olvasásnépszerűsítő eszközeik között (Sangkaeo, 1999).



18. ábra Kínai olvasásnépszerűsítő projektek
(Zhao & Ge, 2020 alapján saját szerkesztés)

Tajvan sokszínű és folyamatosan változó társadalmában az iskolai oktatás és a nyilvános könyvtári szolgáltatások jelentik a szociális nevelés két fő szempontját. A könyvtárak kiemelt promóciós tevékenységet végeznek a kisiskolások körében. A „Mozgó Könyvtár”, ahogy hazánkban is, megnövelte a könyvtárfelhasználók számát, amihez a személyes beiratkozáson kívül, a családi könyvtári kártyák bevezetése is hozzájárult. Az osztálytermi (általános és középiskolai) könyvkártyával pedagógusoknak adják meg a lehetőséget, hogy tantermeikben könyveket helyezzenek el, melyhez egy gamifikált minősítés is tartozik, így ösztönzik és jutalmaznak az olvasó diákokat. A könyvtárak által biztosított 50 könyv két hónapra áll rendelkezésre, ezáltal rugalmas és motiváló olvasási élményt teremtve a gyermekek számára. A szintén tajvani „Mesélő Anya” kezdeményezést azzal a céllal indították, hogy elősegítse a gyermekek korai olvasási szokásainak kialakítását és fejlesztését. A program középpontjában

²⁶ A következő országok tartoznak ide: Brunei, Kambodzsza, Indonézia, Laosz, Malajzia, Mianmar, Fülöp-szigetek, Szingapúr, Thaiföld, Vietnam.

az áll, hogy az anyák aktívan vegyenek részt gyermekeik olvasási tevékenységeiben, mivel az anyai szerep rendkívül fontos a gyerekek olvasási szokásainak és képességeinek kialakításában. A program olvasási workshopokat, könyvklubokat és nyilvános felolvasásokat szervez, ahol anyák és gyermekeik együtt olvashatnak, és oszthatják meg az olvasási élményeket. Emellett olvasási forrásokat biztosít a családok számára, hogy mindenki hozzáférhessen a megfelelő olvasnivalókhoz. A „*Mesélő Anya*” program hangsúlyozza az anyák szerepét, mivel gyakran ők az elsődleges példaképek és gondviselők, így nagy hatással vannak gyermekeik olvasási szokásainak és képességeinek kialakítására (Joó, 2023; Shih, 2021).

Brazíliában rendkívül izgalmas projekteket vittek véghez a könyvtárak. São Paulo metróvonalain számos, az olvasás népszerűsítését szolgáló projekt működik, amelyek célja az utazási idő hasznos eltöltése és az olvasási kultúra erősítése. Az egyik legnépszerűbb kezdeményezés a „*Livro Livre*” (Szabad Könyv) projekt, amelyben az utasok könyveket hagynak a metrókocsikban vagy állomásokon, hogy bárki szabadon elvehessen és olvashasson, majd továbbadhasson másoknak. A „*Leitura no Vagão*” (Olvasás a Vagonban) kampány keretében különböző irodalmi művek részleteit helyezik el a metrókocsikban, így az utasok rövid szövegeket olvashatnak utazás közben. A „*BiblioMetrô*” (Metró Könyvtár) egy mobil könyvtári szolgáltatás, amely könyvtári kocsikat helyez el a metróállomásokon, ahol az utasok könyveket kölcsönözhetnek és visszavihetik azokat bármelyik könyvtári kocsihoz. A „*Lendo na Linha*” (Olvasás a Vonalon) kezdeményezés irodalmi művek bemutatására és népszerűsítésére szolgál a metróállomásokon és vonatokon, plakátokkal, könyvborítókkal és rövid könyvajánlókkal segítve az utasokat új olvasnivalók felfedezésében. Ezek a projektek mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a São Paulo-i metró utasai hasznosan és élvezetesen töltsék el az utazás közbeni idejüket, valamint széles körben népszerűsítsék az olvasás kultúráját (Vieira Reale, 2023).

A mexikói Meseidő könyvtári program (Hora del Cuento) egy olyan kezdeményezés, amelynek célja az olvasás népszerűsítése és a gyerekek olvasási szokásainak kialakítása. A program keretében a könyvtárak rendszeresen szerveznek felolvasásokat, mesemondó eseményeket és interaktív foglalkozásokat, ahol a gyerekek megismerkedhetnek különböző történetekkel és irodalmi művekkel. Ezek az események nemcsak a gyerekek szókincsét és nyelvi készségeit fejlesztik, hanem a képzeletüket és kreativitásukat is serkentik. Emellett a program hozzájárul a közösségi összetartozás erősítéséhez, mivel a gyerekek és a szüleik közös olvasási élményekben részesülhetnek. A Meseidő program különösen fontos szerepet játszik a hátrányos helyzetű közösségekben, ahol gyakran korlátozottak az olvasási lehetőségek (Torre, 2021).

A közel-keleti Irán éves naptárában rendkívül gyakran találkozhatunk olvasással kapcsolatos programokkal, például Nemzetközi Teheráni Könyvvásár, Könyvhét, Könyves Fesztivál. Az „*Iranian Book of Book*” program célja Iránban az olvasás népszerűsítése és a könyvkultúra fejlesztése, különös figyelmet fordítva a helyi irodalomra és szerzőkre. A program különböző korosztályok számára szervezett olvasási kihívásokat, könyvajánlókat és könyvklubokat kínál, hogy elősegítse a könyvek iránti érdeklődést és javítsa az olvasási szokásokat. Emellett oktatási és kulturális események révén bővíti a könyvekhez való hozzáférést, célja a könyvek kultúrájának gazdagítása és az irodalom iránti elkötelezettség növelése. Irán bibliofil falai olyan kültéri könyvtári falak, amelyek különleges módon népszerűsítik az olvasást és a könyveket. Ezeket a falakat gyakran városok különböző pontjain helyezik el, és a céljuk, hogy olvasásra ösztönözzenek, miközben javítják a könyvek hozzáférhetőségét a közösség számára. A bibliofil falak nemcsak könyveket kínálnak, hanem egyfajta közösségi térként is működnek, ahol az emberek ingyenesen hozzáférhetnek könyvekhez, és akár új könyveket is elhelyezhetnek, így támogatva a könyvcserét és a közösségi együttműködést. Az ilyen falak gyakran egyedileg dekoráltak, színesek és figyelemfelkeltőek, hogy vonzzák az embereket, és ösztönözzék őket a könyvek kölcsönzésére és visszahozatalára. Ezek a falak az olvasás népszerűsítésének kreatív módját jelentik, és a közösségi könyvtári kezdeményezések részeként szolgálnak (Yazdanpour, 2020).

3.5. Összegzés

A fejezet az olvasóvá nevelés könyvtári dimenzióit és az olvasási kultúrát tárgyalja, átfogóan bemutatva az e témakörökben végzett kutatásokat, szabályozásokat és gyakorlatokat. A fejezet első részében az olvasási kultúra jelentőségét és hatásait tárgyaltuk. A könyvolvasás kutatásokkal igazolt hatása bemutatja, hogyan befolyásolja a könyvek olvasása az egyének kognitív fejlődését, társadalmi integrációját és személyes jólétét. A könyvolvasás jótékony hatásai nemcsak az egyéni szintű előnyökre, hanem a társadalmi szinten elérhető pozitív változásokra is kiterjednek, mint például az olvasás és a tanulás elősegítése. A következő részben az olvasóvá nevelés került a középpontba, amely bemutatja, hogy a könyvtárak milyen szerepet játszanak az olvasási készségek fejlesztésében és a könyvszeretet kialakításában. A nemzetközi és hazai szabályozások elemzése rávilágít arra, hogyan formálják az olvasási kultúra fejlesztését a szabályozói és politikai keretek, és hogyan integrálják az olvasóvá nevelést a könyvtári szolgáltatásokba. A magyar olvasáskutatás eredményei, különösen a TÁRKI Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások 2020 és 2023-as adatai, valamint a Könyvtári trendjelentések, segítenek megérteni az olvasási szokások változásait és a

könyvtárak által alkalmazott stratégiák hatékonyságát. Ezek az adatok és trendek betekintést nyújtanak a könyvolvasási szokások alakulásába, és rávilágítanak a könyvtári kezdeményezések és programok sikerességére. A fejezet utolsó része a könyvolvasást támogató nemzetközi és hazai könyvtárpedagógiai projekteket és jó gyakorlatokat tárgyalja. A könyvtárak szerepe az olvasóvá nevelés terén kritikus fontosságú a személyes és társadalmi fejlődés szempontjából. Az offline és online dimenziók, valamint a digitális világban előtérbe került közösségi média integrációja új kihívásokat és lehetőségeket teremt ezen a területen. A magyar vonatkozású könyvtári kezdeményezések és a nemzetközi olvasásnépszerűsítő kezdeményezések bemutatása példákat ad arra, hogyan lehet hatékonyan alkalmazni a könyvtári eszközöket az olvasási szokások fejlesztésében. A sikeres projekteken keresztül szemléltetett példák és jó gyakorlatok hozzájárulhatnak az olvasás támogatásához és a könyvtárak szerepének erősítéséhez az olvasóvá nevelés terén (Dani & Szabó, 2024).

Ez a fejezet összegzi az olvasóvá nevelés főbb dimenzióit és trendjeit, kiemelve a könyvtárak kulcsszerepét az olvasás támogatásában és a közösségi tudás gyarapításában. Ezen kívül bemutattuk az offline és online olvasóvá nevelési eszközök integrálásának lehetőségeit a könyvtári gyakorlatban, hozzájárulva az olvasási kultúra erősítéséhez. A jó gyakorlatok különösen relevánsak kutatásunk szempontjából, hisz rámutatnak, miként egészíthetők ki a könyvtári közösségi terek és programok az influenszerek digitális jelenlétével és kommunikációs erejével, egyaránt kihasználva az offline kapcsolatteremtés és az online elérés előnyeit. Így a hagyományos könyvtári szolgáltatások és az új, digitális olvasási trendek egységesen és hatékonyan járulhatnak hozzá az olvasóvá nevelés folyamatos megújulásához és közösségépítő hatásához.

4. Olvasásnépszerűsítés az online térben – közkönyvtárak és könyves influenszerek a közösségi médiában²⁷

A 4. fejezetben az olvasásnépszerűsítés online térben megjelenő formáit vizsgáljuk, különös tekintettel a közkönyvtárak közösségimédia-jelenlétére és a könyves influenszerek szerepére. Bemutatjuk a főbb platformokat és BookTernet-jelenséget, majd elemezzük, hogyan járulnak hozzá ezek az olvasásnépszerűsítéshez és a könyvtári kommunikáció megújulásához.

4.1. A vizsgált téma hazai és nemzetközi kutatási előzményei

A könyves influenszerek és a könyvtárak együttműködéséről konkrétan kevés kutatást találtunk a munka elkezdésekor (2023 ősz). De külön-külön a két szegmensről természetesen akadtak források. A könyves influenszerekkel kapcsolatos kutatások inkább marketing, kereskedelmi, gazdasági szempontból (Johnsson, 2023; Guiñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022; Cornwell & Katz, 2021; Farkas, 2019; Marwick, 2017) közelítik meg a témát, és inkább a jelenségre koncentrálnak, nem pedig a tartalomgyártó személyekre.

De mikor és hogyan indult el az influenszer-jelenség? Katz és Lazarsfeld olyan személyt tekintett véleményvezérnek, aki műveltebb volt, nagyobb mértékben fogyasztott tömegmédiát, jobban keveredett a szociális osztályokban (Varga, 2007; Katz & Lazarsfeld, 1955). Az elméletük szerint a média hatása a véleményvezéreken keresztül érvényesül; az üzenetek először a befolyásos személyekhez jutnak el, s ezt követően ők saját környezetükben továbbadják. Az elmélet fontos felismerése, hogy az emberek döntéseit és véleményét gyakran jobban alakítják a személyes kapcsolatok, mint maga a média. Ezért a társas hálózatoknak és a hitelesnek tartott szereplőknek kiemelt szerepük van a kommunikációban. A fogalom az internet és a közösségi média térnyerésével újra előtérbe került, különösen a 2010-es évek elején, de kicsit más jelentéssel. Egyes tartalomgyártással foglalkozó személyek nagy követőtáborral rendelkeznek a közösségi médiában, és befolyással bírnak követőik véleményére és vásárlási döntéseire (Eszes, 2011; Nelson, 2006). Az influenszerek különböző területeken tevékenykedhetnek, például divat, szépség, utazás vagy az olvasás világában. A könyves influenszerek (olvasásnépszerűsítők, könyves tartalomgyártók) hangsúlyos térnyerése nemzetközi szinten a 2010-es évek közepén kezdődött, amikor a YouTube és az Instagram egyre népszerűbbé váltak. E platformok lehetőséget adtak az olvasni szerető embereknek, hogy

²⁷ A fejezet egyes részei publikáció formájában megjelentek: Dani, E., & Szabó, D. (2024). Online olvasás- és szolgáltatásnépszerűsítés a könyvtárakban: a közösségi média és a könyves influenszerek. *Könyv és nevelés*, 25(1), 48-67.

könyvajánlókat, könyvkritikákat és olvasási élményeket osszanak meg szélesebb közönséggel (Schaffer, 2022). Az influenszerek népszerűsége az elmúlt években szignifikánsan növekedett. Ennek kiváltója a közösségi média még nagyobb elterjedése, hiszen, ahogy egyre többen használták a közösségi médiát, úgy nőtt az influenszerek elérése és erőteljes expanziója, s ezzel párhuzamosan a befolyásolási lehetősége is (Glied, 2022; Crespo 2013). A platformokon megjelent az interaktivitás, s ezáltal az influenszerek közvetlen kapcsolatot alakíthatnak ki a követőikkel, ami Fish értelmező közösségek elmélete felől nézve is lényeges, mert az online közegben az értelmezés és az olvasói reakciók közösen formálódnak, így az influenszerek és a követők együtt alakítják ki a jelentéskereteket (Fülekiné Joó, 2018; Pusztai, 2011; Fish, 1980). Mindemellett a könyves szegmensben szükséges megemlíteni még a kiadók és az alkotók támogatását is, akik felismerték a könyves influenszerek marketingértékét, és egyre gyakrabban működnek együtt velük könyvpromóciók és könyvbemutatók keretében (Baym, 2018). Magyarországon is egyre több könyves tartalomgyártó jelenik meg az online térben, akik aktívan népszerűsítik a könyveket és ezáltal az olvasást a közösségi médiában. Jellemzően az utóbbi két-három évben nőtt a hazai olvasásnépszerűsítőik száma, mondhatni, ahogy az olvasás újra kezd népszerűvé válni (Euzéby, Passebois Ducros, Machat, 2024). Saját kutatások szerint ez pozitív hatással van az olvasási kedvre, különösen a fiatalok körében (Szabó & Dani, 2023).

Továbbá számos korábbi hazai és nemzetközi kutatás eredményei is mutatják, hogy a könyves influenszerek jelentős hatással lehetnek az olvasási szokásokra, különösen a fiatalok körében (Teixeira do Souto Pereira, 2025; Obreja & Manolica, 2024; Szabó, 2024; Johnsson, 2023; Tukia, 2022). Az influenszerek ajánlásai növelhetik az adott könyvek iránti keresletet és az olvasási kedvet (Fehér, 2021; Crespo, 2013), valamint inspirációként hatnak a követőikre, olvasásra és új könyvek felfedezésére, és különböző irodalmi műfajok kipróbálására ösztönöznek (Merchant, 2020). Ezen kívül a közösségi média lehetőséget ad olvasói közösségek kialakítására, ahol a tagok megoszthatják véleményüket és élményeiket (Baym, 2018). Egy-egy influenszer ajánlása jelentősen növelheti egy könyv eladási rátáját és ismertségét. Néhány kutató azonban arra figyelmeztet, hogy az influenszerek hatása rövid távú lehet, és elsősorban a bestseller könyvekre koncentrál, ami elnyomhatja a kevésbé ismert, de értékes irodalmi műveket (Johnsson, 2023).

Egyes kutatási eredmények szerint a könyvtárak sikeresen integrálhatják a közösségi médiát és a könyves influenszer-tevékenységet a stratégiájukba, ezáltal növelve az intézmények látogatottságát és az olvasási aktivitást (Egervári, 2024; Szabó & Dani, 2023). Más kutatások arra fókuszálnak, hogy a közösségi média térnyerése elvonhatja a figyelmet a könyvtárak hagyományos szerepéről, és a könyvtárak túlzott digitalizációja veszélyeztetheti a fizikai könyvtárak relevanciáját (Vlieghe et al., 2014; Malczewski, 2013). Egyes kutatók arra mutatnak

rá, hogy sok könyvtár még nem rendelkezik elegendő erőforrással és digitális kompetenciával a hatékony közösségi média és online jelenlét megalapozásához, szinten tartásához (Garoufallou et al., 2013). Mindezen kutatási előzményekből kiindulva megállapíthatjuk, hogy a könyves influenszerek és a könyvtárak közötti együttműködés lehetőségét és hatékonyságát érintő kutatási kérdések továbbra is relevánsak. A korábbi kutatások eredményei és azok másodelemzése, valamint a fennmaradó kérdések mélyebb vizsgálata segíthet abban, hogy ezek az együttműködések hatékonyabbá váljanak, így támogatva az olvasásnépszerűsítést és ezáltal az olvasóvá nevelést.

4.2. Közösségi média, közösségi hálózatok

A 2000-es évek vége óta a közösségi média, a Web 2.0 gyűjtőfogalmává vált. Ez a közösségi platformok gyűjtőfogalma, amely magában foglalja a kép- és videómegosztó oldalakat, blogokat, vlogokat, wikiket, valamint más, ingyenesen elérhető és felhasználóbarát felületeket. A közösségi oldalak története az 1990-es évek közepére vezethető vissza, amikor megjelentek az első hálózatépítő szolgáltatások, azonban az igazi mérföldkő a Facebook 2004 februári indulása volt (Berényi, 2022). A közösségi média térnyerésével és azon keresztül terjedő információkkal kapcsolatban az elmúlt évtizedben számos tanulmány készült, amelyek leszűkítették és pontosították a tag fogalmat (Dani & Szabó, 2024; Szűts, 2020).

„A közösségi média kétirányú interaktív kommunikációs platform, ahol a felhasználók megosztják és kommentálják a különböző tartalmakat, és lehetővé teszik a közösségi szerepvállalást” (Klausz, 2011, 20). Hall²⁸, az Advertising Age online portál és folyóirat oldalán megjelent kiadványában tíz alapszabályt említ a közösségi média kontextusában, amelyek közül néhány fontos lehet a témánk megalapozásához. A vásárlók által kifejezett vélemények erőteljesebb elkötelezettséget váltanak ki egy termék vagy szolgáltatás iránt, ami akár vásárlásra is ösztönözheti őket. Bár az influenszerek sok követővel rendelkezhetnek, a valós eredmény gyakran a közvetett kapcsolatokon keresztül jön létre. A felhasználók sok hírt és információt osztanak meg ismerőseikkel, és ezek gyorsan terjedhetnek. A vállalatoknak olyan tartalmakat kell létrehozniuk, amelyek a fogyasztók tevékenységét ösztönzik. A közösségi média platformok lehetőséget teremtenek a vásárlók számára, hogy megosszák és kiemeljék saját problémáikat és kérdéseiket (Klausz, 2016; 2011).

A közösségi média technológiai rendszerek összessége, amelyek különféle együttműködések és közösségi interakciókat tesznek lehetővé (Tess, 2013). Más

²⁸ Az innováció, marketing- és növekedési stratégiák szakértője.

megközelítések szerint online információszolgáltatások sokféleségét jelenti, amelyeket a felhasználók hoznak létre, terjesztenek és használnak (Mangold & Faulds, 2009, 357). A közösségi média olyan internetes platformok és alkalmazások összessége, amelyek a Web 2.0 technológiai alapjaira épülnek, lehetővé téve a felhasználók számára, hogy saját tartalmakat hozzanak létre, osszanak meg, és aktívan részt vegyenek az online közösségi életben (Kaplan & Haenlein, 2010). Ez az újítás az online információterjesztésre, tartalomterjesztésre, kommunikációra és együttműködésre fókuszál, és kedvező hatással van az oktatásra (Tkacová et al., 2022). Carr és Hayes a közösségi médiát „*valós idejű vagy aszinkron opportunist interakcióként és szelektív ön bemutatkozásként*” értelmezi, amely a felhasználó által generált tartalmak és a másokkal való interakció észleléséből merít értéket (Szabó, 2023; Carr & Hayes, 2015, 50). Koltay (2010) szerint a Web 2.0 platformok könnyen használhatóak, a felhasználói kommunikáció és tartalomalkotás vezérli őket, és egyidejűleg vállalják a fogyasztó és termelő, az olvasó és szerző szerepét (Szűts, 2020). A közösségi média az elmúlt évtizedekben jelentősen fejlődött, és mára az emberek életének szerves részévé vált. Webhelyekről vagy online platformokról van szó, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára nyilvános profilok létrehozását, beszélgetések kezdeményezését, közösségi csoportok létrehozását és információk megosztását (Beal, 2018). Ezek célja, hogy a felhasználók közösségi kapcsolatokat építhessenek ki és kommunikálhassanak egymással. Baruah (2012) szerint a közösségi média web-alapú és mobil technológia, amely párbeszédre és interaktív kommunikációra szolgál. Mindezek alapján a közösségi média egyre inkább válik az egyik legkedveltebb és leghatékonyabb kommunikációs eszközzé a különböző iparágakban, ideértve a közgyűjteményeket is (Raman & Menon, 2018).

A közösségi oldalak olyan nyitott, szerkeszthető online platformok, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy virtuális közösségeket alakítsanak ki és virtuális identitásokat hozzanak létre. Az egyének kapcsolatokat teremthetnek ismerősökkel és ismeretlenekkel egyaránt, így aktív részesei lehetnek egy adott online közösségnek, melynek elsődleges célja az egymás közötti kommunikáció elősegítése, amely a közösségi élmény és kapcsolatok építésének alapját képezi. A közösségi média sajátossága, hogy eltér a tradicionális tömegmédiától, mivel figyelmen kívül hagyja a hagyományos tartalomelőállítási mechanizmusokat (Szűts, 2021; 2018). Mégis interaktív platformokat foglal magában, amelyek a felhasználók számára valós időben vagy aszinkron módon lehetőséget biztosítanak az aktív tartalomelőállításra, ezzel eltérve a Gutenberg-galaxis egyirányú kommunikációs modelljétől. Az interaktivitás ezen a ponton azt jelenti, hogy a felhasználók képesek közösen, dinamikusan befolyásolni és megosztani az információkat (Szűts, 2022) függetlenül az időtől és a helytől (Rheingold, 1993). A virtuális közösségek kifejezést több tudós is definiálta, hangsúlyozva a

földrajzi korlátok nélküli kommunikációt és az információcsere számítógépes és internetes platformokon keresztül (Bagozzi & Dholakia, 2002; Douglas, 1996; Rheingold, 1993). A virtuális közösségek olyan csoportok, amelyekben az emberek különböző témákban fejezik ki véleményüket és építik ki közösségi kapcsolataikat, idő- és helykorlátok nélkül (Hagel & Armstrong, 1997). Az ilyen közösségek tagjai szabadon beléphetnek és kiléphetnek, és bár a közösség érdekei közösek, a tagok sokfélesége megfigyelhető (Goodwin, 2004; Baym, 2000). A virtuális közösségek létrejöttét a technológia által közvetített kommunikáció támogatja, amelynek eredményeként normák alakulnak ki és működnek, és ezek a közösség életének alapvető részei (Delanty, 2003).

A közösségi média a modern könyvtárak fejlesztésének meghatározó eleme, mivel lehetővé teszi az információk megosztását, a közösségi kapcsolatok építését és a szolgáltatások hatékony bemutatását. Ezen túlmenően olyan online tanulási lehetőségeket kínál, amelyek támogatják az olvasókkal való interaktív kommunikációt, és lehetővé teszik a könyvtárosok és a felhasználók közötti távoli, de aktív kapcsolattartást, ezáltal a könyvtárak dinamikus, közösségformáló és edukatív szerepet töltenek be. Henry (2011) szerint a közösségi média megváltoztatja a könyvtárak szolgáltatási módszertanát, az információhoz való hozzáféréstől és kereséstől kezdve egészen a felhasználókkal való interakcióig, valamint a hálózatépítés módjáig terjedően (Szabó, 2023).

A közösségi média jelenségének kutatásunk kontextusába való mélyebb integrálása érdekében a továbbiakban összekapcsoljuk azt a korábban ismertetett, 21. századi könyvtári szerepekkel, továbbá az oktatás területével – ezen belül kiemelten az élethosszig tartó tanulás koncepciójával – valamint a média- és információs műveltség dimenziójával. E tényezők szoros kölcsönhatása olyan komplex keretet alkot, amely új perspektívákat és lehetőségeket teremt az információmegosztás, illetve a könyvtári és oktatási intézményekben megvalósuló tudásdisszemináció előmozdítására. Az élethosszig tartó tanulás elve azon alapszik, hogy a tanulás folyamatos és állandó része legyen az egyének életének, akár formális, nem formális, vagy informális módon. Ebben a kontextusban a közösségi média platformok széles skálája segítheti az egyéneket az információk elérésében, megosztásában és a tudásuk bővítésében tartózkodási helyüktől függetlenül. A média- és információs műveltség, mint kulcsfontosságú kompetencia, kiváltképpen hangsúlyozza a közösségi média szerepét az élethosszig tartó tanulásban. A közösségi média platformjai, mint például a Facebook, Twitter/X vagy LinkedIn, lehetővé teszik az emberek számára, hogy kapcsolatba lépjenek szakértőkkel és társaikkal, csoportokba szerveződjenek, és az online közösségekben való részvétel révén új ismereteket szerezzenek. De nemcsak a fogyasztói szerepben van jelen az információáramlásban, hanem lehetőséget nyújt a felhasználóknak a tartalom létrehozására és megosztására is. Ez ösztönzi az

alkotói készségek fejlődését és a média- és információs műveltség gyakorlati alkalmazását. A folyamatos interakció és az online tanulási tartalmak megosztása révén a közösségi média elősegíti az élethosszig tartó tanulás szélesebb körű elterjesztését és elérhetőségét, hozzájárulva ezzel az egyének személyes és szakmai fejlődéséhez (Hu et al., 2019).

A mobil számítástechnikai eszközök és a közösségi médiaalkalmazások három fő témán alapulnak; folyamatos kapcsolat, együttműködésen alapuló tanulás elősegítése és hiteles, helyhez és időhöz nem kötött tanulás lehetővé tétele (Gikas & Grant, 2013, 20). Ezek a témák megalapozzák, hogy említésre kerüljön néhány kutatás a közösségi média, az oktatás és az olvasás triangulumában, mivel a közösségi oldalak óriási hatást gyakoroltak, s mai napig gyakorolnak sok egyén életére, főleg a fiatalokra, diákokra. Megállapítható, hogy az olvasási kultúra csökken a tanulók körében, mivel a tanulók az internetet használják a számukra szükséges információk lekérésére (Dani & Szabó, 2024). Ezek alapján az oktatási szektorban felmerül a kérdés, hogy a közösségi média használata hogyan befolyásolja az olvasási szokásokat, különösen, mivel a diákok mindennapi életének szerves részét képezi, ezért is hívjuk a fiatalabb generációkat digitális bennszülötteknek (Szabó, 2023; Tapscott, 2009; Prensky, 2001). Azonban bizonyított, hogy a közösségi média időigényes, elvonhatja a figyelmet az aktív olvasástól, mely egy tudatos, interaktív és reflektív folyamat, ahol az olvasó értelmez, elemez és kérdéseket tesz fel, kapcsolatokat hoz létre. Ennek eredményeként negatív olvasási attitűd alakulhat ki, mivel a diákok több időt töltenek online tevékenységekkel, például a közösségi média használatával, miközben kevesebb időt szánnak a hagyományos olvasásra (Turkyilmaz, 2014). A közösségi média alkalmazása így az olvasási kedv és motiváció csökkenéséhez vezethet, miközben a diákok más, médiával kapcsolatos tevékenységekben találnak örömet, beleértve a nem tudatos digitális olvasást is (Benjamin, et al., 2020; Annamalai & Muniandy, 2013). Gok tanulmánya (2016) is hasonló eredményeket tárt fel, amelyek szerint a felsőoktatásban részt vevő fiatalok inkább a közösségi oldalakat követik olvasás helyett. Kutatásában a diákok többsége, 281 fő (74,93%) az elmúlt három hónapban egyetlen könyvet sem olvasott el, csupán 89 fő (23,73%) tanuló tekintette hobbijának az olvasást, tehát valamilyen olvasási szokással rendelkezik. Figyelembe véve, hogy a fiatalok az online térben töltik az idejüket, égető szükség van arra, hogy a figyelmüket a közösségi oldalakról az olvasásra tereljék. Mindennek ellenére az is kiderül kutatásából, hogy 237 fő (63,2%) továbbra is szívesebben olvas nyomtatott formátumú könyveket, dokumentumokat, s csupán 138-an (36,8%) részesítik előnyben az e-könyveket, elsősorban a mobil jellegük miatt (Basawaraj, 2021).

4.2.1. Könyvtárak online, közösségi média jelenléte

A közösségi médiaplatformok megjelenésével az internetes tér új jellemzőket öltött. A könyvtárosok számára a navigációs környezet, a mérhető aktivitás és a visszajelző rendszerek a hagyományos, évszázadok alatt kialakult olvasói interakciók virtuális megfelelőjét hozták létre, amelyre igény és lehetőség egyaránt megjelent a közösségi hálózatok kialakulásával (Fodor, 2020). A közösségi média elterjedése a könyvtári szférában számos új lehetőséget teremt, ugyanakkor kihívásokat is felvet. Kutatások szerint a könyvtárak több mint 70%-a alkalmaz közösségi média eszközöket, azonban ezek hatékonysága és a felhasználói visszajelzések változóak (Jones & Harvey, 2019). Az új technológiák könnyű átállást tesznek lehetővé, de kiemelik az új készségek és kompetenciák fejlesztésének fontosságát. A felhasználói reakciók nem garantálhatók, ezért a könyvtáraknak az eszközök eredményes használata érdekében meg kell érteniük a közösség viselkedési normáit és etikettjét (Dani & Szabó, 2024). Ehhez pedig a könyvtáraknak alaposan meg kell vizsgálniuk mind a könyvtári célokat, mind a felhasználók szükségleteit (Jones & Harvey, 2019). Az online platformok előnyökkel járhatnak a könyvtárak számára, ideértve a szakmai profil növelésének lehetőségét, a felhasználókkal való interakció szabadságát és az intézményen belüli különböző részlegekkel való kapcsolatfelvétel lehetőségét (McCallum, 2014).

A közösségi média hatékony eszköz a könyvtárosok közötti kommunikáció javítására, amint azt Ritholz (2010) is hangsúlyozza, kiemelve azt a képességet, hogy a könyvtárosok információkat küldjenek és fogadhassanak, valamint interakciókat folytathassanak a könyvtár dolgozóival, a felhasználókkal és külső oktatási szervezetekkel. Mindez összhangban áll Buigues-García és Giménez-Chornet (2012) véleményével, miszerint a közösségi média könyvtári alkalmazása segíti a professzionális könyvtárosokat az erőforrások fejlesztésében és a megvalósító könyvtári szolgáltatások népszerűsítésében, mindezt a felhasználóktól gyűjtött információk alapján. Ez különösen előnyös a társadalomtudományi kutatók számára, akik online szeretnék szakmai ismereteket gyűjteni, miközben könyvtárosokkal és könyvtárhasználókkal dolgoznak együtt. Fodor (2015) is megerősíti ezen állításokat; a közösségi hálózatok mint kommunikációs csatornák kiegészítik a könyvtári információs szolgáltatásokat, például a könyvtárosok közötti szokásos információcserét a szakmai folyóiratokban és levelezőlistákon (Fodor, 2015). A platformokat először szociális beszélgetésekre használták, de idővel könyvtárszakmai csoportok, virtuális közösségek alakultak ki. Ennek eredményeként a könyvtárosoknak kijelölt csoportjuk lett például Magyarországon is, melynek fő célja az volt, hogy megosszák az ötleteiket és első kézből származó információkat gyűjtsenek a szakmájukkal kapcsolatban (Suraweera et al., 2011).

Vlieghe és kutatótársa (2014) kutatásaikban a digitális médián keresztüli tartalommal való kapcsolatteremtési lehetőségeinek negatív oldalára hívták fel a figyelmet, nem támogatták a könyvtárak online megjelenését, szereplését.

Viszont számos kutatás bizonyítja, hogy a könyvtáros-felhasználó/olvasó viszony kiegyensúlyozottabbá válik, mivel a használók önállóbbak az információ kezelésében, így aktívabb résztvevői szerepet tölthetnek be a könyvtári folyamatokban és fejlesztésekben. Chitumbo és Chewes (2015) azt állapították meg, hogy a közösségi média utat enged a könyvtárak számára, hogy nagyobb közönséget érjenek el, és megosszák tudásukat, tapasztalataikat (Kumar, 2022). Aguiar (2012) és Parker (2013) eredményei alátámasztják, hogy a könyvtárak a közösségi hálózatokat alapvetően olyan információk terjesztésére alkalmazzák, mint különféle hírek (rendezvények, tudományos események), szolgáltatásokkal és programokkal kapcsolatos információk, melyek mind-mind könyvtárhasználatra ösztönzik a felhasználókat.

Ezen kívül a közösségi média könnyebb hozzáférést biztosít a könyvtári forrásokhoz és szolgáltatásokhoz, ahogy azt Peyala (2011), valamint Husain és Nazim (2015) is kiemelik. A közösségi média időt takarít meg, lehetővé téve a tartalom effektív és költséghatékony célba juttatását (Akporhonor & Olise, 2015; Street, 2013). Különböző kutatások rávilágítottak a közösségi média eszközeinek könyvtári marketingben való használatának előnyeire. Harnesk és Salmon (2010) úgy vélik, hogy ezek az eszközök szélesíthetik a könyvtár megjelenését, korszerűsíthetik a könyvtár imázsát és erősíthetik az együttműködést, míg Dankowski (2013) ezen eszközök alacsony költségét és egyszerű használatát emeli ki. Mindazonáltal a könyvtárakat a közösségi média használatára leginkább az elmúlt évtizedek gyors technológiai változásai ösztönzik. Mivel az internet felhasználóbarátabb felületeket és gyorsabb információterjedést biztosít, az információfelhasználók alternatív információszolgáltatókhoz fordulnak, ha a könyvtárak nem tesznek nagyobb erőfeszítést szolgáltatásaik fejlesztésére (Garoufallou et al., 2013).

A felsorolt előnyök révén a könyvtárak képesek láthatóbbá tenni erőforrásaikat és szolgáltatásaikat, így vonzóbbá válva a felhasználók, különösen a fiatalabbak digitális bennszülöttek számára. A könyvtáraknak elemezniük kell a közösségi szükségletek változásait, hogy megértsék a szolgáltatásokkal kapcsolatos igényeket és elvárásokat. A közösségi média így hasznos platformmá válik a felhasználók bevonására és szolgáltatásaik népszerűsítésére, ami különösen fontos a fizikai regisztráció és részvétel csökkenése miatt (Dani & Szabó, 2024). A könyvtárosok számára ez a technológia fejlett tudást és képességeket kínál, amelyek segítik őket a modern információkeresők kiszolgálásában mind képzési, mind szolgáltatási szempontból. Ez a változatos használat és az esetleges kihívások azt mutatják, hogy a közösségi

média integrációja a könyvtárak mind az online, mind a fizikai térben való jelenlétét megerősítheti (Dani & Szabó, 2024; Ojo, 2014).

Witte (2014) szerint a közösségi média használatában jelentős változás figyelhető meg; az intézményi hang helyett egyre inkább az intézményen belüli, könyvtárosi hang kerül előtérbe. Ennek megfelelően elengedhetetlen, hogy a könyvtárosok jártasok legyenek a közösségi média használatában (Kibugi, 2013), és naprakészek maradjanak a folyamatosan változó technológiai környezetben. Ehhez el kell kötelezniük magukat az egész életen át tartó tanulás mellett, és aktívan részt kell venniük az online közösségekben. Feladatuk a közösségi média által irányítani az információs közösségeket a kínált források optimális felhasználása felé, ami magában foglalja a könyvtári hírek és események frissítését, új gyűjtemények bemutatását, valamint releváns információk megosztását (Akagha, 2021; Marion & Omotayo, 2011).

A minőségi könyvtári szolgáltatások, ideértve a referenz szolgáltatásokat is, kiemelten fontosak, mivel a jelenkori könyvtárhasználók egy olyan rendkívül interaktív és hálózatokkal átszőtt világban élnek, amely már jelentős mértékben kielégíti információs szükségleteiket. A Referencia és Felhasználói Szolgáltatások Szövetsége²⁹ (Reference and User Services Association - RUSA) (American Library Association, 2017b) a referenciatranzakciókat olyan információs konzultációként határozza meg, amelyek során a könyvtárosok információs forrásokat ajánlanak, értelmeznek, értékelnek és/vagy használnak azáltal, hogy segítenek másoknak különböző információigények kielégítésében. A könyvtáraknak tehát hatékonyan kell alkalmazniuk a közösségi médiát a referenz szolgáltatások kezelésére, hogy megfeleljenek a felhasználói preferenciáknak. Ide tartoznak például a keresőszolgáltatások, az online nyilvános hozzáférés, az állomány új kötetei és a könyvtári hírek (Johannsen, 2015). A közösségi média használata érezhető hatással van a könyvtár referenciaszolgáltatásainak színvonalára és elérhetőségére (Garczynski, 2016). De, mint minden újdonság, ez is tartogat kihívásokat, mint például az erőforrások elégtelen tartalma, a számítógépes infrastruktúra és a szükséges szakértelem hiánya. A megoldások kialakításával és a könyvtáros személyzet képzésével ezek a kihívások kezelhetők lehetnek a hatékonyabb könyvtári szolgáltatások érdekében (Dani & Szabó, 2024).

A közösségi média használata a könyvtárakban jóval többet jelent a hagyományos keresési funkcióknál. Az online platformok kibővítik a könyvtárak lehetőségeit az interakcióra és a tudásmegosztásra. Az alkalmazások sokszínűsége jól tükrözi, hogy a közösségi média könyvtári célú használata igen változatos, és a különböző eredmények mögött számos tényező

²⁹ Az Amerikai Könyvtári Szövetség részlege 1995 óta. Célja az információs, bibliográfiai és kutatási tevékenységek fejlesztése és kiterjesztése minden típusú könyvtárban, minden szinten és szakterületen.

és megközelítés áll (Farkas & Gáti, 2020). Dankowski (2013) és Malczewski (2013) nézetei alapján két eltérő álláspont rajzolódik ki. Dankowski példája szerint a New York Public Library sikeresen alkalmazta a Twittert olyan idézetek megosztására, melyekben hírességek méltatták a könyvtárakat, ami jelentős növekedést eredményezett az átlagos beiratkozási számokban. Más amerikai könyvtárak is hasonló sikereket értek el a Facebook és a YouTube használatával, amelyek hozzájárultak a könyvtáros hivatás népszerűsítéséhez, valamint a társadalmi támogatás szélesítéséhez. Ezzel szemben Malczewski pesszimista és negatív véleményt fogalmaz meg a közösségi média könyvtári célokra való alkalmazásáról. Állítása szerint ezek a próbálkozások nem működnek, azonban nem részletezi a véleménye mögött álló tényezőket. Valószínű, hogy kritikája a könyvtárak előtt álló gyakori kihívásokra utal, mint például a tartalomstratégia hiánya, az erőforrások korlátozottsága vagy az online közösségek elégtelen ismerete. Ezek a különböző nézőpontok jól mutatják, hogy a közösségi média hatékonysága a könyvtári célok elérésében nagyban függ a helyi környezettől, az alkalmazott platformoktól és a kivitelezési stratégiától (Szabó, 2024; Malczewski, 2013).

Azonban néhány kutató a közösségi média eddigi pozitív funkcionális felhasználásával ellentétes nézeteket vall, és kétségbe vonja a közösségi média előnyeit. Bradley (2015) úgy véli, hogy a közösségi média csak egy másik csatorna a folyamatos munkavégzéshez, mivel sok könyvtári feladat, mint például a kommunikáció és a promóció, a közösségi média eszközeinek megjelenése előtt is megvalósult. Emellett egyes kutatók megkérdőjelezik a közösségi média eszközeinek könyvtárak általi használatának ösztönzését. Például Bushing (1995) úgy véli, hogy a könyvtárosok általában kudarcot vallanak a marketing megértésében. Megjegyzendő, hogy ezek a kutatói gondolatok három évtizede jelentek meg, és nem biztos, hogy képesek megmagyarázni a könyvtárak mai változó helyzetét. Fernandez (2009) SWOT-elemzése azt a kérdést veti fel, hogy milyen előnyökkel és kockázatokkal jár, ha a közösségi médiát promóciós és marketingeszközként alkalmazzák a könyvtárak. Az elemzés erősségeiben és lehetőségeiben hangsúlyozza az online platformok sokoldalú pozitív aspektusait, mint például alacsony költségeket, a könyvtár fizikai korlátainak túllépését, valamint a kétoldalú felhasználói interakció lehetőségét. Azonban a gyengeségek és fenyegetések fókuszában a negatív aspektusok állnak, mint például a tervezés korlátozó jellege, a személyzet és az intézmény technikai limitációi. A közösségi média és a könyvtárak kapcsolatában az is hangsúlyos, hogy a könyvtárak kiemelkedő információszolgáltatók és támogatók. Ez a SWOT-elemzés (6. táblázat) lehetőséget ad a könyvtáraknak arra, hogy felismerjék a közösségi média erősségeit és gyengeségeit, elősegítve a dinamikusabb kapcsolatok kialakítását saját közösségükkel, és tudatosítja azokat a kihívásokat, amelyekkel szembesülhetnek a Web 2.0 területén, valamint segíti őket a megfelelő válaszok kidolgozásában (Fernandez, 2009).

6. táblázat A könyvtárak közösségi média használatához kapcsolódó SWOT analízis

ERŐSSÉGEK • ingyenes hozzáférés, • könnyű beállítás és azonnali használat, • szélesebb körű elérés, • felhasználói visszajelzések, • kreativitás ösztönzése, • a tartalom ellenőrzése	GYENGESÉGEK • tervezési korlátok, • az információ mennyiségére vonatkozó korlátozások, • a kritikára adott válasz, • a letöltések iránti kereslet
LEHETŐSÉGEK • szolgáltatások és gyűjtemények népszerűsítése, • széles közönség elérése, • a felhasználói igények meghallgatása	VESZÉLYEK • nem kívánatos elemek jelenléte, • korlátozott ellenőrzés, • könnyű leiratkozás, • adatvédelem és biztonság

(Fernandez, 2009 alapján frissített változat, saját szerkesztés)

Ez alapján a könyvtáraknak az információs társadalom dinamikusan változó környezetében történő fejlődés és adaptáció során meg kell őrizniük a történeti hagyományokban gyökerező értékeiket, amelyek a tudományos kommunikáció és a kulturális emlékezet fenntartásának alapját képezik. Az etikai szempontból fontos tájékoztatás és a közösségi média által felvetett etikai kérdések is kiemelt figyelmet igényelnek a könyvtárosok részéről. Ezért elengedhetetlen, hogy a könyvtárosok aktívan részt vegyenek a közösségi média politikájának kialakításában és irányításában, hogy hatékonyan kezeljék ezeket a felületeket. De a könyvtári küldetés kontinuitásának biztosítása mellett elengedhetetlen, hogy reflexíven és innovatívan reagáljanak a közösségi média által megjelenő technológiai és társadalmi kihívásokra, integrálva azokat saját szolgáltatási és kommunikációs gyakorlatukba. Az elkötelezettség nélküli könyvtárak esetében, amelyek nem képesek lépést tartani az új lehetőségekkel, fennáll a veszély, hogy megszűnnek. Az új és változó információs társadalomhoz való alkalmazkodás érdekében a könyvtárnak nem passzív, hanem kreatív együttműködési térként kell működnie, amely elősegíti a kreatív gondolkodást, és tükrözi mind a felhasználók és nem felhasználók igényeit, valamint a digitális technológiát és fejlődést.

Az újmédia folyamatos népszerűsége arra készítette az olvasásnépszerűsítési stratégiákat, hogy lépést tartsanak a változó idővel, és alkalmazkodjanak az olvasói viselkedéshez (Kiszl & Fodor, 2022). Ennek következtében beszélhetünk online olvasásnépszerűsítésről, olvasóvá nevelésről. Az alábbi 7. táblázatban összesítettük a magyarországi 19 vármegyei és a fővárosi könyvtár közösségi média jelenlétét. Ennek kapcsán fontos megjegyezni, hogy eltérő jelleggel elérhetőek a könyvtárak a moly.hu felületen, ahol egyes könyvtárak tagként, mások kiadóként vannak regisztrálva. A különböző platformok használata tükrözi a könyvtárak törekvését arra, hogy széles közönséget érjenek el különböző csatornákon keresztül. Az egyes platformok különböző demográfiai csoportokat vonzanak, így fontos, hogy a könyvtárak többféle médiumon is aktívak legyenek (Egervári, 2024). Ezért a

könyvtáraknak platformspecifikus tartalomstratégiát kell kialakítaniuk, mivel az egyes platformok eltérő tartalomtípusokat és kommunikációs stílusokat igényelnek. A YouTube hosszabb, vizuálisan gazdag tartalmakat (például könyvajánlók, virtuális túrák), míg az Instagram és TikTok rövidebb, vizuálisan vonzó, gyors információkat kedvel. Az online jelenlét nem csak a tartalmak feltöltéséről szól, hanem az interakcióról és a közönséggel való kapcsolattartásról is. Az aktív válaszadás, kommentek, üzenetek és élő közvetítések mind növelik a felhasználói elkötelezettséget. Ezen lehetőségekről és a platformokról a következő alfejezetben lesz szó részletesen, a már említett „*dolgok internete*” analógiájára, a könyvek internetéhez, a BookTernethez kapcsolódóan.

7. táblázat Magyarországi fővárosi könyvtár és vármegyei hatókörű könyvtárak online jelenléte 2026.05.11. alapján

Könyvtár	Vármegye	YT	FB	IG	TT	Blog	PC	moly
Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár	-	X	X	X	X		X	X
Katona József Könyvtár	Bács-Kiskun	X	X	X	X	X	X	X
Csorba Győző Könyvtár	Baranya	X	X	X	X	X	X	X
Békés Megyei Könyvtár	Békés	X	X	X	X			X
II. Rákóczi Ferenc Megyei és Városi Könyvtár	Borsod-Abaúj-Zemplén	X	X	X				X
Somogyi Károly Városi és Megyei Könyvtár	Csongrád-Csanád	X	X	X	X	X		X
Vörösmarty Mihály Könyvtár	Fejér	X	X	X	X			X
Dr. Kovács Pál Megyei Könyvtár és Közösségi Tér	Győr-Moson-Sopron	X	X	X	X	X		X
Méliusz Juhász Péter Könyvtár	Hajdú-Bihar	X	X	X	X			X
Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár	Heves	X	X	X	X			X
Verseghy Ferenc Könyvtár és Közművelődési Intézmény	Jász-Nagykun-Szolnok	X	X	X				X
Tatabánya Megyei Jogú Város József Attila Megyei és Városi Könyvtár	Komárom-Esztergom	X	X	X	X		X	X
Balassi Bálint Megyei Könyvtár	Nógrád	X	X	X				X
Hamvas Béla Pest Megyei Könyvtár	Pest	X	X	X	X		X	X
Takáts Gyula Megyei és Városi Könyvtár	Somogy	X	X	X	X		X	X
Móricz Zsigmond Megyei és Városi Könyvtár	Szabolcs-Szatmár-Bereg	X	X	X	X			X
Tolna Megyei Illyés Gyula Könyvtár	Tolna	X	X	X	X	X		X
Berzsenyi Dániel Megyei és Városi Könyvtár	Vas	X	X	X				X
Eötvös Károly Megyei Könyvtár	Veszprém	X	X	X				X
Deák Ferenc Megyei és Városi Könyvtár	Zala	X	X	X	X	X		X

A táblázatban a közösségi média oldalak rövidítéseit alkalmaztuk: YT=YouTube, FB=Facebook, IG=Instagram, TT=TikTok, PC=podcast.

A keresés során a Google böngészőjét használtuk. Az adott közösségi média platformon a könyvtárak hivatalos nevével zajlott a keresési folyamat, s a táblázatban ezek a találatok láthatóak. (saját szerkesztés)

4.2.2. BookTernet

Az olvasás társadalmi környezetben való megjelenése már régóta a könyvkultúra egyik jellegzetessége (Reddan et al., 2024). Az elmúlt években jól megfigyelhető, hogy a könyv- és olvasáskultúra számtalan módon alkalmazkodott az internetes környezethez. (Dani & Szabó, 2024). Néhány közkedvelt digitális platform és gyakorlat, például a könyves blogok vagy a könyvekkel kapcsolatos csoportok a közösségi média platformokon kifejezetten a könyvekre és az olvasásra összpontosítanak. Ezek a viselkedésformák meghaladják a „régí” és az „új” média – vagyis a két eltérő médiakultúra – közötti leegyszerűsített dichotómiát, amelyet a kortárs médiakörnyezet elemzéseiben gyakran alkalmaznak. Ezen szemléletmód szerint a könyvolvasás tipikusan értékes és legitim médiatevékenységnek tekinthető, míg az újmédia használata sok esetben problematikusabb, kevésbé kívánatos gyakorlatként jelenik meg. A hagyományos médiakultúra az olyan hosszú évekig regnáló médiumokra utal, mint a televízió, a rádió, a nyomtatott sajtó és a film. Ezek a médiumok hosszú ideig dominálták a médiateret, és rendkívüli hatással voltak a társadalmi gondolkodásra és a kultúrára. Mindemellett az újmédiakultúra a digitális forradalom és az internet terjedésével alakult ki. Ez a média az online platformokon keresztül érhető el, és alapvetően más jellegű, mint a hagyományos csatornák. Mindkét médiakultúra fontos szerepet játszik a társadalomban, saját előnyeivel és kihívásaival. Az újmédia lehetőséget ad az embereknek a személyre szabott és közösségi élményekre, mely alapvetően változtatta meg azt, ahogyan az emberek információhoz jutnak, kommunikálnak, kultúrát teremtenek, és ez a változás még mindig folyamatban van (Szabó & Dani, 2023).

E két médiakultúra vitája miatt döntő fontosságú megjegyezni, hogy az interneten megjelenő új olvasási kultúra közvetve feltárja előttünk az olvasás céljairól és hatásairól alkotott elképzeléseket. Ebben az értelemben a Guardian Reading Group³⁰ illusztrációként szolgál. Ez a hagyományos újság megpróbált Web 2.0 eszközöket alkalmazni annak érdekében, hogy a hagyományos könyvismertető formátumokat elérhetővé tegyék az olvasóközösség számára. Egy másik kiváló példa a már említett közösségi média, ahol a digitális bennszülöttek felkarolják az olvasást, és a könyvkultúrát az önkifejezés mellett a társadalmi interakció eszközeként használják. Jim Collins (2021) szerint a BookTernet olyan platform, amelyet a könyvrajongók és a kiadói szektor egy része az internet „könyves” webhelyeinek és csoportjainak gyűjtőfogalmaként használ. Könyvében hangsúlyozza, hogy a digitális mozgalmak ellenére a nyomtatott könyv egyedülálló kulturális jelentőséggel bír, és hogy a

³⁰ A könyvklubot John Mullan a University College London angol professzora vezeti, ahol havi szinten egy közös könyvet dolgoznak fel. A könyvklub honlapján 2020 októberével bezárólag találunk bejegyzéseket.

hypermediált világban, ahol az olvasás minden formája elterjedt, a kulturálisan átalakító olvasási élmény csak a könyvön keresztül valósulhat meg (Collins, 2021).

A BookTernet tehát egy informális fogalom, amely a könyvek és az irodalom iránt elkötelezett közösségek és tevékenységek online jelenlétét jelöli. Ez a közösség magában foglalja a könyvszeretőket, bloggereket, vloggereket és minden olyan egyént, aki aktívan megosztja olvasási élményeit, könyvkritikákat ír, könyveket ajánl vagy más módon vesz részt a könyv- és irodalomkedvelő online térben. Az online térben minden közösségi médiahasználó tartalomkészítőként funkcionál, aktív szereplőként hozzájárulva a digitális tartalmak létrehozásához és megosztásához. Ezek alapján a BookTernet egy dinamikusan működő virtuális irodalmi közösséget hoz létre, ahol az olvasók szenvedélyük és érdeklődésük mentén követik egymást és aktívan kommunikálnak, elősegítve az irodalmi élmények megosztását és az olvasási szenvedély folyamatos ápolását. Ezek a közösségek gyakran jelen vannak közösségi média platformokon, mint az Instagram (BookStagram), YouTube (BookTube), TikTok (BookTok), valamint más közösségi oldalakon és irodalmi blogokon, weboldalakon. Ez a dinamikus, inspiráló közösség hozzájárul az irodalom népszerűsítéséhez és az online olvasási kultúra fejlesztéséhez.

A korábban említett online közösségek olyan releváns közösségi platformokhoz kapcsolódnak, mint például a YouTube, Facebook, Instagram vagy TikTok, ahol alközösségekké szerveződnek, mivel a könyves tartalmak sokszor alkalmazkodnak az adott platformok irányelveihez és médialehetőségeihez. Így például a BookTube egyszerre vizsgálható a YouTube-on belüli egyedi csoportként, továbbá a videókészítő közösség részhalmazaként. Ezek a közösségek egy online könyvkultúrát építenek ki, amely bizonyos könyvkultúra-elképzeléseket elutasít, másokat pedig magáévá tesz, különálló, kis közösséggé működve (Dani & Szabó, 2024; Birke & Fehrle, 2018). A bookternetben egy könyv nem egyszerűen „létezik”, hanem értelmezések, ajánlások, viták és trendek közegeiben kap új jelentéseket. Ez pontosan illik Fish (1980) gondolatához, hogy a szöveg értelmét nem az elszigetelt olvasó találja meg, hanem az a közösség, amelyben az olvasás zajlik. Viszont mindezen pozitív jellemzők mellett negatív oldalai és korlátjai is vannak a BookTernetnek. Az egyik fő probléma a felszínes olvasás és a rövid ideig tartó figyelem térhódítása. A digitális platformokon a felhasználók gyakran a gyors, rövid posztokat és kritikákat részesítik előnyben a mélyreható, elgondolkodtató olvasással szemben, ami gátolja a mélyebb megértést és a gondolkodást. Amint azt a korábbi fejezetben is kifejtettük, az online térben megjelenő tartalmak hitelessége nem tekinthető minden esetben megbízhatónak. Az influenszerek véleményei és ajánlásai gyakran nem szakmai kompetencián vagy mélyreható ismereteken, hanem elsősorban a népszerűsége és a követőszám által meghatározott láthatóságon

alapulnak; a könyvekkel kapcsolatos tartalmak esetében pedig az egyéni ízlés szintén meghatározó tényező. Mindez torzíthatja a könyvekről kialakuló képet, és potenciálisan félrevezető hatást gyakorolhat a fogyasztókra. Ez a jelenség torzíthatja az adott könyvről, olvasmányról alkotott képet, melyről a véleményvezér ajánlást ír, gondolatokat oszt meg és félrevezetheti a fogyasztókat. Az influenszerek által generált tartalom gyakran kereskedelmi érdekeknek kedvez, ezáltal csökkentve a kritikus vélemények és a hiteles ajánlások arányát az online könyvközösségben (Máté, 2021).

A könyvhálózatok másik korlátja a közösségi média algoritmusainak és platformjainak működéséhez köthető. Az algoritmusok előnyben részesítik a népszerű tartalmakat, ami megnehezíti, hogy az új szerzők, olvasásnépszerűsítők és kevésbé ismert könyvek eljussanak a közönséghez. Ez a homogenizáció a kulturális sokszínűség csökkenéséhez vezethet, mivel az olvasók csak az ajánlott könyvek szűkebb köréhez férnek hozzá. Emellett a digitális tartalmak gyors fogyasztása gyakran az olvasási szokások széttöredezéséhez vezet. Az olvasók többször megszakíthatják az olvasást, és különböző anyagok között válhatnak, ami negatívan befolyásolja a szöveg észlelését és az algoritmusok általi megértését. Az állandó értesítések és a közösségi médiaplatformokon való folyamatos jelenlét is elvonja a figyelmet, akadályozva ezzel a mély, hosszan tartó elmélyült olvasást. Mindezek ismeretében megállapíthatjuk, hogy a BookTernet számos lehetőséget kínál az olvasás népszerűsítésére és a könyvbarátok közösségének kiépítésére, de a felületes olvasás, a hitelesség hiánya, a kereskedelmi érdekek dominanciája, az algoritmikus elfogultság és a töredezett olvasási szokások együttesen olyan strukturális problémákat alkotnak, amelyek árnyalják a platform pozitív lehetőségeit, hatásait.

Perkins (2017) cikke az egyik első ismert tanulmány arra, amikor a könyvtári közösség felismerte a BookTernet egy részét, a BookTube-ot, mint értékes eszközt. Perkins részletesen elemzi, miként képes az internet és a YouTube közösségeket építeni és fenntartani szociotechnikai képességek révén. Ezek olyan készségek, módszerek, amelyek által az internet és a YouTube hatékonyan tud közösségeket építeni és fenntartani, például közösségi interakciók szervezése, bizalom kialakítása. Kutatása összekapcsolja a BookTube-tartalomgyártók rendkívüli népszerűségét a csatornáik tartalmával. Ő az egyik első kutató, aki feltérképezte a BookTube kezdetét, és tömören leírta a közösséget: a 2010-es évekből eredő, a YouTube vloggerek köréből kinőtt közösség, ahol a felhasználók könyvekkel kapcsolatos minden információt megosztanak. Vizsgálatában három olyan aktív BookTubert elemzett, akik egyenként több mint 100 000 feliratkozóval rendelkeznek. Perkins kiemeli, hogy a BookTuberek közös érdeklődéseken és közösségi részvételen alapuló barátságokat alakítottak ki. Emellett rámutat arra is, hogy népszerű könyves véleményvezérré válni jelentős költségekkel jár, főként a könyvvásárlás miatt, amelyet később a kiadók főként recenziós

példányokkal kompenzálják, és ezt az olvasók számára is ösztönzőként alkalmazzák (Dani & Szabó, 2024; Perkins, 2017). Perkins, az említett tanulmányával rámutat a BookTube tartalomkészítőinek és nézőinek óriási befolyására az online olvasóközösségben. Kutatása megjegyzi, hogy a BookTuberek áthidalják a határvonalat az olvasás privát aktusa és a BookTube-csatornákon zajló nyilvános értékelések és elemzések között (Dubroc, 2021; Perkins, 2017). A következőkben részletesebben is áttekintjük az online könyves platformok sajátosságait.

A YouTube, az egyik ikonikus médiaplatform, amely 2005-ben jelent meg, mára számos csatornával rendelkező professzionális videómegosztó platformmá, és a fiatalok körében igen népszerű kommunikációs formává vált. Mivel a BookTube-csatornák lehetőséget teremtenek a fiatal olvasók számára az online interakcióra, a könyvekkel kapcsolatos gondolataik megosztására és könyvajánlások közvetítésére, a YouTube egyik fontos alközösségét alkotják (Ünlü & Yaşar, 2022). A BookTube, mint a YouTube irodalomközpontú része, egy olyan olvasói hálózat, ahol az irodalomelmélet és a pedagógiai elmélet találkozik. A közösség elsősorban a könyvismertetők és az olvasnivalók bemutatásáról ismert, azonban tartalomkészítői a színes, keményborítós könyvek vizuális megjelenítésétől jóval többet nyújtanak (Dani & Szabó, 2024). A gondolatok és vélemények megosztása nemcsak kollektív, hálózatos olvasás is (Dubroc 2021, 77), emiatt hálózatos tudásközösségként is értelmezhetjük, ahol az informális tudást az iskolában megszerzett formális tudással azonos értékűnek tekintik (Sorensen & Mara, 2014). Mivel ma már minden olvasó beleszólhat a könyvértékelésbe az olyan oldalakon, mint az Amazon és a Goodreads, vagy a magyar moly.hu, Moobius, ezek az online könyvkritikák azt mutatják, hogy a hivatásos könyvkritikusok szakmai ereje egyre inkább gyengül (Fay, 2012). Morales-Sánchez és munkatársai (2021) szerint az irodalom jelenléte a YouTube-on az elmúlt években eredményesen fejlődött. S az elindult „konjunktúrának” két koncepcióját figyelhetjük meg, a „BookTrailer” és a „BookTuber” formátumokat, melyek lehetővé teszik az egyének számára, hogy megosszák olvasási élményeiket online, és hozzájárulnak az informális tanulási gyakorlatok bevezetéséhez mind az osztályteremben, mind a virtuális térben (Tomasena, 2021).

Az elmúlt évtizedben a BookTube-jelenség a tudományos diskurzus egyre jelentősebb tárgyává vált, amelyet különböző elméleti megközelítések mentén vizsgáltak. Az új műveltségi tanulmányok (new literacy studies) hangsúlyozzák annak jelentőségét, hogy megértsük azokat a szövegalkotási és -értelmezési gyakorlatokat, amelyek szorosan összefonódnak a digitális környezetekkel és az informális tanulási terek működésével. Az affinitástérelmélet pedig kutatásokban támasztja alá, hogyan szervezi a BookTube közösség digitális szocializációs környezete a társadalmi dinamikát (Gee & Hayes, 2012). Vizcaíno-Verdú és munkatársai szerint a BookTube egy transzmediális műveltségi tér, ahol a felhasználók informális tanulásban

vesznek részt. A videók készítése alkalmazott tanulás, a transzmediális kompetenciák pedig Bloom taxonómiájához hasonlóak. Tehát egy hasznos térről van szó, oktatók, pedagógusok és könyvtárosok számára, mivel az informális tanulás mellett mélyreható irodalmi elemzést is kínál (Vizcaíno-Verdú et al., 2019).

Különbféle műfajú könyves tematikájú videókkal találkozhatunk a YouTube-n, például ismertető, listák, összefoglalók, könyvcímkek, monológok, rangsorok, „BookHaul”, vlogok, újramesélés, kihívások és dokumentumfilmek. A tartalomgyártók tevékenységének egyik fő műfaja az irodalmi áttekintés, egy olyan diskurzus műfaj, amelynek célja, hogy konkrét és rövid véleményt adjon egy irodalmi műről. Hasonlóképpen, a recenziók célja egy könyv cselekményének rövid vizsgálata és irodalmi szempontból történő értékelése. Míg az irodalmi szemle írásbeli, addig a videószemle szóbeli gyakorlat, mindazonáltal mindkettő ugyanazt a célt szolgálja, az utóbbi az írott irodalmi áttekintés innovatív formája (Tomasena, 2022; Paladines-Paredes & Aliagas, 2020). Boot szerint a videós könyvértékelések széleskörű elterjedése nagyrészt annak köszönhető, hogy az emberek lelkesednek olvasási élményeik megosztására, ezen kívül hangsúlyozza, hogy a BookTuberek sikere a fiatalok olvasási élményeinek megosztásában vagy társaikkal való megosztásában rejlik. Továbbá azt is kiemeli, hogy a közösség tagjai számára kulcsfontosságú az olvasóközösséghez való tartozás érzésének megtapasztalása. Burnett és Merchant (2018) kihangsúlyozzák a multimodalitás jelentőségét a diszkurzív gyakorlatok fejlesztésében, így a BookTubing átalakítja az irodalmi élményt a fiatalok olvasási reakcióinak formálásával. S az interakcióknak köszönhetően a BookTube egy olyan közösséggé fejlődik, amelyet „online tudásközösségnek” nevezünk (Sorensen & Mara, 2014), mely önszabályozza a tagjai között megosztott tudás és beszélgetés normáit (Paladines & Aliagas, 2022; Boot, 2020). Birke (2021) szerint azonban a BookTube közösséget részben az határozza meg, hogy tagjai aktívan elhatárolódnak a hagyományos irodalmi gyakorlatoktól, mivel „*értékelik az inkluzivitást és az alacsony küszöböt*”, tehát bárki könnyen csatlakozhat hozzájuk (Birke 2021, 160). A BookTube vizsgálata során Ehret, Boegel és Manuel-Nekouei (2018) feltárja, hogy a nézők nem csak a tartalmat tartják fontosnak, hanem maguknak a videóknak a minőségét is. Ez eltérési pont lehet a következőkben kifejtett közösségi média platformok és a YouTube között (Guehring, 2023).

A BookTuberek az olvasás iránti elköteleződésük révén igyekeznek hitelességüket bizonyítani, amely egy folyamatos párbeszédet jelent követőikkel, akik affektív és kapcsolati viselkedésmódok bemutatásával erősítik meg valódi könyvmoly státuszukat (Baym, 2018). Ezek a tartalomkészítők kapcsolati és érzelmi munkát végeznek nézőik bevonása érdekében, elősegítve a közösségi érzést és a követők közötti kapcsolat kialakulását. Ehhez hozzátartoznak például mások videóihoz fűzött kommentek, könyvajánlások kérése, valamint magánéletükkel

kapcsolatos információk megosztása (Reddan et al., 2024; Suárez & González Argüello, 2020). A BookTuberek inkább olvasóként azonosítják személyes preferenciáikat, semmint bírálóként vagy szakértőként, ami a BookTube vonzerejének egyik kulcseleme, hiszen az alkotók személyisége és könyvszenvedélye ragadja meg a nézők figyelmét (Dani & Szabó, 2024; Horton, 2021; Birke & Fehrle, 2018).

A könyvtári YouTube-csatorna létrehozása és fenntartása jelentős előnyöket rejt magában, hiszen lehetőséget kínál arra, hogy a könyvtárak széles körű, változatos tartalmakat osszanak meg, így nem csupán a fizikai látogatókhoz, hanem az online közönséghez is eljuthatnak, bővítve ezzel elérésüket és közösségük hatókörét. A videók segítségével a könyvtárak bemutathatják rendezvényeiket, könyvbemutatóikat, szerzői beszélgetéseiket és workshopjaikat, ezzel növelve az események láthatóságát és vonzerejét. Emellett oktatási tartalmak is megoszthatók, amelyek segíthetnek az embereknek abban, hogy jobban megismerjék és kihasználják a könyvtár szolgáltatásait és erőforrásait. A YouTube révén a könyvtárak nem csupán információs forrásokat és ismereteket kínálhatnak, hanem interaktív és közösségi élményeket is nyújthatnak a felhasználóknak. Az ilyen típusú tartalmak nemcsak a közösségi életet erősítik, hanem segítenek abban is, hogy a könyvtárak aktív résztvevői legyenek a digitális közösségeknek. Ezen túlmenően, a YouTube videók révén a könyvtárak regionális és globális közösségeket is elérhetnek, amely hozzájárulhat a könyvtárak társadalmi szerepének és jelentőségének növeléséhez a kulturális és oktatási életben (Cheng et al., 2020).

A Facebook a legelterjedtebb közösségi médiaplatform, amelyet a felhasználók interakcióra és információmegosztásra használnak. Széles körű lehetőséget kínál a könyves influenszerek számára, beleértve az olvasói csoportok működtetését is. Ez a platform lehetőséget ad arra, hogy közvetlen és személyes kapcsolatot alakítsanak ki követőikkel, és közvetlenül kommunikáljanak velük különféle formátumú posztokon, élő közvetítéseken vagy eseményeken keresztül. Kiemelt funkciója az olvasóközösségek kialakítása, akár nyílt, akár zárt csoportok formájában, ahol a tagokat az olvasás iránti szeretet és a könyvek iránti érdeklődés köti össze (Dani & Szabó, 2024; Földi, 2013). Valamint ezekben az influenszerek közvetlenül tudnak kapcsolatba lépni az olvasókkal, megoszthatják olvasási élményeiket, könyvajánlókat, és lehetőséget biztosítanak az olvasóknak is, hogy véleményt cseréljenek és könyvtippeket osszanak meg egymással.

A Facebookon való jelenlét segíti az influenszereket abban is, hogy növeljék láthatóságukat és elérésüket. A platformon keresztül könnyen megoszthatnak blogbejegyzéseket, videókat, podcastokat vagy bármilyen egyéb tartalmat, amely segíti az olvasói közönségük folyamatos elkötelezését és érdeklődését. Emellett az oldal lehetőséget kínál az influenszerek számára, hogy partnerségeket kössenek könyves kiadókkal, így

promóciós kampányokban vagy könyvbemutatókban vehetnek részt, amelyek tovább növelhetik hírnevüket és befolyásukat az olvasói közösségekben (Forgó, 2018).

A könyvtárak számára a Facebook kiváló lehetőséget biztosít a promócióra, valamint a könyvtári erőforrások és szolgáltatások népszerűsítésére (Mundt, 2013). Mundt (2013) hangsúlyozza: a platform lehetőséget biztosít események népszerűsítésére, amelyek tájékoztatják a felhasználókat az aktuálisokról. A könyvtárak ezt a platformot rendkívül hasznosnak találják, főként a könyvtár weboldalának fejlesztésére és információk megosztására. A Facebook hatékony eszközként szolgálhat a könyvtári kommunikáció és információszolgáltatás támogatásában. Lehetővé teszi a felhasználók tájékoztatását a nyitvatartási rendről, a könyvtár földrajzi elhelyezkedéséről, valamint a rendezvényekről, új forrásokról, gyűjteményekről és szolgáltatásokról szóló aktuális információk megosztását. Emellett alkalmas a kutatási támogatásokkal, dokumentumszolgáltatásokkal, előfizetett adatbázisokkal és más, a könyvtári közösség számára releváns hírekkel kapcsolatos online kommunikáció hatékony lebonyolítására is (Wan, 2011).

A Facebook összekapcsolható a könyvtár hivatalos weboldalával, így a platform a könyvtár portáljaként is működhet (Fakas, 2007), és akár az online nyilvános hozzáférésű katalógus (Online Public Access Catalog - OPAC)³¹ is beágyazható a könnyebb hozzáférés érdekében (Potter, 2013). A Facebook használata a könyvtári szolgáltatásokban mára olyan népszerűvé vált, hogy Gallardo (2013) bevált gyakorlatokat javasol, amelyek közé tartozik a lényeges tartalmak kiemelése és a fontos bejegyzések oldal tetejére rögzítése, a kötetlenség és a beszélgetési lehetőség fenntartása, a bejegyzések rendszeres időközönként megosztása (azonos típusú tartalmak megjelenítése meghatározott napokon), exkluzív információk vagy tartalmak biztosítása a követők számára, az optimális közzétételi időpont megtalálása, valamint a Facebook elemzési eszközeinek hatékony kihasználása (Dani & Szabó, 2024; Nagy, 2021).

A másik népszerű közösségi média oldal az Instagram, amely mobil közösségi hálózati platform, ahol a felhasználók fényképeket és videókat is megoszthatnak. Minden évben olyan új funkciók jelennek meg a felületen, amelyek más platformokon is pozitív eredményeket generáltak. A könyvek körüli tárgykultusz évek óta jól látható jelenség, amit az Instagramon megjelenő posztok, képek és videók is megerősítenek. A Bookstagram az Instagram könyves közössége, ahol a „#bookstagram” hashtaget olyan tartalmak jelölésére alkalmazzák, amelyek olvasással kapcsolatos elemeket ábrázolnak. A leggyakoribb témák közé tartoznak a könyvespolcok, valamint a könyveket tartó és olvasó személyek megjelenítése. Ezek mellett olyan szöveges tartalmak is jelen vannak, amelyek az olvasók aktív részvételét ösztönzik,

³¹ Nyilvános, számítógépes könyvtári katalógus, amely hálózaton keresztül bárki számára hozzáférhető.

például könyvismertető és olvasói viták formájában (Dani & Szabó, 2024). A felhasználók különböző effekteket/szűrőket adhatnak az Instagramra feltöltött fotókhoz és videókhoz, beleértve a művészi hatásokat, feliratokat és helyszíneket. A képmegosztó platform és az irodalom többféle módon is kölcsönhatásba léphet egymással, például irodalmi mémek és Instagram-költészet formájában, de ennél a jelenségnél lényegesebb a könyvekkel kapcsolatos Instagram fiókok gyűjtőfogalma, a Bookstagram, ahol a platformot könyvek és olvasmányélmények ajánlására használják (Dani & Szabó, 2024; Reddan et al., 2024).

Egyetlen borító, vagy akár egy szándékosan kiválasztott belső oldal is számos asszociációt kelthet, ha egy adott kontextusba, esetleg egy másik könyv mellé helyezzük. Sok Instagram-felhasználó kifejezetten olyan fiókot működtet, ahol gondosan megtervezett, kreatív fotókkal örökíti meg az olvasás élményét, gyakran a legmeglepőbb és legkülönlegesebb kompozíciókban. Ezen a platformon néha nem maga a könyv tartalma a legfontosabb, hanem az esztétikai érték és a hangulat megragadása. Emellett egyre több olyan felhasználó jelenik meg, aki a blogok helyett inkább Instagramon osztja meg olvasmányértékeléseit és ajánlásait. A könyvek technikai megvalósításai annyira sokrétűek, hogy egyes példányok akár önálló műalkotásnak is tekinthetők, főleg, amióta divatba jött a könyvek szélfestése. Van, amelyik minimalista, túlszűfolt, csendéletfestmény, és amelyik a klasszikus tereket vagy a könyvhöz, mint fizikai tárgyhoz közelebb álló tereket részesíti előnyben, mint például a könyvespolcok, könyvtárak, könyvesboltok. Egyes kiadók és szerzők „bookstagram-turné” projekteket is létrehoznak egy új könyv megjelenésének népszerűsítésére, ahol különböző személyek (bookstagrammerek) több napon keresztül osztanak meg kritikákat és egyéb tartalmakat a könyvről. Ez utóbbi jelenség a marketingkommunikáció és a vizuális tartalommarketing körébe tartozik, amelynek funkcióit és összetevőit egyre gyakrabban használják fel a könyvkiadók. Veszelszki egy teljesen más területen végzett kutatásában az Instagram-vizualitás meggyőző stratégiáit gyűjtötte össze, rámutatva a vizuális retorika növekvő jelentőségére (Veszelszki, 2019). Vagyis a marketing nem az egyetlen olyan aspektusa a befolyásolásnak, amely gyakran pejoratív konnotációval bír. Még akkor is, ha egy több ezer követővel rendelkező véleményvezér egy terméket promótál, érdemes globális perspektívából vizsgálni tevékenységüket és szociokulturális szerepvállalásukat (Nagy, 2021).

A könyvtárak számára az Instagram használata több szempontból is fontos és hasznos lehet, de a legkiemelkedőbb a vizuális kommunikáció. E révén a könyvtárak könnyen és hatékonyan tudják bemutatni gyűjteményeiket, rendezvényeiket és szolgáltatásaikat. Ezáltal vonzó és könnyen fogyasztható formában értékes információkat oszthatnak meg, ami különösen a fiatalabb közönséget célozza meg, és segít növelni a könyvtár láthatóságát és elérését (Pretel-Jiménez et al., 2024).

Jelenleg a TikTok a fiatalok egyik kedvenc közösségi hálózata, több mint 1 milliárd havi aktív felhasználója van a világon, 2025-ig pedig 1327 millió felhasználót prognosztizáltak (Guiñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022). A TikTok egy rövid formátumú videókra fókuszáló közösségi média platform, amelynek BookTok nevű alműfaja kifejezetten könyvekkel és olvasással kapcsolatos tartalmakat kínál (Bateman, 2022; Harris 2021). A BookTok közösség 2020 elején, a COVID-19 világjárvány korai szakaszában lendült fel, azonban a hatása messze túlmutat magán az alkalmazáson (Smith, 2020). Ez az egyre népszerűbb könyvközösség Hue (2021) szerint jelentős hatást gyakorol a kiadói ágazatra, hiszen a közösségben megosztott könyvajánlások befolyásolhatják az adott könyvek iránti keresletet. Tanulmánya kapcsolódik ahhoz a tényhez, hogy a fizikai könyvek iparága küszködik az újmédiával szemben. Hue azonban azzal érvel, hogy a közösségi média ösztönözheti az embereket a könyvek olvasására és vásárlására, így a BookTok nem csupán kihívás a fizikai könyvpiac számára, hanem egy lehetőség is arra, hogy növelje a könyvek iránti keresletet és népszerűsítse az olvasást. Stewart (2021) véleménye szerint a TikTok-on zajló könyvmarketing inkább alulról szerveződik, és a fiatalabb generációt jobban ösztönzi a vásárlásra, ha tudják, hogy az adott könyvet ajánló személyek nem részesülnek anyagi juttatásban.

Míg a legtöbb közösségimédia-platformon megtalálhatók könyvközösségek, a TikTok által akkreditált eladások és olvasási érdeklődés növekedése, tehát a platformon megjelenő értékelések, ajánlások könyveladásokra mért hatása példátlan (Wiederhold, 2022), mivel a tartalomgyártók bármelyik könyvből képesek úgynevezett kötelező olvasmányt létrehozni (Chaddah 2022). A kötelező olvasmány a BookTok kontextusában azt jelenti, hogy a videók készítői olyan erősen ajánlják egy-egy könyv elolvasását, hogy azt szinte elengedhetetlen vagy alapvető olvasmányként mutatják be a közönségnek, motiválva ezzel az olvasást; ez a kifejezés itt nem a hagyományos, iskolai kötelezettségként értelmezett, gyakran negatív konnotációjú fogalom, hanem pozitív, lelkesítő ajánlást jelent. Nemzetközi szinten számos könyvesbolt és könyvtár használ #booktok könyvjelzőket, míg az online kereskedők listákat állítanak össze a BookTok legnépszerűbb könyveiről (Carlick, 2022). Ezt a sikeres eredményt egyetlen más közösségi média platform sem érdemelte ki (Harris, 2021). Míg maguk a digitális könyves közösségek csak a közösségben részt vevők számára érdekesek, a BookTok-on tett ajánlások arra is hatással vannak, hogy mely könyvek válnak népszerűvé offline módon (Paul, 2023). Ezt tükrözi a könyvesboltokban és könyvtárakban kínált választék, ami viszont az online közösségekben nem résztvevők olvasási szokásait is szabályozza, vagyis jelentős a visszahatás (Harris 2021; Perkins 2017). Tehát a könyveladásokat jelentősen befolyásolta ez az úgynevezett BookTok-effektus (Fabian et al., 2024).

Merga (2021) a BookTok és a TikTok szerepét vizsgálja a fiatal olvasókra gyakorolt hatás szempontjából, különös tekintettel arra, hogyan segíthetnek az olvasói tanácsadó szolgálatok népszerűsítésében. Merga kutatása hangsúlyozza a TikTokon használt hashtagek, kulcsszavak fontosságát, amelyek lehetővé teszik a népszerű műfajok és olvasói identitások azonosítását. Az olvasói tapasztalatok és ajánlások központi szerepet játszanak ebben a folyamatban, mivel az olvasók véleménye és élményei inspirálnak másokat. Merga rámutat arra, hogy az olvasói élmény személyes és tapasztalati elemeinek felhasználása lehetővé teszi az olvasók és az alkotók közötti kapcsolat megvalósítását, és segíthet az érzelmi kötelék kialakításában az olvasók között. Az érzelmekre épülő könyvajánlások fontosak az olvasók bevonásában és elkötelezettségében, ezért a BookTok lehetőséget kínálhat az olvasói tanácsadó szolgálatok népszerűsítésére és a fiatal olvasókra gyakorolt hatás maximalizálására (Flood, 2021).

Az egyik különleges jellemzője a TikTok-nak az, amit Wiederhold (2022, 158) „*rendetlen hitelességnek*” nevez. A platformon könnyű megtalálni az őszinte és személyes történeteket, amelyek értékesek a közösség számára, ahogy Eder (2021) is megfigyelte. A TikTok formátuma és a hitelesség értéke lehetővé teszi az olvasók számára, hogy valódi érzéseket tapasztaljanak, amelyek segítenek nekik abban, hogy kiválasszák a következő olvasmányukat. A BookTok-videók példázzák a TikTok játékos, spontán esztétikáját (Reddan et al., 2024), és ez az elérhető, kevésbé kifinomult bemutatásmód általános tendenciája az alkalmazásban, amit Abidin (2021) is említ. Reddan és munkatársai (2024) továbbá rámutatnak arra, hogy a TikTok-videók gyakran nem rendezettek és nem tökéletesek, ami hozzájárul azok hitelességéhez, de néhány alkotó mégis inkább a tökéletesen felépített tartalmat preferálja. Általában rövidek, dinamikusak és zajosak, az alkotók pedig közelről, függőleges nézőpontból jelennek meg a képernyőn (Guehring, 2023). Ezzel ellentétben az Instagram gondosan megtervezett, kifinomult és fényes stílusával ellentétben, a BookTok videók nyersebb, rendezetlenebb megjelenést hordoznak, amely érzékenyebb és autentikusabb hangulatot közvetít. (Dani & Szabó, 2024). A TikTok jelenléte különösen hatékony eszköz lehet a könyvtárak számára, mert ez a gyorsan növekvő, főként fiatalokat megszólító platform lehetővé teszi, hogy szórakoztató, inspiráló és vizuális tartalmakkal népszerűsítsék szolgáltatásaikat, építsék közösségüket, és modern, vonzó arculatot alakítsanak ki maguknak a digitális térben.

A blog (más néven weblog vagy webnapló) olyan weboldal vagy személyes felület, amelyet egy felhasználó készít, és amely bejegyzésekből áll, melyeket fordított időrendben jelenít meg, vagyis a legfrissebb tartalom mindig kerül az élre (Dani & Szabó, 2024). A könyves blogok napjainkban kiemelkedő szerepet töltenek be az olvasói közösségek életében és az irodalmi kultúra terjesztésében, mert olyan online platformok, ahol az olvasás szerelmesei

megoszthatják olvasmányélményeiket, véleményüket könyvekről, írókról és irodalmi eseményekről. A blogok széles skálán mozognak a személyes olvasói élmények megosztásától a mélyebb irodalmi elemzésekig (Tolstopyat, 2018).

Egy jó könyves blog gyakran tartalmaz könyvajánlókat, értékeléseket és kritikákat, amelyek elősegítik az olvasók új könyvek felfedezését és tudatos olvasási döntéseinek meghozatalát. Emellett interjúkat közöl írókkal és könyvkiadókkal, valamint beszámol irodalmi eseményekről, ezzel is gazdagítva a könyvtári közösség szakmai és közösségi életét. A könyves blogok közösségi terek is egyben, ahol az olvasók kötetlenül vitatkozhatnak, megoszthatják gondolataikat és érzéseiket az olvasott könyvekről, írókról és irodalmi témákról. Ezáltal hozzájárulnak az olvasói közösségek építéséhez és erősítéséhez. A könyves blogok sokféle formát ölthetnek, beleértve az egyéni, csoportos, intézményi blogokat, a csoportos blogokat és az intézményi blogokat is, például könyvtárak vagy könyvkiadók által működtetetteket. Ezek a blogok nemcsak szórakoztatnak és tájékoztatnak, hanem segítenek a kultúra terjesztésében, az olvasási szokások alakításában és az olvasás iránti érdeklődés fenntartásában is.

A könyvtári blogok fő sajátosságai és előnyei, hogy interaktív platformként lehetőséget biztosítanak a források, szolgáltatások, események népszerűsítésére (Jain et al., 2012; Gunelius, 2010; Kaplan & Haenlein, 2010)., közösségépítésre és közvetlen kommunikációra, miközben növelik a könyvtár szakmai hitelességét és a felhasználók elköteleződését (Ezeani & Igwesi, 2012; Walia & Gupta, 2012). Ezek a blogok nemcsak információközvetítőként működnek, hanem a könyvtárosok szakmai tapasztalatainak megosztására is alkalmas felületek, amelyek a könyvtár és olvasói között kapcsolatot teremtenek. Dankowski (2013) a New York Public Library példáján keresztül rámutatott, hogy a blogok felbecsülhetetlen értékű eszközök a könyvtárak számára, amelyeket közösségi tartalommarketing céljára használnak, miközben a könyvtárosok belső jogvédő szerepet töltenek be (Dani & Szabó, 2024).

Végül a podcastokat említjük, az újmédia másik népszerű típusáról, amely szintén irodalmi médiumnak tekinthető. A fent felsorolt platformokhoz hasonlóan különféle definíciók szerint főként az interneten elérhető digitális hangfájlok gyűjteménye vagy sorozata, amelyet letölthető vagy meghallgatható az interneten keresztül (Vilar & Popovic, 2022). Ezeket okostelefonos alkalmazások is támogatják, de sok podcast a YouTube felületén érhető el. Ezek a tartalmak ugyanolyan heterogének, mint a rádióadások, de mivel bárki által előállíthatóak és streamelhetőek, nagyon jól illeszkednek az „alkotók és fogyasztók” által leírt jelenséghez. Ez általában egy rendszeresen frissített beszélgetős epizód, és lehet egy független podcast-csatorna vagy egy tematikus weboldal része is akár (Nagy, 2021).

A podcastok használata megszünteti a kommunikációs korlátokat és az internetes rádiózás növekedését korlátozó tényezőket. A podcastokat különösen pozitívan befolyásolta a

közelmúltbeli járvány, amely korlátozta a fizikai érintkezést és a közvetlen találkozásokat. A tartalmak bárhol és bármikor elérhetőek, ami óriási vonzerőt jelent a mai életstílusban, amelyben az idő és lehetőségek személyes privilégiumként jelennek meg. A podcastokat definiáló kifejezések a következők: automatikusság, streaming, gyakoriság, hozzáférhetőség. De kutatási témánk kontextusában Sarkar (2012) kutatásaiban feltárta, hogy a könyvtári podcastok rendelkeznek néhány alapvető funkcióval, és meghatározott célokra valósítják meg őket, valamint megállapította, hogy magas a podcast-implementáció terjedése, és nagy a podcastalkalmazás-szándék a könyvtárakban.

Best és Clark (2022) kutatási jelentése összekapcsolja a podcast-használatot és az írástudást, és kimutatja a podcastok hallgatásának pozitív hatását a gyermekek olvasási szokásaira. A jelentés szerint a podcastokat hallgató gyermekek és serdülők többet olvasnak, és jobban szeretnek olvasni, mint a podcastokat nem hallgató társaik. Emellett az említett kutatók megállapították, hogy a podcast-hallgatás elterjedt gyakorlattá vált a gyerekek és serdülők körében, különösen a járvány idején, amikor a COVID-19 járvány alatt még többen választották ezt az időtöltést. Az is feltételezhető, hogy a gyermekeknek és fiataloknak szóló podcastok elsősorban az ifjúsági irodalom bemutatására fókuszálnak, amely során friss megjelenéseket, népszerű szerzőket és a fiatalokat érintő irodalmi témákat ismertetnek, segítve ezzel az olvasásnépszerűsítést és a fiatal közönséghez való kapcsolódást. Az elmúlt évtizedben a könyvtári podcastok kínálata is bővült, amelyek célja a műveltség és az olvasási kultúra népszerűsítése, és szakemberekkel foglalkoznak ezen a területen (Best & Clark, 2022).

Egy könyvtár számára számos előnnyel jár, ha saját podcast-tel rendelkezik. Először is, a könyvtárak közvetlenül kapcsolatba léphetnek a hallgatóikkal azáltal, hogy üzeneteiket, információikat és programjaikat, előadásaikat közvetlenül hanganyag formájában juttatják el hozzájuk. Az interjúk és a beszélgetések lehetővé teszik a könyvtárak számára, hogy személyes és közvetlen bepillantást nyújtsanak közönségüknek a könyvtár életébe, bemutassák munkájukat, szolgáltatásaikat, gyűjteményeiket és eseményeik kulisszatitkait, ezáltal erősítve az elköteleződést és a közösségépítést. A podcastok révén a könyvtárak közösségi teret teremthetnek, ahol az emberek megoszthatják tapasztalataikat, érdeklődési körüket és ötleteiket. Ezáltal a könyvtárak nemcsak információt nyújtanak, hanem platformot is biztosítanak a közönség számára, hogy részt vegyen a könyvtár életében és tevékenységeiben. A speciális könyvtári podcastok kiegészíthetik és diverzifikálhatják a könyvtári kommunikációs eszközöket, és hatékony eszközei lehetnek a közönség elérésének (mivel az ilyen digitális tartalmakat többnyire a fiatalabb generációk fogyasztják), a közösségépítésnek és a könyvtári szolgáltatások népszerűsítésének.

A moly.hu³² egy magyar könyves közösségi oldal, amely 2008-ban indult. Az oldal célja, hogy összekapcsolja a könyvek és az olvasás iránt érdeklődőket, valamint egy platformot biztosítson számukra az olvasmányélmények megosztására és könyvajánlásokra. Az oldal számos olyan funkcióval rendelkezik, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy adatbázist készítsenek a saját könyveikből, nyomon kövessék olvasmányaikat, értékeléseket írjanak, véleményeket osszanak meg, és kapcsolatba lépjenek más olvasókkal. A felhasználók létrehozhatják saját profiljukat, ahol megadhatják kedvenc könyveiket és szerzőiket, és virtuális könyvespolcokat hozhatnak létre, ahol tárolhatják az elolvasott, olvasott és elolvasni kívánt könyveket. Minden könyvhöz értékeléseket és véleményeket írhatnak a felhasználók, és mások véleményeit is elolvashatják. Ezen kívül lehetőség van olvasónapló vezetésére is (Szabó, 2025; Tóth, 2011).

Az oldal különleges közösségi funkciói lehetővé teszik a felhasználók közötti interakciót, például követhetik egymást, kommentálhatják a bejegyzéseket, és részt vehetnek olvasási kihívásokban és csoportokban. Emellett a felhasználók tájékozódhatnak a könyves eseményekről és hírekről, így naprakészek maradhatnak az irodalmi világ történéseiről. A moly.hu fő célja a könyves közösség építése és az olvasói interakciók elősegítése. A hatalmas adatbázis könyvekről, szerzőkről és kiadókról tartalmaz információkat, és lehetőséget biztosít a felhasználóknak ezek keresésére és katalogizálására, így egy dinamikus könyves közösségi oldal, amely többféle funkcióval támogatja az olvasói közösségek kialakulását és az olvasási élmények megosztását.

Alapvetően könyvtárak számára is vonzó lehetőség, hogy profil létrehozásával közvetlen kapcsolatot építsenek az olvasókkal. Ezáltal könnyedén népszerűsíthetik új könyveiket, eseményeiket és szolgáltatásaikat, valamint közvetlen visszajelzéseket kaphatnak a felhasználóktól. A moly.hu-n könyvbemutatók, író-olvasó találkozók és könyvklubok népszerűsítése is könnyen megvalósítható. Emellett a platform segítséget nyújt ajánlások és tematikus könyvlisták készítésében, amelyek segítik a könyvtár tájékoztató szolgáltatását, valamint az olvasókat az érdeklődésüknek megfelelő olvasmányok megtalálásában. Digitális jelenlétüket növelve a könyvtárak aktívan részt vehetnek az online közösségek életében, és széles körű közösségi kapcsolatokat építhetnek ki. A felhasználói profil létrehozása így nemcsak az olvasói elkötelezettség növelését segítheti elő, hanem a könyvtárak szakmai tudásának megosztására is ideális fórumot biztosít, például könyvismertetőket, híreket és szakmai tartalmakat formájában (Jávorka, 2013).

³² Elérhetőség: <https://moly.hu/>

4.3. Influenzserek, véleményvezérek

A közösségi média olyan platformokat jelent, amelyeket kifejezetten arra terveztek, hogy a tartalmakat könnyedén meg lehessen osztani. A megosztás során új tartalmak létrehozása, azok kommentálása és továbbítása mások számára viszonylag egyszerűen megvalósítható. Ezek a tartalmak különösebb beruházás nélkül hozzáférhetők, megtekinthetők és meghallgathatók. Mivel mindez az interneten keresztül történik, a folyamat jól nyomon követhető és mérhető (Eszes, 2011).

Az internetnek köszönhetően ma már sok közösségi médiaszereplő vált ismertté és befolyásossá, ezáltal akár több tízezres vagy milliós követői bázissal is rendelkeznek. Ezeket az egyéneket, akik másokat is képesek befolyásolni és követendő példát jelentenek, ma már influenzereknek nevezzük (Glied, 2022). Véleményvezérek azok a személyek, akik véleményükkel és viselkedésükkel jelentős hatást gyakorolnak környezetükre; ide tartoznak hírességek, sztárok, bloggerek, vloggerek és különböző közösségi platformok ismert alakjai, akik nagy követőbázissal rendelkeznek (Dani & Szabó, 2024). Olyan személyeket is ide sorolunk, akik egy világosan meghatározott piaci szegmensben dolgoznak, és hatással vannak a fogyasztók vásárlási döntéseire. Mindannyian képesek arra, hogy egyéni nézőpontjukat és sajátos hangjukat használják a tömegek véleményének és gondolkodásának befolyásolására. Közvetlenül a fogékony közönségüket szólítják meg (Szilágyi, 2018). Ez a befolyásoló szerep nem új keletű, de az internet és a közösségi oldalak térnyerése lehetővé tette, hogy bárki befolyásolóvá váljon. A fiatalabb generáció ma már kevésbé támaszkodik a televíziós műsorokra és hagyományos reklámcsatornákra, miközben az influenzerek, valamint a YouTube-, TikTok- és Instagram-sztárok sokkal erőteljesebb befolyással bírnak rájuk (Dani & Szabó, 2024; Fehér, 2021).

Ha influenzerekről van szó, nem hagyhatjuk ki az influenszer-marketing megemlítését. Ennek során azokat az egyéneket azonosítják, akik befolyással lehetnek a potenciális vevőkre, és a marketingtevékenységeket ezek köré szervezik. Az ilyen típusú tartalmak lehetnek valós vagy színlelt vásárlói tapasztalatok, amelyek bemutatják a terméket vagy a szolgáltatásokat. Ezek a tartalmak lehetnek elsődlegesen az influenszer által, vagy harmadik fél által készítettek (újságírók, elemzők, hirdetőik). Az influenszer-marketing különböző felületeken jelenhet meg, de általában az online térben zajlik a korábban is említett platformokon keresztül. A témával foglalkozik hazai szinten az IAB Hungary, az Interactive Advertising Bureau³³ nemzetközi szervezet magyar aláága, s a Magyar Reklámszövetség egyik tagozata (Farkas, 2019).

³³ 1996-ban létrejött amerikai hirdetési üzleti szervezet.

Az influenszerek száma és hatása folyamatosan növekszik, és különböző típusú márkákat, termékeket és szolgáltatásokat támogatnak. Manapság már nem csupán a profitorientált megjelenések uralkodnak, hanem egyre többen támogatnak olyan kezdeményezéseket is, amelyek a közösség jólétét, a közéleti és segítségnyújtó célokat, a humanitárius, környezet- és állatvédelmi, valamint művészeti-kulturális törekvéseket szolgálják. Ennek oka részben az influenszerek túltelítettségének kockázata, ami azt jelenti, hogy a nyilvánvaló pénzkereseti céllal történő hirdetések károsíthatják a véleményvezér hírnevét, ezért egyensúlyba kell hozniuk a hirdetéseket társadalmi kezdeményezésekkel. Másrészt az influenszerek többsége felelősséget érez a jövő generációi iránt, és ezért is állnak olyan kezdeményezések mellé, amelyek segítik a társadalmat és a környezetet (Glieb, 2022; Glózer & Guld, 2015).

A közösségi média különböző típusai a platformtól függően változatos lehetőségeket kínálnak a véleményvezéreknek, mind a bloggereknek és vloggereknek egyaránt (Köhler & Gründer, 2016). A Facebook nagy előnye a széles felhasználói bázis és az egyszerű funkciók mellett a sokszínűség, amely lehetővé teszi szinte minden vállalkozás, szervezet és közéleti személyiség számára a hatékony jelenlétet. Az Instagram az egyszerű fotók és videók könnyű megosztását teszi lehetővé. A YouTube-véleményvezérek szórakoztató videós tartalmakat kínálnak, amelyek hitelességük és személyes megszólításuk révén vonzzák a nézőket, így a reklám ellenére is vonzóak maradnak a tartalmak az intimitás és közvetlenség érzete miatt. A TikTok népszerűsége a rövid formátumú, könnyen emészthető tartalmaknak köszönhető, amelyek gyorsan fogyaszthatók a felhasználók számára (Arunchoknumlap, 2023).

4.3.1. Könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők

A kulturális közvetítők új osztálya, az úgynevezett könyves véleményvezérek, influenszerek jelentek meg az olvasás és a könyvek iránt szenvedélyes közösségimédia-felhasználók növekvő trendje következtében. A könyves véleményvezérek, vagyis a könyvekkel és olvasással foglalkozó és tematikájú tartalmakat készítő emberek tekinthetők könyvbloggereknek, könyvtémájú Instagram vagy TikTok oldalak készítőinek, vloggereknek, irodalmi podcastok készítőinek. Ezek az influenszerek könyvekről és irodalmi témákról beszélnek vagy írnak, könyvajánlásokat és kritikákat osztanak meg, továbbá népszerűsítik a könyvtárakat, írókat, kiadókat és különböző olvasási programokat (Dani & Szabó, 2024). A könyves véleményvezérek szerepe az olvasás népszerűsítésében és a könyvpiac támogatásában nagyobb hangsúlyt kapott az online világ térhódításával.

Reddan (2022) új kategóriaként azonosítja a „*BookFluencer*”, vagyis könyves influenszerek csoportját, akiket „a könyvajánlások megbízható forrásaként” tartanak számon, és identitásuk lényeges részének tekintik az olvasást (Reddan, 2022, 1). Reddan hangsúlyozza, hogy az olvasásnépszerűsítők az olvasmányaikkal kapcsolatos véleményük kifejezése során személyes ízlésükről beszélő olvasókként azonosulnak, és nem, mint kritikusok vagy szakértők (Reddan, 2022, 5). Ez egybevág Birke (2021) megfigyelésével, miszerint a tartalomkészítők inkább elhatárolódnak a hagyományos kritikusoktól és bírálóktól. De valamilyen szakértelemmel, érdeklődéssel, s jelentős követőbázissal rendelkeznek, amely akár marketingértéket is jelenthet (Guiñez-Cabrera & Mansilla-Obando, 2022).

Az irodalmi blogok megjelenésétől kezdve a közösségi média platformok elterjedéséig az internet hozzájárult az olvasási tapasztalatok és vélemények megosztásának új formáihoz. Gomez (2005) szerint az irodalmi blogok és a korai könyvklubok hasonló céllal jöttek létre: ösztönözték az érdekesítő beszélgetéseket és vitákat a könyvekről a közösségben. Nelson (2006) cikkében az irodalmi bloggereket már „befolyásolóként” említi, hangsúlyozva, hogy új módszereket kínálnak az olvasók elérésére. A könyvközösség különféle részei, a blogokon kívül, a közösségi média különféle platformjain alakulnak ki, mint például a korábban említett BookStagram, BookTube és BookTok. A könyvfluenszerek (könyv + influenszerek), vagy másképp könyves influenszerek az irodalomra fókuszáló befolyásolók, akik különböző platformokon tevékenykednek, és különböző módon, de közös céllal: hatással lenni az olvasókra. Olyan aktív olvasókról van szó, akik a közösségi médián keresztül kapcsolatba lépnek más olvasókkal, és megosztják egymással a könyvek iránti szenvedélyüket (Dani & Szabó, 2024). Ezek az olvasók minisztárokká válnak, akik kihasználják nyilvános személyiségüket vagy önmárkájukat, hogy felhívják magukra a figyelmet és előre jussanak a társadalmi helyzetükben (Marwick, 2017). A könyves influenszer-márka egyik kulcsfontosságú eleme a megbízható könyvajánlások közvetítése. Ahhoz, hogy „valódi” és „kapcsolatba hozható” könyvrajongóként jelenjenek meg, olvasási szokásaik és ízlésük megosztásával teremtenek bizalmat követőik felé (Albrecht, 2017). Albrecht kutatásai elsősorban a BookTubera fókuszálnak, de más közösségi média platformokon aktív könyves influenszerekre is kiterjednek, bemutatva, hogyan játszik szerepet a hitelesség és relativitás a tartalomkészítők és követőik közötti bizalom kialakításában. A rajongókkal fenntartott paraszociális kapcsolatok révén érzelmi kötelékeket építenek ki követőbázisukkal (Dani & Szabó, 2024; Baym, 2018).

A véleményvezérek tevékenységükkel másokat inspirálnak az olvasásra és a könyvek felfedezésére. A könyvkiadók és az irodalmi szereplők felismerték az influenszerek hatásait a közönség olvasási szokásaira, ezért új könyveket, úgynevezett recenziós példányokat küldenek nekik tartalomgyártás céljából. Az ilyen tartalom létrehozása mögötti munkát gyakran csak a

megajándékozott könyv kompenzálja (Johnsson, 2023; Pope, 2019). Vannak olyan könyvkiadók, amelyek csak meghatározott számú követő elérése esetén küldenek recenziós példányokat a könyves véleményvezéreknek. A kiadók különösen ügyelnek arra, hogy esztétikus, tetszetős borítókat tervezzenek a könyvekhez, hiszen ezek nemcsak a fizikai üzletekben, hanem a digitális platformokon is hatékonyan ragadják meg az olvasók figyelmét; ez a tényező mindig is lényeges szempont volt a könyvkiadásban. Cornwell és Katz (2021) kiemelik az influenszer marketing fontosságát, mely azon az elven működik, hogy az emberek hajlamosabbak egy terméket megvásárolni, ha egy ismert vagy megbízhatónak vélt személy ajánlja azt. Az influenszerek hitelessége kulcsfontosságú a márkák számára, és az iparág növekedése azt eredményezi, hogy az influenszerek felismerik értéküket és magasabb árat kérnek szolgáltatásaikért. Ezen trend azonban még nem annyira látható a könyves véleményvezérek körében (Johnsson, 2023), főként hazánkban.

Crespo (2013) kutatásaiban megállapítja, hogy napjainkban a fiatalok olvasási választásait és népszerűsítését nem a felnőttek vagy a tanárok, hanem a társaik, más fiatalok irányítják az audiovizuális olvasás 2.0 keretein belül. Merchant (2020) szerint az olvasás kibővült és változatossá vált, ami szintén befolyásolja az egyének olvasási szokásait. Megfogalmazza azt a kérdést is, hogyan lehet az olvasási technológiákat beilleszteni az iskolai környezetbe, amelynek egyik módja az olvasási technológiák és az olvasás 2.0 különböző formátumainak osztályteremi bevonása, mint például könyves influenszerek, könyvelőzetesek, vlogok vagy dokumentumfilmek.

Ehhez rendkívül nagy segítséget és alapot kínál, hogy erőteljesen nőtt az elmúlt években a magyar tartalomgyártók és olvasással kapcsolatos rendezvények, kezdeményezések száma, és azok sem maradtak ki, akik videóikon keresztül osztják meg könyvélményeiket. A könyves videók nagy hagyományokkal és népszerűséggel bírnak az angolszász országokban. Ma Magyarországon kevesebben foglalkoznak könyves tartalommal, de van néhány csatorna, amely évek óta megbízható rendszerességgel működik. Platformjaikon beszámolnak az éppen megvásárolt könyvekről, olvasmányaikról, olvasási terveikről, de vannak olyan videók is, amelyekben absztrakt módon beszélnek a könyvekről, az írókról és a műfajokról. A magyar könyves influenszerek általában a serdülő és fiatal felnőtt korosztályt szólítják meg eredményesen.

4.3.2. Könyves kezdeményezések és jó gyakorlatok

Az alábbi hazai legismertebb könyves kezdeményezések közös jellemzője az írók, költők és olvasók közötti közvetítés. Ezeknek a kezdeményezések még intenzívebbé teszi az olvasás népszerűsítését napjainkban.

A „*Nincs Időm Olvasni Kihívás (NIOK)*” egy irodalmi mozgalom, amely arra törekszik, hogy ösztönözze az embereket az olvasásra, különösen azokat, akik elfoglalt életmódjuk miatt úgy érzik, nincs elegendő idejük könyvekre. A kihívás hangsúlyozza az olvasással való találkozás és az olvasás szokásának kialakításának fontosságát a mai életmódban, ahol az idő gyakran korlátozott erőforrás. A kihívást Szabados Ágnes, híradós, televíziós személy indította el 2017-ben a Facebookon, s viszonylag gyorsan mozgalmá nőtt ki magát, két olvasónapló, néhány több esemény és egy podcast-csatorna, valamint egy online csoport közzétételével. Azóta több más olvasási mozgalom is alakult. Ezek a mozgalmak arra ösztönzik az embereket, hogy kreatív módon illesszék be az olvasást mindennapi életükbe, még akkor is, ha csak rövid időre. A kihívás résztvevői rendszeresen megosztják hogyan illesztik be az olvasásra fordított időt a mindennapi tevékenységeik közé, például munkahelyen, tömegközlekedési eszközökön utazva vagy lefekvés előtt. Azt kommunikálják, hogy az olvasás olyan tevékenység, amelyet bárhol és bármikor lehet végezni, és a stresszoldás és a szellemi kikapcsolódás forrásának tekintik. Ez a kihívás felhívja a figyelmet az olvasás fontosságára és élvezetére, és arra ösztönzi az embereket, hogy foglalkozástól és időbeli korlátoktól függetlenül mindenki számára teremtsenek lehetőséget az olvasásra. A NIOK egy pozitív és motiváló kezdeményezés, amely célja az olvasási szokások fejlesztése és az irodalom iránti szenvedély újbóli felébresztése, segítve az embereket abban, hogy újra felfedezzék az olvasás örömét mindennapi életükben.

Az „*Olvasni szabad*” mozgalmat 2020-ban indította el Szendrői Csaba, magyar zenész és énekes, valamint Jakobovits Kitti pszichológus. A kezdeményezés arra biztatja az embereket, hogy szabaduljanak meg az olvasással járó stressztől és sztereotípiáktól, és élvezzék az olvasást anélkül, hogy bárki elvárásaihoz vagy szabályaihoz alkalmazkodnának. A mozgalom az olvasás szabadságát és a könyvek örömét hirdeti, függetlenül attól, mit és hol olvasunk (Dani & Szabó, 2024). Célja az olvasás népszerűsítése, a személyes fejlődés és az olvasás személyiségre, elmére és gondolatokra gyakorolt hatásának megismertetése. Nem nyújt teljes értékű terápiát, hanem eszközöket ad az olvasók kezébe, hogy a saját módjukon a legtöbbet hozzák ki az olvasásból. Az első órában minden résztvevő „csak” elolvassa a magával hozott könyvet, és megbeszéli a legemlékezetesebb mondatokat és bekezdéseket abból, amit aznap elolvastak. Ezután a pszichológus és a hónap vendége tart előadást, és felkéri a résztvevőket, hogy csatlakozzanak a beszélgetéshez.

A „VATES”, „Irodalombarátok”, „Poetry Wall és Poetry Space” közösségi oldalak a költészet és a novellák világára összpontosítanak; a VATES különleges módon, ruhákkal, hétköznapi tárgyakkal népszerűsíti a költészetet. A legtöbb ilyen oldal arra ösztönzi majd az embereket, hogy egy közös hashtag segítségével osszák meg verseiket, és a hatás offline is elterjed, mivel a „Poetry on the Wall” mozgalom az utcán is megjelenik.

A POKET kezdeményezést Vecsei H. Miklós indította útjára, Grecsó Krisztián író művészeti vezetésével. A projekt a Magyar Költészet Napján, 2018. április 11-én indult hét, italautomatából könyvautomatává átalakított automata felállításával Budapest forgalmas kereszteződéseiben A POKET olyan fiataloknak szól, akiknek mindennapjai gyakran a mobiltelefonjukhoz kötődnek. A cél az volt, hogy megismertessék velük a kortárs és klasszikus irodalmat. A könyveket ezért „mobiltelefon méretűre” tervezték a régi zsebkönyvek analógiája szerint. A kezdeményezést a közösségépítés szándéka is motiválta.

Juhász Anna a magyar irodalom modernizációjának fontos alakja, saját irodalmi szalont vezet, 2021 óta számos irodalmi projekt ötletgazdája és falcoltatóra, és többször közreműködött a POKET szerkesztésében. 2018-ban indította el a Marie Claire YouTube-csatornáján a *Pura Poesia* című irodalmi füzetet, ahol a magyar közélet és kultúra prominens személyiségeivel beszélget tapasztalatairól, tanácsairól. Emellett rendszeresen oszt meg verseket és saját olvasmányélményeit a közösségi oldalakon (Kovács & Márkus, 2023).

Relevánsnak érezzük megemlíteni azt a mozgalmat is, amelyben a könyvtárak nagyobb szerepet kapnak a könyvesboltok mellett. A 2011-ben indított Margó Irodalmi Fesztivál az irodalom és a könyvek ünnepe, amely teret biztosít írók, költők, irodalomkritikusok, könyvbarátok és a közönség számára, hogy találkozzanak, beszélgessenek és részt vegyenek különféle irodalmi programokon. Az esemény az „*Olvasni kell!*” mottót hordozza, és mára az irodalmi kultúra meghatározó részévé vált, évente háromszor rendezik meg az ország különböző pontjain. Az elmúlt évek során számos kezdeményezés indult a fesztivál égisze alatt, például a *Margó Olvasókör*, a *Margó Podcast*, valamint a *Margófakt*, amely egy irodalmi oktatási program középiskolások számára. A Margó Irodalmi Fesztivál fő célja az irodalmi közösség összekapcsolása, az olvasás és az irodalom népszerűsítése, valamint az irodalmi kultúra fejlesztése.

Ott Anna, Magyarország egyik legismertebb könyvkritikusa a kultúra és az olvasás népszerűsítését tűzte ki két fő feladatául, amit a közösségi médiában és a saját honlapján, a #olvass hashtaggel népszerűsítve tesz. Ő vezeti a Société havi olvasóköreit, a Budapest Café Brunch irodalmi rendezvényt. Emellett rendszeres résztvevője és szervezője a Margó Irodalmi Fesztiválnak, könyvrendezvényeknek és fesztiváloknak. Teszi mindezt élénk és közérthető stílusban, amely minden hallgatót magával ragad. Rajta keresztül sok könyv jut el az

emberekhez, és olyan irányba tereli az olvasókat, amely örök igazságokkal és lelki táplálékkal látja el őket.

Az influenszerek sokféleképpen hozzájárulhatnak az olvasóvá válás támogatásához és az olvasási kultúra erősítéséhez a korábban említett platformokon. A könyves influenszerek kulcsfontosságú szereplők a könyves közösségben, hiszen elősegítik az olvasás népszerűsítését, segítenek új könyvek felfedezésében, és megosztják az olvasás iránti szenvedélyüket másokkal. Azok a könyvtárak és könyvszervezetek, amelyek együttműködnek ezekkel az influenszerekkel, hatékonyan növelhetik az olvasás iránti érdeklődést a közösségükben és elérhetik a fiatalabb generációkat is.

4.4. Összegzés

Az online tér, különösen a közösségi média, számos lehetőséget kínál a könyvtáraknak az olvasási kultúra erősítésére, de egyidejűleg meg kell érteni és kezelni kell az ezzel járó kihívásokat is. Ezen platformok *„lehetővé teszik az amatőrök számára, hogy irodalomkritikus cselekedeteket hajtsanak végre, saját irodalomelemzéseiket és ítéleteiket tegyék közzé formális képzés és a hagyományos kiadói helyszínekhez való hozzáférés nélkül”* (Walsh & Antoniak 2021, 247; idézi Guehring, 2023). Az online olvasóvá nevelő lehetőségek hatékony eszközök az olvasás fejlesztésére, az irodalomba való bevonásra, valamint nyelvi, kommunikációs, irodalmi és digitális kompetenciáik fejlesztésére is. A digitális korban a könyvtáraknak egyre inkább ki kell terjeszteniük online jelenlétüket és megfelelően kell reagálniuk az olvasási szokások és preferenciák változásaira. Az offline és online könyvtári tevékenységek intelligens kombinációja lehet a kulcs a hatékony olvasóvá neveléshez, az olvasási élmények gazdagításához és az olvasóközösségek erősítéséhez.

Következtetesként elmondhatjuk, hogy a könyves influenszerek az olvasás élményére helyezik a hangsúlyt, ezzel is divatossá téve a könyvolvasást a fiatalabb korosztály számára is. A közösségi média felületein hangsúlyos a közösségi jelleg, az élménybeszámolók pedig arról tanúskodnak, hogy a könyves véleményvezér tevékenység a maga szakértelemellenességével vagy egyszerűen a szenvedélyes laikus olvasó olvasási szokásainak és beszédének láthatóvá tételével a gyökeresen változó véleménykultúra tipikus terméke. Az olvasás egyfajta tanulási, tapasztalatszerzési folyamatként jelenik meg, amely szemben áll az iskolai kötelezővel. Az influenszerek, akik nagy követői bázissal rendelkeznek a közösségi médiában, kiemelt szereplőkké váltak az olvasásnépszerűsítés terén. Ők képesek hatást gyakorolni az olvasók döntéseire, és ajánlásaikkal új könyveket hoznak a figyelem középpontjába. Ez a fejezet

bemutatta, hogy a könyvtáraknak érdemes együttműködni ezekkel az influenszerekkel, hogy megcélozhassák az online közönséget és népszerűsíthessék az olvasást.

A fiatalabb olvasók számára előnyös, ha az olvasás közös és megosztott tevékenységgé válik, amint azt a könyvbefolyásoló tevékenység, egy kialakulóban lévő műveltségi stratégia is mutatja. Elméletileg az olvasásnak ez a társadalmi vonatkozása szilárdan alátámasztott, mint az irodalomoktatás újjáélesztésének egyik módszere. A BookTok, Bookstagram, BookTube vagy más könyvkultúrához kötődő közösségi média platformok elsősorban az olvasók világára fókuszálnak, kiemelve olvasási élményeiket, nézőpontjaikat és kapcsolataikat. Ellentétben állnak a formális oktatásban elterjedt irodalmi kultúrával, amely inkább szövegközpontú irodalmi szöveg megfogalmazása kollektív elkötelezettséggel, amely alkalmazkodik az olvasók sajátos világképéhez, sajátosságaihoz és tapasztalataihoz (Paladines & Aliagas, 2022). A BookTernet-ben rejlő lehetőségek ellentmondanak annak az ismétlődő hiedelemnek, hogy az olvasás és vele együtt a könyvek kihalnak. Murray szerint „*a könyvnek a digitális média által sokat hirdetett halála nagyrészt nem következett be*” (Murray 2021, 971). A digitális lehetőségek széles skálája ellenére a személyes könyvtár gondolata továbbra is elterjedt (Albrechtslund, 2020, 562), ami sok TikTok, YouTube videó, Instagram kép háttérében is látható, melyet Tara (2020) is kiemel kutatásaiban. Ez további motivációt ad a könyvek, és különösen a szép kiadások birtoklásához (Guehring, 2023).

5. Az empirikus kutatás koncepciója

Az 5. fejezetben az empirikus kutatás tervezése és módszertani kerete kerül bemutatásra. Ennek során ismertetjük a kutatás célját, elemzési egységeit és idődimenzióját, a kutatási kérdéseket és hipotéziseket, a vizsgálati módszert, valamint a mintát és annak egyes csoportjait.

5.1. A kutatás célja, elemzési egységei és idődimenziója

A kutatás célja egy átfogó összkép kidolgozása a könyves influenszerek és a közkönyvtárak közötti együttműködésre. Ez a modell tartalmazza a bevált gyakorlatokat, stratégiákat és módszereket, amelyekkel hatékonyan lehet növelni az olvasási kedvet és a könyvtárlátogatottságot. Kiemelt fontosságúnak tartjuk az olvasóvá nevelés e két szegmensének összekapcsolását vagy ezen folyamat elindítását.

A kutatás során egyrészt részletesen elemezzük a könyves influenszerek tevékenységét, a mögöttes motivációkat és az olvasási szokásaikat, valamint a könyvtárakhoz fűződő viszonyukat is. Másrészt feltérképezzük a közkönyvtárak helyzetét, online jelenlétét, valamint olvasóvá nevelő stratégiáit, programjait. Mindezeket annak céljából, hogy átfogó képet nyújtsunk a könyves influenszerek és a könyvtárak közötti együttműködés lehetőségeiről és kihívásairól, valamint konkrét javaslatokat tegyünk az olvasóvá nevelés hatékonyságának növelésére. A kutatási eredmények hozzájárulhatnak a könyvtári szolgáltatások modernizációjához és az olvasási kedv széleskörű növeléséhez. Továbbá arra is választ keresünk, hogyan tudjuk a szakmai véleményvezérek módszereit és olvasásnépszerűsítő hatásukat adaptálni a közkönyvtári gyakorlatba, s hogyan segítheti együttműködésük a digitális korban az olvasás iránti érdeklődés fenntartását és növelését.

Az olvasásnépszerűsítők és a közkönyvtárak közötti együttműködés kölcsönös előnyökkel kell járjon mindkét fél számára. Az influenszerek lehetőséget kapnak a könyvtári szolgáltatások és események támogatására és népszerűsítésére, míg a könyvtárak az influenszerek támogatását megszerezve előmozdíthatják az olvasásnépszerűsítést. Ennek érdekében kutatásunk célja, hogy adekvát választ adjon arra a kérdésre, miként tudjuk az olvasást és az olvasóvá nevelést a 21. század információs társadalmában könyvtári együttműködésekkel elősegíteni, különösen a közösségi média és annak népszerű szereplői, az influenszerek tevékenységének bevonásával.

Ennek érdekében trianguláció segítségével építettük fel kutatásunkat, hogy különböző módszerek alkalmazásával még inkább részletes eredményekhez jussunk, hiszen a trianguláció

a kutatási kérdés több dimenzióban való elemzésére késztet és gazdagítja az érvényesség kritériumát (Sántha, 2015; Maason, 2005). A szisztematikus perspektív trianguláción belül a módszertani trianguláció (a tipológiák központi koncepciója) módszerek közötti típusát alkalmaztuk. Ez alapján a kutatás mind kvantitatív, mind kvalitatív módszereket is alkalmaz, beleértve a közösségi média platformok elemzését, a félig strukturált interjúkat a könyvtárvezetőkkel és a könyves szakmai véleményvezérekkel (Sántha, 2017), valamint az online kérdőíves felméréseket, melyeket a könyvtárlátogatók, s a könyvtárosok körében végeztünk. Ezen módszerek a kutatási folyamat eltérő fázisaiban valósultak meg, a főmódszer-almódszer logikát követve, tehát a vertikális logika szekvenciális tervezési modellt követtük (Creswell, 2012). Legelőször a közösségimédia-elemzést hajtottuk végre, amit a kutatásunk fókuszát képező kvalitatív, félig strukturált interjúk követtek, s ezt követően valósult meg a kvantitatív adatfelvétel (19. ábra).



19. ábra. A kutatásunk során alkalmazott módszertani trianguláció (saját szerkesztés)

A közösségimédia-elemzéshez Light és munkatársai (2018) által kidolgozott „walkthrough” módszert alkalmaztuk, mely egy iteratív folyamatból áll. A vizsgálathoz négy platformot használtunk: Facebook, YouTube, Instagram, TikTok. Ezeken a felületeken térképeztük fel a magyar könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítőik tevékenységét, az alábbi magyar kulcsszavak használatával: „olvasás”, „könyv”. Az adatkészlet egy hónap alatt, 2024 márciusban készült. Ezt az időszakot úgy választottuk ki, hogy figyelembe vettük a fluktuációkat, valamint lehetővé tettük az algoritmus több interakción keresztüli megfigyelését. Ezen túlmenően ez egy meglehetősen semleges időszaknak minősült az online térben (nem volt olyan esemény, ünnep, amely által megnőtt volna a könyves tartalmak száma), ezáltal kevésbé torzul az adatkészletünk. A többlépcsős szűrést (influenszer életkora, tartalomgyártásért járó juttatások formája, követők száma, tartalom minősége, aktivitás) követően létrehoztunk egy 100 fős adatbázist. Ezt követően a platformon lévő azonnali üzenetküldés útján felvettük a

kapcsolatot minden influenzszerrel. Az üzenet jelezte a kutatás célját, a vizsgálatban történő részvételt és az együttműködést. A felmérésben való részvételhez hozzájáruló olvasásnépszerűsítő személyek beleegyező nyilatkozatban engedélyezték, hogy személyazonosságuk védelme mellett, az interjúkról hangfelvétel készüljön. Az interjúkat online videókonferencia platformon valósítottuk meg (Google Meets), hangfelvétellel rögzítettük és szó szerinti átiratokat készítettünk, mely a későbbi interjúelemzés egyik megalapozó lépéseként értelmezhető (Cohen et al., 2017).

Ahogy a 19. ábrán is látható, kvalitatív félig strukturált interjúkat készítettünk, melyek egy része (N=40) az elkészült adatbázisban fellelhető könyves influenzaszerekkel készült (2024 április-július). Mivel nem tükrözik teljeskörűen az influenzaszer-populáció sokféleségét és véleményeit, ezért ezek az interjúk nem tekinthetők reprezentatívnak. Emellett minden egyes vármegyei hatókörű közkönyvtár igazgatójával, valamint a fővárosi könyvtár központi vezetőjével is készültek félig strukturált interjúk, hiszen ők azok, akik első kézből nyújtanak tájékoztatást a könyvtárak működéséről és stratégiáiról (N=20) (2024 április-július). Az interjúk előkészített kérdések köré épültek fel, de a résztvevőknek lehetőségük volt egy-egy témát bővebben is kifejteni (Collins, 2021). Blaikie és Priest (2019) úgy vélik, hogy a kvalitatív interjú (amely általában strukturálatlan vagy félig strukturált formában történik) hatékony eszköze annak, hogy mélyrehatóan feltárjuk a résztvevők jelentésszervezési folyamatait. Hasonlóképpen, Brinkmann és Kvale (2018) a kvalitatív interjút olyan módszerként értékelik, amely lehetővé teszi a kutatási alanyok világgépének alapos megértését. Ez a módszer különösen indokolt abban az esetben, ha a kutatás a vizsgálati alanyok személyes elképzeléseire és nézeteire összpontosít, mint ahogyan az jelen kutatásban is történik.

Az eddigiek alapján kutatásunk főként kvalitatív jellegű, de a komplex megértés érdekében az interjúkat a közkönyvtárakban dolgozó könyvtárosok (N=254) és a könyvtárhasználók (N=459) véleményeivel is kiegészítettük, kvantitatív formában, online kérdőíves (EvaSys) lekérdezéssel. Csak saját fejlesztésű kérdéseket alkalmaztunk mind a kvalitatív, mind a kvantitatív kutatási részben, mivel konkrét, hasonló fókuszú kutatást nem találtunk. A kutatás során a kvalitatív adatok elemzése Atlas.ti programmal, a kvantitatív adatelemzés SPSS szoftverrel történt.

8. táblázat. Kutatási ütemterv

Tervezett tevékenység	Időbeli ütemezés
Elő kutatás/terepmunka	2023
Szakirodalmi háttér megalapozása	2023 szeptember-2024 május
Pilot kutatás (első influenszer-adatbázis létrehozása, 25 influenszer-interjú)	2023 szeptember-október
Kutatás megtervezése	2023 december-2024 január
Félig-strukturált interjúk megtervezése	2024 január-február
Végleges influenszer-adatbázis létrehozása	2024 március
Félig strukturált interjúk lebonyolítása	2024 április-július
Kérdőíves adatfelvétel	2024 május-július
Az interjúk átírása	2024 július-szeptember
Esettanulmányok készítése	2024-2025
Az adatok összesítése és elemzése	2024 október-2025 augusztus
Kutatás lezárása	2025 szeptember

(saját szerkesztés)

5.2. Kutatási kérdések és hipotézisek

Értekezésünkben végzett kutatásunkhoz az alábbi kutatási kérdéseket és hipotéziseket fogalmazzuk meg.

9. táblázat Kutatási kérdések, előfelvetések és hipotézisek (saját szerkesztés)

Kutatási kérdés	Előfelvetés/Hipotézis	Kapcsolódó eredmények
K1. Milyen szerepet és felelősséget tulajdonítanak a különböző szereplők (könyvtári intézményvezetők, könyvtárosok, könyves influenszerek és könyvtárlátogatók) a könyvtáraknak az olvasásnépszerűsítésben, és hogyan tükröződik ez az olvasóvá nevelő programokban?	E1a A könyvtárigazgatók és a könyves influenszerek a könyvtárakat az olvasóvá nevelésben kiegészítő, támogató szereplőkként értelmezik, és az olvasásnépszerűsítést stratégiai, programtervezési feladatként látják. H1a A könyvtárosok és a könyvtárlátogatók a könyvtárakat az olvasóvá nevelésben támogató szereplőkként értelmezik, miközben az olvasási szokások kialakulásában a családnak és az iskolának tulajdonítanak elsődleges szerepet. (Joó, 2023; Canfield et al., 2020; Merga, 2019; Alex-Nmecha & Horsfall, 2019; Demir-Lira et al., 2019; Ailakhu & Unegbu, 2017; Tóth, 2017, 2016; Ramos & Vila, 2015; Csík, 2011; Mullan, 2010)	6.1. alfejezet
	E1b A könyvtárak élményalapú, digitális és közösségi elemeket ötvöző programjai, valamint az influenszerek online jelenléte és tevékenysége növelik az olvasás iránti érdeklődést, különösen a fiatalabb generáció körében. H1b Míg az idősebb könyvtárlátogatók hagyományos könyvtári programokat preferálnak, addig a fiatalok esetében a programtípus és a generációs sajátosságok határozzák meg a részvételi aktivitást. (Zhang, 2024; Sudan, 2023; Basawaraj, 2021; Jawale, 2020; Gombos et al., 2019; Csík, 2011; Nagy & Péterfi, 2006; Nagy, 2001)	6.2. alfejezet
	E2a A könyves influenszerek olvasási szokásait a változatosság, a kortárs és népszerű művek előnyben	6.3. alfejezet

K2. Hogyan formálják az olvasási szokásokat és a könyvválasztást a digitális tér és a közösségi média eszközei, és milyen hatással vannak ezek a változások az olvasói magatartásra?	részesítése és a folyamatosan megújuló digitális tartalomgyártói tevékenység határozza meg. H2a A különböző generációk eltérő preferenciákat mutatnak az olvasási szokásaikban, az online könyvvajánlások és a közösségi média-aktivitás szignifikáns hatást gyakorol a fiatalabb korosztály olvasási döntéseire. (Matoli, 2025; Balogh, 2022; Kollár, 2021; Bernát & Hudácskó, 2020; Tóth, 2020a,b; Walters et al., 2020; Péterfi, 2019; Johannsen, 2015)	
	E2b A digitális kompetencia és a tudatos közösségi média-jelenlét kulcsszerepet játszik az olvasásnépszerűsítésben. H2b Azok a könyvtárosok és könyvtárhasználók, akik aktívabb médiajelenléttel rendelkeznek, nagyobb hatékonyságúnak értékelik az online olvasásnépszerűsítő tevékenységeket és nagyobb bizalmat tanúsítanak az online könyvvajánlások iránt. (Matoli, 2025; Dai, 2025; Egervári, 2024 Ogbomo & Bello, 2024; Park et al., 2023; Kolhe, 2022; Akagha, 2021; Perret, 2020; Bradley, 2015; Jávorka, 2013; Koltay, 2010)	6.4. alfejezet
K3. Milyen szerepet töltenek be a könyves influenszerek az olvasásnépszerűsítésben? Milyen feltételek, mechanizmusok és tapasztalatok jellemzik a könyvtárak és könyves influenszerek közötti együttműködést?	E3a A könyves influenszerek egyre jelentősebb részvételi szerepet játszanak az olvasásnépszerűsítés digitális és társadalmi dimenziójában. H3a Az influenszerek pozitív szereplők az olvasásnépszerűsítésben, különösen a fiatalabb korosztályok megszólításában hatékonyak (Matoli, 2025; Teixeira do Souto Pereira, 2025; Euzéby et al., 2024; Reddan et al., 2024; Segarra-Saavedra & Torres-Huamanyauri, 2024; Obreja & Manolica, 2024; Johnsson, 2023; Máté, 2021; Guld, 2021; Birke, 2021; Cornwell & Katz, 2021; Tomasena, 2021; Albrecht, 2017)	6.5. alfejezet
	E3b A könyvtárigazgatók és a könyves influenszerek közötti kreatív együttműködés sikeressége a kölcsönös előnyökön múlik. H3b A közkönyvtárak és a könyves influenszerek közötti együttműködés pozitív kapcsolatban áll a könyvtári programok sikerességével, a fiatalabb korosztályok részvételi aktivitásával, ahol a résztvevők magas digitális kompetenciával rendelkeznek és az együttműködési szerepek egyértelműen meghatározottak. (Brown-Cáceres, 2025; Teixeira do Souto Pereira, 2025; Segarra-Saavedra & Torres-Huamanyauri, 2024; Szabó, 2024; Gautam et al., 2023, Szabó & Dani, 2023; Glied, 2022; Kizsl & Fodor, 2022; Morales-Sánchez et al., 2021; Fodor, 2020, Merga, 2020; Varga, 2020; Kopperundevi, 2017)	6.6.alfejezet

A kutatás előfeltevéseinek és hipotéziseinek vizsgálhatósága érdekében szükség volt az egyes fogalmak operacionalizálására, így az állításokat mérhető indikátorokká alakítottuk. Az alábbi táblázat az egyes kutatási elemekhez rendelt fogalmi változókat, indikátorokat és értékelési szempontokat foglalja össze.

10. táblázat A kutatási előfeltevések és hipotézisek operacionalizálása

Kutatási elem	Fogalmi változó	Vizsgált dimenziók	Indikátorok	Adatforrás és mérési mód
E1a	könyvtár szerepe az olvasóvá nevelésben	szerepfelfogás, felelősségmegosztás, intézményi pozíció	a könyvtár mint kiegészítő vagy támogató szereplő említése; stratégiai feladatként való értelmezés	interjúk: tematikus kódolás, narratív elemzés
H1a	könyvtárosok és könyvtárlátogatók szerepfelfogása	intézményi szerep, család-iskola viszonya, elsődleges felelősség	a könyvtár támogató szerepének megnevezése; a család és az iskola elsődlegességének kijelölése	kérdőívek: kódolás, gyakorisági elemzés, rangsorolás
E1b	programok és influenszerek hatása az olvasási érdeklődésre	programtípus, élményalapúság, közösségi jelleg, digitális jelenlét	élményalapú, közösségi, digitális programok említése; olvasási kedv növekedésére vonatkozó állítások	interjúk: tematikus elemzés
H1b	generációs preferenciák és részvétel	programtípushoz való viszony, korcsoport, részvételi mintázat	idősebbek hagyományos programpreferenciája; fiatalok eltérő programválasztása; részvételi arányok	kérdőívek: keresztábra, százalékos elemzés
E2a	könyves influenszerek olvasási mintázata	olvasási formátumok, műfaji és tartalmi preferenciák, digitális aktivitás	változatos olvasási gyakorlat; kortárs és népszerű művek előnyben részesítése; tartalomgyártás rendszeressége	interjúk: tematikus kódolás
H2a	generációs eltérések az olvasási szokásokban	olvasási gyakoriság, könyvválasztás, online hatás	az online ajánlások és közösségi média befolyása; fiatalabb korosztály döntési mintázatai	kérdőívek: gyakorisági elemzés
E2b	digitális kompetencia és jelenlét szerepe	platformhasználat, tudatosság, kommunikációs stratégia	aktív közösségimédia-jelenlét; tudatos platformhasználat; digitális felkészültség	interjúk: kvalitatív kódolás
H2b	online jelenlét és az online ajánlások megítélése	médiajelenlét, bizalom, hatékonyságérzet	aktív online jelenlét; online olvasásnépszerűsítés pozitív megítélése; bizalom az online ajánlások iránt	kérdőívek: attitűdskála, korrelációs elemzés
E3a	könyves influenszerek szerepe	digitális szerep, társadalmi láthatóság, közönségelérés	az influenszerek növekvő szerepének említése; inspiráló, közvetítő funkció	interjúk: tematikus elemzés
H3a	influenszerek olvasásnépszerűsítő aktivitásának észlelése	online jelenlét, könyvajánlás, közösségi elérés	influenszerek követése; könyves tartalmak megosztása, online ajánlások megfigyelt hatása	kérdőívek: attitűdskála, gyakorisági mutatók
E3b	együttműködés sikerének feltételei	partneri viszony, kölcsönösség, hitelesség, értékalapúság	kölcsönös előnyök említése; hiteles, jól szervezett együttműködés leírása	interjúk: kódolás, tematikus elemzés
H3b	könyvtár-influenszer együttműködés eredményessége	programok sikeressége, digitális kompetencia, meghatározott szerepek, fiatalok bevonása	együttműködéshez kötődő programhatás; fiatal részvétel; világos szerepek; digitális felkészültség	interjúk, kérdőívek: többváltozós értelemezés, keresztábra

(saját szerkesztés)

5.3. A vizsgálati módszer

Kutatásunk felépítéséhez, ahogy már többször utaltunk rá (19. ábra), a módszertani triangulációt (Sántha, 2017) alkalmaztuk, mely egy kutatási kérdés vizsgálatára különböző módszerek alkalmazását teszi lehetővé, beleértve a kvalitatív és kvantitatív módszereket, kísérleti és nem kísérleti terveket, esettanulmányokat és felméréseket. Ezek kombinálásával a mélyebb megértés érdekében a téma különböző aspektusait ragadtuk meg. A szakirodalom szerint a trianguláció javítja a kutatási eredmények minőségét és hitelességét az érvényesség növelésével, az elfogultság csökkentésével és a megbízhatóság növelésével (Sántha, 2017), mely szintén hozzájárult a módszer alkalmazásához.

Többször említettük már a közösségimédia-elemzésként használt úgynevezett átvezető, „walkthrough” módszert, melyet Light, Burgess és Duguay (2018) vezetett be. A módszer egy kvalitatív kutatási megközelítés, amelyet elsősorban digitális médiával, különösen mobilalkalmazásokkal és közösségi média platformokkal kapcsolatos vizsgálatok során alkalmaznak. Ez a módszer lehetővé teszi a kutatók számára, hogy lépésről lépésre végigmenjenek egy adott alkalmazás vagy platform használatán, hogy megértsék annak technológiai struktúráit, felhasználói felületét, valamint azokat a kulturális és társadalmi normákat, amelyeket a platform közvetít. Ez a módszer az applikációk felületével való közvetlen interakción keresztül elemzi annak technológiai mechanizmusait és a beágyazott kulturális referenciákat, lehetővé téve a felhasználói élmények, interakciók és az irányítás jobb megértését. Rogers (2013) szerint a „posztdemográfia” korszakában a közösségi hálózatok tanulmányozása új módszereket igényel, mivel a felhasználói preferenciák és tevékenységek elemzése egyre inkább előtérbe kerül. Azonban nem minden közösségi platform alkalmas a hagyományos adatgyűjtési módszerekre, ami indokoltá teszi a „walkthrough” módszer alkalmazását, ahol a kutató belülről vizsgálja meg a platformot, mint felhasználó. A módszer fő elemei:

- az alkalmazás feltérképezése lépésről lépésre: funkciók, menürendszer, interakciós lehetőségek (regisztráció, profil létrehozása, beállítások kezelése, tartalomfogyasztás),
- technológiai mechanizmusok elemzése: hogyan irányítja a platform a felhasználókat, milyen lehetőségeket és korlátozásokat biztosít, hogyan alakítja a felhasználói élményt (algoritmusok, felhasználói interfész, a platform működési logikája),
- kulturális referenciák azonosítása: az alkalmazásban rejlő kulturális és társadalmi jelentések (közvetített normák és értékek, felhasználói viselkedés ösztönzése, közösségi kapcsolódások formálása).

Kutatásunk³⁴ során a módszer segítségével a Facebook, YouTube, Instagram, TikTok platformokon végeztünk elemzéseket. Vizsgáltuk a felhasználói élményt, az algoritmusokat, valamint feltártuk a kulturális jelenségeket. Az algoritmikus személyre szabásához több lépést kell alkalmazni, mivel ez a módszer eredetileg az alkalmazás felületével való közvetlen interakcióra összpontosít. Az alábbiakban bemutatjuk mely lépéseket alkalmaztuk a könyves influenszer-adatbázisunk létrehozásához:

1. Szisztematikusan végig haladtunk a kijelölt alkalmazások felületén.
2. Létrehoztunk egy olyan felhasználói profilt, ami valósághűen tükrözi egy tipikus felhasználó érdeklődési körét, szokásait és preferenciáit, amit folyamatosan frissítettük és fejlesztettük az algoritmus személyre szabása érdekében (az alábbi kulcsszavakat használtuk tartalomkeresésre: olvasás, könyv, olvasásnépszerűsítés, könyvtár).
3. Részletesen analizáltuk a személyre szabott ajánlásokat, hirdetéseket, tartalmakat.
4. Dokumentáltuk az adatokat és a tapasztalatokat, valamint elemeztük azokat az algoritmus mintázatainak megértése érdekében.
5. Értékeltek az összegyűjtött adatokat a felhasználói élmény és a személyre szabás szempontjából.

Ezen lépésekkel mind a négy említett platformot személyre szabtuk, s a szisztematikus keresések által létrehoztunk egy 100 fős adatbázist, melybe szűrés után kerültek az influenszerek. A szűrés során figyelembe vettük az influenszerek életkorát (18 év felett), a követőik számát (2000 fő felett), aktivitásukat, a tartalmak típusát, s kifejezetten figyeltünk arra, hogy olyan személyeket gyűjtsünk össze, akik önkéntesen végzik az olvasásnépszerűsítést, s nem ez a fő bevételi forrásuk, megélhetésük.

Az összegyűjtött képekből és videókból származó tartomelemzés eredményei alapján felvettük a kapcsolatot a tartalomkészítőkkel. Tehát követtük a létrehozott felhasználói profilok algoritmus általi ajánlásait, s amint az a végleges adatbázisból kiderül, nem a mennyiségi mutatók az egyedüli meghatározói annak, hogy a tartalom megjelenjen a felhasználók oldalán. Ezért nem a követők száma az egyetlen kiválasztási kritérium. Az adatbázisban lévő személyek közül mindenki használta az általunk előre kijelölt úgynevezett „hashtageket”, kulcsszavakat. Ez a folyamat hasonló ahhoz, ahogyan Dubroc (2021) leszűkítette a YouTube-csatornákat elemzéséhez, az önmagukat aktív BookTube-tagnak valló alkotókat vizsgálva. De korábbi

³⁴ Az értekezés részét képező „walkthrough” módszerrel készült kutatásunkat egy PILOT folyamat is megelőzte (2023 szeptember-október), mely során 25 könyves influenszerrel készítettünk interjút. Az eredmények angol nyelven Szabó, D. és Dani, E. Book influencers in the library? című publikációjában olvashatóak a Canadian Journal of Library and Information Science 47. évfolyamának 2. számában. Továbbá magyar nyelven: Szabó, D. (2024). Könyves influenszerek és könyvtárak: Lehet-e együttműködni az olvasóvá nevelésért? címmel Márkus, E., Boros, J., Bucher, E. & Kozma, T. által szerkesztett Innovációk és innovátorok: Tanuljunk együttműködni az innovációban kötetben található róla publikáció.

BookTok-kal kapcsolatos kutatásokhoz is hasonlítható, hiszen azok többsége szintén a hashtag funkcióra támaszkodik. Például Merga (2021) a #booktok alatt megjelenő videókat különböző témák szerint kategorizálta, míg Guíñez-Cabrera és Mansilla-Obando (2022) ugyanazt a hashtaget használta interjúalanyainak forrásaként a latin-amerikai BookTokerek adatbázisának létrehozásához. Az adatbázis elkészülése után többnyire a közösségi média platformok üzenetküldő funkciójának segítségével vettük fel a kapcsolatot a könyves influenszerekkel. Ha az alkotók profiljában szerepelt az e-mail címük, azon keresztül indítottuk el a kommunikációt. Néhány platformon az alapértelmezett beállítás nem teszi lehetővé a közvetlen üzenetküldést, nem az elsődleges üzenetek közé sorolja be az általunk küldöttet, hanem az „egyéb” kategóriába, ezért sokakkal nehéz volt felvenni a kapcsolatot vagy nem is sikerült. Ez leszűkítette a potenciális interjúalanyok körét, melyre a dolgozat végén, a limitációknál is kitérünk.

A könyves influenszer-adatbázis létrehozása és a kapcsolatfelvétel után az interjúalanyok másik csoportjával, az intézményvezetőkkel is elindult az egyeztetés. Az igazgatókkal hivatalos úton e-mailben, valamint a korábban már említett Informatikai és Könyvtári Szövetség vármegyei tagozatának gyűlésén vettük fel a kapcsolatot, s egyeztettünk online interjúról (Google Meets). A vármegyei hatókörű városi könyvtárak kulcsszerepet játszanak a hazai könyvtári rendszerben, hiszen ők felelnek a vármegyék könyvtári ellátásának megszervezéséért, a kistélepülési könyvtárak támogatásáért, a szakmai irányvonalak kialakításáért és jelen dolgozat szempontjából kiemelve, az olvasásnépszerűsítő programok megvalósításáért. Ezen könyvtárak vezetői stratégiai szintű felelősséggel rendelkeznek, látják a helyi könyvtári rendszerek kihívásait és erőforrásait, valamint kapcsolatban állnak a helyi közösségekkel és önkormányzatokkal, így rálátásuk van az olvasáskultúra fejlesztésének lehetőségeire. Ezen közkönyvtárak látják el a legfelső szintű szakmai koordinációt az országos könyvtári rendszerben, így nemcsak az egyes könyvtárak működéséről, hanem az országos trendekről és kihívásokról is átfogó képet kapunk. A vármegyeszékhelyek könyvtárain kívül a vármegyei tagozathoz tartozik a fővárosi Szabó Ervin Könyvtár is, melynek központi vezetőjét vontuk be a kutatásba. Ez azért volt indokolt, mert mint fővárosi szintű központi könyvtár, jelentős szakmai és szolgáltatási szerepet tölt be a könyvtári hálózatban. Feladata nemcsak a helyi olvasók kiszolgálása, hanem a megyei könyvtárak szakmai támogatása, koordinációja és a szolgáltatások országos szintű fejlesztése, így kulcsfontosságú intézmény a könyvtári rendszeren belül. Ezen kívül egyfajta úttörő szerepet is vélhetünk felfedezni az intézmény digitális és közösségi média alapú olvasásnépszerűsítésében, influenszerekkel, híres szereplőkkel való együttműködésében. A kutatás tervezésekor gyakorlati szempontokat is figyelembe kellett venni, mivel a teljes magyar könyvtári hálózat bevonása kivitelezhetetlen

volt (több ezer könyvtár működik Magyarországon), de a kiválasztott 20 intézményvezető biztosította a kutatás realizálhatóságát, miközben megőrizte az eredmények érvényességét és relevanciáját.

A félig strukturált interjúk (N=60) elemzése Atlas.ti szoftverrel történt. A transzkripció elkészítését követően az interjúk többszöri átolvasására került sor a tartalom megismerése céljából. Az első szakaszban az egyes szövegrészeket kisebb egységekre bontottuk, s a tematikus elemzéskor egy előzetes kódolást hajtottunk végre, mely során azonosítottuk a kezdeti kódokat, és rendszereztük azokat. A kódok alapján kialakultak a fő témák, melyek felülvizsgálaton és finomításon mentek keresztül, amit a végleges témák kidolgozása és értelmezése követett. Az elemzéshez hibrid, kombinált deduktív-induktív kódolást alkalmaztunk. Egy általános tematikus keretet alakítottunk ki, melyhez deduktív főkategóriák tartoznak, s emellett az egyes szövegrészek kódolását induktív módon hajtottuk végre. Az adatokból indultak ki a kódok, nem volt előre meghatározott kategóriarendszer. Azért alkalmaztuk a hibrid módszert, mert strukturált, de rugalmas és lehetőséget ad az adatokban rejlő új mintázatok felfedezésére. Ezen kívül a deduktív főkategóriák lehetővé tették, hogy a kutatás kapcsolódjon az elméleti háttérhez, de az induktivitás hozzájárult az adatokhoz való igazodáshoz. Az induktív kódolás során kulcsfogalmakat, koncepciókat kerestük, így a szövegből is létrehoztunk kódokat. A bottom-up kódolás egy iteratív folyamaton keresztül zajlott, a kódok néha átalakultak. A kezdeti kódok azonosítását követően az egymáshoz kapcsolódó kódokat összevontuk, és szélesebb kategóriákat hoztunk létre. Ez a lépés lehetővé tette a témák közötti kapcsolatok feltérképezését. A nyitott kódolás során kisebb szövegrészeket kódoltunk, a mondatokra, bekezdésekre fókuszáltunk. Ez a folyamat időigényes volt, többszöri átolvasásra volt szükség. Fontos megemlíteni, hogy a kutatói értelmezés befolyásolhatta az elemzést (Mason, 2002). A tartalomelemzés során mind kvalitatív, mind kvantitatív módszert is alkalmaztunk, tehát a jelentésrétegek mélyebb vizsgálata és a kontextuselemzés mellett a kódok és kategóriák gyakoriságának vizsgálatát is célul tűztük ki. A kódrendszerünk véglegesítése után a kódok együttes előfordulását, kapcsolatukat vizsgáltuk meg, ahogy azt Miles és Huberman (1994) is meghatározták kutatómódszertani szempontból.

A kutatás során kvantitatív adatfelvételi módszert is alkalmaztunk, melynek célja az olvasásnépszerűsítés könyvtári és digitális platformokon történő megvalósulásának szélesebb körű vizsgálata volt. Az adatok gyűjtése két online kérdőív (EvaSys) segítségével történt. A könyvtáros kérdőív célcsoportját Magyarország közkönyvtáraiban dolgozó könyvtárosok alkotják. A válaszadókat egyrészt a vármegyei hatókörű könyvtárakon keresztül, valamint a városi könyvtárak közvetlen felkeresésével, másrészt a közösségi média platformok segítségével értük el. Emellett a könyvtárlátogatóknak szóló kérdőívet a könyvtárak segítségével

terjesztették, amelyek a helyi látogatóik körében hirdették azt. De ezen kívül a könyves influenszerek is közreműködtek, akik a saját közösségi média felületeiken osztották meg követőikkel. Fontos megjegyeznünk, hogy nem minden könyvtár, és influenszer járult hozzá az online kérdőív terjesztéséhez.

5.4. A minta bemutatása

A kutatás megalapozott eredményeinek elengedhetetlen feltétele a vizsgálatba bevont minta részletes ismertetése. A következő alfejezetek célja, hogy átfogó képet adjon a kutatás során alkalmazott mintáról (könyvtárigazgatók, könyves influenszerek, könyvtárosok, könyvtárlátogatók), bemutatva a célcsoport összetételét, s relevanciáját a vizsgált témakör szempontjából. A minta jellemzőinek ismertetése hozzájárul a kutatási eredmények értelmezhetőségéhez, valamint a vizsgálat megbízhatóságának és érvényességének megítéléséhez. Az alábbiakban részletesen bemutatásra kerülnek a minta főbb demográfiai és egyéb releváns sajátosságai, amelyek a későbbi elemzések alapjául szolgálnak.

5.4.1. A kutatásban részt vevő közkönyvtárak és igazgatóik bemutatása

Elsőként a 11. táblázatban a regionális könyvtárak országos eloszlását mutatjuk be a három régió szerint, valamint azt, hogy mely megyék tartoznak az egyes regionális illetékességi területekhez. Jól látható belőle, hogy a könyvtári rendszer területi felosztása régióként eltérő.

11. táblázat A regionális könyvtárak és illetékességi területük

	Észak-Alföldi régió	Dél-Alföldi régió	Nyugat-Dunántúli régió
regionális könyvtár	Debrecen Megyei Jogú Város önkormányzata által fenntartott vármegyei hatókörű városi könyvtár	Kecskemét Megyei Jogú Város önkormányzata által vármegyei hatókörű városi könyvtár	Győr Megyei Jogú Város önkormányzata által fenntartott vármegyei hatókörű városi könyvtár
regionális illetékességi terület	Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye	Bács-Kiskun vármegye	Fejér vármegye
	Hajdú-Bihar vármegye	Baranya vármegye	Győr-Moson-Sopron vármegye
	Heves vármegye	Békés vármegye	Komárom-Esztergom vármegye
	Jász-Nagykun-Szolnok vármegye	Csongrád-Csanád vármegye	Vas vármegye
	Nógrád vármegye	Somogy vármegye	Veszprém vármegye
	Pest vármegye	Tolna vármegye	Zala vármegye
	Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye		

Forrás: 48/2020. (XII. 23.) EMMI rendelet egyes megyei hatókörű városi könyvtárak regionális feladatellátásáról és illetékességi területéről (saját szerkesztés)

Az interjúban résztvevő intézményvezetők, a vármegyei hatókörű városi és budapesti központi könyvtárak igazgatóinak demográfiai összetételét vizsgálva megállapítható, hogy a vezetők között 12 nő és 8 férfi található, az átlagéletkoruk pedig 48 év. Ez az adatstruktúra arra utal, hogy a könyvtárvezetői pozíciókban enyhe női többség érvényesül. Az átlagéletkor alapján a vezetői állomány döntően középkorú, jelentős szakmai tapasztalattal rendelkező korosztályból kerül ki, amely összhangban áll a hasonló intézményi vezetői pozíciók betöltésének általános tendenciáival.

A következő táblázat (12. táblázat) a magyarországi könyvtári rendszer három régiójának (Észak-Alföldi, Dél-Alföldi és Nyugat-Dunántúli régió), és Budapest legfontosabb statisztikai adatait foglalja össze a 2023-as év alapján, melyek kutatásunk szempontjából is relevánsak. A 2023-as statisztikai adatok alapján elmondható, hogy az Észak-Alföldi régió könyvtárai (hét vármegye) kiemelkednek mind a regisztrált és aktív felhasználók, mind a rendezvények és résztvevők számát tekintve. A Dél-Alföldi és Nyugat-Dunántúli régiókban alacsonyabb, de még mindig jelentős a könyvtárhasználat, ami a könyvtári szolgáltatások iránti folyamatos igényt tükrözi. A könyvtári állomány nagysága mindhárom régióban meghaladja a 11 millió dokumentumot, ami a magyar könyvtári rendszer gazdag forráskészletét mutatja. A felhasználói aktivitás és a rendezvények magas száma azt jelzi, hogy a könyvtárak nem csupán információs központok, hanem fontos közösségi terek is, amelyek hozzájárulnak a kulturális élet élénkítéséhez és a társadalmi kohézió erősítéséhez, tükrözve a 21. századi könyvtárak koncepcióját. Ezen adatok alapján a könyvtári szolgáltatások iránti kereslet továbbra is stabil, és a könyvtárak jelentős szerepet töltenek be a tudásalapú társadalom fenntartásában és fejlesztésében, melyet a következőkben bemutatásra kerülő kutatásunk is megerősít.

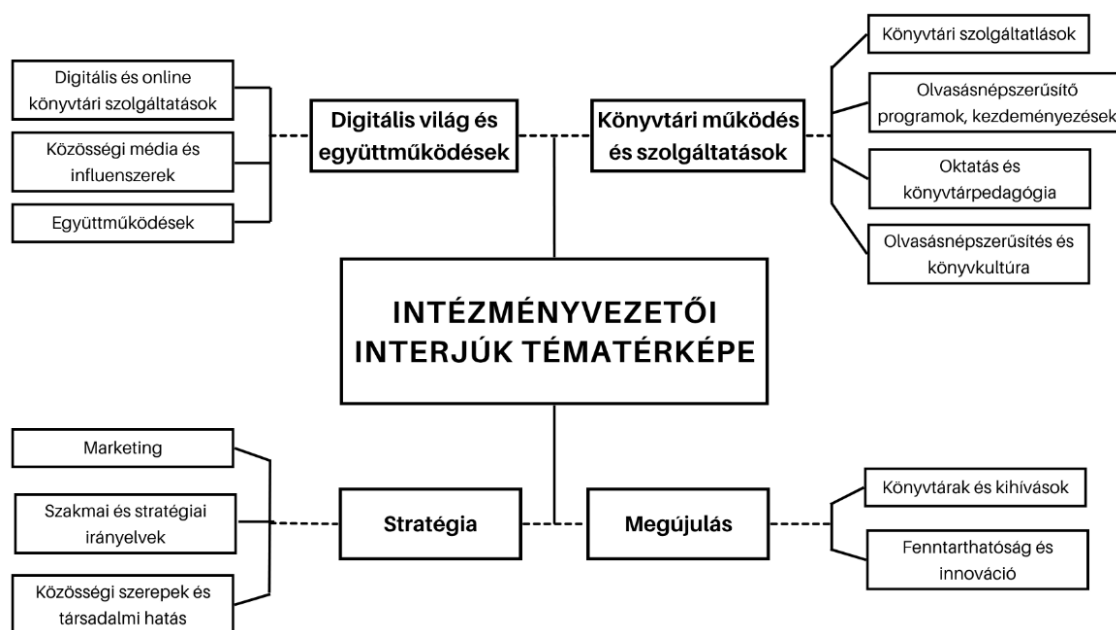
12. táblázat Magyarországi nyilvános közkönyvtárak adatai 2023-as évre vonatkozóan

	regisztrált felhasználók	aktív felhasználók	könyvtári rendezvények	rendezvények résztvevői	könyvtári állomány nagysága
Észak-Alföldi régió	399.544	359.333	33.826	1.087.451	16.356.891
Dél-Alföldi régió	277.590	252.285	36.300	945.819	12.341.504
Nyugat-Dunántúli régió	207.636	182.986	16.629	707.288	11.926.551
Budapest	305.682	303.662	6828	456.578	3.777.689

Forrás: Könyvtári Intézet Adatvizualizáció³⁵ (saját szerkesztés)

³⁵ „Jelentés a könyvtárak tevékenységéről” (OSAP 1442) évenkénti statisztikai adatgyűjtés az Országos Statisztikai Adatfelvételi Program részeként, a hivatalos statisztikáról szóló 2016. évi CLV. törvény 26. §. (1), és 29. §. (1) bekezdésén alapuló kötelező adatgyűjtés

A 20. ábra az intézményvezetőkkel készített félig strukturált interjúk főbb témaköreit szemlélteti. A tématerkép összefoglalja, hogy a vizsgálat milyen területekre fókuszált: a digitális világ és együttműködések, a könyvtári működés és szolgáltatások, a stratégiai kérdések, valamint a megújulás kihívásai. Az ábra jól mutatja, hogy az interjúk során érintett altémák átfogó képet adnak a könyvtári intézmények aktuális működéséről és fejlesztési irányairól.



20. ábra Az intézményvezetőkkel készített félig strukturált interjúk tématerképe
(saját szerkesztés, N=20)

5.4.2. A könyves influenszerek bemutatása

A kutatásban összesen 40 könyves influenszer vett részt, akiknek adatai alapján átfogó képet kaphatunk a hazai könyves tartalomgyártók közösségének összetételéről. A demográfiai adatok elemzése során kiemelten vizsgáltuk a nemek arányát, az életkori eloszlást, a foglalkozási hátteret, a földrajzi elhelyezkedést, valamint az influenszer-tevékenység kezdeti időpontját (13. táblázat). A résztvevők nem szerinti megoszlása erőteljes női dominanciát mutat, 35 nő, s mindössze 5 férfi található a mintában. Ez is jól tükrözi a könyves tartalomgyártás általános trendjeit, ahol a nők egyértelműen felülreprezentáltak. Az influenszerek átlagéletkora 31 év, amely egy fiatal, aktív korosztály jelenlétét jelzi. Az életkorok 23 és 42 év között szóródnak, ami azt mutatja, hogy a könyves tartalomgyártás iránt elsősorban a fiatalabb, digitális platformokon magabiztosan mozgó generáció érdeklődik. A foglalkozási háttér tekintetében jelentős diverzitás figyelhető meg, melyet az alábbi táblázatban is szemléltettünk. Ez a sokszínűség arra utal, hogy a könyves influenszerek nem egyetlen szakmai csoportból kerülnek

ki, hanem eltérő társadalmi és munkaerőpiaci háttérrel rendelkező személyek is aktív szerepet vállaltak az olvasás népszerűsítésében. A földrajzi elhelyezkedés szintén változatos képet mutat. Bár a résztvevők jelentős része Budapesten él, számos vidéki nagyváros (Miskolc, Debrecen, Szeged, Győr), illetve határon túli település (Sepsiszentgyörgy, Dunaszerdahely) is képviselteti magát a mintában. Ez a földrajzi diverzitás hozzájárul ahhoz, hogy az olvasásnépszerűsítők által közvetített tartalmak szélesebb társadalmi rétegekhez juthatnak el. Az interjúalanyok között akadnak olyanok, akik már közel két évtizede aktív, tapasztalt szereplők, valamint vannak egészen friss, újonnan belépő tartalomgyártók is. Ez a dinamikus időbeli eloszlás (2005-2023) a könyves influenszer közösség folyamatos megújulását és bővülését tükrözi.

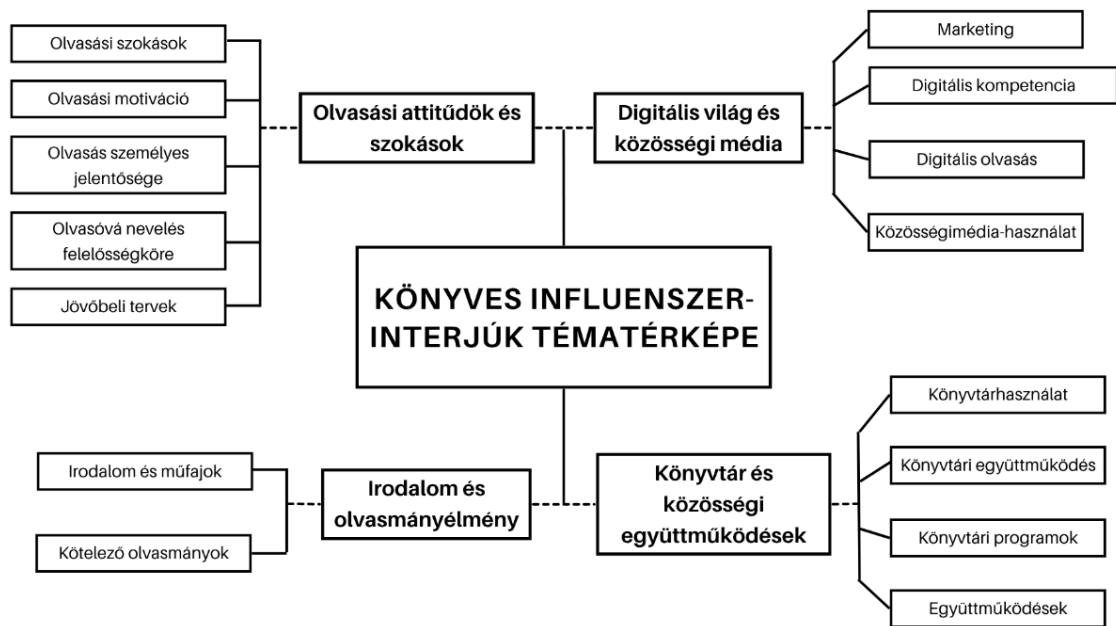
13. táblázat A kutatásban részt vevő könyves influenszerek bemutatása 2025.08.19.-i adatok alapján

	Nem	Kor	Foglalkozás	Település	Platform és követés	Kezdet
i1	nő	28	bábszínész	Miskolc	YouTube 12.400, Instagram 6596, TikTok 4805, Facebook 2500, moly.hu	2018
i2	nő	42	vállalati kommunikáció	Budapest	Facebook 960, Instagram 2127, Spotify	2016
i3	nő	37	kutató-elemző	Budapest	Instagram 479, TikTok 1253, Facebook 1400	2017
i4	nő	28	értékesítő	Bélapátfalva	Instagram 5147, TikTok 3835, moly.hu	2020
i5	nő	33	humánpolitikai adminisztrátor	Sopron	YouTube 6630, Discord	2016
i6	nő	39	alumni koordinátor	Szeged	Facebook 1300, Instagram 4915	2020
i7	férfi	37	könyvesbolti munka	Győr	Instagram 4592, Facebook 7200, saját weboldal	2010
i8	nő	23	olasz nyelvű pénzügyi asszisztens	-	Instagram 7706, TikTok 11.300, moly.hu, blog	2018
i9	nő	26	IT projektmenedzser	Budapest	Instagram 13.100, TikTok 8057, blog	2020
i10	nő	26	vállalkozó	Miskolc	Instagram 5523, Facebook 164, TikTok 1129, Threads 864, blog	2022
i11	nő	23	orvostanhallgató	Debrecen	Instagram 32.800, Facebook 3300, Threads 3157, blog 180.000, Pinterest, moly.hu	2014
i12	nő	34	anya	Pusztaszabolcs	Instagram 3481, moly.hu	2023
i13	nő	34	könyvelő	Érd	Instagram 7143, blog	2020
i14	nő	24	koordinátor multinál	Nyíregyháza	TikTok 16.300, YouTube 6840, Instagram 4321, moly.hu	2019
i15	nő	27	babafotós	Tolna	Instagram 7084, TikTok 1729, blog	2020
i16	férfi	41	középiskolai tanár	Nagykőrös	YouTube 4950, Instagram 6607, TikTok 3509, Facebook 1500, Threads 1209, X 400, moly.hu	2020
i17	nő	41	muzeológus	Budapest	YouTube 3140, Instagram 2147, moly.hu	2020

i18	nő	30	rádiós hírszerkesztő	Sepsiszentgyörgy	Instagram 1129, Facebook 1400	2015
i19	férfi	22	marketing	Szeged	Instagram 8140, TikTok 14.200, YouTube 5860, moly.hu	2019
i20	nő	40	kormánytisztviselő, doktorjelölt	Dunakeszi	Instagram 4283	2022
i21	nő	30	ügyfélszolgálati munkatárs	Vásárosnamény	Instagram 4674, TikTok 500	2022
i22	nő	27	tanár	Dunaszerdahely	Instagram 2288	2019
i23	nő	24	beszámoló készítő	Hajdúszoboszló	Instagram 5085, TikTok 4477, Facebook 64, blog	2020
i24	nő	21	egyetemi hallgató	Hajdúszoboszló	Instagram 3783, TikTok 1102, blog	2021
i25	nő	-	könyvtáros	Szada	blog, Spotify, Instagram 2078	2005
i26	nő	37	egyetemi tanársegéd, fordító	Debrecen	blog, Spotify, Instagram 2378	2010
i27	nő	25	egyetemi hallgató	Budapest	Instagram 4735, TikTok 7358	2020
i28	férfi	34	szerkesztő, fordító	Budapest	YouTube 5840, Facebook 3300, Instagram 1291	2020
i29	nő	33	szakmai tréner	Miskolc	Instagram 3818, TikTok 1432, Spotify	2023
i30	nő	24	junior alkalmazás üzemeltetési mérnök	Kalocsa, Budapest	YouTube 8410, TikTok 2033, Instagram 2082, Spotify, moly.hu	2018
i31	nő	29	értékesítő, vállalkozó	-	Instagram 2362	2016
i32	nő	30	nyomdában GYEK	Békéscsaba	Instagram 2385	2021
i33	nő	26	egészségügyi dolgozó, adminisztrátor	Szeged	Instagram 4348, Facebook 377, moly.hu	2020
i34	nő	25	jogász	Budapest	Instagram 4217, TikTok 1424	2020
i35	nő	51	irodalomterapeuta	Budapest	Instagram 5069	2019
i36	férfi	28	marketinges	-	Instagram 3037, TikTok 1332, moly.hu	2018
i37	nő	23	könyvesbolti eladó	Budapest	Instagram 2045, TikTok 3066	2022
i38	nő	33	customer service representative	Monorierdő	Instagram 3382	2024
i39	nő	31	labor asszisztens	Debrecen	Instagram 5073, TikTok 1359	2021
i40	nő	48	PR menedzser	Törökbálint	Instagram 5108	2021

Az anonimitás érdekében a könyves influenszerek felhasználónevei nem szerepelnek a táblázatban, sem a dolgozat további részében. (saját szerkesztés)

A következő, 21. ábra a könyves influenszerekkel készített félig strukturált interjúk főbb témaköreit rendszerezi. A tématerkép vizuálisan összegzi, hogy az interjúk milyen területeket érintenek: az olvasási attitűdöket és szokásokat, a digitális világ és közösségi média szerepét, az irodalmi élményeket, valamint a könyvtárakhoz és közösségi együttműködésekhez kapcsolódó aspektusokat. Az egyes fő témákhoz további altémák tartoznak, amelyek részletesen bemutatják a vizsgált kérdésköröket.



21. ábra A könyves influenszerekkel készített félig strukturált interjúk tématerképe (saját szerkesztés, N=40)

5.4.3. A könyvtáros minta bemutatása³⁶

Az alábbi, 14. táblázatban a szakképzett könyvtárosok régiós és fővárosi eloszlását szemléltetjük, hasonló eloszlást mutat a kutatásunkban résztvevő könyvtárosok regionális eloszlása. A válaszadók eloszlása viszonylag egyenletes a Dél-Alföldi és Észak-Alföldi régiók között, körülbelül az összes válaszadó 43-43%-át teszik ki, míg a Nyugat-Dunántúli régióból jóval kevesebb könyvtáros vett részt a felmérésben (13%). Tehát az adatok alapján a minta földrajzilag nem teljesen kiegyensúlyozott, ami befolyásolhatja az eredmények általánosíthatóságát. Bizonyos vármegyékben, mint például Bács-Kiskun, Pest és Baranya, magas a kérdőív kitöltöttsége.

14. táblázat Szakképzett könyvtárosok száma régiós eloszlásban

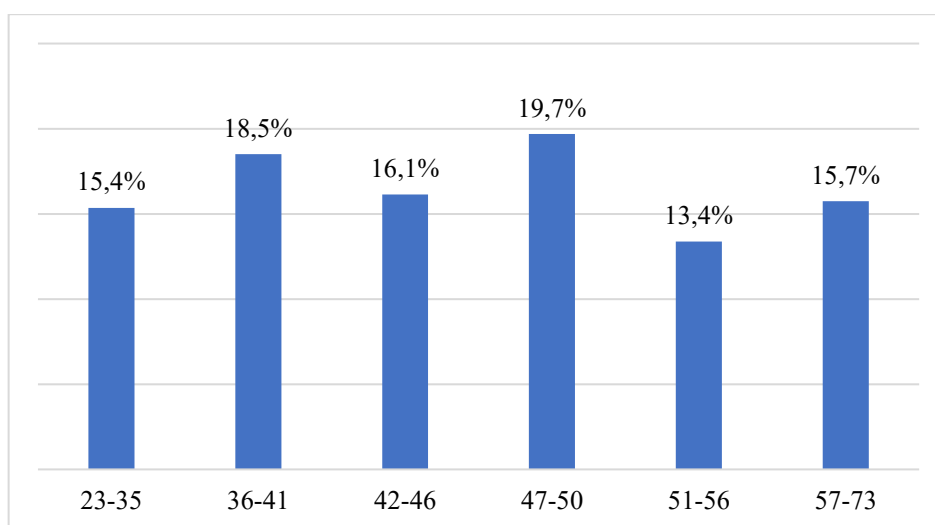
Régió	Szakképzett könyvtárosok száma
Észak-Alföldi régió	633
Dél-Alföldi régió	482
Nyugat-Dunántúli régió	407
Budapest	182

Forrás: Könyvtári Intézet Adatvizualizáció (saját szerkesztés)

A mintában szereplő könyvtárosok 23 és 73 év közöttiek (22. ábra), átlagéletkoruk 46 év (szórás: 9,886) (N=254, missing=3). A könyvtáros minta életkori és nemi összetételének vizsgálata során megállapítottuk, hogy a férfiak átlagéletkora 45 év (szórás: 9,863), míg a nők

³⁶ OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis

46 év (szórás: 9,903). Az egytényezős varianciaanalízis (ANOVA) eredményei alapján ($F(x,y)=0,481$; $p=0,489$) nem mutatható ki statisztikailag szignifikáns különbség a férfi és női könyvtárosok átlagéletkora között, mivel a szignifikancia értéke meghaladja a 0,05-ös küszöböt. Az összefüggés erősségét jelző Eta (0,044) és Eta Squared (0,002) értékek rendkívül alacsonyak, ami arra utal, hogy a nem mindössze 0,2%-ban magyarázza az életkor varianciáját, a két változó között gyenge kapcsolat áll fenn. A nemek arányát tekintve egy dominánsan női mintáról beszélünk (81,9%), a férfi könyvtárosok aránya mindössze 15,7%. A válaszadók 40,9%-a vármegyei hatókörű könyvtárban dolgozik.



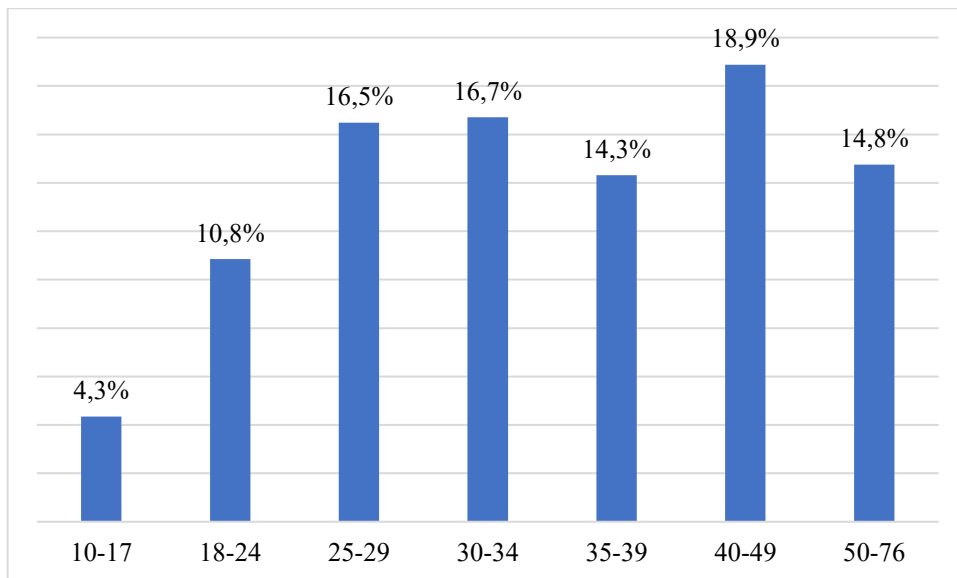
22. ábra Könyvtárosok korcsoportok szerinti eloszlása
(saját szerkesztés, $N=254$, missing=3, *OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis*)

Ezek alapján a kutatás könyvtáros mintájának demográfiai jellemzőit a női többség, a középkorú átlagéletkor és a regionális koncentráció határozza meg, miközben a nem és az életkor közötti kapcsolat statisztikailag elhanyagolható mértékű.

5.4.4. A könyvtárlátogató minta bemutatása³⁷

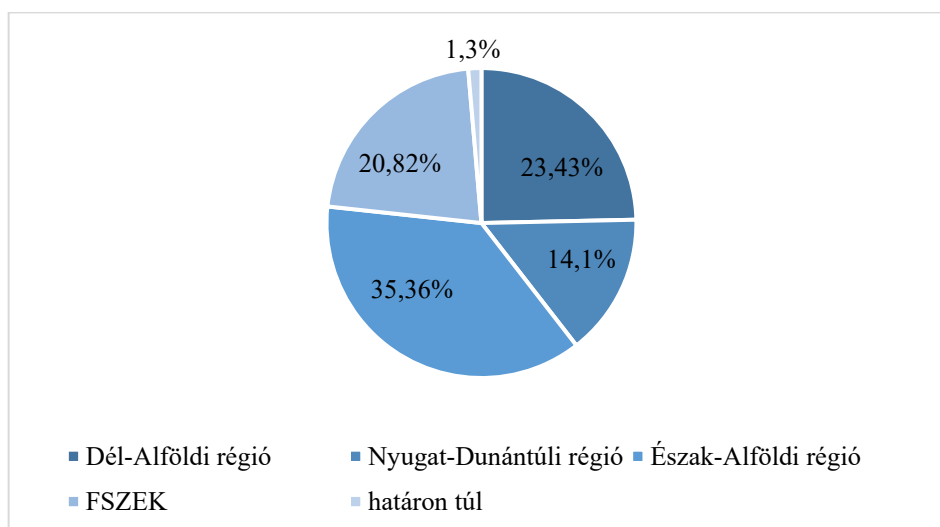
A könyvtárlátogató minta szintén ($N=459$) döntően nőkből áll (92,6%), az átlagéletkor 36 év, a korcsoport 10 és 76 év között szóródik (23. ábra).

³⁷ *OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis*



23. ábra Könyvtárlátogatók korcsoportok szerinti eloszlása
(saját szerkesztés, N=459, missing=17, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Regionális eloszlás tekintetében (24. ábra) a válaszadó könyvtárlátogatók a legnagyobb arányban az Észak-Alföldi régióból (37,2%) kerültek ki, ezt követi a Dél-Alföldi régió (24,7%), a budapesti Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár (FSZEK) felhasználói (21,9%) és a Nyugat-Dunántúli régió (14,8%). A minta 1,4%-a határon túli területekről származik. Iskolai végzettség szempontjából a válaszadók több mint fele (56,2%) rendelkezik felsőfokú (főiskola, egyetem), 17,4%-uk szakközépiskolai/technikum, 13%-uk gimnáziumi végzettséggel. A könyvtárlátogatás gyakorisága alapján a felhasználók többsége havonta (32,8%) vagy havonta többször (29,5%) látogatja a könyvtárat. A hetente többször (9,3%) és hetente egyszer (8,6%) járók aránya alacsonyabb, míg a negyedévente, félévente és évente járók aránya még kisebb (7,3%, 5,1% és 7,5%).



24. ábra Könyvtárlátogatók regionális eloszlása
(saját szerkesztés, N=459, missing=23 OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A könyvtárlátogatás gyakoriságát megvizsgáltuk más háttérváltozók alapján is. Nemek szerint egyértelmű szignifikáns kapcsolat volt megfigyelhető. A két változó közötti kapcsolat feltárására Khí-négyzet próbát alkalmaztunk, s megvizsgáltuk a Likelihood Ratio és a Linear-by-Linear Association értékeket is. A Pearson-féle Khí-négyzet próba eredménye ($\chi^2(6)=15,770$, $p=0,015$), mely azt jelenti, hogy a nők és a férfiak könyvtárlátogatási szokásai statisztikailag szignifikánsan eltérnek egymástól, tehát a nem befolyásolja a könyvtárlátogatási szokásokat. A Likelihood Ratio teszt szintén szignifikáns eredményt mutat ($\chi^2(6)=14,744$, $p=0,022$), megerősítve a két változó közötti kapcsolatot. Azonban a Linear-by-Linear Association teszt ($\chi^2(1)=2,232$, $p=0,135$) nem mutatott lineáris tendenciát a nemek szerinti könyvtárlátogatási gyakoriságban. Továbbá kereszttáblaelemzés alapján megállapíthatjuk, hogy a nők gyakrabban (többnyire havonta $N=141$) járnak könyvtárba, mint a férfiak. Azonban fontos figyelembe venni, hogy a minta nem reprezentatív, mivel a nők aránya jelentősen magasabb.

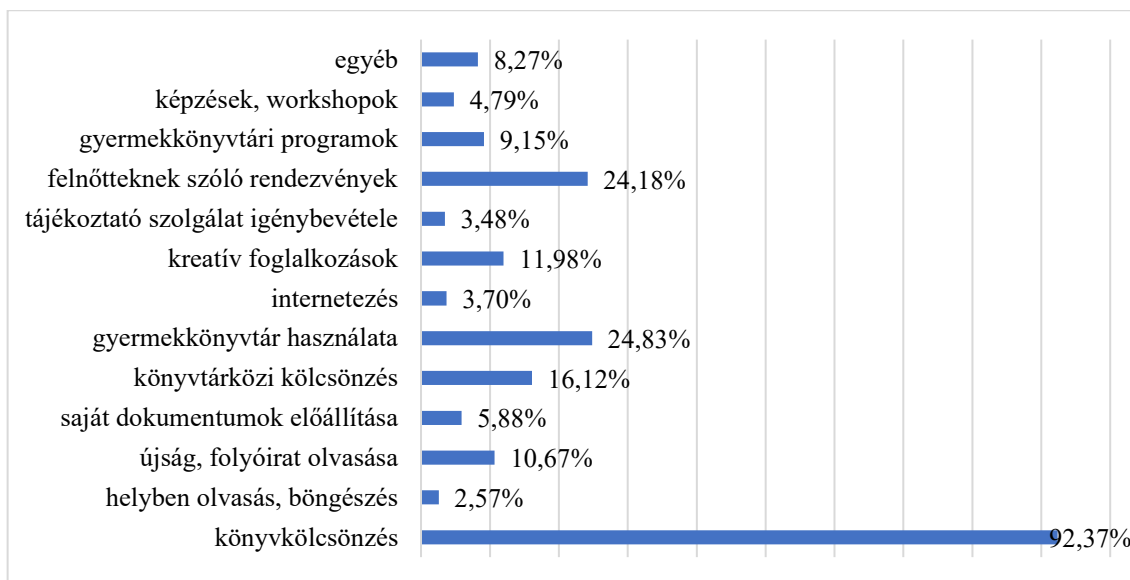
Viszont korcsoportok szerint nem szignifikáns a könyvtárhasználat gyakorisága ($p=0,139$), de lineáris kapcsolatot fedeztünk fel a két változó között. Ez azt jelenti, hogy az életkor növekedésével a könyvtárlátogatás gyakorisága valamilyen módon változhat (növekedhet vagy csökkenhet), de ez a kapcsolat nem elég erős ahhoz, hogy a teljes mintára nézve statisztikailag szignifikáns legyen. Ahogy már említettük, a legtöbb válaszadó havonta vagy havonta többször jár könyvtárba, s a 40-49 éves korosztály bizonyult a legaktívabbnak ($N=87$), míg a legfiatalabbak (10-17 éves kor) a legkevésbé aktívnek ($N=20$). Az iskolai végzettség alapján a felsőoktatási végzettséggel rendelkezők bizonyultak a legaktívabb könyvtárlátogatóknak (259 fő), míg a legfeljebb 8 osztályt végzettek a legkevésbé aktívnek (17 fő). A Pearson-féle Khí-négyzet próba eredménye nem mutatott szignifikáns kapcsolatot ($\chi^2(36)=22,696$, $p=0,959$), tehát a válaszadók iskolai végzettsége nem befolyásolja a könyvtárlátogatás gyakoriságát. A könyvtárlátogatás gyakorisága normális eloszlású, ferdesége (skewness) 0.419, csúcsossága (kurtosis) 0.127.

15. táblázat A könyvtárlátogatás gyakoriságának eloszlása régiók szerint

Milyen gyakran jár könyvtárba?								
	hetente többször	hetente	havonta többször	havonta	negyedévente	félévente	évente	Össz.
Dél-Alföldi régió	12,03%	7,4%	23,14%	31,48%	7,4%	5,55%	12,96%	100%
Nyugat-Alföldi régió	13,84%	7,69%	32,3%	33,84%	6,15%	1,53%	4,61%	100%
Észak-Alföldi régió	7,45%	8,69%	34,78%	32,29%	6,21%	5,59%	4,96%	100%
FSZEK	4,16%	9,37%	33,3%	31,25%	10,41%	6,25%	5,2%	100%
határon túl	0	16,6%	0	50%	0	0	33,3%	100%

(saját szerkesztés, $N=436$, missing=23, Olv_Nev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Mielőtt konkrét témánk kutatási eredményei rátérünk, a könyvtárlátogatás céljára is kitérünk (25. ábra). Az adatok alapján, ahogy azt a következő ábra is mutatja, a könyvkölcsönzés bizonyult a legfőbb motivációnak: a havonta többször járók közül 129 fő, a havonta járók közül 116 fő kölcsönöz könyvet, továbbra is ez a könyvtárak elsődleges funkciója, és a látogatási gyakoriság szignifikáns, de nem lineáris kapcsolatban áll e céllal ($p < 0,05$). A helyben olvasás és böngészés szintén népszerű: a havi többszöri felhasználók közül 99 fő, a havi rendszerességgű látogatókból pedig 147 fő él ezzel a lehetőséggel. A statisztikai vizsgálatok (Pearson Khí-négyzet, Likelihood Ratio, lineáris kapcsolat) mind szignifikáns összefüggést mutattak ($p < 0,05$), ami arra utal, hogy a könyvtárlátogatás gyakoriságának növekedésével arányosan nő a helyben olvasás valószínűsége. Ez alátámasztja azt is, hogy a könyvtárak fontos közösségi terek. Az internethasználat főként a hetente többször járók körében jellemző (23 fő), míg más csoportokban elenyésző, bár szignifikáns kapcsolat mutatható ki ezen cél esetében is ($p < 0,001$), de az alacsony gyakoriság miatt az eredményeket óvatosan kell értelmezni. A gyermekkönyvtári szolgáltatásokat is sokan veszik igénybe (havonta többször járók: 102 fő; havonta járók: 108 fő), azonban a használatuk független a látogatási gyakoriságtól. További célok közül az újság- és folyóirat-olvasás, a saját dokumentumok előállítás (fénymásolás, szkennelés), kreatív foglalkozások, tájékoztató szolgálat igénybevétele, felnőtteknek szóló rendezvények, valamint képzések, workshopok esetében szignifikáns, többnyire lineáris kapcsolat mutatható ki a könyvtárlátogatás gyakoriságával ($p < 0,05$). Ezek a szolgáltatások fontos szerepet töltenek be a könyvtár közösségi és információs funkcióiban, és fejlesztésük tovább növelheti a látogatók elköteleződését. A könyvtárközi kölcsönzésnél gyenge, de létező lineáris kapcsolat figyelhető meg, míg a gyermek- és ifjúsági programok esetében nincs szignifikáns összefüggés a látogatási gyakorisággal. A válaszadó könyvtárlátogatók egyéb célok között leggyakrabban a tanulást és a munkát említették, de előfordultak zenei programok, író-olvasó találkozók, szakirodalomkeresés, könyvklub, előadások, nyomtatás, illetve a könyvtár hangulata és illata is, mint a könyvtárba járás céljai. Ezek mind-mind az előre megadott célok részegységeinek tekinthetők.



25. ábra Könyvtárlátogatás céljai
(saját szerkesztés, N=459, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

6. Eredmények

A digitális korban az olvasási szokások és az olvasóvá nevelés folyamatosan változik, amelyre a közkönyvtáraknak és a könyves influenszereknek egyaránt reagálniuk kell. A kutatás középpontjában annak vizsgálata áll, hogy a közösségi médiában aktív könyves tartalomgyártók és a közkönyvtárak együttműködése milyen új lehetőségeket kínálhat az olvasóvá nevelés támogatására. Az eredmények bemutatása előtt fontos hangsúlyozni, hogy a könyvtárak hagyományos szerepe, az olvasási kultúra fejlesztése, az irodalom népszerűsítése napjainkban kiegészül az online térben való aktív jelenléttel. A könyves influenszerek hiteles, személyes hangvételű tartalmai, széles követőtáboruk és közösségépítő tevékenységük révén jelentős hatással lehetnek az olvasási attitűdök formálására, az olvasás társadalmi presztízsének növelésére és a könyvtárak szolgáltatásainak népszerűsítésére. A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy a közkönyvtárak és a könyves influenszerek közötti együttműködés nemcsak az olvasóvá nevelés új útjait nyithatja meg, hanem hozzájárulhat a könyvtárak megújulásához, a közösségi élmény erősítéséhez és az olvasói közösségek bővítéséhez is. A következő alfejezetek a vizsgálat hat fő témáját mutatják be a négy aktor (könyvtárigazgató, könyves influenszer, könyvtáros, könyvtárlátogató) szemszögéből.

6.1. Felelősség és szerep az olvasásnépszerűsítésben

Az olvasás népszerűsítése össztársadalmi felelősség, amely nem hárítható csupán egyetlen intézményre vagy szereplőre. A könyvtárvezetők gondolatai alapján világosan kirajzolódik az a komplex intézményi hálózat, amely az olvasáskultúra megőrzéséért és fejlesztéséért közösen vállal szerepet (16. táblázat). Ennek a hálózatnak három meghatározó pillére a család, a közoktatás (óvoda, iskola), és a könyvtárak, de fontos kiemelni, hogy az olvasás támogatása minden kulturális és oktatási intézmény, valamint a teljes társadalom közös felelőssége.

16. táblázat Az olvasóvá nevelés felelősségkörének kódcsaládja az intézményvezetői interjúkban

Szuperfaktor	Faktor	Alfaktor	Szövegszegmens
olvasáskultúra fejlesztése	olvasóvá nevelés felelősségköre	együttműködések	„a jó kapcsolatok nagyon fontosak ebben” (intvez4)
		olvasásnépszerűsítés	„Az olvasás népszerűsítése minden kulturális és oktatási intézmény felelőssége” (intvez5)
		kulturális szféra	„A kulturális szféra minden szereplőjének felelőssége. Könyvtárosok, írók, kiadók, könyvkereskedők, kulturális menedzserek, újságírók, pedagógusok...” (intvez20)

		társadalmi szerepvállalás	„... mindenkinek a maga hatókörében kell a társadalom szempontjából hasznos tevékenységet kifejeznie” (intvez6)
		könyvipar	„... érdekeltek az írók, és a könyvkiadók, könyvesboltok is” (intvez16)
		jogszabályi és kormányzati irányelvek	„Az olvasás társadalmi kérdés ... a családoktól kezdve egészen a kormányzati szintig, ugye az oktatásügyön keresztül, kultúrán keresztül szerepe van” (intvez9)
	olvasóvá nevelés családi színtere	könyves környezet	„... az otthoni olvasás, a családi olvasás már akár csecsemőkorban, már terhesség ideje alatt is pozitív eredményekkel jár” (intvez3)
		mese	„Természetesen a szülőknek is van felelőssége, nyilván azzal, hogy ők olvasnak-e otthon a gyerekeknek” (intvez2)
	olvasóvá nevelés iskolai színtere	iskolai kapcsolattartás	„Csak annyira leterheltek a pedagógusok és a diákok is, hogy egyre kevesebb idő jut könyvtári vagy könyvtárhasználati órákra” (intvez3)
		könyvtár-iskola partnerség	„... nagyon-nagyon fontos, hogy óvodásként, iskolásként szervezett keretek között is eljussanak a könyvtárba” (intvez19)
		kötelező olvasmányok	„... az iskolának is komoly szerepe van az olvasás megszerettetésében a közösen olvasott olvasmányokkal” (intvez18)
	olvasóvá nevelés könyvtári színtere	gyermekkönyvtár	„Óriási szerepünk van a kisgyermek olvasóvá nevelésében, a tanulási nehézségek leküzdésében, a gondolkodás, a képzeletfejlesztésében...” (intvez5)
		könyvtári stratégia	„A könyvtárnak is jelentős szerepe van, de csak akkor tud tenni valamit, ha a család és az iskola lehetővé teszi, hogy elérje a gyerekeket” (intvez13)
		könyvtárhasználat	„Létezésünk alapja, hogy minél többen látogassák könyvtárunkat, kölcsönözzenek dokumentumokat, vegyenek részt rendezvényeinken.” (intvez18)
		könyvtári alapfeladat	„a könyvtárnak alapvető feladata az olvasásnépszerűsítés, evidencia, ezt az 1997-es törvény is előírja...” (intvez1)
		általános hatókör	„A könyvtárnak megerősítő, támogató, igényfelkeltő szerepe van” (intvez12)

A táblázatban szereplő faktorok és alfaktorok csökkenő gyakorisági sorrendben szerepelnek.
(saját szerkesztés, N=20)

Az olvasási szokások megalapozása jó esetben már óvodáskorban elkezdődik, ahol játékos formában készítik elő az olvasás iránti nyitottságot, megteremtik azokat az alapokat, amelyekre az iskolai olvasástanítás és -fejlesztés épülhet. Az iskolák szerepe kettős jelentőségű, hiszen egyrészt fejlesztik az olvasástechnikai készségeket, másrészt pedig lehetőséget biztosítanak az olvasás iránti szeretet elmélyítésére, különösen akkor, ha együttműködnek a közkönyvtárakkal, vagy igénybe veszik az iskolai könyvtárakat. Ez csak a pedagógusok és a könyvtárosok együttműködésével lehet sikeres. Az intézményvezetők álláspontja szerint is a család az egyik legmeghatározóbb tényező a gyermek olvasóvá válásában, hiszen a szülők példamutatása, az otthoni olvasási szokások, a könyvekhez fűződő viszony mind-mind a gyermek értékrendszerét és érdeklődését alakítják. Az olvasóvá nevelés tehát nem az iskolában

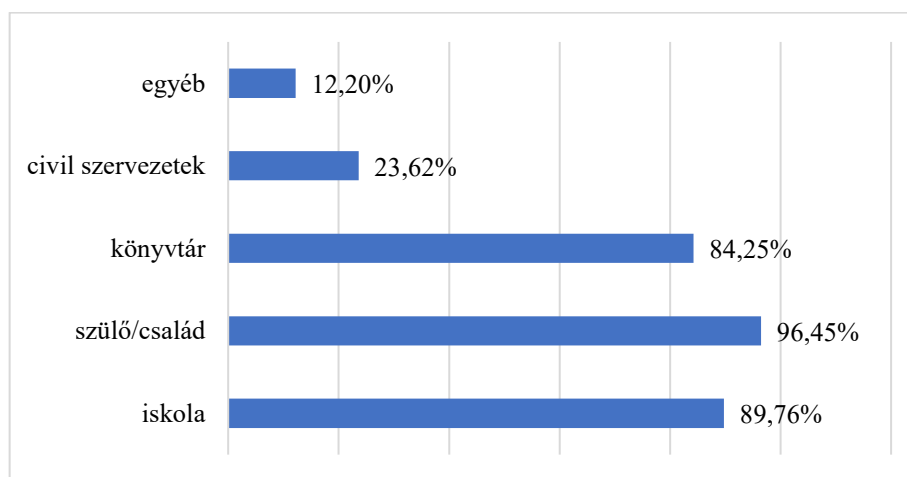
kezdődik, hanem ahogy az egyik igazgató kiemelte: „...*Kodály Zoltán gondolatát kölcsönvéve a zenei nevelésről, születés előtt kilenc hónappal, vagyis az olvasáskultúra gyökerei mélyen a korai gyermekkorba, sőt a családi háttérbe nyúlnak vissza*” (intvez10).

Az olvasóvá nevelés során a könyvtárak szerepe nem csupán kiegészítő, hanem sok tekintetben kulcsfontosságú. A könyvtárak nem vállalhatják át a család és az iskola felelősségét, de olyan inspiráló, befogadó és támogató környezetet nyújthatnak, ahol az olvasás örömforrássá válhat. Azonban fontos kiemelni, hogy a könyvtárak csak akkor tudják hatékonyan betölteni ezt a szerepet, ha a család és az iskola megteremti annak lehetőségét, hogy a könyvtár elérje a gyerekeket. A felelősség tehát megosztott: a könyvtárak nem önmagukban, hanem más intézményekkel és családokkal együttműködve tudják kibontakoztatni az eszköztárukat. Ebben az együttműködésben a könyvtáraknak kiemelkedő szerepe van, de sosem kizárólagos vagy önálló. Az olvasás, ahogyan egy könyvtárvezető megfogalmazta „*valójában népszerűsíti saját magát*” (intvez9). Az élmény, az érték és a közösségi megtapasztalás együtt teremti meg azt az olvasóbarát környezetet, amelyben a gyerekek nyitottá válnak a könyvek világára. Ebben a folyamatban a könyvtár elengedhetetlen partner.

A könyvtárvezetőkhez hasonlóképp vélekednek az olvasóvá nevelés felelősségéről a könyves influenszerek is, szerintük az olvasáskultúra terjesztésének felelőssége egyszerre senkié és mindenkié: egyéni, családi, mikroközösségi és intézményi szintű, és nehezen körülhatárolható, ki viseli ennek a terhét. A szülők szerepe kitüntetett fontosságú: „*szerintem ez a családban dől el*” (i17), de sok tartalomgyártó hangsúlyozta, hogy megszabott keretek között a családi minta átadása akadályokba ütközhet. A mikrokörnyezet, vagyis a család, a barátok és a kortársak formáló ereje kulcsfontosságú az olvasási szokások kialakulásában, de „*Nem lehet felelőst tenni, mert önálló döntés az ember számára: olvas, vagy nem. Példát mutathatunk, szülők, barátok, kollégák, bárki*” (i7). Mindemellett ki kell hangsúlyozni a közoktatási keret szerepét, legyen szó korszerű iskolai könyvtárról, az irodalomhoz való hozzáférésről: „*Ez egy nagyon fontos közoktatási cél és ehhez kapcsolódóan ez egy politikai cél is kéne, hogy legyen, tehát minden kultúrával foglalkozó intézmény, akár politikai, akár civil oldalon*” (i2). Az influenszerek azt is kiemelték, hogy a kultúrával foglalkozó intézményeknek közös célt kell kitűzniük az olvasás népszerűsítésében, azonban egyik szereplő sem válhat egyedüli felelőssé. A tartalomgyártók saját megfogalmazásuk szerint „*kis halak*” ebben a folyamatban, hatásuk korlátozott, mégis fontos inspirációt és példaképet jelenthetnek követőiknek. („*Nem vagyok annak a híve, hogy erőszakkal rá lehet venni valaki az olvasásra. Inkább a példamutatásban, az élmények átadásában hiszek... az olvasók tudják leginkább átadni a könyvek és adott olvasmányok szeretetét.*” - i11). Többen kiemelték, hogy az olvasás végsősoron önálló, egyéni döntés eredménye, amelyet ösztönözni lehet, de kényszeríteni nem,

s ebben elsősorban a már említett példamutatásnak van meghatározó szerepe („*Szerintem mindenkinek a saját felelőssége, senkit sem lehet olyanra kényszeríteni, amit nem akar...*” - i34). A felelősség ezáltal nem ruházható át egyetlen közösségre vagy intézményre, hanem megosztott, sokszereplős rendszerben, a társadalom minden rétegét integrálva működik. Az inspiráló példák, az elérhető könyvtári infrastruktúra és a támogató társadalmi környezet együttesen segíthetik elő, hogy újabb generációk váljanak elkötelezett olvasókká.

Az olvasóvá nevelés társadalmi felelősségének kérdése a könyvtárosok körében végzett felmérésben öt fő kategóriában jelent meg (26. ábra). A válaszokból egyértelműen kitűnik, hogy a könyvtárosok a szülőket, a családot jelölik meg legfontosabb szereplőkként az olvasási attitűdök kialakításában. Ezt követi az iskola, amelyet 228 fő tart elsődleges felelősnek, ami rávilágít az oktatási intézmények kiemelt szerepére a gyermekek olvasási szokásainak formálásában. A könyvtárak, mint a formális és informális tanulás színterei, szintén jelentős szerepet kapnak. Ezek az adatok megerősítik a korábbi hazai (Vágóné Ugró, 2023; Nagy, 2021; Radics, 2020; Tóth, 2020; Huszti, 2018) és nemzetközi (Zhang, 2024; González Medina & Treviño Villarreal, 2020; Ramos & Vila, 2015; Mullan, 2010) kutatások eredményeit. A civil szervezetek és az egyéb kategóriák jóval kisebb súllyal jelennek meg a válaszokban, ami arra utal, hogy a könyvtárosok elsősorban a hagyományos, intézményesített nevelési tereket tekintik meghatározónak, míg a civil szféra és az alternatív kezdeményezések szerepét marginálisnak ítélik.



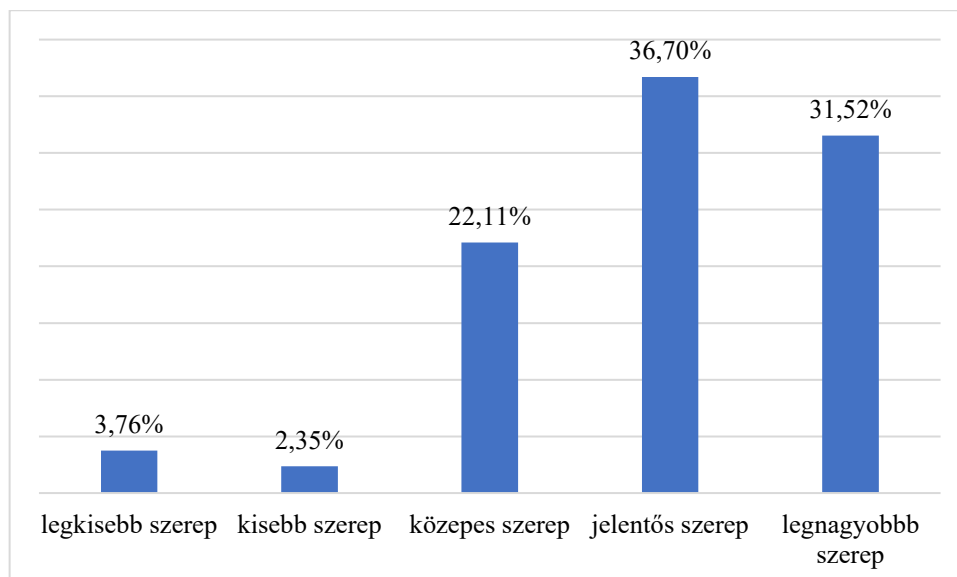
26. ábra Az olvasásnépszerűsítés felelősségköre a könyvtárosok szerint (saját szerkesztés, N=254, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Az „egyéb” kategóriában említett tényezők elemzése szerint az olvasóvá nevelés a társadalom szinte minden rétegére kiterjed. Jelentős szerepe van a médiának, különösen a közösségi platformoknak. Továbbá fontosak a szociális közeg különböző formái is, mint az óvodai nevelés, a kortárs csoportok és a vallási közösségek. De az olvasóvá nevelés nem csupán

intézményi, hanem szélesebb értelemben vett kulturális és közösségi feladat, amelyben minden szereplőnek, magánszemélyektől a szervezeteken és oktatási intézményeken át felelőssége van. Ezen kívül néhány könyvtáros kiemelte a kormányzati, önkormányzati és szakmai szervezetek szerepvállalását, hisz stratégiai és anyagi támogatásuk nélkülözhetetlen a könyvtári szolgáltatások és programok magas színvonalának, ezáltal az olvasóvá nevelés sikerének biztosításához.

Megvizsgáltuk, hogy az olvasóvá nevelésért felelős szereplők megítélése milyen kapcsolatban áll a válaszadó könyvtárosok életkorával. Az eredmények alapján az iskola ($p=0,160$; Cohen's $d=0,297$), valamint a könyvtár felelősségének megítélésében ($p=0,410$; Cohen's $d=0,145$) nem mutatkozott szignifikáns életkorbeli különbség, mind a fiatalabb, mind az idősebb könyvtárosok körében egységes a szerepük elismerése. A szülő/család felelősségének megítélésében ugyan kimutatható volt életkorbeli eltérés, akik nem tartják felelősnek a családot, átlagosan idősebbek (52,75 év), mint akik igen (45,42 év); ($p=0,038$; Cohen's $d=0,749$) azonban a „nem felelős” csoport mintamérete rendkívül alacsony ($n=8$), így az eredmény óvatos értelmezést igényel. A civil szervezetek ($p=0,911$; Cohen's $d=-0,017$) és az egyéb (média, társadalmi környezet) ($p=0,266$; Cohen's $d=-0,217$) felelősségének megítélése szintén nem függött a könyvtárosok életkorától.

Ahogy a könyvtárosokban is megfogalmazódott a média, a közszereplők és az influenszerek olvasóvá nevelő szerepe, úgy a könyvtárlátogatók körében is teret kaptak. A következő, 27. ábrán az influenszerek olvasóvá nevelésben betöltött szerepének jelentőségét láthatjuk a könyvtárlátogatók szemszögéből 1-5 Likert-skála segítségével ($n=391$, $N=425$). Az adatok egyértelműen azt mutatják, hogy a könyvtárlátogatók körében széles körű egyetértés mutatkozik abban, hogy az influenszerek jelentős hatással bírnak az olvasási attitűdök és szokások kialakításában. Az eredmény indokolható azzal, hogy a közösségi médiában aktív olvasásnépszerűsítők képesek gyorsan és hatékonyan elérni a fiatalabb generációkat, akik számára az online jelenlét és a digitális tartalomfogyasztás mindennapos tevékenység. Az influenszerek személyes példamutatása, könyvajánlói, olvasási kihívásai vagy tematikus tartalmi hozzájárulhatnak ahhoz, hogy az olvasás vonzóbb szabadidős tevékenység legyen. Ez a tendencia összhangban áll a szakirodalommal is, amely szerint a kortárs médiahasználat és az online közösségek egyre meghatározóbb szerepet játszanak a kulturális szokások, így az olvasási kultúra formálásában is (Dani & Szabó, 2024; Fodor, 2020; Silveira, 2021; Turkyilmaz, 2014).



27. ábra Az influenszerek olvasóvá nevelő jelentősége a könyvtárlátogatók szerint (saját szerkesztés, N=425, missing=34, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A kutatás ezen részén azt vizsgáltuk, milyen szerepet és felelősséget tulajdonítanak a különböző szereplők (könyvtári intézményvezetők, könyvtárosok, könyves influenszerek és könyvtárlátogatók) a könyvtáraknak az olvasóvá nevelésben, és hogyan tükröződik ez az olvasóvá nevelő programokban (Alex-Nmecha & Horsfall, 2019). Ennek kapcsán feltételeztük (E1a., H1a.), hogy a kutatásban részt vevő csoportok a könyvtárakat kiegészítő, támogató szereplőként értelmezik az olvasóvá nevelésben, miközben az olvasási szokások kialakulását a család–iskola központi szerepe alapvetően befolyásolja. Eredményeink arra mutatnak rá, hogy a könyvtárak szerepe az olvasóvá nevelésben elsősorban kiegészítő és támogató jellegű (Tóth, 2016; Csík, 2011), amit a vizsgált szereplők egyaránt megerősítettek, akik az olvasóvá nevelés elsődleges színtereként a családot emelték ki (Canfield et al., 2020; Demir-Lira et al., 2019; Mullan, 2010), majd ezt követi az iskola, s ezeket a szereplőket támogatják a könyvtárak (Joó, 2023). Tudományos szempontból ezek az eredmények egy komplex, multidimenzionális és szektorok közötti együttműködésre épülő modellt erősítenek meg, amelyben az olvasóvá nevelés a család, az iskola és a könyvtárak koordinált szerepvállalásával válhat hatékony és fenntartható folyamattá. A könyvtári tevékenységek hatásossága nagymértékben függ a család és az iskola által biztosított feltételektől, hozzáállásától (Merga, 2019; Ailakhu & Unegbu, 2017; Tóth, 2017; Ramos, 2015). Ez alapján eredményeink alátámasztják azt az előfelvetést és hipotézist, hogy a könyvtárak támogató szerepet töltenek be az olvasóvá nevelés színterén, miközben a család és az iskola elsődleges és meghatározó felelősséget visel ezen a téren, ezáltal megerősítve az együttműködésen alapuló szemlélet szükségességét.

6.2. Olvasóvá nevelő programok, kezdeményezések, generációk megszólítása

Ahogy eddig is hangsúlyoztuk, a 21. századi könyvtárak egyik legfontosabb küldetése az olvasóvá nevelés és az olvasási kultúra erősítése, amelyet sokszínű, folyamatosan megújuló programokon és kezdeményezéseken keresztül valósítanak meg. Bár országos szinten nincs kifejezetten egységes stratégia ezen a területen, a könyvtárak helyi szinten kreatív, a közösségi igényekhez és társadalmi változásokhoz igazodó élményközpontú programokat kínálnak annak érdekében, hogy az olvasás megszerettetését ne kötelező, hanem vonzó, örömteli tevékenységként mutassák be. Ezért a könyvtárak különösen ügyelnek arra, hogy rendezvényeik játékos, inspiráló és közvetlen hangulatú atmoszférát kínáljanak minden korosztály és minden társadalmi csoport számára. Ezen kívül a könyvtárak programkínálata nem korlátozódik az épület falain belülre, a kitelepülések, városi rendezvényeken való részvétel, a biblioboxok, valamint a könyvtári szolgáltatások különböző közösségi terekben történő megjelenése új szintre emelik az elérhetőséget és a láthatóságot. Mindemellett az intézmények fokozottan törekednek arra is, hogy befogadó, otthonos könyvtári tereket hozzanak létre, lehetőséget kínálva a kapcsolatépítésre, az alkotásra és a közös élményekre. A könyvtár ezáltal „harmadik helyé” válik, a család és a munkahely/iskola mellett, megfelelve a 21. századi könyvtári képnek.

Az interjúk során az intézményvezetők kihangsúlyozták, hogy a programkínálat tervezésénél központi szerepet játszik a folyamatos megújulás. A könyvtárak rendszeresen frissítik kínálatukat, új kezdeményezéseket vezetnek be, meglévő programokat gondolnak újra. A változó felhasználói igényeket szem előtt tartva nyitnak az új technológiák, a digitális platformok felé, például online kvízek, mesevideók, könyvajánló videók, állománybemutatók, eseményösszegzők, digitális olvasónaplók, mobilapplikációkban közzétett tartalmak, de nagy sikernek örvendenek a különböző robotika vagy virtuális valósággal kapcsolatos interaktív foglalkozások is.

A könyvtárak fontos szereplői a városi kulturális életnek, és gyakran egyedülálló szerepük van az olvasáskultúra szervezett képviselésében. Sok esetben a város részéről is elvárás, hogy kapcsolódjanak a jelentősebb kulturális, irodalmi programokhoz, vagy helyszínt biztosítsanak ezeknek. A könyvtárak ezt a szerepet kulturális intézményekkel, civil szervezetekkel, alapítványokkal, iskolákkal, múzeumokkal, levéltárakkal, de akár a rendőrséggel vagy humanitárius szervezetekkel való szoros partnerség révén töltik be. Általánosságban elmondható, hogy a nevelés-oktatási intézményekkel együttműködésre törekednek, az óvodák és iskolák számára rendszeresen szolgáltatnak tematikus

programajánlót, s a pedagógusokkal egyeztetik eseményeiket a tanévi tanterveknek megfelelően.

Fontos megállapításként fogalmazható meg az interjúk alapján, hogy a könyvtárak gyakran kezdeményező szerepben jelennek meg az olvasóvá nevelés területén, mivel települési szinten sokszor nem alakulnak ki más, az olvasáskultúrával rendszerszinten foglalkozó kezdeményezések. Ezekben az esetekben a könyvtár 100%-os elkötelezettséggel vállalja ezt a feladatot. A könyvtári programok sokszínűsége, közösségi jelenlétük és együttműködéseik révén kulcsszerepet játszanak az olvasáskultúra fenntartásában és közvetítésében, ezt mutatja a könyves influenszerek véleménye is.

A könyves influenszerek olvasásnépszerűsítő tevékenysége az elmúlt két évtizedben dinamikus fejlődésen ment keresztül, miközben mind a tartalomgyártás időbeli mintázatai, a közösségi elérésükben kirajzolódó demográfiai sokszínűség, mind pedig a motivációs háttérük és a megújuló könyvtári programokra adott reflexióik alapján is korszerű olvasási kultúrát jelenítenek meg. A kutatásban részt vevő tartalomgyártók átlagosan 2019 óta végeznek aktívan olvasásnépszerűsítő tevékenységet. Bár akadnak köztük olyanok, akik már 2005 óta, manapság már hétről-hétre jelennek meg új hazai könyves influenszerek a közösségi médiában. Ez a közel két évtizedes időbeli szórás azt mutatja, hogy a stabilitás mellett az online olvasásnépszerűsítés az utóbbi években új lendületet vett, különösen a digitális platformokra épülő fiatalabb tartalomgyártók révén. A könyves influenszerek elérése demográfiailag széles spektrumot fed le. Az influenszerek célközössége alapvetően a tizenévesek, a fiatal felnőttek és a középkorúak, de többnyire széles és sokszínű követői összetétellel rendelkeznek. Ez nem csupán azt mutatja, hogy az olvasás és az irodalom digitális térben való újraértelmezése elérte a fiatalabb generációkat, hanem a közösségi médiában rejlő kulturális szemléletformáló potenciált is jelzi.

Az influenszerek motivációjában három fő tényezőt fedeztünk fel, amelyek sokszor dinamikusán átfedik egymást. Az első a személyes önkifejezés és kreativitás, az olvasáshoz való szenvedély kreatív dokumentálása, a digitális naplózás, a blogolás vagy a képi-szöveges ajánlók készítése. Ebben a dimenzióban nagy szerepe van az alkotói örömnak, az esztétikai önmegvalósításnak és a tudatos önreflexiónak. A második motivációs csoport a közösségi kapcsolódás iránti vágy. A tartalomgyártók célja, hogy olvasótársaikkal együtt egy, a könyvek szeretetére és megosztására építő támogató közösséget hozzanak létre, amelyben a visszacsatolások, barátságok, közös olvasások és interakciók meghatározó élményt adnak. Harmadikként jelenik meg a társadalmi hasznosság, vagyis az olvasásnépszerűsítők küldetéstudata: kiemelt céljuk, hogy kevésbé ismert, kortárs vagy magyar szerzőket is közel hozzanak a közönséghez, támogassák a kulturális edukációt, hiteles és önazonos módon formálják az olvasási szokásokat.

Az olvasás fiatal generációk körében történő népszerűsítése az influenszerek véleménye szerint elsődlegesen a digitális eszközök dominanciájára, a BookTok, BookStagram és más online platformokon zajló könnyen fogyasztható, vizuális tartalmak sikerére épít. A fiatalabbak olvasási szokásait túlnyomórészt a digitális lét határozza meg, melynek hatására a leggyakrabban olvasott műfajok között a fantasy, a romantikus regény (és annak alműfajai), a krimi, a young adult és disztópikus irodalom, valamint a könnyed, humoros vagy a kortárs problémákhoz kapcsolódó történetek szerepelnek. A könyves tartalomgyártók hangsúlyozzák, hogy a műfaji és tematikus sokszínűség, illetve az olvasmányválasztás szabadságán keresztül lehet leginkább belépési pontokat teremteni a fiatal olvasóknak, tehát az erőltetés helyett a személyes érdeklődés, a szabad válogatás, valamint a példamutató kortárs és családi szocializáció a kulcs, amint az az előző alfejezetben is kihangsúlyoztuk. Továbbá kiemelten fontosnak tartják a tartalomgyártók az olvasás közösségi élményét is. A könyvklubok, a közös események, a könyvfesztiválok, vagy a digitális interakciós formák mind motiválják a fiatal olvasókat, erősítik a társas kapcsolódást. A könyvtárak és az iskolák fontos szerepet játszanak ebben az ifjúsági, modern, inspiráló művek széles körű elérhetővé tételével, valamint az élénk, inkluzív könyvtári terek és programok által.

A könyvtári programok kapcsán az influenszerek széles repertoárt hangsúlyoznak, amelyben egymást kiegészítik a klasszikus eseménytípusok (író-olvasó találkozók, könyvklubok, könyvbemutatók, dedikálások, tematikus felolvasások) és az innovatív, közösségi, játékos vagy alkotói programok (kvízek, társasjátékok, workshopok, filmklubok, rajzpályázatok, tematikus séták, könyves piknikek). Úgy vélik, hogy a siker záloga az élő, modern, esztétikus könyvtári környezet, amely képes mind funkcionálisan, mind atmoszférájában igazodni a fiatalabb generáció elvárásaihoz. Az online jelenlét, a digitális marketing és a közösségi médiabéli kommunikáció pedig elengedhetetlen feltétele annak, hogy a könyvtárak elérjék és bevonják az új olvasói rétegeket. A programok sokszínűsége, az inkluzivitás, a személyes fejlesztési lehetőségek és az interaktivitás a legfontosabb vonzerője a kortárs könyvtáraknak.

A könyves influenszerek által megvalósított olvasásnépszerűsítés új, élményszerű paradigma mentén szerveződik, amelyben az olvasás individuális és közösségi örömforrás, de társadalmi-kulturális esemény is egyben. A digitális eszközök használata, a közösségi média és a programkínálat sokszínűsége mind azt szolgálja, hogy az olvasás valódi közösségépítő, edukatív és identitásformáló erővé váljon a fiatalabb generáció és a szélesebb olvasóközönség számára egyaránt.

17. táblázat Az interjúkban említett könyvtári programok

Faktor	Alfaktor: intézményvezetők által említett konkrét olvasásnépszerűsítő programok (n=20)	Alfaktor: influenszerek által említett konkrét olvasásnépszerűsítő programok (n=40)
kulturális és közösségi programok	könyvklub író-olvasó találkozó könyvbemutató jeles napokhoz kapcsolódó programok fesztivál klubok könyvvásár könyves adaptációk versklub filmklub	könyvklub író-olvasó találkozó kerekasztal-beszélgetés könyvbemutató könyves kvíz dedikálás online könyvklub workshop felolvasó est könyves piknik könyves elvonulás fesztivál filmklub kiállítás konferencia
oktatási, fejlesztő és ismeretterjesztő programok	könyvajánló mese robotika olvasási verseny rendhagyó irodalomóra irodalomterápia/biblioterápia Az én könyvtáram projekt könyvtári tábor képregények kreatív írás	könyvajánló irodalomterápia/biblioterápia online programok ingyenes programok könyvtári tábor kézműves foglalkozás könyvcseré időseknek szóló programok rendhagyó irodalomóra könyvtári tábor
szabadidős, élményalapú és témaspecifikus programok	zöld könyvtár családi nap flashmob állatbarát könyvtári program szabadulószo	könyves kvíz könyves piknik könyves elvonulás éjszaka a könyvtárban könyvcseré könyves bál

A táblázatban szereplő kódok csökkenő gyakorisági sorrendben szerepelnek.
(saját szerkesztés, N=60)

A 18. táblázat a könyvtári olvasásnépszerűsítő programok közös előfordulását mutatja meg az intézményvezetők és a könyves influenszerek által említett programok között.

18. táblázat A könyvtári olvasásnépszerűsítő programok közös előfordulása változó gyakorisággal

intézményvezetők által említett konkrét olvasásnépszerűsítő programok (N=20)	influenzerek által említett konkrét olvasásnépszerűsítő programok (N=40)
könyvklub 95% könyvajánló 90% író-olvasó találkozó 60% könyvbemutató 35% rendhagyó irodalomóra 25% irodalomterápia/biblioterápia 25% könyvtári tábor 15% fesztivál 10% filmklub 5%	könyvajánló 85% könyvklub 72,5% író-olvasó találkozó 50% könyvbemutató 15% irodalomterápia/biblioterápia 5% fesztivál 5% filmklub 5% rendhagyó irodalomóra 2,5% könyvtári tábor 2,5%

(saját szerkesztés, N=60)

A könyvtárosok szemszögéből több oldalról közelítjük meg ezt a témát. Egyrészt a helyi közösség literációs nevelése, a könyvtári olvasóvá nevelő kezdeményezések és rendszeres

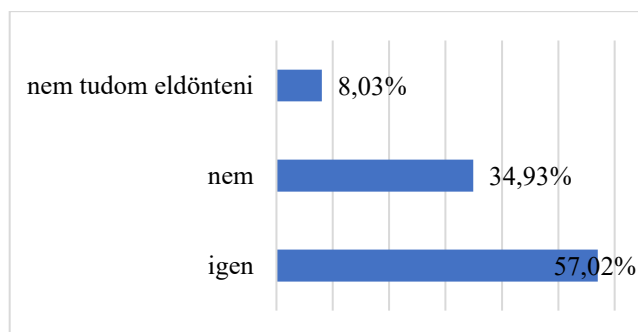
programok, események tükrében, valamint a könyvtár által megszólított generációk oldaláról. A könyvtárak a helyi közösség olvasóvá nevelésében és az olvasási kultúra erősítésében komplex, többszintű szerepet töltenek be, amely az intézményi szolgáltatásokra, a közösségi kapcsolatokra és a személyes szakmai jelenlétre épül. A könyvtárosok tapasztalatai alapján az olvasóvá nevelés támogatása a minden generációt megszólító, gazdag programkínálaton keresztül valósul meg. Ezek közé tartoznak a gyermekfoglalkozások, a könyvtárhasználati órák, az író-olvasó találkozók, a könyvklubok, az olvasótáborok, a kézműves foglalkozások, a vetélkedők, a tematikus rendezvények és az olvasásnépszerűsítő játékok.

A könyvtárakban kiemelt figyelem irányul a legfiatalabb korosztályok (bölcsődés és óvodás gyermekek) elérésére, hiszen a korai könyvtári élmények, a meseolvasás és a közös foglalkozások (papírszínház, diavetítés) megalapozzák az olvasáshoz fűződő pozitív viszonyt és a későbbi könyvtárhasználatot. Az iskolás korosztály számára könyvtárhasználati órákat, különböző pályázatokat, kreatív kézműves programokat és tematikus könyvajánlókat szerveznek, amelyek az olvasási készségek, a motiváció és a szövegértés fejlesztését célozzák. A kamaszok és fiatal felnőttek megszólításában egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a digitális platformok, a közösségi média, valamint a kortárs irodalomhoz és a fiatalok érdeklődési köréhez igazított programok. Míg a felnőtt lakosság számára rendszeresek az irodalmi estek, a könyvbemutatók, a könyvklubok, valamint a közösségi és kulturális programok, amelyek erősítik a helyi identitást és a közösség kohézióját. A közösségi és tematikus események, például az Országos Könyvtári Napok, ünnepekhez vagy évfordulókhoz kötődő programok, családi napok, olvasási kihívások, közös könyvajánlók, vetélkedők, szabadulósobák, helyi szerzők bemutatkozásai mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a könyvtár a helyi közösség kulturális életének meghatározó szereplőjévé váljon. Az olvasóvá nevelés nem csupán programok szervezésével valósul meg, hanem személyes kapcsolattartással, könyvajánlással, az olvasói igények figyelembevételével, az állomány folyamatos fejlesztésével, valamint a könyvtár barátságos, befogadó közösségi térként való működtetésével is. Külön figyelmet fordít a könyvtár az inkluzivitásnak, a hátrányos helyzetű, fogyatékkal élő, időskorú vagy speciális igényű csoportok bevonására (például könyvtárbuszos szolgáltatás, idősek otthonában tartott felolvasások, fogyatékkal élőknek szervezett foglalkozások, akadálymentesítés). A könyvtárak továbbá innovatív szolgáltatásokat is bevezetnek, mint az e-book kölcsönzés, online beiratkozás, könyvházhozszállítás, vagy a digitális adatbázisok távoli elérése.

A könyvtárosok véleménye alapján a programtervezés során tudatos, igényalapú és közösségorientált szemléletet alkalmaznak a könyvtárak. Kiemelt hangsúlyt kap az olvasói igények folyamatos felmérése, mely során kérdőívek, személyes beszélgetések, online visszajelzések és elégedettségmérés segítségével rendszeresen monitorozzák a

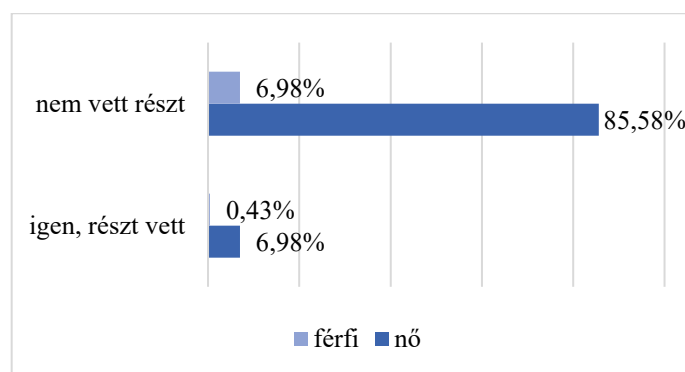
könyvtárlátogatók és felhasználók érdeklődési körét, javaslatait és preferenciáit. Mindez lehetővé teszi, hogy a programkínálat rugalmasan alkalmazkodjon a helyi közösség aktuális szükségleteihez, életkori sajátosságaihoz, valamint a társadalmi és kulturális trendekhez. A felhasználók differenciált megszólítása, az aktív bevonás, valamint a hatékony kommunikáció és marketing mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a könyvtári rendezvények széles közönséget érjenek el és relevánsak maradjanak.

A következő ábra (28. ábra) a könyvtárosok véleményét tükrözi arról, hogy a saját intézményük képes-e minden generációt megszólítani. Az adatok arra utalnak, hogy a könyvtárosok többsége bizakodó, ugyanakkor jelentős azok aránya is, akik ezt nem tartják megvalósíthatónak. A bizonytalan válaszadók aránya viszonylag alacsony, ami azt jelezheti, hogy a könyvtárosok többsége határozott véleménnyel rendelkezik ebben a kérdésben. Ebből arra következtethetünk, hogy a könyvtárak társadalmi szerepének megítélése differenciált. A pozitív válaszok magas aránya azt mutatja, hogy a könyvtárosok többsége hisz abban, hogy a könyvtárak inkluzívak és minden korosztályt képesek megszólítani. De a nemleges válaszok jelentős aránya arra is rámutat, hogy a generációk közötti elérésben kihívásokkal kell szembenézni, ami további fejlesztési lehetőségeket, célzott programokat és innovatív szolgáltatásokat indokolhat a könyvtári szférában.



28. ábra A könyvtárak generációkat megszólító képességének megítélése
(saját szerkesztés, N=249, missing=5, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A könyvtárlátogatók oldaláról is megközelítettük a könyvtári programok és kezdeményezések témakörét. Meglepő eredmény, hogy körükben mindössze 34-en (N=458) vettek részt korábban könyvtári olvasóvá nevelő programon (29. ábra).



29. ábra A könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel nemi aránya (saját szerkesztés, N=458, missing=1, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Ez a rendkívül alacsony arány azzal állhat összefüggésben, hogy a látogatók jelentős része nincs tisztában azzal, mit is jelent pontosan az olvasóvá nevelő program. A könyvtári gyakorlatban ugyanis szinte minden program, legyen az könyvbemutató, író-olvasó találkozó, olvasóklub, vetélkedő vagy tematikus foglalkozás, könyves apparátussal a háttérben mind-mind tudatos az intézmény részéről, még ha a résztvevők ezt nem is tudatosítják magukban. Ez a fogalmi bizonytalanság ahhoz vezet, hogy a könyvtári programokon részt vevők sokszor nem ismerik fel, hogy ezek a rendezvények éppen az olvasási attitűdök, motivációk és készségek fejlesztését célozzák. Így a válaszadók alulreprezentálják saját részvételüket, hiszen csak azokat a programokat tekintik ilyen célnak megfelelőnek, amelyek explicit módon „olvasóvá nevelő” címkével vannak ellátva, holott a könyvtári szolgáltatások többsége közvetve-közvetlenül ezt a célt szolgálja. A jelenség háttérében az is meghúzódhat, hogy a könyvtári olvasásfejlesztő tevékenységek rendkívül sokrétűek, és gyakran integrálódnak más, közösségépítő vagy szabadidős programokba. Így a felhasználók számára nem mindig válik egyértelművé, hogy például egy mesedélután, egy kreatív foglalkozás vagy egy társasjáték klub is az olvasóvá nevelés eszköze lehet. Ez az eredmény tehát nem csupán a könyvtári olvasóvá nevelő programok alacsony látogatottságára, hanem a fogalmi tisztázatlanságra, a könyvtári kommunikáció kihívásaira és a felhasználói tudatosság hiányára is rámutat. Ezért a könyvtárak számára kiemelt feladat, hogy programjaikat egyértelműen pozícionálják, és a látogatók számára is világossá tegyék, hogy a könyvtári jelenlét és a részvétel szinte minden formája hozzájárulhat a literális neveléshez. Erre azért is következtethetünk, mert a könyvtárlátogatás céljai kapcsán megjelölték ezeket a programokat, lehetőségeket.

A függetlenségvizsgálat során alkalmazott statisztikai mutatók, Pearson-féle Khí-négyzet próba ($\chi^2=0,127$; $p=0,722$), folytonossági korrekció ($\chi^2=0,000$; $p=0,987$), valószínűségi hányados ($\chi^2=0,135$; $p=0,713$), Fisher-egzakt próba ($p=1,000$ kétoldalú; $p=0,528$ egyoldalú) és lineáris asszociáció ($\chi^2=0,127$; $p=0,722$), egyöntetűen azt mutatják, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a nem és a könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel között. Bár a

mintában a nők aránya magasabb, a programokon való részvétel előfordulási aránya mindkét nem esetében hasonló (nők: 7,5%, férfiak: 5,9%). Tehát a könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel nem függ szignifikánsan a nemtől. S az alábbi 19. táblázat pedig azt mutatja, hogy az olvasóvá nevelő programokon való részvétel az életkorral sincs összefüggésben. Ahogy az látható, a legtöbb korosztályban a nemleges válasz dominál, s nem mutatkozik jelentős generációs eltérés.

19. táblázat A könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel korcsoporti eloszlásban

Vett már részt könyvtári olvasóvá nevelő programon?			
	igen	nem	Össz.
10-17	10%	90%	100%
18-24	6%	94%	100%
25-29	5,26%	94,73%	100%
30-34	5,19%	94,80%	100%
35-39	10,60%	89,39%	100%
40-49	10,46%	89,53%	100%
50-76	7,46%	92,53%	100%
Össz.	7,69%	92,30%	100%

(saját szerkesztés, N=442, missing=7, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Viszont mind a Pearson Chi-Square ($p=0,02$), mind a Likelihood Ratio tesztek ($p=0,006$) p-értéke ($p<0,05$) statisztikailag szignifikáns, bár nem lineáris kapcsolatot mutat a régiók és a könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel között (20. táblázat). Az Észak-Alföldi régió kiemelkedik a résztvevők számával ($n=19$), míg a határon túli kitöltők közül senki sem vett részt ilyen programon. A regionális különbségek utalhatnak arra, hogy az olvasóvá nevelő programok elérhetősége vagy népszerűsítése eltérő az egyes régiókban.

20. táblázat Könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel régiók szerint

Vett már részt könyvtári olvasóvá nevelő programon?			
	igen	nem	Össz.
Dél-Alföldi régió	5,55%	94,44%	100%
Nyugat-Dunántúli régió	10,76%	89,23%	100%
Észak-Alföldi régió	11,65%	88,34%	100%
FSZEK	1,06%	98,93%	100%
határon túl	0	100%	100%
Össz.	7,56%	92,43%	100%

(saját szerkesztés, N=436, missing=23, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A következő keresztábraelemzés eredményei alapján részletesebb értelmezést adhatunk a régiók és a könyvtárak olvasóvá nevelő programjainak értékelése közötti összefüggésről (21. táblázat). Mindhárom teszt p-értéke ($p > 0,05$) azt jelzi, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a régiók és az olvasóvá nevelő programok értékelése között. Ez arra utal, hogy a programok minősége vagy a résztvevők elégedettsége hasonlóan pozitív az ország különböző részein.

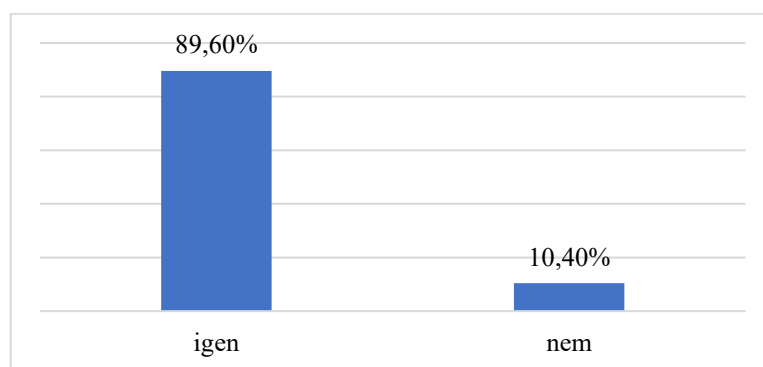
21. táblázat Elégedettségi mérés az olvasóvá nevelő programok kapcsán régiós megoszlásban

Hogyan értékeli a könyvtára által nyújtott olvasóvá nevelő programokat?						
	egyáltalán nem elégedett	nem elégedett	semleges	elégedett	teljes mértékben elégedett	Össz.
Dél-Alföldi régió	10%	5,71%	28,57%	14,28%	41,42%	100%
Nyugat-Dunántúli régió	0	5,88%	23,52%	14,70%	55,88%	100%
Észak-Alföldi régió	8%	2%	37%	20%	33%	100%
FSZEK	7,89%	2,63%	50%	18,42%	21,05%	100%
határon túl	0	0	66,66%	0	33,33%	100%
Össz.	7,34%	3,67%	35,10%	17,14%	36,73%	100%

(saját szerkesztés, N=245, missing=10, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A könyvtárlátogatók rendkívül sokszínű és innovatív javaslatokat fogalmaztak meg az olvasóvá nevelés könyvtári létjogosultságára. A válaszok alapján kiemelkedő igény mutatkozik a közösségi élményen alapuló programokra, mint például könyvklubok, felolvasóestek, könyvbemutatók, író-olvasó találkozók, illetve könyves beszélgetések és vitadélutánok. Többen hangsúlyozták az interaktivitás és a kreativitás fontosságát: közös olvasások, könyvkibeszélők, könyves kvízek, játékos vetélkedők, kézműves foglalkozások, rajz- és videóképző versenyek, valamint workshopok mind hozzájárulhatnak az olvasás élményszerűségéhez. Ezen kívül számos javaslat érkezett a digitális lehetőségek és a közösségi média intenzívebb kihasználására is, különösen a fiatalabb generációk megszólítása érdekében. A TikTok, Instagram, YouTube, Facebook és más platformok használata, influenszerek, booktuberek, bloggerek bevonása, online könyvajánlók, kihívások, promóciós videók, valamint a könyvtár saját digitális arculatának erősítése mind a modern kommunikációs csatornák szerepét hangsúlyozzák. Többen javasolták, hogy a könyvtárak ne csak az intézmény falain belül, hanem szabadterén, iskolákban, közösségi helyszíneken is szervezzenek programokat, ezzel is bővítve a felhasználók körét. A válaszadó könyvtárlátogatók fontosnak tartják a személyre szabott könyvajánlásokat, a kortárs és népszerű szerzők, valamint hírességek meghívását, a fiatal olvasók aktív bevonását (például saját könyvajánló videók vagy közös

projektek készítése), illetve a könyvtár szolgáltatásainak és programjainak jobb marketingjét, akár hírlevéllel, nyereményjátékokkal. Többek szerint már óvodás kortól szükséges a könyvtári élmények biztosítása, a szülők edukációja, valamint az iskolákkal és más közösségi szereplőkkel való szoros együttműködés. Tehát a könyvtárlátogatók szerint, kutatásunk többi célcsoportjának megfelelően, az olvasóvá nevelés sikeressége a közösségi élmény, az interaktivitás, a digitális jelenlét, a kreatív programok és a személyes kapcsolatok ötvözésén múlik, miközben a könyvtáraknak folyamatosan alkalmazkodniuk kell a változó olvasói igényekhez és a társadalmi-kulturális trendekhez. Ide tartozik az is, hogy akár online elérhető olvasóvá nevelő programokat szervezzenek, mint a 30. ábra is szemlélteti. A válaszadók túlnyomó többsége, közel 90%, jelezte, hogy szívesen részt venne ilyen típusú online programokon, követné a könyvtárak internetes tevékenységét. Ez egyértelműen rámutat arra, hogy a digitális térben megvalósuló olvasásnépszerűsítő kezdeményezések iránt rendkívül magas a kereslet, ami a könyvtárak számára stratégiai lehetőséget jelent a szolgáltatásaik bővítésére és a különböző korosztályok, különösen a fiatalabb generációk hatékonyabb elérésére.



30. ábra A könyvtárlátogatók igénye online könyvtári olvasóvá nevelő programokra (saját szerkesztés, N=434, missing=21, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Alfejezetünkben azt kívántunk feltárni, miként értelmezik és osztják meg kutatásunk célcsoportjai a könyvtárak szerepét és felelősségét az olvasásnépszerűsítés terén, valamint, hogy ez miként jelenik meg az olvasóvá nevelő programok megtervezésében és megvalósításában. Előfeltételünk szerint a könyvtárak programjai, s az influenszerek tevékenysége növelik az olvasás iránti érdeklődést, az olvasási kedvet, különösen a fiatalok körében. Hipotézisünk szerint az idősebb könyvtárlátogatók a hagyományos programokat preferálják, a fiatalok esetében pedig a programtípus és a generációs sajátosságok határozzák meg a részvételi aktivitást (E1b., H1b.). Az interjúkhoz kapcsolódó előfeltételezés igazolódni látszik, mivel a könyvtári gyakorlat és az influenszerek beszámolóí egyaránt az olvasási kedv erősödésére utalnak, különösen a fiatalabb korosztályok esetében. A további bemutatott

kvantitatív eredmények alapján a vizsgált hipotézis nem igazolható. Az elemzett adatok azt mutatják, hogy a könyvtárosok szerint az olvasásnépszerűsítő és olvasóvá nevelő programok hatékonysága lényegesen függ attól, milyen típusú programot szerveznek a könyvtárak, hogy mely generációt szólítják meg (Zhang, 2024; Sudan, 2023; Basawaraj, 2021; Jawale, 2020). Ennek ellenére a részvételi arányok azt jelzik, hogy a válaszadó könyvtárlátogatók többsége, közel 90%-a, eddig még nem kapcsolódott be a könyvtári olvasóvá nevelő programokba. Ez felveti a kérdést: vajon mennyire vannak jelen ezek a programok a hétköznapi könyvtárhasználók tudatában, milyen akadályok nehezítik a szélesebb elérést? A programok ismertsége, láthatósága, illetve világos kommunikációja nélkül nem várható tömeges részvétel, bár maguk a szakemberek, a könyvtárosok többsége hisz a generációk megszólításának lehetőségében. A programtípus és a generációs sajátosságok valóban fontosak, de az aktív részvétel magas szintje nem igazolódott: a könyvtárhasználók jelentős része még nem kapcsolódott be ezekbe a programokba (Gombos et al., 2019; Csík, 2011; Nagy & Péterfi, 2006; Nagy, 2001).

6.3. Olvasási szokások, könyvválasztás

Az olvasási kultúra alakulásában nemcsak az intézmények, hanem az egyéni és közösségi szereplők is meghatározóak. Ebben az alfejezetben a könyves influenszerek, a könyvtárosok és a könyvtárlátogatók olvasási szokásainak jellemzőit, motivációit és hatását vizsgáljuk, azt is feltárva, miként befolyásolják egymást a különböző szereplők és milyen hatással vannak a szélesebb olvasóközösségre.

A könyves influenszerek olvasási szokásai összetett és sokrétű rendszerben formálódnak, amelyben kiemelt szerepet kapnak a családi és iskolai környezet mintái, a kortárs közösségi élmények, valamint a digitális platformok lehetőségei. Olvasási döntéseiket a személyes motiváció, az érzelmi kötődés, a közösségi hatások és a praktikus szempontok egyaránt meghatározzák, miközben a fizikai és digitális formátumok használatában is alkalmazkodó, hibrid magatartást tanúsítanak, mely a következő táblázatokban összefoglalt szuperfaktorok alapján is kirajzolódik.

Az olvasási formátum-preferencia alapján (22. táblázat) az influenszerek három csoportba sorolhatóak. Vannak, akik a nyomtatott könyv élményét részesítik előnyben, értékelik a könyv kézzelfoghatóságát, a borító és az illat érzéki hatását, és szívesen gyűjtik saját példányaikat, sőt házi könyvtárat is építenek. Egy másik kategóriát képeznek a hibrid olvasók, akik tudatosan kombinálják a digitális és a nyomtatott formátumot, általában az aktuális helyzet vagy a műfaj határozza meg a fő választásukat. Végül az elsődlegesen digitális olvasók az e-

bookokat, a hangoskönyveket és az online platformokat részesítik előnyben, kiemelve a mobilitást, gazdaságosságot és helytakarékoságot.

22. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – olvasási formátum szuperfaktor

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
digitális olvasás	e-book	72,5%	„Gondolkoztam egy e-book olvasó beszerzésén, sokszor szerintem sokkal kényelmesebb azon olvasni.” (i24)
	nyomtatott-digitális szinergia	35%	„A vastag nehéz könyveket mindig digitálisan olvasom, de mellettem van a fizikai példány is.” (i22)
	hangoskönyv	15%	„Az elmúlt években rákaptam a hangoskönyvekre...” (i25)
	előolvasás	12,5%	„több kiadó is átküldi megjelenés előtt a könyvet, így hamarabb el tudjuk olvasni, így gyorsabb” (i3)
	digitális jegyzetelés	10%	„ha Kindle-n olvasok, olyankor kijelölöm a fontos részeket...” (i18)
papíralapú olvasás	nyomtatott könyvek preferálása	70%	„Én a nyomtatott könyveket jobban kedvelem, szeretem gyűjteni őket, a polcomon tudni az olvasmányaim, levenni, átlapozni, megszagolni, képeket készíteni róluk...” (i14)
	recenziós példány	45%	„Amióta csinálom az oldalam, azóta megkeresnek a kiadók és ajánlanak, küldenek könyvet és emiatt mostanában inkább a nyomtatott példányok.” (i35)
	saját példány	32,5%	„...szeretem azt a tudatot, hogy nem kell visszaadnom a könyveket.” (i22)
	könyvborító	17,5%	„Tudom, ne ítéld borító alapján, de nekem ez is egyfajta szempont, ellenben itt is érvényes a külső megfog, belső megtart elv.” (i11)
	anyagi forrás	17,5%	„Gyerekként minden második szombaton a könyvtárban voltam, mert anyukám képtelen volt tartani a tempót az olvasási szokásaimmal, anyagilag ez jobban megérte.” (i37)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: illegális letöltés, szemkímélés.

(saját szerkesztés, N=40)

A 23. táblázatban a könyves influenszerek olvasási attitűdjének komplexitását és sokrétűségét mutatjuk be. Az érzelmi komponens, mint például az olvasási motiváció és a hangulatalapú olvasás, kiemelkedő arányban jelenik meg, ami arra utal, hogy az olvasás élménye erősen kötődik belső impulzusokhoz, inspirációhoz és személyes értékekhez. Emellett hangsúlyosan jelent meg az interjúkban az is, hogy az olvasás nem csupán információszerzés, hanem egyfajta kikapcsolódás, önreflexió és mentális pihenés is az influenszerek számára. Az olvasás szeretete, a könyvek személyes értéke azt mutatja, hogy az olvasásnépszerűsítő aktív olvasói attitűdje mögött mély kötődés húzódik.

23. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – olvasási motivációk és preferenciák szuperfaktor

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
érzelmi-kognitív motivációk	olvasási motiváció	90%	„Jelenleg az motivál, hogy olyan szerzőket adjak az emberek kezébe, akiket nem ismernek...” (i18)
	hangulatalapú olvasás	72,5%	„Mostanában volt olyan könyv, amit nem azért hagytam félbe, mert nem tetszett, hanem nehezen haladtam vele, nem volt hangulatom hozzá.” (i30)
	kedvenc könyvek	32,5%	„Ha úgy érzem, hogy kedvencet fogok avatni, akkor tudom, hogy újra és újra el fogom olvasni...” (i10)
	inspiráció	15%	„Hiszem, hogy értéket teremtek, szeretnék inspirálni, motiválni másokat, irányt mutatni kicsit a könyvek tengerében.” (i11)
olvasási célok	élményszerzés	30%	„Élvezni az olvasást.” (i40)
	szabadidős tevékenység	27,5%	„...egy olyan szabadidős tevékenység, ami hasznos is meg szórakoztató is” (i35)
	menedék	22,5%	„...nagyon sok kérdésem volt, és a kérdéseimre nem kaptam választ, viszont a könyvekben igen és a könyvekhez menekültem, a könyvek adtak erőt...” (i16)
	szórakozás	17,5%	„Nem mindegyik tartalomnak az olvasásnépszerűsítés az elsődleges célja, valamelyik könyvekhez kapcsolódóan inkább szórakoztat.” (i30)
	tájékozódás	15%	„Sokkal tájékozottabb vagyok...” (i10)
	tudatos olvasás	12,5%	„Tudatosan próbálok minden nap legalább egy óra olvasást beiktatni, de ezt szerintem máshogy nem is lehet, muszáj tudatosnak lenni...” (i19)
	minőségi irodalom	12,5%	„A szöveg minősége és a cselekményszál két különböző dolog. Az olvasók ismerjék fel a hibákat, tegyenek különbséget jó és rossz könyv között, ismerjék fel az objektív és szubjektív közti különbséget...” (i13)
	stresszoldás	10%	„...Nekem a stresszt nagyon jól oldja, teljesen el tud vinni egy másik világba, totálisan ki tudok kapcsolni...” (i16)
olvasás élvezete, kötődés	olvasás szeretete	85%	„Már kislánykorom óta szeretek olvasni, mindig is nagy szerepe volt a könyveknek az életemben, de nem volt kifejezetten kiváltó ok.” (i9)
	olvasás személyes értéke	75%	„Számomra az olvasás a legkedvesebb kikapcsolódás, ami által megannyi életet átélhetek. Nekem ez jelenti a napi pihenést, de egyben az izgalmakat is...” (i14)
	kedvencek újra olvasása	35%	„kedvenc íróim könyveit előszeretettel olvasom újra, például Leiner Laura, Colleen Hoover.” (i11)
	könyves érzelmi hatása	15%	„...megosztom a könyvek által kapott érzéseimet” (i7)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: kíváncsiság, flow élmény, filmbéli karakterek.
(saját szerkesztés, N=40)

Az olvasási szocializáció típusai különböző hátterekből és tapasztalatokból erednek (24. táblázat). Az egyik csoport a családi mintakövető olvasók, akik szenvedélyes olvasásukat intenzív családi példának, közös könyvtárlátogatásnak, mesélésnek, valamint könyvajándékozásnak köszönhetik. Gyakran mély érzelmi kötődésük van a gyermekkori könyvekhez és a szülői vagy nagyszülői olvasási mintákhoz. Ezzel szemben az iskola által inspirált olvasók olvasási elköteleződését elsősorban az irodalomtanárok ajánlásai, a közös olvasások, az iskolai közeg és az olvasó társak határozzák meg. Harmadik típusként pedig a kortárs-közösségi olvasók jelennek meg, akik számára az olvasás egy közösségi élmény,

amelyet generációs sikerkönyvek, például a Harry Potter, valamint könyves influenszerek és online könyves közösségek támogatnak olvasói identitásuk kialakításában.

24. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – szociális és edukációs háttér szuperfaktor

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
iskolai előzmények	iskolai kötelező olvasmányok	95%	„Kezdetől fogva szorgalmas tanuló voltam, szinte az összes kötelező olvasmányt el is olvastam, viszont ezek közül sokkal szenvedtem...” (i14)
	tanári támogatás	77,5%	„Általános iskolás koromban, első vagy második osztályban az osztályfőnök elvitt a városi könyvtár gyermekkönyvtári részébe minket...” (i33)
	általános iskola	75%	„Olvastam általános iskolában is, de közel nem annyit és kötelezőket szinte egyáltalán nem.” (i17)
	középiskola	50%	„Középiskolában volt egy magyartanárom, aki sok mértékben meghatározta nemcsak az irodalom, hanem magához az íráshoz való viszonyomat is...” (i3)
	iskolai könyvtár	37,5%	„Szerintem nagyon jó pedagógusok kellene és nagyon jó könyvtárosok és elérhető könyvtár. Tehát az iskolában legyen könyvtár...” (i12)
	iskolai ajánlott olvasmányok	25%	„Inkább ajánlott irodalomként érdemes ilyesmiket a diákok figyelmébe ajánlani, hátha megjön hozzá a kedvük.” (i1)
	felsőoktatás	10%	„Az egyetemen már a kortársak, és a tanáraink is meghatározóak voltak, bölcsészszakokon azt hiszem ez szinte elkerülhetetlen.” (i5)
családi, társas háttér	szülői hatás	82,5%	„Szüleim is szerettek olvasni, kiskorunkban mindig könyvet kaptunk ajándékként.” (i39)
	nagyszülői hatás	27,5%	„...Mindig körül voltam véve könyvekkel, otthon is és a nagyszüleimnél is.” (i37)
	gyermekkori olvasás hiánya	17,5%	„Kiskoromban egyáltalán nem szerettem olvasni.” (i26)
	gyermekkori könyvtárhasználat	15%	„Gyerekként minden második szombat a könyvtárban voltam, mert anyukám képtelen volt tartani a tempót az olvasási szokásaimmal.” (i37)
	internet nélküli világ	10%	„Az internet előtti gyerekkorban magányos tevékenység volt az olvasás.” (i6)
olvasó közösségek	szerzők hatása	95%	„Van pár kedvenc szerzőm, akiknek legszívesebben minden könyvét olvasnám.” (i14)
	könyves influenszerek hatása	47,5%	„... ha Viszkok Fruzi a tízezres követő bázisával kirakja azt, hogy ezt a könyvet olvassa, akkor ő már nagy tömegeket tud megmozgatni.” (i3)
	könyves közösség	45%	„Aztán megismertem a bookstagram közösséget, így még több könyvet ismerhettem meg és én is szívesebben írok ajánlókat.” (i32)
	olvasó társak	37,5%	„Több fiatal ismerősöm van 13-16 évesek, akik elsősorban a közösségi médiából tájékozódnak, egymásnak ajánlanak könyveket...” (i20)
	könyvmoly	20%	„...kommunikáció indult el köztem és más könyvmolyok között, akikkel valószínűleg a valós életben nem találkoztam volna...” (i19)
	könyves influenszerek ajánlásai	15%	„A fiatalok szeretnek influenszereket másolni, ha ők olvasnak, akkor a fiatalok is fognak.” (i40)
	korcsoporti ajánlás	12,5%	„... megfelelően belőve, hogy melyik könyv melyik korosztálynak való.” (i8)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: felsőoktatásban oktatók, korai olvasás, testvér hatása. (saját szerkesztés, N=40)

Az influenszerek olvasásszervezési stratégiái is eltérő mintázatokat mutatnak, melyet az alábbi, 25. táblázatban szemléltetünk. Az úgynevezett polifókuszos olvasók egyszerre több könyvet olvasnak, gyakran műfaj vagy forma szerint váltogatnak, de a hangulatuk és az élethelyzetük is befolyásolja választásaikat. Ők követik a közösségi trendeket, kihívásokat is. Ezzel szemben a monofókuszos olvasók jellemzően mindig egyetlen könyvet olvasnak végig, így elmélyült, reflektív olvasási élményre törekednek. A hangulatolvasó típus pedig az adott pillanat lelkiállapotának, évszaknak vagy élethelyzetnek megfelelően választ olvasmányt, és gyakran követi az aktuális közösségi ajánlásokat vagy tematikus olvasási kihívásokat. A jegyzetelési attitűdök tekintetében megkülönböztethetők azok, akik védik a könyveiket, tehát nem írnak a könyvekbe, hanem külön jegyzetfüzetet, sticky note-okat használnak, illetve digitálisan jegyzetelnek. A funkcionális jegyzetelők főleg ceruzával vagy digitális eszközökkel készítenek feljegyzéseket, különösen tartalomgyártás vagy recenzió céljából. A reflektív jegyzetelők ezzel szemben a jegyzeteket a személyes élmény mélyítésére, önreflexióra és kreativitás fejlesztésére használják, gyakran posztok vagy blogbejegyzések formájában is megjelenítik gondolataikat. A könyvválasztási és feldolgozási preferenciák alapján is különböző olvasói magatartások figyelhetők meg. Az önálló választók nehezen viselik a kötelező olvasmányokat, inkább saját érdeklődésük és kedvenc műfajaik szerint választanak, és bár igyekeznek minden könyvet végigolvasni, ha nem tetszik nekik, félbehagyják. Ezzel szemben a maximalista olvasók minden könyvet végigolvasnak, különösen tartalomgyártási vagy recenziós kötelezettségek esetén, teljesítményorientáltak. Végül a tudatos szelektáló olvasók nem ragaszkodnak a könyvek teljes befejezéséhez, ha nem nyeri el az érdeklődésüket, 40–100 oldal után abbahagyják; számukra az olvasás öröme fontosabb, mint a formális befejezés.

25. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – viselkedésminták, stratégiák szuperfaktor

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
olvasási gyakorlatok	olvasási trend	97,5%	„...inkább azt mondanám, hogy megváltozott, hogyan beszélünk az olvasásról, láthatóbb lett. Tehát idegen emberek mondják el a véleményüket. Nyilván az internet segítségével ez sokkal többekhez több idegen emberhez elér, mint régen.” (i17)
	párhuzamos olvasás	87,5%	„...néha papíralapú könyv mellett e-könyvet és hangoskönyvet is olvasok, vagy regény mellett ismeretterjesztőt.” (i25)

	olvasásra fordított idő	77,5%	„Attól is függ, milyen élethelyzetben vagyok, mennyi időm. Van, amikor szándékosan rövidebb könyvet olvasok...” (i16)
	bárhol-bármikor olvasás	60%	„A tömegközlekedésen az aktuális regényemet olvasom. Ha boltban, bankban, postán, bárhol sorba kell állni, tudok olvasni, azok közé tartozok, akik azonnal emlékeznek arra, hogy hol tartanak és mi történt a könyvben...” (i6)
	esti olvasás	50%	„A legtöbbet este olvasok. Ekkor remekül lehet haladni a könyvvel és nem is megerhelő. Bizonyítottan segít az alvásra hangolódni, nyugtatja, pihenteti az elmét.” (i11)
	egyszerre egy könyv	42,5%	„Nem hiszek a multitaskingban így egyszerre csak egy könyvet szeretek olvasni.” (i25)
	kedvencek újraolvasása	35%	„A kedvenceimet szeretem újra elővenni, de egyre kevésbé jut időm újraolvasni.” (i30)
	olvasási szokások	25%	„Én csak itthon olvasok, elmélyedve. Este 7 után próbálok elvonulni a családtól, olvasni vagy lefekvés előtt és természetesen hétvégénként.” (i40)
	reggeli olvasás	25%	„Nagyon szeretek reggel felkelés és a napindítás között olvasni...” (i2)
	idő prioritása az olvasásban	25%	„Tudatosan szánok időt az olvasásra, mindig van nálam könyv, bárhová megyek. Igyekszem tartani azt, hogy legalább napi fél órám legyen az aktuális könyvemre.” (i11)
	olvasás napközben	20%	„Ebéd közben is olvasok.” (i29)
	könyv végig olvasása minden esetben	15%	„Általában végig olvasom, nagyon rossznak kell lennie ahhoz, hogy véglegesen letegyem. Ha recenzióba kaptam a könyvet, akkor megpróbálom végigolvasni... Ha nem recenzió akkor könnyebben hagyom félbe, de akkor is megpróbálom elolvasni.” (i9)
	olvasói intuíció	12,5%	„Úgy gondolom, hogy minden könyv, amit kinyitok annak oka van.” (i22)
	gyors olvasó	12,5%	„Mivel gyorsan olvasok így egy este alatt kivégzek egy 400-500 oldalas könyvet.” (i20)
	olvasási környezet	12,5%	„Igyekszem bárhol-bármikor olvasni, a nagy zaj tud zavarni, de az iskolai szünetekben és órán is olvastam, mert kizárom a külvilágot közben.” (i1)
	olvasás idegen nyelven	10%	„Most, hogy angol könyveket vásárolok, így újra megvan a nagy könyvgyűjtögetés érzése...” (i3)
	hétvégi olvasás	10%	„A hétvégén több időm van, ilyenkor akár napi több órát is olvasgatok.” (i14)
jegyzetelési szokások	jegyzetelés kerülése	57,5%	„Nem szokásom bármiféleképp megrongálni, mert nekem a könyv az szent.” (i33)
	jegyzetelés könyvekbe	40%	„Aláhúzni szoktam, de csak ceruzával. Szóval én szeretek beleírogatni, mert az én könyvem és így könnyebben visszakereshető...” (i17)
	könyvbe írás kerülése	30%	„Soha. Még valamikor lelkes voltam, és akkor jelöltetem a kedvenc idézeteimet kis cetlikkel, soha nem írok bele.” (i3)
	jegyzetelés tartalomgyűjtéshez	12,5%	„a telefonomba, Google dokumentumba szoktam írni magamnak jegyzeteket...” (i16)
	digitális jegyzetelés	10%	„Kindle-n csak idézeteket szoktam kijelölni...” (i9)
	jegyzetelés füzetbe	10%	„Van erre egy kis füzetem, ami mindig mellettem van, abba írom az olvasás közbeni gondolataimat.” (i11)
kihívások, problémák	olvasói csalódás	90%	„Előfordul, hogy csalódok egy más által kedvelt könyvben, de mindig találok valami szeretnivalót az adott könyvben” (i34)

	olvasási kedv	65%	„Vannak időszakok, amikor egyáltalán nincs kedvem olvasni, de olyan nap is akad amikor kiolvasok egy könyvet.” (i26)
	időmenedzsment	50%	„Számomra a rutinban van a kulcs, mindennek megvan a saját ideje, így az olvasásnak is...” (i14)
	könyv félbehagyása	42,5%	„Ha klasszikus akkor azért harcolok vele, mert nem véletlenül olvasom, a kortársat könnyebben eldobom.” (i21)
	internethasználat	20%	„Szerintem az időnk nagyrészt az interneten, a képernyő előtt töltjük...” (i37)
	csalódás könyvekben	17,5%	„Természetesen volt már nem is egyszer olyan, hogy egy könyvet nagyon vártam, aztán teljes csalódás volt...” (i30)
	csalódás szerzőben	15%	„...amikor egy magyar írónak nem teszik, ha a könyvére nem 5, hanem 3 csillagot adunk és leírjuk, nekünk mi nem tetszett a regényben, mindezt kulturált körülmények között” (i4)
	olvasási válság	15%	„Néha vannak olvasási válságaim, de nem belefáradok az olvasásba csak nincs hozzá kedvem.” (i25)
	olvasási szünetek	12,5%	„Van, hogy belefáradok, ami néha pár nap, néha pár hét nem olvasást jelent.” (i38)
könyvválasztás	házi könyvtár	100%	„...moly.hu alapján vezetem” (i7)
	friss megjelenések	65%	„Véleményem szerint minél inkább kirakatba kell tenni a friss megjelenéseket, ez fogja leginkább bevonni az olvasókat” (i23)
	könyvválasztás	72,5%	„Több szempont szerint választok, munka miatt olvasom, moly.hu kihívás miatt, közös olvasás a könyvklubommal vagy a barátaimmal...” (i6)
	kritikus hozzáállás	52,5%	„Gyökeresen át kell alakítani ezt a kérdést, 30 éve is elavult volt a kötelező olvasmányos rendszer.” (i40)
	műfaji váltakozás	50%	„Novelláskötetet, regényt, ifjúsági kötetet és felnőtt történetet, tehát ami nagyon más, vagy pszichológiai témájú könyvet egy regény mellett, de azonos zsánert nem...” (i16)
	olvasási kihívás	32,5%	„Vannak nagy kihívás terveim, az 1001 könyves listáról a felét elolvasni, vagy molyos kihívás terveim is vannak...” (i17)
	olvasási preferencia	30%	„Kimozdulok a komfortzónámból, olvasok más műfajokat is. Könyvklubba is járok, ahol mindig más ember választ könyvet...” (i19)
	könyvborító	17,5%	„Természetesen, van, hogy elcsábít egy szép külső.” (i29)
	olvasási formátum	15%	„Vegyesen olvasok, mindkettő praktikus, könyvet sajnos nem tudok mindenhol magammal vinni, így jó, ha a telefonomon rajta van, amit épp olvasok.” (i21)
	minőségi irodalom	12,5%	„...nem akarom csak azért elolvasni, mert valahol ki van mondva, hogy az egy „minőségibb” mű...” (i30)
	másol által ajánlott könyvek	12,5%	„...egy ismerős ajánlotta és azt mondta, hogy ezt vedd meg, mert ez nagyon fog neked tetszeni, ez biztos jó olvasmány lesz...” (i3)
	könyv tartalomgyártáshoz	10%	„Az olvasásom fele kötött, könyvklub vagy valamilyen projekt, szóval mindig tudom, mi a következő.” (i17)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: csendre való igény, lassú olvasó, kötelező olvasmányok újraolvasása, kritikán aluli szövegek, korlátozott olvasási döntések, csalódás kiadóban.

(saját szerkesztés, N=40)

A következő szuperfaktor – személyes- és érzelmi hatás (26. táblázat) – rávilágít arra, hogy a könyves influenszerek olvasási attitűdjében az érzelmi és mentális egészséghez köthető tényezők, valamint a személyiségfejlődés szempontjai meghatározó szerepet töltenek be. Itt is megerősítésre kerül, hogy a könyvek a legtöbb influenszer számára nem egyszerű szórakozást vagy információforrást jelentenek, hanem személyes fejlődésük, kikapcsolódásuk és mentális egészségük egyik legfontosabb eszközei. Különösen figyelemre méltó, hogy a közös olvasás élménye, az inspiráció, a kreativitás és a fantázia egyaránt fontos motívumok, hiszen ezek a tényezők növelik az olvasás közösségi és önreflexív jelentőségét. Az influenszerek nem csupán tartalmakat gyártanak, hanem aktívan hozzájárulnak az olvasás társadalmi diskurzusához is, miközben mindennapi öröm- és erőforrásként támaszkodnak az olvasmányokra.

26. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – személyes és érzelmi hatás szuperfaktor

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
érzelmi hatások	könyvek hatása	95%	„Mindegyik regény hatással van ránk adott életszakaszokban és mindig akkor találunk meg, amikor szükségünk van rájuk.” (i4)
	olvasmányélmény	95%	„Több olyan könyv megmaradt, amiket iskolás koromban olvastam és tetszett...” (i33)
	olvasás iránti elkötelezettség	37,5%	„Az olvasás része a napjaimnak, már nem is hagyhatom el, hiszen mondhatni elköteleződtem mellette.” (i18)
	közös olvasás élménye	35%	„Mint tanár mindennapi feladatommak látom, hogy könyvekről beszélgetünk, közösen olvasunk, példát mutatok.” (i22)
	kedvenc könyvek	32,5%	„...a kedvenc könyveim bemutatásával élem ki a kreativitásomat.” (i22)
	könyvek érzelmi hatása	15%	„Arról írok, miként hatott rám a könyv, milyen érzéseket váltott ki, milyen volt olvasni, milyen a hangulata...” (i11)
mentális egészség	kikapcsolódás	57,5%	„Az olvasás számomra a teljes kikapcsolódás. Ha unatkozom, ha szomorú vagy dühös vagyok, ha izgatott vagyok, olvasok.” (i37)
	menedék	22,5%	„Az olvasás iránti szenvedélyem egyfajta menekülés a mindennapokból.” (i36)
	stresszoldás	10%	„Nekem a stresszt nagyon jól oldja, teljesen el tud vinni egy másik világba, totálisan ki tudok kapcsolni...” (i16)
személyiségfejlődés	olvasási motiváció	90%	„Ha valaki azt jelzi vissza, hogy az általam ajánlott könyvet szerette olvasni, akkor a motivációm célba ért...” (i6)
	olvasás szeretete	87,5%	„...Mindig természetes volt a könyveknek a szeretete, mindig azt kértem, születésnap, karácsony...” (i3)
	olvasás személyes értéke	75%	„Az életem része és nagyon sok új ablakot nyit a világra és csomó olyan élethelyzetet megismerek, amit mondjuk egyébként nem, mert mindenki egy kis buborékban él és abból nehéz úgy kilátni más élethelyzetekre...” (i17)
	élményszerzés	30%	„Csak szeretnék minél több könyvet elolvasni, és élvezni a könyvek világát.” (i22)

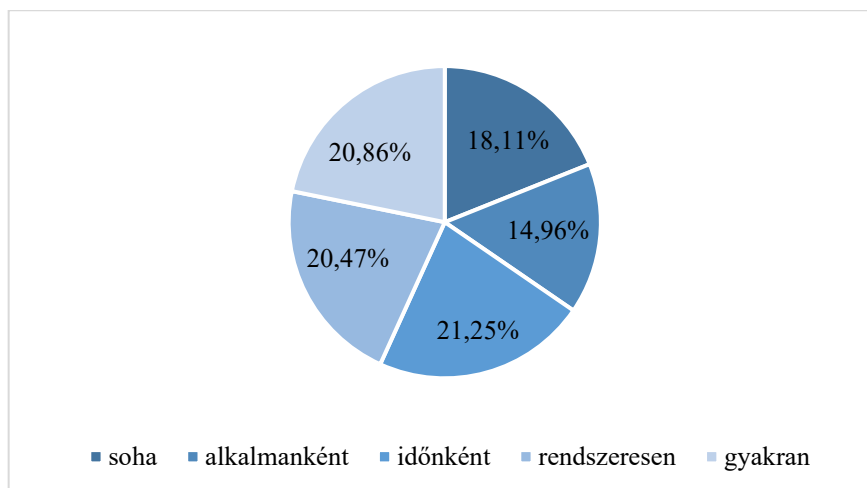
	kreativitás	27,5%	„Szeretek kreatívkodni, fotózni, írni, miért ne használhatnám ezt ki és csinálhatnék egy virtuális olvasónaplót magamnak, kicsit kreatívabb módon.” (i10)
	nyitottság	22,5%	„...igazából sokkal nyitottabb lettem emberekre és véleményekre...” (i4)
	fantázia	20%	„...kiszakadni a saját életemből, belekerülni másnak a világába, más személyeknek az életébe és velük menni az úton.” (i35)
	inspiráció	15%	„A visszajelzések és a követők reakciói segíthetnek, hogy melyik tartalmak működnek a legjobban, ezáltal inspirálhatnak a további posztolásban és a könyvajánlómban.” (i36)
	szókincs fejlesztése	12,5%	„Azt érzem, hogy nagyon nagy tájékozottságot ad az olvasás, a szókincsem is bővül, sokkal választékosabban tudok fogalmazni.” (i16)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: empátia, kíváncsiság, komfortzóna, érzelmi intelligencia, flow élmény, olvasás mint stimuláció, mentális egészség, létszükséglet, megértés, irodalmi sznobság, személyiségfejlesztés, olvasási intelligencia.

(saját szerkesztés, N=40)

Mindezek alapján látható, hogy a könyves influenszerek olvasási gyakorlata olyan dinamikus, személyre szabott és kreatív rendszer, amely intenzíven tükrözi vissza a kortárs kultúra töredezett, digitális, közösségi és reflexív karakterét. Az olvasásnak ebben a közösségben egyszerre van múltja (a családi és hagyományos könyvkultúra), és jövője (a közösségi média, a digitális formák és az önreflexió új irányai).

A könyvtárosokat nem kérdeztük direkt módon az olvasási szokásaikról, de a közösségi médiában megosztott könyvajánlásaik és olvasási élményeik alapján következtethetünk olvasói attitűdükre is (31. ábra). Ahogy az alábbi ábra is mutatja, a válaszadó könyvtárosok jelentős része rendszeresen, gyakran vagy időnként oszt meg ilyen típusú tartalmakat, tehát viszonylag elterjedt a szakmai élmények és ajánlások megosztása a közösségi platformokon. Bár a megosztás gyakori, még mindig jelentős azok aránya, akik nem, vagy csak ritkán vesznek részt ebben a tevékenységben, ők azok a könyvtárosok, akik inkább passzívan követik a tartalmakat, vagy szkeptikusak a közösségi média hatékonyságával és részvételével kapcsolatban.



31. ábra A könyvajánlások és olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában könyvtárosok körében
(saját szerkesztés, N=243, missing=11 OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Ennek kapcsán azt is megvizsgáltuk, hogy a könyvtárosok kora milyen mértékben befolyásolja vagy függ össze azzal, hogy megosztanak-e könyvajánlókat vagy olvasmányélményeket a közösségi médiában (27. táblázat). Az adatok alapján, ahogy az alábbi táblázat is mutatja, úgy tűnik, hogy a fiatalabb korcsoportok valamivel aktívabbak, azonban statisztikai értelemben nincs szignifikáns kapcsolat a korcsoport és az aktivitás között, ez az eredmény inkább trendeket mutat, mint szigorú összefüggéseket.

27. táblázat A könyvajánlások és olvasási élmények megosztása könyvtárosok körében korcsoportok szerint

Szokott-e Ön megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi médián (Facebook, Instagram, Twitter) keresztül?						
	soha	alkalmanként	időnként	rendszeresen	gyakran	Össz.
23-35	23,07%	20,51%	20,51%	20,51%	15,38%	100%
36-41	19,56%	17,39%	19,56%	26,08%	17,39%	100%
42-46	19,51%	17,07%	26,82%	19,51%	17,07%	100%
47-50	12,24%	14,28%	26,53%	24,48%	22,44%	100%
51-56	15,15%	15,15%	21,21%	12,12%	36,36%	100%
57-73	22,50%	12,50%	17,50%	22,50%	25%	100%
Össz.	18,54%	16,12%	22,17%	21,37	21,77%	100%

(saját szerkesztés, N=248, missing=6, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A könyvtárlátogatókkal végzett kérdőív már ennél több szempontból is kitért az olvasási szokások és a könyvválasztás kérdéskörére. Az olvasmányválasztás szempontjaira adott nyitott kérdésre érkezett válaszok elemzése alapján több motivációs csoportot azonosítottunk. Az olvasók egy részének döntéseit elsősorban személyes érdeklődési körük (tematikus –

történelmi, romantikus, krimi vagy műfaji, adott szerzőhöz kötődő) és aktuális hangulatuk (évszak, élethelyzet) határozza meg. Ezen kívül kiemelt szerepet kapnak a különféle könyvajánlások: barátok, családtagok, könyvtárosok, valamint az online térben (könyves blogok, influenszerek, közösségi média oldalak) megjelenő vélemények, értékelések és sikerlisták. A könyvtárlátogatók egy másik része impulzív módon választ olvasmányt, például a könyv borítója, címe, fülszövege vagy a könyvtárban való böngészés során szerzett benyomások alapján. Többen említik, hogy előzetes listákat, várólistákat vezetnek, vagy épp a friss megjelenéseket, aktuális trendeket követik. Továbbá speciális szempontként jelenik meg a tanulmányi, szakmai vagy munkához kapcsolódó olvasmányválasztás, illetve a családi, gyermekek igényeihez igazodó döntés is. Egyes válaszadók tudatosan keresik a kihívásokat, például olvasási kihívásokhoz kapcsolódóan, vagy épp a komfortzónájukból való kilépés céljából választanak könyvet.

Hogyan tud ebben a folyamatban részt venni a könyvtáros? A megkérdezettek véleménye megoszlik a könyvtárosok könyvválasztási ajánlásainak befolyásoló erejével kapcsolatban.

28. táblázat A könyvtáros ajánlásának befolyása a könyvválasztásra a különböző korcsoportokban

A könyvtáros javaslata befolyásolja-e a könyvválasztását?			
	igen	nem	Össz.
10-17	50%	50%	100%
18-24	43,75%	56,25%	100%
25-29	35,52%	64,47%	100%
30-34	44,73%	55,26%	100%
35-39	42,42%	57,57%	100%
40-49	53,01%	46,98%	100%
50-76	59,70%	40,29%	100%
Össz.	46,78	53,21%	100%

(saját szerkesztés, N=436, missing=23, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Mint az a 28. táblázatban is látható, a válaszadók közel fele (n=204) nyilatkozott úgy, hogy befolyásolja döntését, míg 232 fő szerint nincs hatással rájuk, és ez az arány korcsoportonként eltérő mintázatot mutat. A fiatalabb (10–39 éves) felhasználók esetében a könyvtáros ajánlása nem feltétlenül érvényesül, míg az idősebb (40–76 éves) korosztály körében nagyobb arányban hallgatnak a könyvtárosok ajánlásaira, tehát a könyvtári közvetítés és a személyes tanácsadás nem minden korosztály számára hatékony.

29. táblázat Könyvtárlátogatók könyvesbeszerzési forrásai nemek alapján

	könyvesbolt		könyvtár		kölsönkér		egyéb	
	nem	igen	nem	igen	nem	igen	nem	igen
nő (N=426)	24,88%	75,12%	10,80%	89,20%	72,07%	27,93%	79,81%	20,19%
férfi (N=34)	23,53%	76,47%	14,71%	85,29%	79,41%	20,59%	79,41%	20,59%
Össz.	24,78%	75,22%	11,09%	88,91%	72,61%	27,39%	79,78%	20,22%

(saját szerkesztés, N=459, OlyNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

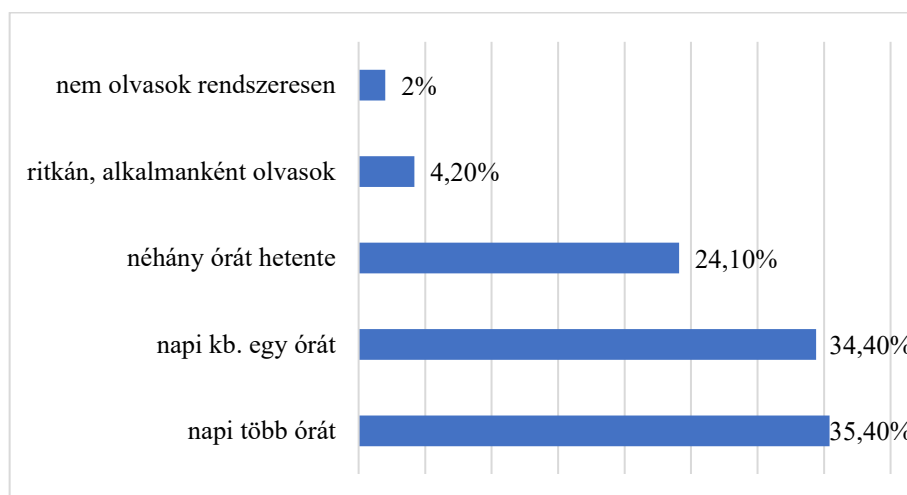
A következőkben a könyvek beszerzéséről fogunk szót ejteni. Ahogy azt a 29. táblázat is mutatja, a nők nagyobb arányban szerzik be a könyveket könyvesboltból és könyvtárból, mint a férfiak. Mindkét nem esetében a könyvtár a legnépszerűbb forrás, s ezt követi a könyvesbolt. A könyvek kölcsönkérése és az egyéb, előre nem megadott beszerzési módok kevésbé jellemzőek. A Khí-négyzet próba eredményei alapján nincs szignifikáns kapcsolat a nemek és a könyvek beszerzési helye között. Az adatok alapján a férfiak és a nők könyvesbeszerzési szokásai hasonló mintázatot mutatnak, bár sokkal több női könyvtárlátogató töltötte ki a kérdőívet. Továbbá korcsoportonként megoszlásban is a könyvesbolt és a könyvtár a leggyakrabban források, de ez esetben is kiemelkedő a könyvtár használata. A Khí-négyzet próba eredményei itt sem mutatnak szignifikáns kapcsolatot (30. táblázat).

30. táblázat Könyvtárlátogatók könyvesbeszerzési forrásai korcsoportok alapján

	könyvesbolt		könyvtár		kölsönkér		egyéb	
	nem	igen	nem	igen	nem	igen	nem	igen
10-17	15,00%	85,00%	15,00%	85,00%	70,00%	30,00%	75,00%	25,00%
18-24	22,00%	78,00%	16,00%	84,00%	64,00%	36,00%	86,00%	14,00%
25-29	22,37%	77,63%	14,47%	85,53%	68,42%	31,58%	75,00%	25,00%
30-34	15,58%	84,42%	10,39%	89,61%	66,23%	33,77%	79,22%	20,78%
35-39	19,70%	80,30%	7,58%	92,42%	74,24%	25,76%	77,27%	22,73%
40-49	27,59%	72,41%	6,90%	93,10%	79,31%	20,69%	79,31%	20,69%
50-76	41,18%	58,82%	7,35%	92,65%	85,29%	14,71%	85,29%	14,71%
Össz.	24,32%	75,68%	10,36%	89,64%	73,20%	26,80%	79,73%	20,27%

(saját szerkesztés, N=444, missing=15, OlyNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Kutatásunkban arra is kerestük a választ, mennyi időt szánnak olvasásra a könyvtárlátogatók (32. ábra). A válaszadók többsége rendszeresen olvas: a legtöbben (n=163) naponta több órát, illetve 158 fő naponta körülbelül egy órát tölt olvasással. Jelentős csoportot alkotnak azok is, akik hetente néhány órát (n=110) szánnak erre a tevékenységre. A könyvtárlátogatók körében az olvasás kiemelt szerepet tölt be a mindennapokban, és csak elenyésző azok száma, akik nem fordítanak rá rendszeresen időt (N=19+9).



32. ábra A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje
(saját szerkesztés, N=459, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Az olvasásra szánt időt megvizsgáltuk korcsoporti eloszlásban is (31. táblázat). A Pearson Kí-négyzet próba p-értéke ($p=0,005$) kisebb, mint a szokásos 0,05-ös szignifikanciaszint, ami statisztikailag szignifikáns kapcsolatot jelez az életkor és az olvasásra fordított idő között. Az eredmények arra utalnak, hogy szignifikáns különbségek vannak az egyes korosztályok olvasási szokásai között. A 25-29 éves korosztály tűnik a legintenzívebb olvasónak, míg a legfiatalabb (10-17 éves) és legidősebb (50-76 éves) csoportok fordítják a legkevesebb időt olvasásra. A 30-39 éves korosztály viszonylag konzisztens napi olvasási szokásokat mutat, ami utalhat arra, hogy ebben az életszakaszban stabilizálódik az olvasási rutin. Ebben a korban általában fix napirenddel terveznek az embernek, viszonylag stabil az életük vagy kevés változással jár. Ebből kifolyólag az olvasásra fordított idő és lehetséges helyzetek általában állandósulnak. A náluk fiatalabb korosztály (25-29 évesek) intenzív olvasási szokásai pedig összefügghetnek az oktatási és karrierépítési tendenciákkal. Az eltérő olvasási szokások tükrözhetik az egyes korosztályok eltérő életmódját, szabadidejük eltöltési módját és prioritásait.

31. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje korcsoporti eloszlásban

Mennyi időt szán az olvasásra hetente?						
	napi több órát	napi kb. egy órát	néhány órát hetente	ritkán, alkalmanként olvasok	nem olvasok rendszeresen	Össz.
10-17	20%	55%	20%	0	5%	100%
18-24	34%	20%	28%	12%	6%	100%
25-29	47,36%	15,78%	30,26%	3,94%	2,63%	100%
30-34	33,76%	40,25%	22,07%	3,89%	0	100%
35-39	31,81%	48,48%	16,66%	1,51%	1,51%	100%
40-49	37,20%	32,55%	25,58%	2,32%	2,32%	100%
50-76	30,88%	41,17%	23,52%	4,41%	0	68
Össz.	35,44%	34,31%	24,15%	4,06%	20,45%	443

(saját szerkesztés, N=443, missing=16, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A nem és az olvasásra fordított idő közötti kapcsolat (32. táblázat) vizsgálatára alkalmazott Pearson-féle Khí-négyzet próba eredménye ($\chi^2=8,499$; $df=4$; $p=0,075$) azt mutatja, hogy a két változó között nincs szignifikáns összefüggés, a p-érték meghaladja a szokásosan elfogadott 0,05-ös szignifikanciaszintet. Bár a táblázat alapján megfigyelhető, hogy a nők körében magasabb azok aránya, akik naponta egy vagy több órát olvasnak, ez a különbség nem tekinthető szignifikánsnak, nem haladja meg a véletlenszerű ingadozásból adódó mértéket.

32. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt idejének nemi eloszlása

Mennyi időt szán az olvasásra hetente?						
	napi több órát	napi kb. egy órát	néhány órát hetente	ritkán, alkalmanként olvasok	nem olvasok rendszeresen	Össz.
nő (N=425)	36,23%	33,64%	24,70%	3,52%	1,88%	100%
férfi (N=34)	26,47%	44,11%	14,70%	11,76%	2,90%	100%
Össz.	35,51%	34,42%	23,96%	4,13%	1,96%	100%

(saját szerkesztés, N=459, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A nemen kívül az iskolai végzettség és az olvasásra szánt idő kapcsolatát is megvizsgáltuk (33. táblázat). Jól látható a következő táblázatban, hogy minél magasabb valakinek az iskolai végzettsége, annál nagyobb arányban fordít időt rendszeresen az olvasásra. A legalacsonyabb végzettségi kategóriában (legfeljebb 8 osztály) csak kevesen olvasnak napi több órát, és többen vannak, akik egyáltalán nem olvasnak rendszeresen. Ehhez képest a

főiskolát vagy egyetemet végzettek körében sokkal jelentősebb azok száma, akik napi több órát olvasnak, és szinte alig akad olyan, aki nem olvas rendszeresen.

33. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje iskolai végzettség alapján

Mennyi időt szán az olvasásra hetente?						
	napi több órát	napi kb. egy órát	néhány órát hetente	ritkán, alkalmanként olvasok	nem olvasok rendszeresen	Össz.
legfeljebb 8 osztály	23,52%	29,41%	23,52%	5,88%	17,64%	100%
szakmunkásképző, szakiskola (érettségi nélkül)	50%	5,50%	38,88%	5,50%	0	100%
szakközépiskola, technikum (érettségivel)	40,50%	36,70%	13,92%	6,32%	2,53%	100%
gimnázium	36,66%	23,33%	36,66%	1,66%	1,66%	100%
főiskola, egyetem	33,97%	36,59%	24,32%	4,24%	1,15%	100%
doktori fokozat	40%	46,66%	13,33%	0	0	15
Össz.	35,51%	34,42%	23,96%	4,13%	1,96%	459

(saját szerkesztés, N=448, missing=11, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Míg a könyvtárosok körében igen népszerű volt a könyvajánlók, olvasmányélmények megosztása, addig a válaszadó könyvtárlátogatók többsége, 56%-a nem szokott (N=256) ily típusú tartalmakat közzétenni a közösségi médiában, inkább tartózkodnak ettől. Ez arra utal, hogy a könyvajánlások és olvasási élmények online megosztása nem általános gyakorlat a vizsgált csoport körében.

A bemutatott eredmények alapján azt láthattuk, hogy az olvasási kultúra alakulásában egyre meghatározóbb szerepet tölt be a digitális világ és a közösségi média (Matoli, 2025; Johannsen, 2015), amelyek az egyéni és közösségi olvasási mintázatok átalakulásához vezetnek. Arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a digitális tér és a közösségi média eszközei miként befolyásolják az olvasási szokásokat és a könyvválasztási döntéseket, és e hatások hogyan jelennek meg a könyves influenszerek, a könyvtárosok és a könyvtárlátogatók olvasói magatartásában. Feltételezéseink (E2a., H2a.) szerint az olvasási szokások – az olvasás gyakorisága, az olvasásra fordított idő és a könyvválasztás módja – generációs különbségeket mutatnak, miközben az online könyvajánlások és közösségi aktivitások szignifikánsan befolyásolják a fiatalok olvasási döntéseit (Balogh, 2022; Kollár, 2021; Bernát & Hudácskó, 2020; Walters et al., 2020; Péterfi, 2019). Az eredmények alátámasztják a hipotézist. Az

influenzsereknél az olvasás hibrid jellege figyelhető meg, ahol a nyomtatott és digitális formátumok rugalmasan váltakoznak, és a közösségi média inspirációs térként szolgál. A könyvtárosok körében a digitális részvétel a szakmai kommunikáció természetes részévé vált, ugyanakkor aktivitásuk korcsoportonként eltér. A könyvtárlátogatók esetében az online források játszanak egyre fontosabb szerepet a könyvválasztásban, de az idősebb olvasók inkább a könyvtárosi ajánlásokra támaszkodnak. A statisztikai vizsgálatok kimutatták, hogy az életkor és az olvasásra fordított idő között szignifikáns kapcsolat áll fenn ($p=0,005$), a 25–29 éves korcsoport bizonyult a legaktívabb olvasónak. A digitális médiahasználat viszont minden generációban jelen van, de különböző intenzitással (Bernát & Hudácskó, 2020; Tóth, 2020a; 2020b). Az eredmények összességében igazolják, hogy a digitális világ és a közösségi média meghatározóan alakítják az olvasói magatartást, új mintákat és kapcsolódási formákat hoznak létre, amelyekben az influenszerek, a könyvtárosok és a könyvtárlátogatók közösen formálják a kortárs olvasáskultúrát.

6.4. Digitális tér, közösségi média, online jelenlét

A 21. századi könyvtárakban az online tér innovatív és tudatos integrálása nem csak kiegészítő funkció, hanem egyre jelentősebb szerepet kap az olvasási szokások formálásában is. A közösségi média platformok értéke abban rejlik, hogy eltérő összetételű közönséget szólítanak meg, így a könyvtárak célzottabban érhetik el a különböző korosztályokat és érdeklődési köröket. A kutatásban részt vevő intézményvezetők szerint az online világ térhódításával az olvasás jelentős átalakuláson megy keresztül, bár napjainkban több információt fogyasztunk, annak formája, tartalma és a befogadási módja eltér a korábbi időszak gyakorlatától.

A közkönyvtárak sokféleképpen használják olvasásnépszerűsítés céljából a digitális platformokat: könyvajánlók, online tartalmak és videók (helyismeret, ismeretterjesztés), kihívások és játékok, could library, e-könyv-kölcsönzés, blogok, többcsatornás jelenlét, élő vagy archivált beszélgetések közvetítése. Ahogy a következő, 34. táblázat is mutatja, digitális jelenlét általában intézményi szinten szervezett, gyakran dedikált munkakörökhöz vagy csoportokhoz kötve (például PR-csoport, Digitális Szolgáltatás Osztály), 2–7 fő közreműködésével, akik feladatonként és platformonként specializálódnak. Az online felületek és tartalmak kezelése (Facebook, Instagram, honlap, blog) a legtöbb helyen egységes és szabályozott.

A közösségi média könyvtári használatának fő célja a promóció és a tájékoztatás, de kiemelendő még a közösségépítés, a felhasználói visszajelzések kezelése és a gyors reakció is, melyeket az online fórumok és csoportok erősítenek. A tartalmak hatását folyamatosan figyelik,

de gyakran tapasztalják, hogy a legnagyobb érdeklődést nem mindig azok a témák keltik, amelyekre előzetesen számítottak. A digitális jelenlét kialakítása folyamatos tanulási folyamat, amely megköveteli a platformok működésének és algoritmusainak ismeretét. A felhasználói igények változása (különösen a távszolgáltatások iránti kereslet növekedése), fokozta a digitális eszközök használatát, ám a humánerőforrás-korlátok miatt ezt jellemzően egy szűk, felkészült munkatársi kör látja el. A digitális tér így egyszerre jelent lehetőséget és kihívást: nélkülözhetetlen az olvasási szokások alakításában, a hozzáférés biztosításában és a könyvtár közösségi szerepének erősítésében.

34. táblázat A könyvtárak közösségi média kezelésének formája

Faktor	Szövegbeli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
könyvtárosokból álló informális csoport (vegyes munkakörből)	60%	„Több kolléga kezeli a közösségi média felületeinket, életkorukat tekintve átlag 30 évesek és jelenleg olvasószolgálattal is foglalkoznak.” (intvez6)
PR/kommunikációs csoport (formálisabb jelleg)	25%	„A könyvtár Digitális Szolgáltatások osztálya feladat a közösségi oldalak kezelése, munkájukat az Online marketingstratégia szabályozza. Munkaköri leírásokban rögzített, hogy melyik kolléga melyik platformért felel.” (intvez8)
informatikus munkakör	10%	„Kezelésükért a rendszergazda és az informatikával is foglalkozó munkatársunk felel, fiatal emberek.” (intvez13)
külön munkakör	5%	„Egy kézbe fog az egész közösségi média kommunikáció koncentrálni egységes koncepció mentén.” (intvez1)

(saját szerkesztés, N=20)

A könyves tartalomgyártás a szubjektív élmények, az egyéni olvasmány-reflexiók és a közösségi párbeszéd sinergiájára épül. Az influenszerek által generált tartalmak elsődleges célja nem az objektív értékítélet vagy általános igazságok közvetítése, hanem a személyes olvasásélmény bemutatása, az olvasmány hatásának, érzelmi lenyomatának kommunikálása. Az értékelések, ajánlások, illetve a könyvek tartalmának bemutatása inspiratív, motiváló jellegű, de tudatosan kerül a direkt rábeszélést vagy az értékítéletek megfogalmazását. Ehelyett általában a befogadók sokféleségét, a különböző olvasói igények legitimációját hangsúlyozzák, de felhívják a figyelmet arra is, hogy a könyvekhez való viszony mindenkinél más és más.

Ez a befogadásközpontú megközelítés jól tükröződik abban is, ahogyan a kutatásban részt vevő influenszerek a digitális tartalomkészítéshez viszonyulnak (35. táblázat), akik javarészt autodidakta módon, gyakorlati úton sajátították el a tartalomgyártás alapvető módszereit, ahol a tapasztalatszerzés, a hibákból tanulás és az online ismeretbővítés (például tutorialok, tematikus képzések) meghatározó szerepet játszanak. Noha kezdetben az alapvető digitális kompetencia is elegendő, az igényes, vizuálisan és technikailag is korszerű tartalomhoz

kiemelkedő digitális, valamint média- és információs műveltség szükséges, amely folyamatosan fejleszthető. Az olvasásnépszerűsítők hangsúlyozzák, hogy szükség van motivációra, kitartásra, nyitottságra, és a saját önazonos hang, stílus megtalálására is. Az interjúalanyok esetében fejlődést lehet megfigyelni a tartalomgyártáshoz szükséges vizuális, technikai, kommunikációs és közösségépítő készségek terén. Az influenszerek kreatív fotós és videós technikákat, képszerkesztő, videóvágó alkalmazásokat, illetve közösségimédia-platformokat (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, blogok, podcastok) használnak, az idők során megtanultak interaktív, a trendekre reagáló, célcsoport-specifikus tartalmakat létrehozni, valamint kiemelt szerepet tulajdonítanak az algoritmusok és a közösségi visszacsatolás megértésének.

35. táblázat Könyves influenszerek digitális kompetencia kódcsaládja

Faktor	Alfaktor	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
tartalomkészítési és -megosztási kompetenciák	blog	47,5%	„Természetesen a saját blogom is hatalmas, igazi szerelemprojekt, nagyon szeretek oda írni, ott ajánlani kicsit kötetlenebbül...” (i11)
	képszerkesztés	47,5%	„...Az elmúlt 3-4 évben sokkal jobban figyelek a képek minőségére, hogy esztétikusabbak legyenek.” (i3)
	videókészítéssel kapcsolatos ismeretek	42,5%	„Nekem egy órás gyors tutorial-ban megmutatták, hogy kell videót vágni.” (i27)
	fényképezés	27,5%	„Én például teljesen egyedi képeket készítek a regényekhez.” (i4)
	podcast	25%	„Amikor podcastot indítottam, akkor azt szerettem volna, ha olyanokat is el tudok érni, akik nem jutnak el élő eseményekre valamilyen okból.” (i18)
	tartalomgyártás	25%	„Rengeteg videótípus van a csatornámon, havi összeggő, book haul, vlog, értékelés, könyvajánló, book tag, játékos tartalmak és téma kibeszélők...” (i14)
	szövegalkotás	22,5%	„Szerintem összeszedettebben írok már a könyvekről, mint például két éve.” (i12)
	szókincs fejlesztése	12,5%	„A szókincsem is nagyon sokat bővült, mert rengeteget olvasok. Valószínű, hogy amikor elkezdtem, akkor nem így beszéltem.” (i19)
platform- és eszközhasználati kompetenciák	Instagram	67,5%	„Az Instagram használatában fejlődtem, hogy hogyan kell sztorit csinálni, hogyan lesz az jól terjedő, a matricákat mire lehet használni...” (i35)
	digitális platformok	47,5%	„Szerintem most már a lehető legtöbb platformon és eszközzel készülnek tartalmak, nem tudom, ezt hova lehetne még fokozni.” (i8)
	YouTube	35%	„Én a YouTube-on éreztem, hogy ott tudok kiteljesedni. Olyanra vágom amilyenre akarom, olyan hosszú lesz a videó, amilyenre akarom, annyiszor töltök föl és azt amennyit akarok...” (i16)
	moly.hu	32,5%	„...moly.hu-n minden könyvről fent van a véleményem.” (i33)

	TikTok	32,5%	„Én nem vagyok fönt TikTok-on és nem is szándékozom felmenni, pedig a fiatalokat, a 18 év alatti generációt ott lehet elérni, de én nem nekik gyártok tartalmat.” (i17)
	közösségi média stratégia	32,5%	„Elég könnyen el tudom sajátítani az újabb felületek használatát, hamar megtalálom, honnan szerezhetek több információt, mik a trendek.” (i25)
	Facebook	15%	„A Facebookon a NIOK csoportba, meg 1-2 ilyen könyves csoportba beraktam a szövegemet, az értékelésemet, meg fotókat.” (i16)
digitális információs és médiaműveltségi készségek	digitális kompetencia	70%	„Szerintem, aki egy alap számítógépes ismerettel rendelkezik, annak nem fog gondot okozni...” (i15)
	internethasználat	20%	„Az olvasás nem nagyobb divat, mint régen, szimplán az internet térhódításával ismertebb.” (i6)
	információszerzés	17,5%	„... megtanultam hatékonyan kutatni online forrásokat és hiteles információkat felismerni a könyvekkel kapcsolatban.” (i36)
	információs műveltség	12,5%	„Szerintem az internethasználatához eleve kellene valami információs műveltség vizsga.” (i25)
	helyesírás	10%	„Rengeteget kell olvasni és tanulni. Régen sokkal rosszabb volt a helyesírásom, de idővel sikerült ezt fejlesztenem.” (i7)
	internet nélküli világ	10%	„Nem volt ennyi inger, az otthonunkban internetelés sem volt, luxusnak számított, sőt, szerintem az általános iskolában sem volt még akkor net.” (i14)
személyes digitális fejlődés és tanulási stratégiák	kompetenciafejlődés	82,5%	„Határozottan fejlődött. Megtanultam használni az Instagram és TikTok platformot, hogyan működnek, mit hogyan érdemes megvágni egy videóhoz, mit jelent az analitika...” (i26)
	autodidakta tanulás	30%	„Az internet segítségével tanultam újra ezen hiányosságokat.” (i24)
	továbbképzés	12,5%	„A legjobb döntés az életemben az volt, hogy elmentem egy Instagram képzésre, ami 3 alkalomból állt...” (i40)
digitális közösségi és kommunikációs kompetenciák	közösségi média	95%	„Mindig fel kell ülni az éppen legsikeresebb platformra és oda tartalmat gyártani bármi legyen is az.” (i9)
	közösségi média stratégia	32,5%	„Sokkal jobban látom és érzékelem az adott trendeket, megértem néha, hogyan működnek az algoritmusok.” (i34)
adaptáció és kihívások	COVID-19	25%	„Szerintem a covidnak is volt egy ilyen hatása, többet voltak az emberek bezárva, sokszor egyedül is, ez segíti az ilyen típusú tevékenységeknek a fellendülését.” (i2)

A táblázatban csak azok a kódok szerepelnek, amelyek előfordulási aránya meghaladja a 10%-ot. A következő kódok nem kerültek említésre: irodalmi hírlevél, Threads, Pinterest, adatbázishasználat, hashtag. (saját szerkesztés, N=40)

A könyves influenszerek kapcsán meg kell még említenünk a követők és a lájkok szerepét is, mely számukra egy komplex, sokoldalú motivációs és önreflexiós tényező. A visszajelzések alapján a követői aktivitás eredményezhet örömet, pozitív megerősítést és rövid távú ösztönzést, emellett hozzájárulhat az alkotói önbizalom és az online közösséghez való tartozás érzésének erősödéséhez. A legtöbb tartalomgyártó kihangsúlyozta az interjúk során,

hogy nem kizárólag a látható statisztikai mutatók, például a követők száma vagy a posztokhoz érkező lájkok határozzák meg alkotói döntéseiket. A tartalmi irányokat elsősorban az önazonosság, a belső motiváció, a személyes érdeklődés, valamint a hosszabb távú közösségi vagy szakmai célok jelölik ki. A visszajelzések nem elhanyagolhatóak, hiszen a pozitív interakciók, kommentek, privát üzenetek erősítik a kapcsolódás érzését, de a tartalomgyártók jelentős része tudatosan törekszik arra, hogy ne váljon a számadatok rabjává, illetve elkerülje a túlzott megfelelési kényszert vagy az algoritmusok által determinált tartalomgyártási stratégiákat. Sokan számoltak be az interjúk során arról, hogy a tartalomgyártás kezdeti szakaszában fokozottan érzékenyek voltak a statisztika alakulására, azonban ez a hatás fokozatosan háttérbe szorult. A közösségi média algoritmusainak kiszámíthatatlansága, az elérés hullámlása, valamint a hiteles kapcsolatok és az organikus növekedés igénye gyakran jelentősebb értéket képvisel, mint a gyors, látványos növekedés. A követőkhöz való viszony átalakult az idő során, az interjúalanyaink többsége az elkötelezett közösség kialakítására helyezi a hangsúlyt, nem a mennyiségi paraméterek bővítésére.

A következőkben a könyvtárosok online jelenlétével, közösségimédia-használatával foglalkozunk. A vizsgálat során a közösségi média platformok használatát a könyvtárosok életkora (36. táblázat) és neme szerint elemeztük keresztábra-elemzés és Pearson-féle Khí-négyzet próba alkalmazásával. Az eredmények alapján a Facebook minden korosztályban a legnépszerűbb platform, azonban statisztikailag nem igazolható szignifikáns kapcsolat sem az életkor, sem a nem és a Facebook használata között. A TikTok használata a legfiatalabb korosztályban (23–35 év) a leggyakoribb, és a használat az életkor előrehaladtával csökken. A teljes mintában, valamint a női válaszadók körében szignifikáns kapcsolat mutatható ki az életkor és a TikTok használata között ($p < 0,05$), míg a férfiaknál ez a kapcsolat nem szignifikáns. Fontos azonban megjegyezni, hogy a statisztikai szignifikancia nem feltétlenül jelent gyakorlati jelentőséget, illetve a korreláció nem utal ok-okozati összefüggésre. A YouTube, WhatsApp, LinkedIn, Reddit, Pinterest, Twitter/X esetében a legtöbb platformon a használók száma alacsony, és a Khí-négyzet próbák eredményei alapján nincs szignifikáns kapcsolat az életkor, a nem és ezen platformok használata között ($p > 0,05$). Kivételt képez a Reddit, ahol a nők körében, valamint a teljes mintában szignifikáns kapcsolat mutatható ki, azonban az alacsony elemszám miatt az eredmények óvatosan értelmezendők. Ezen eredmények alapján megállapítható, hogy a Facebook továbbra is univerzális platformnak tekinthető, míg az Instagram, a TikTok és más vizuális tartalmakat közvetítő platformok elsősorban a fiatalabb korosztályok körében népszerűek. Nemek közötti eltéréseket csak néhány platform esetében találtunk, és a legtöbb közösségi média felület használatában nem mutatható ki szignifikáns különbség a férfiak és nők között.

36. táblázat A könyvtárosok közösségi média használata korcsoportok szerint

	23-35	36-41	42-46	47-50	51-56	57-73	Össz.
Facebook	15,11%	20%	16,44%	19,55%	13,33%	15,55%	100%
YouTube	18,7%	15,48%	16,77%	19,35%	14,83%	14,83%	100%
Pinterest	21,42%	23,8%	14,28%	13,09%	11,9%	15,47%	100%
Instagram	30%	26,25%	15%	16,25%	7,5%	7,5%	100%
TikTok	45,94%	21,62%	5,4%	13,51%	8,1%	5,4%	100%

A táblázatban az 5 leggyakrabban használt közösségi média felületet emeljük ki.
(saját szerkesztés, N=254, Olvnev_Könyvtáros_2024 adatbázis)

Az alábbi 37. táblázat három régióban (Dél-Alföld, Nyugat-Dunántúl, Észak-Alföld) mutatja be a könyvtárosok közösségi médiahasználati szokásait, különös tekintettel a munkáltató könyvtárak közösségi média tevékenységének követésére, valamint a szakmai csoportok tagságára a közösségi média platformjain. Az első kérdés esetében az átlagértékek 1,04 és 1,11 között mozognak, ahol az 1 az „igen”, a 2 pedig a „nem” választ jelöli, ami arra utal, hogy a könyvtárosok többsége mindhárom régióban aktívan követi könyvtára közösségi média tartalmait. A legalacsonyabb átlag Észak-Alföldön (1,04), a legmagasabb pedig Dél-Alföldön (1,11) volt, azonban a régiók közötti különbségek nem bizonyultak statisztikailag jelentősnek. A második kérdésben, amely a könyvtárosok közösségi médiabéli csoporttagságára vonatkozik, az átlagok valamivel magasabbak (1,17–1,22), jelezve, hogy bár a többség tagja valamilyen szakmai csoportnak, ez az arány némileg alacsonyabb, mint a közösségi média tartalmak követése. Ebben az esetben is minimális regionális eltérések figyelhetők meg, Észak-Alföldön a legalacsonyabb, Dél-Alföldön a legmagasabb a csoporttagság aránya. Eltekintve a régiós eloszlástól, a könyvtárosok jelentős mértékben használják szakmai céllal a közösségi médiát.

37. táblázat A könyvtárak közösségi média tevékenységének követése és közösségi média csoporttagság könyvtárosok körében - régiós eloszlás

		N	Átlag	Szórás
Követi könyvtára közösségi média tevékenységét?	Dél-Alföldi régió	111	1,11	0,312
	Nyugat-Dunántúli régió	33	1,06	0,242
	Észak-Alföldi régió	110	1,04	0,188
	N	254	1,07	0,257
Tagja könyvtáros csoport(ok)nak a közösségi médiában?	Dél-Alföldi régió	111	1,22	0,414
	Nyugat-Dunántúli régió	33	1,21	0,415
	Észak-Alföldi régió	110	1,17	0,38
	N	254	1,2	0,398

(saját szerkesztés, N=254, Olvnev_Könyvtáros_2024 adatbázis)

Keresztábraelemzésekkel azt is megvizsgáltuk, hogyan függ össze a könyvtári közösségi médiahasználat a különböző platformok használatával, valamint egyes demográfiai jellemzőkkel. Az eredmények alapján a válaszadók többsége valamely közösségi média platformon aktív, akik körében a könyvtári közösségi média tevékenység követése is jelentős. Különösen a Facebook és az Instagram esetében mutatkozott szignifikáns összefüggés az aktív platformhasználat és a könyvtári tartalmak követése között, míg más platformokon (például TikTok, WhatsApp, Messenger, LinkedIn) ilyen kapcsolat nem volt igazolható, mely abból is adódhat, hogy ezeken a platformokon kevésbé elérhetőek a könyvtárak, vagy főként kommunikációs célból használhatóak. A könyvtári csoporttagság és az aktív platformhasználat viszonylatában szintén nem találtunk általános szignifikáns összefüggést, kivéve a Reddit esetét, ahol a csoporttagok körében magasabb volt az aktív felhasználók aránya, ami arra utal, hogy bizonyos platformokon a csoporttagság erősebb közösségformáló tényező lehet.

A könyvtárlátogatók körében is megvizsgáltuk a közösségi média használatot. Elsőként a korcsoporti megoszlás kapcsán végeztünk Pearson-féle Khí-négyzet próbát (38. táblázat). Az eredmények szerint az életkor szignifikánsan befolyásolja bizonyos platformok használatát: Facebook ($\chi^2(6)=16,793$, $p=0,010$), Instagram ($\chi^2(6)=83,533$, $p<0,001$), TikTok ($\chi^2(6)=49,021$, $p<0,001$), Snapchat ($\chi^2(6)=87,474$, $p<0,001$), Reddit ($\chi^2(6)=21,768$, $p=0,001$), YouTube ($\chi^2(6)=13,830$, $p=0,032$) és egyéb platformok ($\chi^2(6)=16,057$, $p=0,013$) esetében statisztikailag szignifikáns kapcsolat mutatható ki. Ezzel szemben a WhatsApp, Messenger, LinkedIn és Twitter/X használata nem mutatott szignifikáns összefüggést az életkorról.

38. táblázat A könyvtárlátogatók közösségi média használata korcsoporti eloszlásban

	10-17	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	50-76	N
Facebook	3,43%	11,27%	17,15%	17,89%	14,95%	19,11%	16,17%	100%
Messenger	4,47%	12,63%	16,84%	18,15%	14,47%	18,15%	15,26%	100%
YouTube	5,6%	12,04%	17,64%	17,92%	14,84%	19,04%	12,88%	100%
Instagram	5,42%	15,59%	22,71%	19,66%	14,57%	14,91%	7,11%	100%
Pinterest	7,97%	11,17%	16,48%	19,68%	11,7%	13,82%	13,82%	100%
TikTok	5,59%	19,58%	25,87%	20,27%	13,98%	9,09%	5,59%	100%

A táblázatban a hat legnépszerűbb közösségi média felületet tüntettük fel.
(saját szerkesztés, N=459, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A nemek és a platformhasználat vizsgálatánál fontos kiemelni, hogy a minta jelentős női többségű (426 nő, 34 férfi). A Khí-négyzet próba alapján a Facebook, TikTok, Snapchat, WhatsApp, Messenger, YouTube és az általános közösségi média használat esetében nem találtunk szignifikáns nemi különbséget. Ugyanakkor a LinkedIn ($\chi^2(1)=5,766$, $p=0,016$), Reddit ($\chi^2(1)=6,047$, $p=0,014$), Pinterest ($\chi^2(1)=11,523$, $p=0,001$) és Twitter/X ($\chi^2(1)=12,505$, $p<0,001$) esetében a könyvtárlátogató neme statisztikailag szignifikáns tényezőnek bizonyult.

39. táblázat A könyvtári közösségi média tevékenység követése és könyvajánlások, olvasási élmények megosztása a közösségi médiában – keresztábra-elemzés

		Követi a könyvtár tevékenységét a közösségi média oldalakon?		
		igen	nem	Össz.
Szokott megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi médián keresztül?	igen	86,63%	13,36%	100%
	nem	69,64%	30,35%	100%
	Össz.	77,12%	22,87%	100%

(saját szerkesztés, N=459, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A könyvajánlások megosztása és a könyvtár tevékenységének követése közötti összefüggést is vizsgáltuk (39. táblázat). A vizsgálathoz a Pearson Chi-Square tesztet és a Fisher-féle egzakt tesztet alkalmaztuk (Pearson Chi-Square: $\chi^2(1)=18,492$, $p=0,000$. Fisher's Exact Test: $p=0,000$). Mindkét teszt p-értéke ($p<0,001$) kisebb, mint a szokásos 0,05-ös szignifikanciaszint, ami azt jelzi, hogy statisztikailag szignifikáns kapcsolat van a könyvajánlások megosztása és a könyvtári közösségi média követése között. Ez alapján azok a könyvtárlátogatók, akik követik könyvtárunk online tevékenységét, nagyobb valószínűséggel osztanak meg könyvajánlásokat, olvasással, könyvekkel kapcsolatos tartalmakat. Azok pedig, akik gyakran osztanak meg könyvajánlásokat, nagyobb valószínűséggel követik a könyvtárunkat a közösségi médiában.

Megvizsgáltuk a könyves témájú tartalmak és a könyvtári közösségi média követése közötti összefüggést is (40. táblázat), mely változók között nem találtunk szignifikáns kapcsolatot. Bár a keresztábra azt sugallja, hogy a könyves tartalmat követők között többen követik a könyvtárunkat a közösségi médiában, a Khí-négyzet próba ezt nem támasztja alá.

40. táblázat A könyvtári közösségi média tevékenység követése és könyves tematikájú tartalmak követése – keresztábra-elemzés

		Követi a könyvtár tevékenységét a közösségi média oldalakon?		
		igen	nem	Össz.
Követ ezeken a felületeken könyves témájú tartalmakat?	igen	77,88%	22,11%	100%
	nem	72%	28%	100%
	Össz.	77,24%	22,75%	100%

(saját szerkesztés, N=457, missing=2, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Elemzésünk arra is kiterjedt, milyen formában preferálnák a könyvtárlátogatók a könyvtárak könyvajánlásait a közösségi médiában. A válaszadók elsősorban a vizuálisan vonzó, rövid és informatív tartalmakat részesítik előnyben. Kiemelt igény mutatkozott a képes és

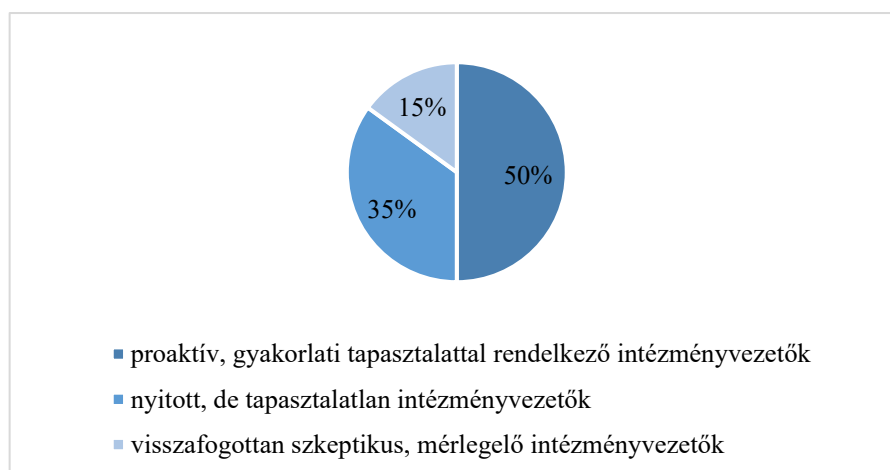
videós ajánlók iránt, amelyekben a könyvek tartalma rövid, lényegre törő ismertetővel, esetleg személyes ajánlással vagy olvasói véleménnyel egészül ki. Többen említették a tematikus ajánlókat (például műfaj, életkor vagy aktuális események szerint), valamint az interaktív tartalmakat (például szavazásokat, kérdezz-felelek formátumokat, vagy olvasói visszajelzések beépítését). A válaszok alapján fontos szempont, hogy az ajánlások rendszeresen, könnyen áttekinthető formában jelenjenek meg, és lehetőség szerint linkekkel, elérhetőségekkel egészüljenek ki, amelyek megkönnyítik a könyvek kölcsönzését vagy további információk elérését. Több válaszadó hangsúlyozta a közvetlen, személyes hangvétel jelentőségét, illetve a fiatalabb felhasználók esetében a trendekhez igazodó, kreatív megjelenítést (például rövid videók, mémek, 24 órás sztori formátum). Tehát a felhasználók a korszerű, vizuális és interaktív ajánlásokat tartják a leghatékonyabbnak a könyvtári közösségi média kommunikációban. A válaszadók túlnyomó többsége, több mint 89%-a szeretné, ha a könyvtári olvasóvá nevelő programok online platformokon is elérhetőek lennének, míg mindössze mintegy 10% nem tartja ezt szükségesnek. Ez az eredmény egyértelműen jelzi, hogy jelentős igény mutatkozik az olvasásnépszerűsítő könyvtári programok digitális elérhetőségére, ami a könyvtárak jövőbeli fejlesztési irányait is meghatározhatja.

Alfejezetünkben azt a kérdést jártuk körbe, hogyan formálják az olvasási szokásokat és a könyvválasztást a digitális tér és a közösségi média eszközei, és milyen hatással vannak ezek a változások az olvasói magatartásra. Előfeltételünk szerint a könyvtárigazgatók és az influenszerek szerint a digitális kompetencia és a tudatos közösségi média-jelenlét kulcsszerepet játszik az olvasóvá nevelő tevékenységek hatékonyságában (E2b.). Hipotézisünk szerint azok a könyvtárosok és könyvtárlátogatók, akik aktívabb médiajelenléttel rendelkeznek, nagyobb hatékonyságúnak értékelik az online olvasásnépszerűsítő tevékenységeket és nagyobb bizalmat tanúsítanak az online könyvajánlások iránt (H2.b.). A kutatás eredményei alátámasztják előfeltételünket, miszerint a digitális kompetencia és a közösségi média jelenlét meghatározó tényezők a literációs nevelésben (Matoli, 2025; Dai, 2025). A 21. századi közkönyvtárak egyre inkább tudatosan integrálják az online platformokat, amelyek közösségspecifikus elérésük révén hatékonyan alakítják az olvasási szokásokat (Egervári, 2024; Ogbomo & Bello, 2024). A könyves influenszerek körében megfigyelhető az autodidakta digitális készségfejlesztés és a magas szintű platformhasználati kompetencia, amely hozzájárul a célzott és reflektált tartalomgyártáshoz, továbbá erősíti a követői bizalmat és a közösségi kötődést. A könyvtáros közösségi médiahasználat demográfiai eltérést mutat, különösen a vizuális platformok – például TikTok és Instagram – esetében, míg a Facebook fiatalabb és idősebb csoportok számára egyaránt releváns. A statisztikai elemzések igazolják, hogy az aktív könyvtári online jelenlét és a platformhasználat között erős, pozitív korreláció áll fenn (Perret, 2020; Bradley, 2015).

Hasonlóképp, a könyvtárlátogatók körében a könyvtári közösségi média tartalmak követése szignifikánsan növeli a könyvajánlások megosztási aktivitását, bizonyítva ezzel a digitális jelenlét olvasói elköteleződésre gyakorolt hatását. Eredményeink megerősítik a hipotézis azon állítását, hogy a megfelelő digitális kompetencia és a közösségi média aktív használata integrálódik az olvasás társadalmi gyakorlatába, és nélkülözhetetlen a hatékony online olvasásnépszerűsítéshez (Park et al., 2023; Akagha, 2021). Bár az aktívabb médiajelenlét összefügg a kedvezőbb online megítéléssel és bizalommal, de a könyvtárak online elérése nem automatikus; tudatos stratégia és következetes jelenlét kell hozzá, s ezért ehhez kapcsolódó hipotézisünk csak részben igazolódik. A virtuális lét gyengesége vagy hiánya ezzel szemben gátolja a célközönség elérését és az olvasói bizalom kialakulását, így az alapvető digitális stratégia, s kifejezetten a közösségi médiastratégia folyamatos fejlesztése elengedhetetlen a közkönyvtári és influenszer-kommunikáció sikeressége szempontjából (Kolhe, 2022; Jávorka, 2013; Koltay, 2010).

6.5. A könyves influenszerek szerepe, elfogadottsága

Az interjú során tapasztalható volt - ahogy az eddigi alfejezetekből is következtethetünk rá, hogy a könyvtárigazgatók egyre nyitottabb attitűddel rendelkeznek a könyves influenszerekkel, illetve más online tartalomgyártókkal történő együttműködésben. Bár tapasztalataik és kapcsolataik változatosak, az alábbi ábra és típusanalízis jól szemlélteti a témához való hozzáállásuk és tapasztalataik sokszínűségét (33. ábra).



33. ábra Az intézményvezetők attitűdje a könyves influenszerek kapcsán (saját szerkesztés, N=20)

Az első csoportba a proaktív, gyakorlati tapasztalatokkal rendelkező vezetők tartoznak (n=10), akik már korábban is sikeresen szerveztek közös projekteket. Ilyen együttműködésre

adnak példát a könyvtári retró könyvvásárról készült videók, amelyeket youtuberek készítettek, vagy „*A nagy könyves kihívás*” verseny népszerűsítése influenszerekkel. Hasonlóan említhető a társasjátékokkal foglalkozó influenszerekkel való partnerség, illetve az, amikor könyves influenszereket hívtak meg előadások és kerekasztal-beszélgetések résztvevőiként, vagy aktív partnerként vonták be őket irodalmi események szervezésébe. „*El tudom képzelni, van is rá jó példa, Szabados Ágnes, Csalár Bence remek partnerünk... Az influenszerek követőbázisa jól használható üzenetek eljuttatására, viszont alaposan meg kell választani, hogy kinek a személye és az általa közvetített üzenetek állnak összhangban a könyvtár értékeivel*” (intvez20). Mások a helyi lehetőségek feltérképezését hangsúlyozták: „*most feltérképezzük, hogy a közelünkben kik érhetőek el és hogyan tudunk velük együttműködni. Itt is az anyagiak szabhatnak gátat... a fiatalok jobban elfogadják egy influenszer véleményét*” (intvez16). Az is megfogalmazódott, hogy a könyves influenszerek különösen hiteles partnerek lehetnek, hiszen „*én úgy láttam egyébként, akik könyves influenszerek, ők könyvtárakat szerető emberek*” (intvez14). Az ilyen együttműködések kézzelfogható eredményeire utal az a tapasztalat, hogy „*volt olyan könyvbemutatónk, amire az influenszer oldalán való meghirdetés miatt jöttek be a könyvtárba*” (intvez6).

A második csoportba a nyitott, de tapasztalatlan és kevésbé tájékozott igazgatók sorolhatók (n=7). Ők azok, akik érdeklődésüket fejezik ki az influenszerekkel való közös munka iránt, de nem rendelkeznek személyes tapasztalatokkal vagy kapcsolatokkal. Elsősorban hallomásból, kollégáik beszámolóiból ismerik az influenszerek tevékenységét, és előfordul, hogy saját könyvtáros kollégáik blog- és közösségimédia-tevékenységét tartanák hasznosíthatónak a könyvtári kommunikációban. Kritikus hangok is megjelentek: „*attól senki nem kezdett el olvasni, hogy ő ezt állítja be*” (intvez19). Mások viszont hangsúlyozták az influenszerek tartós közönségépítési erejét: „*Akinek már sikerült egy követői bázist kiépíteni és folyamatosan fenn is tudja tartani az érdeklődést, ők nagy jelentőséggel bírhatnak. Akik pedig más területen híresek és néha megszólalnak az olvasás mellett, azok pedig azokhoz is elérhetnek, akik számára nem az olvasás a legfőbb hobbi*” (intvez8). Egy másik vélemény szerint a könyvtári kommunikációban érdemes lenne az irodalomtanárok szerepét is újragondolni, hiszen „*itt az irodalomtanároknak is milyen nagy szerepe lenne, ők is egyfajta influenszerek*” (intvez10).

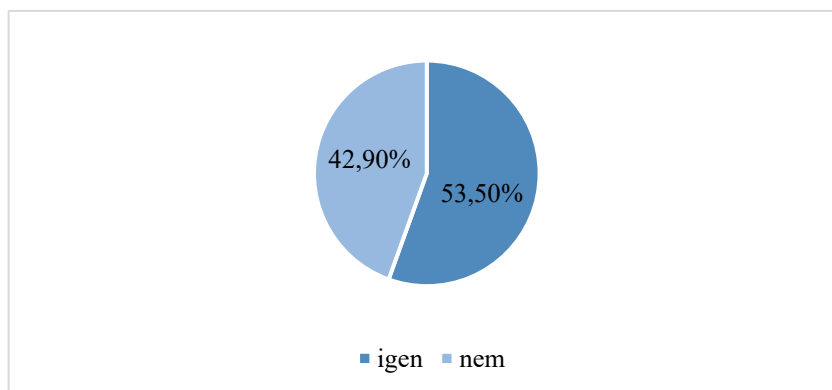
S végül a harmadik attitűdcsoportba a visszafogottan szkeptikus, mérlegelő vezetők tartoznak (n=4). Ők ugyan nem utasítják el kategorikusan az influenszerekkel való együttműködést, de számos fenntartásuk van. Egyesek szerint az influenszerek „*nem biztos, hogy előbújnak a virtuális világból*”, azaz kevésbé motiváltak a személyes jelenlétre. Mások az anyagi nehézségekre és a forráshiányra mutattak rá, amelyek gátolhatják a hosszú távú közös

munkát. Bár többen hangsúlyozták annak fontosságát, hogy a kapcsolat partneri viszonyra épüljön, a könyves influenszereket nem riválisként, hanem potenciális együttműködőként kell értelmezni, ahol a könyvtár akár támogató platformként, nem feltétlenül kezdeményező főszereplőként jelenik meg. Egyetlen igazgató – akit szintén ebbe a csoportba soroltunk be – kifejezetten elutasítóan nyilatkozott, teljesen elzárkózva az influenszerekkel való együttműködés lehetőségétől.

A típusanalízis ellenére az igazgatói vélemények szinte teljes mértékben egybehangzóan nagy jelentőséget tulajdonítanak az olvasásnépszerűsítőknak, akik elérésük és hitelességük révén képesek olyan célcsoportokat is megszólítani, akiket a szülők vagy tanárok már nem tudnak kellő hatékonysággal megszólítani. Az igazgatók meglátásai alapján, a könyves tartalomgyártók sok esetben nemcsak tartalmat osztanak meg, hanem közösséget is építenek, követőtáboruk révén új olvasói rétegeket tudnak bevonni, így hozzájárulnak az olvasás társadalmi újra pozicionálásához. Az általuk megosztott ajánlások, vélemények és kritikai visszacsatolások erősíthetik az olvasói élmények közösségi megosztását, hozzájárulva egyfajta digitális olvasói kultúra kialakulásához. De fontos hangsúlyozni, hogy önmagában az, hogy valaki influenszerként könyvet olvas, nem garantálja azt, hogy a követői is olvasókká válnak, mert ehhez elengedhetetlen a hiteles, sokszínű és kritikus tartalomgyártás. Érdekes és előremutató felvetés, hogy az irodalomtanárok is válhatnának hasonló hatású influenszerekké, amennyiben tudatosan használják a közösségi média lehetőségeit, hiszen pedagógiai tudásukat és hitelességüket ötvözhetnék az online kommunikáció eszközeivel. Ezek alapján az interjúban részt vevő könyvtárigazgatók többsége felismeri, hogy az influenszerekkel való együttműködés a digitális világban az olvasóvá nevelés egyik leghatékonyabb eszköze lehet. Noha az igazgatók ismerete, tapasztalata és nyitottsága változatos, a siker záloga a jól átgondolt, célorientált partnerség, ahol a könyvtár lehetőséget kínál a közös értékteremtésre. A tartalomgyártók új perspektívát nyithatnak az olvasáskultúra fejlesztésében, miközben a hagyományos kulturális és könyvtári küldetés is megőrizhető és megerősíthető.

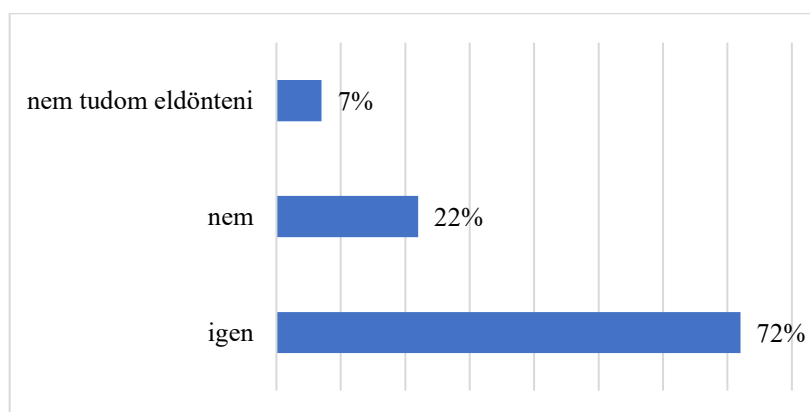
Az intézményvezetőkhez hasonló arányban ismernek könyves influenszereket a könyvtárosok (53,5%). Az olvasásnépszerűsítőkkal való könyvtári együttműködés tekintetében a válaszadók mintegy negyede (26,0%) számolt be ilyen tapasztalatról, míg 43,3%-uk szerint nem került sor együttműködésre, és további 29,5% nem rendelkezik információval ilyen kezdeményezésekről. Ez utóbbi megvalósult kollaboráció esetén arra is utalhat, hogy ezek a projektek nem minden esetben átláthatók vagy megfelelően ajánlottak a könyvtári kollégáknak. Bár a közösségi média és az influenszerek szerepe növekvő jelentőségű a könyvtárak kommunikációjában, az együttműködés gyakorisága és ismertsége még további fejlesztési

lehetőségeket rejt magában, a következőkben ismertetjük azokat az eredményeket, amelyek ehhez kapcsolódnak.



34. ábra A könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők ismertsége a könyvtárosok körében (saját szerkesztés, N=245, missing=9, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Kutatásunkban a könyvtárosok véleményét is kikértük az online olvasói közösségek és influenszerek ismertségéről (34. ábra), szerepéről, akiknek jelentőségét a könyvtárosok kiemelkedőnek tartják: szerintük inspiráló és támogató közeget biztosítanak, ahol a tagok egymást motiválják az olvasásra, megosztják tapasztalataikat, ajánlásait, és közös olvasmányélményeket élhetnek át. A könyves influenszerek jelentős hatással bírnak a fiatalabb generációk olvasási szokásaira, mivel hiteles példaként jelennek meg, és képesek trendeket teremteni, illetve népszerűsíteni az olvasást a közösségi média platformjain. Több válaszadó könyvtáros is hangsúlyozta, hogy a könyves tartalomgyártók közvetítésével a könyvtárak szélesebb közönséget érhetnek el, különösen azokat a fiatalokat, akiket a hagyományos csatornákon keresztül nehezebb megszólítani, tehát egyfajta híd-szereplőknek is tekinthetők az olvasásnépszerűsítők a könyvtárak és az emberek között. Emellett megjelent az a szempont is a véleményükben, hogy a könyvtáraknak tudatosan, szakmai szempontokat szem előtt tartva kell együttműködniük az influenszerekkel, hogy az olvasóvá nevelés hiteles és értékalapú maradjon.



35. ábra A könyvekkel, olvasással foglalkozó közösségi média-profilok követése könyvtárosok körében
(saját szerkesztés, N=250, missing=4, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

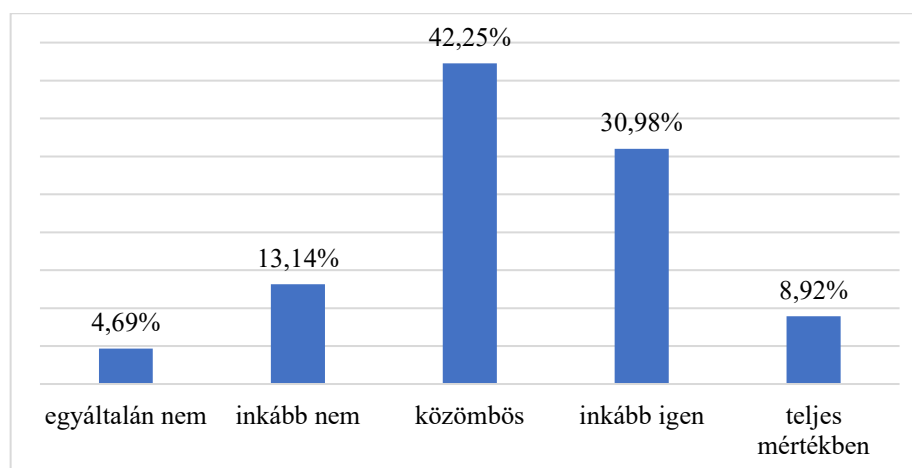
Ahogy a 35. ábra is mutatja, a könyvtárosok jelentős többsége (72%) követ olyan személyeket vagy kezdeményezéseket a közösségi médiában, amelyek könyvekkel, olvasással foglalkoznak, tehát a könyves tartalmak jelenléte meghatározó körükben is, legyen szó személyekhez kapcsolódó profilokról, vagy olvasásnépszerűsítő rendezvényekről, kezdeményezésekről.

41. táblázat A könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők ismerete korcsoporti megoszlásban

Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?			
	igen	nem	Össz.
23-35	76,92%	23,07%	100%
36-41	51,11%	48,88%	100%
42-46	60,52%	39,47%	100%
47-50	54,16%	45,83%	100%
51-56	55,88%	44,11%	100%
57-73	36,84%	63,15%	100%
Össz.	55,78%	44,21%	100%

(saját szerkesztés, N=242, missing=12, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A Pearson-féle Khí-négyzet próba eredménye ($p=0,020$) statisztikailag szignifikáns összefüggést mutatott a könyvtárosok korcsoporti eloszlása és az influenszerek ismertsége között (41. táblázat), s a Linear-by-Linear Association teszt ($p=0,005$) eredménye is lineáris lett. Ez azt jelenti, hogy minél fiatalabb a válaszadó, annál nagyobb valószínűséggel ismer olvasásnépszerűsítőket. Ezek az adatok egyértelműen jelzik, hogy az influenszerek ismertsége életkorfüggő, a fiatalabb korcsoportok körében jóval elterjedtebb, míg az idősebbek körében kevésbé jellemző.



36. ábra A könyvtárosok könyves influenszerek könyvajánlásaiba vetett bizalma (saját szerkesztés, N=213, missing=41, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Viszont nem minden a követés és a tartalmak fogyasztása. A könyvtárosok könyves influenszerek könyvajánlásaiba vetett bizalma inkább semleges vagy mérsékelt, ahogy azt a 36. ábra is mutatja. A legtöbben (90 fő) közömbösen viszonyulnak az influenszerek ajánlásaihoz. A bizalom szintje mérsékelt, a többség inkább semleges vagy óvatosan bizakodó ezekkel az ajánlásokkal kapcsolatban.

42. táblázat A könyves influenszerek ismerete és a könyvajánlások, olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában – keresztáblaelemzés

Szokott-e Ön megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi médián keresztül?							
		soha	alkalmanként	időnként	rendszeresen	gyakran	Össz.
Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?	igen	15,55%	14,17%	21,48%	24,44%	24,44%	100%
	nem	23,14%	17,59%	23,14%	17,59%	18,51%	100%
	Össz.	18,93%	15,63%	22,22%	21,39%	21,81%	100%

(saját szerkesztés, N=243, missing=11, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A 42. táblázat azt mutatja, hogy a könyves influenszerek ismerete és a könyvajánlások, illetve olvasási élmények megosztása között szoros összefüggés van a közösségi média platformokon. Azok körében, akik ismernek könyves influenszereket, jóval gyakoribb a könyvajánlók és olvasási tartalmak megosztása.

Az alábbi 43. táblázat azt mutatja be, hogy a könyves influenszerek ajánlása alapján olvasmányt választó könyvtárosok milyen gyakorisággal osztanak meg könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket a közösségi médiában. Az eredmények szerint azok esetében, akik influenszerek ajánlására választanak könyvet, valamivel magasabb arányban találhatók olyanok, akik gyakran maguk is osztanak meg könyves tartalmakat (21,7%), mint azok között,

akik nem követik influenszerek ajánlásait (20,5%). A statisztikai vizsgálatok eredményei szerint a Pearson-féle Khí-négyzet próba nem mutatott ki statisztikailag szignifikáns kapcsolatot az influenszerek ismertsége és a könyves tartalmak megosztásának gyakorisága között ($p=0,324$), de a Linear-by-Linear Association teszt eredménye szignifikáns ($p=0,040$), ami gyenge, de kimutatható lineáris összefüggésre utal. Az eredményekből látható, hogy a tartalomgyártók által befolyásolt könyvtárosok aktívabbak a könyves tartalmak megosztásában, míg azok, akik nem támaszkodnak ezekre az ajánlásokra, nagyobb arányban maradnak passzívak ezen a téren.

43. táblázat A könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvek és a könyvajánlások, olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában – keresztábraelemzés

Szokott-e Ön megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi médián (pl., Facebook, Instagram, Twitter) keresztül?		soha	alkalmanként	időnként	rendszeresen	gyakran	Össz.
Előfordult-e már, hogy könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvet?	igen	12,84%	19,26%	22,93%	23,85	21,10%	100%
	nem	21,92%	14,03%	23,68%	19,29%	21,05%	100%
	Össz.	17,48%	16,59%	23,31%	21,52%	21,07%	100%

(saját szerkesztés, N=223, missing=31, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Ennek kapcsán azt is megvizsgáltuk, hogy a könyvtárosok neme milyen mértékben befolyásolja azt, hogy a könyves influenszerek ajánlásai alapján választanak olvasmányt (44. táblázat). A nők körében lényegesen magasabb azok aránya, akik hatásukra választanak könyvet (52%), míg a férfiak esetében ez az arány jóval alacsonyabb (23%). Tehát az influenszerek hatása a könyvválasztásra elsősorban a női könyvtárosok körében jelentősebb, míg a férfiak kevésbé támaszkodnak ilyen jellegű ajánlásokra.

44. táblázat A könyves influenszerek ajánlásainak figyelembevétele könyvtárosok körében nemi eloszlásban

		Mi a neme?		
		férfi	nő	Össz.
Előfordult-e már, hogy könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvet?	igen	8,73%	91,26%	100%
	nem	25,86%	74,13%	100%
	Össz.	17,80%	82,19%	100%

(saját szerkesztés, N=219, missing=35, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Azt is megvizsgáltuk, hogy az egyes korcsoportok milyen gyakorisággal osztanak meg könyvajánlásokat vagy olvasmányélményeket a közösségi médiában, valamint, hogy ez a

tevékenység összefüggésben áll-e az influenszerek ajánlása alapján történő könyvválasztással és a nemi különbségekkel. Az eredmények alapján (45. táblázat) a fiatalabb korcsoportok (23–41 évesek) aktívabbak a könyves tartalmak megosztásában, míg az idősebb korcsoportok kevésbé. Az influenszerek ajánlását követő könyvtárosok körében szintén magasabb a könyves tartalom megosztásának gyakorisága, ami arra utal, hogy az olvasásnépszerűsítő hatás összefügghet a közösségi média aktivitással. Emellett a nők lényegesen nagyobb arányban választanak könyvet influenszerek ajánlása alapján, mint a férfiak (52% - 23%). Ezek az adatok jól szemléltetik az életkor és a nem szerinti különbségeket az olvasási szokásokban és a közösségi média használatában, kiemelve, hogy a fiatalabb és női válaszadók aktívabbak mind a könyves tartalmak megosztásában, mind az influenszerek ajánlásainak követésében.

45. táblázat Könyvajánlások és olvasmányélmények megosztása könyvtárosok korcsoportjai alapján

Szokott-e Ön megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi médián keresztül?						
	soha	alkalmanként	időnként	rendszeresen	gyakran	Össz.
23-35	23,07%	20,51%	20,51%	20,51%	15,38%	100%
36-41	19,56%	17,39%	19,56%	26,08%	17,39%	100%
42-46	19,51%	17,07%	26,82%	19,51%	26,82%	100%
47-50	12,24%	14,28%	26,53%	24,48%	22,44%	100%
51-56	15,15%	15,15%	21,21%	12,12%	36,36%	100%
57-73	22,50%	12,50%	17,50%	22,50%	25%	100%
Össz.	18,54%	16,12%	22,17%	21,37%	21,77%	100%

(saját szerkesztés, N=248, missing=6, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A következő keresztátlában (46. táblázat) látható, hogy az influenszereket ismerő könyvtárosok jelentősebb szerepet tulajdonítanak a könyves tartalomgyártóknak, 53%-uk a legmagasabb vagy a második legmagasabb szintre sorolja. Ezzel szemben a könyves influenszereket nem ismerők 70%-a úgy véli, hogy szerepük inkább kisebb vagy közepes jelentőségű. Tehát az influenszerek ismertsége pozitívan befolyásolja az olvasásnépszerűsítésben betöltött szerepük megítélését.

46. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és az olvasásnépszerűsítésben betöltött szerepük megítélése könyvtárosok körében

		Mekkora szerepe van a könyves influenszereknek az olvasásnépszerűsítésben?					Össz.
		legkisebb szerep	kisebb szerep	közepes szerep	jelentős szerep	legnagyobb szerep	
Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?	igen	0,75%	5,26%	40,60%	47,36%	6,01%	100%
	nem	8,13%	17,44%	44,18%	24,41%	5,81%	100%
	Össz.	3,65%	10,04%	42,01%	38,35%	5,93%	100%

(saját szerkesztés, N=219, missing=35, OlvNev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A következőkben a könyvtárlátogatók felől közelítjük meg a könyves influenszerek elfogadottságát, ismertségét. Elsőként azt vizsgáltuk, hogy az ismertségük összefüggésben áll-e azzal, hogy a könyvtárlátogató követi-e a könyvtárát a közösségi médiában (47. táblázat). A teszt p-értéke ($p=0,004$), statisztikailag szignifikáns kapcsolat van a könyves influenszerek ismertsége és a közösségi média aktivitás között. Az aktív felhasználó könyvtárlátogatók nagyobb valószínűséggel ismernek könyves influenszereket. Ez összhangban van azzal a feltételezéssel, hogy az aktív felhasználók szélesebb körben tájékozódnak a közösségi médiában elérhető olvasással, könyvekkel kapcsolatos tartalmakról. A könyves influenszerek ismertségét tekinthetjük a könyvtári közösségi média oldalak követési indikátorának. Ez azt jelenti, hogy azok a könyvtárlátogatók, akik ismernek könyves influenszereket, általánosan is nagyobb valószínűséggel követnek könyvtárak által létrehozott tartalmat a közösségi médiában.

47. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és a könyvtári közösségi média tevékenység követése közötti összefüggés vizsgálata könyvtárlátogatók körében

	Szeretné látni, hogy a könyvtár könyves influenszerekkel működik együtt az olvasóvá nevelés területén?			
		igen	nem	Össz.
Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?	igen	91,33%	8,66%	100%
	nem	76,28%	23,71%	100%
	Össz.	84,82%	15,17%	100%

(saját szerkesztés, N=458, missing=1, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Azt is vizsgáltuk, hogy a könyves influenszerek ismertsége összefüggésben áll-e az influenszerek ajánlásaiba vetett bizalom mértékével (48. táblázat). A vizsgálat alapját keresztábra-elemzés és a Pearson-féle Khí-négyzet próba képezte. A bizalmat 1-5 skálán mértük, ahol 1=egyáltalán nem, 5=teljes mértékben. A teszt p-értéke ($p<0,001$), ami azt jelzi, hogy statisztikailag szignifikáns kapcsolat van a könyves influenszerek ismertsége és az

ajánlásaikba vetett bizalom között. Azok a könyvtárlátogatók, akik ismernek könyves influenszereket, nagyobb valószínűséggel bíznak meg az általuk megfogalmazott ajánlásokban. Ennek oka lehet, hogy az ismertség növeli a hitelességet és a szimpátiát, ami pozitív attitűdöt eredményez az ajánlásokkal kapcsolatban. A könyvtárlátogatók valószínűleg jobban megbíznak azokban az olvasásnépszerűsítőkből, akiket hosszabb ideje, rendszeresen követnek. Azok, akik nem ismernek könyves tartalomgyártókat, alacsonyabb mértékben bíznak meg az influenszerek ajánlásaiban. Ez arra utalhat, hogy a bizalom kialakulásához elengedhetetlen az ismeretség vagy a következetes tartalmi interakció. Fontos megjegyezni, hogy a korreláció nem implikál ok-okozati összefüggést. Ezt az eredményt kétféleképpen értelmezhetjük, egyrészt a felhasználók azért bíznak meg a könyves influenszerekben, mert ismerik őket, követik a munkásságukat és azonosulnak a véleményükkel, másrészt pedig a felhasználók azért kezdenek el követni és megismerni bizonyos könyves influenszereket, mert előzetesen megbíznak a véleményükben és érdekesnek találják az ajánlásaikat.

48. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és a könyvajánlásaikba vetett bizalom összefüggése

		Mennyire szokott megbízni ezeknek az influenszereknek a könyvajánlásaiban?					
		egyáltalán nem	inkább nem	semleges	inkább igen	teljes mértékben	Össz.
Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?	igen	1,79%	2,09%	23,65%	43,41%	29,04%	100%
	nem	24%	6,66%	57,33%	12%	0	100%
	Össz.	5,86%	2,93%	29,82%	37,65%	23,71%	100%

(saját szerkesztés, N=409, missing=50, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

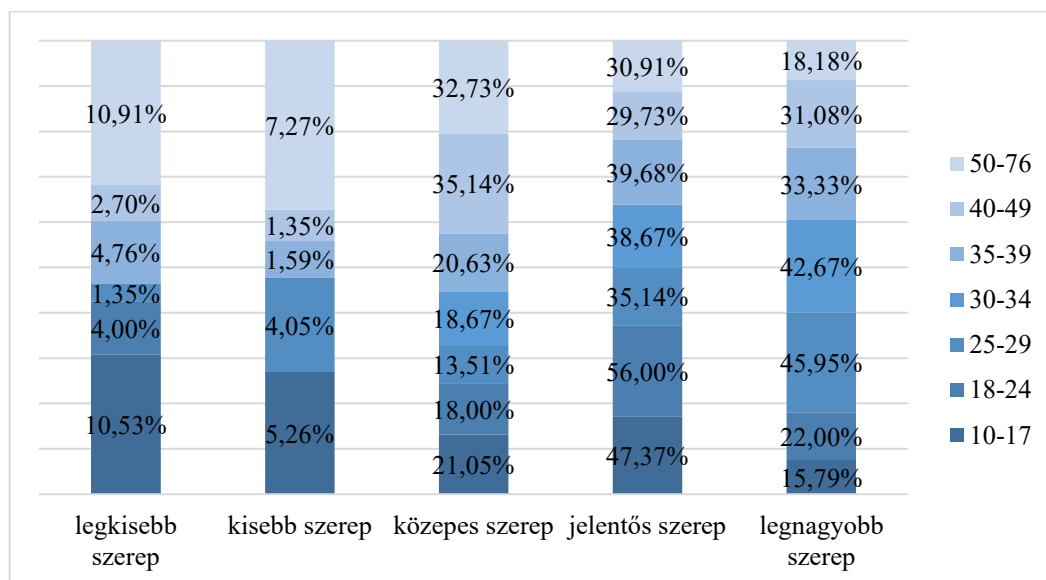
Az alábbi 49. táblázatból leolvasható, hogy a könyves influenszerek ismertsége mennyire összefügg azzal, hogy a felhasználók ajánlásaik alapján választanak olvasmányt. A teszt p-értéke ebben az esetben is ($p < 0,001$) kisebb, mint a szokásos 0,05-ös szignifikanciaszint, szignifikáns és rendkívül erős kapcsolat fedezhető fel. Az olvasásnépszerűsítőket ismerő személyek sokkal nagyobb valószínűséggel választanak könyvet az ő ajánlásaik alapján, mint azok, akik nem ismerik, nem követik a könyves tartalomgyártókat. Ez arra utal, hogy az influenszerek által közvetített információk és vélemények jelentős hatással lehetnek a felhasználók könyvválasztási döntéseire.

49. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és az ajánlásaik alapján történő könyvválasztás összefüggése

		Előfordult már, hogy könyves influenszerek ajánlása alapján választott könyvet?		
		igen	nem	Össz.
Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?	igen	93,01%	6,99%	100%
	nem	22,42%	77,57%	100%
	Össz.	75,68%	24,31%	100%

(saját szerkesztés, N=436, missing=23, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Továbbá azt az összefüggést is megvizsgáltuk, hogy a különböző korosztályú könyvtárlátogatók mekkora jelentőséget tulajdonítanak a könyves influenszereknek az olvasásnépszerűsítésben. A Pearson Chi-Square teszt p-értéke ($p < 0,001$), ami azt jelzi, hogy statisztikailag szignifikáns kapcsolat van az életkor és a könyves influenszerek jelentősége között. Emellett a szignifikáns Linear-by-Linear Association azt mutatja, hogy a két változó között lineáris kapcsolat is fennáll. A 25-29 és 30-34 éves korosztályok adták a legtöbb magas értékelést a könyves influenszerek munkájára, míg az 50-76 éves korosztály nagyobb arányban adott alacsonyabb értékeléseket. A legtöbb korosztályban a jelentős szerepkör megjelölése (1-5 Likert skálán a 4-es érték) a leggyakoribb (37. ábra).



37. ábra Könyves influenszerek jelentőségének mértéke a könyvtárlátogatók korcsoportja alapján

(saját szerkesztés, N=410, missing=49, OlvNev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

A harmadik kutatási kérdésünk arra irányult, milyen szerepet töltenek be a könyves influenszerek az olvasásnépszerűsítésben. Előfeltételünk szerint a könyves influenszerek fontos szerepet játszanak az olvasásnépszerűsítés digitális és társadalmi dimenziójában, míg

hipotézisünk szerint azok a könyvtári programok, amelyek influenszerekkel együttműködésben valósulnak meg, növelik a könyvtári programok elérését és relevanciáját (E3a., H3a.). Ahogy bemutatásra került, az intézményvezetők körében a könyves influenszerek megítélése különböző álláspontokat tükröz, de alapvetően pozitív irányba változik: egyre inkább elismert szereplőivé válnak az olvasóvá nevelés folyamatának. Különösen a proaktív, innovatív szemléletű vezetők számolnak be sikeres közös projektekről, digitális kampányokról és közösségépítő eseményekről, amelyek azt bizonyítják, hogy az olvasásnépszerűsítőkkal való együttműködés kézzelfogható eredményt hozhat (Birke, 2021). A tartalomgyártók követőbázisa hatékonyan használható az üzenetek célzott eljuttatására, ugyanakkor a hitelesség és a könyvtári értékekhez való illeszkedés elengedhetetlen feltétele a sikernek (Johnsson, 2023; Máté, 2021; Albrecht, 2017). Más vezetők inkább a tapasztalat hiányát vagy a kockázatokat emelik ki, de összességében ők is nyitottak az együttműködés lehetőségeire, elismerve az influenszerek közösségépítő és trendalakító erejét (Matoli, 2025; Euzéby, 2024). A szkeptikusabb álláspontok főként az anyagi források és a személyes kapcsolódás korlátozott voltára hívják fel a figyelmet, miközben továbbra is a partneri viszony és a kölcsönös bizalom fontosságát hangsúlyozzák. A könyvtárosok körében a könyves tartalomgyártók ismertsége korcsoportonként jelentősen eltér: a fiatalabbak körében sokkal magasabb, ami összhangban áll a közösségi médiahasználat szélesebb mintázataival. Az influenszerek ajánlásaiba vetett bizalom általában mérsékelt, de pozitív tendenciát mutat, és különösen erős azoknál, akik rendszeresen követik ezeket a tartalomgyártókat (Guld, 2021; Máté, 2021; Tomasena, 2021). A könyvtárosok aktivitási mintázatai szerint az influenszereket ismerők aktívabban osztanak meg könyves tartalmakat, míg a többiek inkább passzívak ezen a téren. A statisztikai elemzések – Pearson-féle Khí-négyzet és Linear-by-Linear Association teszt – igazolták az összefüggést az influenszerek ajánlása alapján történő könyvválasztás és a könyves tartalmak megosztása között. Ez a kapcsolat különösen erős a fiatalabb és a női válaszadók körében, akik aktívabban követik az influenszereket, és gyakrabban osztanak meg olvasási élményeket a közösségi médiában (Teixeira do Souro Pereira, 2025; Segarra-Saavedra & Torres-Huamanyauri, 2024). A könyvtárlátogatók vizsgálata szintén arra utal, hogy az influenszerek ismertsége szignifikánsan összefügg a könyvtári, közösségi médiatartalmak követésével, tehát az olvasásnépszerűsítő hozzájárulhatnak a könyvtári programok láthatóságának és társadalmi relevanciájának erősítéséhez (Reddan et al., 2024). Mindezek alapján igazolható a hipotézis: a könyves influenszerek valóban meghatározó szerepet töltenek be az olvasásnépszerűsítés digitális és társadalmi dimenziójában (Obreja & Manolica, 2024; Cornwell & Katz, 2021), erősítve a könyvtári programok elérését és célcsoportbéli beágyazottságát. Az együttműködés

sikerének alapja a hiteles, szakmailag megalapozott partnerség és a közös értékek mentén kialakított kommunikáció, amely új dimenziókat nyithat az olvasáskultúra fejlesztésében.

6.6. A könyvtárak és az influenszerek együttműködése

A magyarországi könyvtárvezetők véleménye alapján a külső partnerekkel, köztük könyves influenszerekkel zajló együttműködés, egyre fontosabb szerepet tölt be a könyvtári gyakorlatban. Ez az együttműködés tágabb értelemben illeszkedik a könyvtárak közösségi, kulturális és innovációs stratégiájába, és több szempontból is gazdagítja az intézményi működést. Többnyire intézményesített partnerség formájában valósul meg, amelyekben a könyvtárak különféle kulturális, oktatási és civil szereplőkkel, például levéltárakkal, múzeumokkal, tankerületekkel, valamint civil szervezetekkel működnek együtt. Ezenkívül az oktatási intézményekkel való kapcsolatok is kiemelt szerepet töltenek be: a könyvtárak aktívan együttműködnek iskolákkal és iskolai könyvtárakkal, mely főként közös programok szervezésében nyilvánul meg, mint például a rendhagyó irodalomórák, könyvtárlátogatások.

Az interjúk során többször hangsúlyosan megfogalmazódott, hogy a helyszín- és marketingalapú együttműködések esetében a könyvtárak nemcsak eseményhelyszínként jelennek meg, hanem aktív promóciós együttműködést is folytatnak partnereikkel, melynek eredményeként kölcsönösen bővíthetik a közönségüket. Ez a kétoldalú kapcsolat azt is jelenti, hogy az együttműködő intézmények egymás népszerűségét, elérését tudatosan erősítik. A személyes és márkaalapú együttműködések keretében pedig a könyvtárak elismert könyves influenszerekkel, irodalmi közszereplőkkel vagy helyi ismert személyiségekkel, például Vates projekt, Ott Anna, Nyáry Krisztián, Péterfy Bori, Szabados Ági, Bartók Imre, Simon Márton, Makranczy Zalán, közösen szerveznek eseményeket, beszélgetés-sorozatokot, illetve ajánlókat. Ezek a programok nem csupán a résztvevők számára kínálnak értékes élményeket, hanem hozzájárulnak a könyvtári brand fiatalos, naprakész arculatának kialakításához is. Az ilyen típusú együttműködések eredményeként említhető, hogy a könyvtárak szélesebb közönséget érnek el, beleértve a nem könyvtárhasználókat is. Az ismert személyiségek és influenszerek általában pozitív visszacsatolást adnak a közös programokról, kampányokról, ami további megerősítést és motivációt jelent a könyvtár számára. Fontos sajátosság, hogy ezen együttműködések többsége nem jár anyagi ellenszolgáltatással, a fő hajtóerő a kölcsönös előny, a közösség- és márkaépítés. Bár a nagyobb ismertséggel rendelkező szereplők – például a fentebb említett ismert írók, médiaszemélyiségek vagy influenszerek – esetében gyakori, hogy a részvétel pénzbeli juttatáshoz kötődik, ami az együttműködés professzionális jellegét is erősíti. Végül, az együttműködés révén a könyvtári programok fiatalosabb, trendi és szélesebb

körben is vonzó arculatot kapnak, a digitális világ működésének logikájához igazított megjelenési formákat alkalmaznak, és így jelentősen növelik a könyvtárak társadalmi láthatóságát. Az influenszerek szakmai javaslatainak hatására a könyvtárak gyakran bővítik gyűjteményüket.

A könyvtári kommunikáció és közösségformálás fejlesztésének, innovációjának folyamatában egyre hangsúlyosabbá válik a saját könyves influenszer kinevelésének és munkaköri meghatározásának kérdése, amely az intézményvezetők körében eltérő attitűdöket és stratégiákat alakít ki. Az igazgatók válaszai alapján, a könyves tartalomgyártók elfogadottságához hasonlóan, három markánsan elkülöníthető típus rajzolódik ki az influenszer-szerepkör kialakításával kapcsolatban.

Az első, kreatív és támogató szemléletű igazgatói típus nyitottan viszonyul a könyvtári influenszer-modellhez. Ezek a vezetők elképzelhetőnek tartják, hogy az intézményen belül olyan kollégák kapjanak szerepet, akik megfelelő digitális és kommunikációs készségekkel, szakmai hitelességgel rendelkeznek a hatékonyság érdekében. Részben már sikeres példákat is említenek az intézményvezetők ennek kapcsán, de elismerik a feladat jelentős erőforrás-igényét és munkaterhét, mégis komoly lehetőséget látnak a modellben a könyvtári márka megújítására.

A második, pragmatikus-szkeptikus igazgatói típus elismeri az influenszer-alapú kommunikáció lehetőségeit, ugyanakkor a megvalósíthatóságot illetően óvatosabb álláspontot képvisel. Ezek a vezetők a könyvtári humán- és anyagi erőforrások szűkössége miatt inkább országos szintű, összehangolt kezdeményezésekben látják a megoldást, hangsúlyozva, hogy a könyvtárosi szakma jellemzően introvertált karaktereket vonz, és nem minden munkatárs alkalmas az influenszer-szerepre.

A harmadik, elutasító vagy alternatív utakat kereső igazgatói típus nem tartja reálisnak az intézményen belüli influenszer gyakorlatát. Ezek a vezetők inkább külső influenszerek, bloggerek vagy országos kampányok bevonását, illetve alternatív, innovatív kommunikációs módszerek alkalmazását részesítik előnyben.

Az influenszerek bevonásával kapcsolatban több fejlesztési lehetőség is körvonalazódik. A könyvtárak, mint márkák tudatosan használhatják fel a tartalomgyártók nevét és követőtáborukat brand-építésre és promócióra, ezáltal a digitális és valós közösségek közötti átjárás oda-vissza is erősödhet. A friss, kreatív online tartalom, például programajánlók, könyvajánlók, kihívások, videók, inspiráló bejegyzések révén új szemlélet és innováció áramlik be a könyvtári térbe. Egy influenszer rendszeres, hiteles jelenléte pedig különösen a fiatalabb generációk elköteleződésének sikeres eszköze lehet, növelve a könyvtár közösségi olvasásnépszerűsítő erejét.

A stratégiában hangsúlyt kaphat a könyvtári szféra proaktív, országos szintű digitális jelenlétének megerősítése is, amely több vezető szerint a jövő egyik kulcskérdése. A tapasztalatok alapján a digitális nyitottság, a folyamatos innováció, valamint a hitelességre és egyéni szakmai kompetenciákra építő együttműködések jelentik a sikeres könyvtári influenszerség kulcsát, s ezáltal a könyvtárak jelentős mértékben képesek lehetnek új közönségek elérésére, korszerű programkínálat kialakítására, valamint a 21. századi könyvtár fejlesztésére, szerepének újragondolására.

A könyvtárak és könyves influenszerek közötti együttműködések sokféle formát ölthetnek, melyek egyaránt lehetnek újszerűek vagy a hagyományos intézményi kapcsolatok logikájára épülők. A kutatásban részt vevő könyvtárvezetők számos olyan lehetőséget azonosítottak, amelyek hozzájárulhatnak a könyvtári szolgáltatások és az olvasás népszerűsítéséhez a digitális térben is. Az egyik leggyakrabban említett irány a könyvtár és könyvtári tartalmak megjelenítése influenszerek által készített videókban és bejegyzésekben, például könyvtárbemutatók, virtuális könyvtári túrák, tematikus könyvajánlók vagy olyan szolgáltatások népszerűsítése, mint az e-book kölcsönzés. Ez a láthatóságnövelés nemcsak a könyvtárak digitális jelenlétét erősíti, hanem az olvasás iránti érdeklődést is fejleszti. Szintén hatékony forma lehet az influenszerek személyes bevonása, több igazgató is említette a rendhagyó irodalomórák, könyvbemutatók vagy kerekasztal-beszélgetések lehetőségét, amelyek során az influenszerek élő kapcsolatba léphetnek az olvasókkal. Az ilyen események különleges vonzerőt jelenthetnek, főként, ha sikerül elismert, nagyobb követőbázissal rendelkező tartalomgyártókat megszólítani. Egyre gyakoribb az is, hogy a könyvtárak az influenszerek kapcsolatrendszerét is stratégiai elemként értelmezik. Eközben a könyvtár, mint támogató platform is értelmezhető, hiszen a partneri együttműködésekben a könyvtár biztosíthatja az infrastruktúrát, a promóciós felületeket, a marketingtámogatást vagy akár a helyszínt az influenszer tevékenységéhez (például saját könyvklubhoz vagy stúdiót a podcast felvételekhez).

Az együttműködések viszont messze túlmutathatnak az olvasás népszerűsítésén. Több könyvtárvezető említette, hogy különféle közösségi vagy szakterületi ügyek melletti kiállítás is összekapcsolhatja az intézményeket és a tartalomgyártókat. Ilyenek például a környezettudatos gondolkodás (zöld könyvtári programok), a mesterséges intelligenciáról szóló ismeretterjesztés, a gasztronómiai, divatkultúrához kapcsolódó könyvajánlók vagy akár elsőkönyves szerzők megismertetése a nyilvánossággal, akár nem könyvtáros háttérrel rendelkező influenszerek bevonásával. Az olvasói igényekhez igazodó példányszám-növelő akciók új, innovatív együttműködési formákat hoznak létre. Ilyenkor az influenszerek könyvajánlásai révén kialakuló kereslet alapján bővül a könyvtári állomány, tehát a digitális tér

visszacsatolása közvetlen hatással van a fizikai dokumentumkínálatra. S végül olyan együttműködések is megjelennek, amelyek közvetlen szerződéses viszony nélkül, közös társadalmi célok mentén valósulnak meg. Ezek az önkéntes alapon vagy társadalmi felelősségvállalásból történő kapcsolatok fontos alternatívát jelentenek, különösen akkor, ha nincs lehetőség anyagi juttatásra, de az érintetteket közös értékek vezérlik.

50. táblázat Az együttműködés lehetőségei az intézményvezetők szerint

Faktorok	Alfaktorok	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
Könyves influenszerek szerepe a könyvtári életben	könyves influenszerek jelentősége	100%	„Kifejezetten izlésformáló szerepük lehet, befolyásolják, holnap miért fognak sorban állni, mit kérnek tőlünk, hogy vásároljuk meg...” (intvez7)
	olvasóvá nevelés felelősségköre	100%	„A könyvtárhoz kapcsolódó emberek lesznek majd könyves influenszerek, ha nem így lesz, akkor a könyvtár kudarca azt gondolnám... azok, akik olvasnak, akik megtanulták a könyvtárat értékelni, azok lesznek ennek a kultúrának az új típusú szóvivői.” (intvez17)
	olvasásnépszerűsítés	70%	„...minden olyan kezdeményezés, amely az olvasást népszerűsíti, fontos és támogatandó.” (intvez5)
	könyvtár népszerűsítése	55%	„Nagyon örülnék, ha a youtuberek eljutnának odáig, hogy a saját maguk csatornáin azt mondanák, hogy volt ebben a könyvtárban és milyen szuper jó hely.” (intvez17)
	társadalmi szerepvállalás	45%	„Híres influenszerek összefogása egy hasznos ügy érdekében a társadalmi felelősségvállalás jegyében...” (intvez18)
	sikeres influenszer-együttműködés	45%	„Volt olyan könyvbemutatónk, amire az influenszer oldalán való meghirdetés miatt jöttek sokan.” (intvez6)
	influenszer-márka	45%	„lehetne promóciós szerződést is kötni valakivel és beszélne a könyvtárról.” (intvez2)
	fiatalító paradigmaváltás	40%	„Szerencsére vannak fiatal munkatársak, akik magabiztosan kezelik a felületeket...” (intvez20)
	online eredményesség	35%	„...ami nagyon izgalmas, hogy itt, a könyvtárban tanulók, olvasók tesznek ki saját képeket az instánkra és izgalmas megnézni, hogy mit fényképeztek, mit írtak mellé, hogyan kommentálták, ez egy pozitív vagy egy negatív üzenet. Ez az Insta szafari módszer...” (intvez7)
	könyvtárkép	20%	„Nagy kihívás az, hogy a könyvtárak presztízse beleszáradt az 50-60-as évekbe, hogy a közvélekedés szerint a könyvtárak elavult intézmények...” (intvez10)
	kölcsönös együttműködés	20%	„...a könyvtárban tartaná meg azt a fajta foglalkozást vagy beszélgetést, vagy egy videót itt készítené. A brand a használata, ahogy ő is használhatja mondjuk a könyvtári brandet.” (intvez1)
	olvasásnépszerűsítő programok	100%	„...közös olvasás, közösségi program” (intvez3)

Olvasásnépszerűsítési stratégiák és programok	könyvklub	95%	„Szeretném, ha lenne olvasóklubunk tiniknek és felnőtteknek...” (intvez15)
	gyermekkönyvtár	90%	„Külön munkatársak felelősek a gyermekkönyvtárunk rendezvényeinek népszerűsítéséért a közösségi felületeken.” (intvez5)
	író-olvasó találkozó	60%	„Az író-olvasó találkozó szervezését, beszélgetést influenszerekre lehetne bízni.” (intvez18)
	mese	45%	„Meseszínház, papírszínház, élményalapú, mesékkel átszőtt, olvasásnépszerűsítő programunk is népszerűségnek örvend.” (intvez13)
	könyvbemutató	35%	„Meghívott előadóink kötetbemutatóin lehetőség van dedikálásra, beszélgetésre, közös fotóra.” (intvez4)
	olvasási verseny	30%	„...a hagyományos népmesemondó versenyt már 31 éve szervezzük és van egy mesevetélkedőnk is...” (intvez8)
	rendhagyó irodalomóra	25%	„Híres színész már tartott rendhagyó irodalomórát a gyerekeknek.” (intvez14)
	családi nap	15%	„...a könyves vasárnap, a könyvtári majális is családi program...” (intvez3)
	fesztivál	10%	„Van egy nagy fesztiválunk, ami a kortárs magyar irodalmat népszerűsíti. Most már van kölyök verziója is...” (intvez2)
	kreatív írás	10%	„Híres írónak volt kreatív írás kurzusa nálunk a könyvtárban.” (intvez7)
Könyvtári funkciók, szolgáltatások, fejlesztések	marketing	80%	„Az influenszerek feladata a marketing.” (intvez9)
	innováció	50%	„Akár technikai háttérrel is tudunk biztosítani, tavaly sikerült létrehozni egy podcast stúdiót, ezt is próbáljuk népszerűsíteni.” (intvez19)
	állománygyarapítás	45%	„...Azzal segítenénk az influenszert, az írókat, a kiadókat, hogy az influenszer népszerűsíti a saját platformjain azt a könyvet, amit mi több példányban megveszünk...” (intvez1)
	kiegészítő funkció	45%	„reklámozni a könyvtári szolgáltatásokat...” (intvez15)
	sajtó	35%	„Van, hogy sajtótájékoztatót is csinálunk, de van ünnepi könyvheti újság is...” (intvez3)
	könyvpiar	30%	„...mondják is az olvasók, hogy eddig megvették a könyveket, de most már nem, mert drága...” (intvez11)
	anyagi forrás	30%	„Jelenleg nem látok esélyt saját influenszer kinevelésére, sem humán erőforrás, sem anyagi erőforrás sem egyéb kapacitás kapcsán.” (intvez13)
	feltörekvő szerzők	25%	„Amatőr írók alkotóműhelyének életre hívása...” (intvez4)
Olvasási attitűdök, motivációk, mintázatok	könyvajánló	90%	„Új könyvek ajánlása, új szolgáltatások népszerűsítése, könyvtári érdekességek megjelenítése a sajátos módszereikkel...” (intvez5)
	interakció	60%	„...az influenszerek nagyon jó kapcsolati rendszerrel is rendelkeznek...” (intvez3)
	olvasási motiváció	50%	„A közösségi média elterjedésével némileg növekedett a könyvek és az olvasás iránti kedv.” (intvez13)
	közösségi tér	40%	„...mi olyan hely szeretnénk lenni, ami az olvasáshoz, a könyvek hagyományos

			<i>értékeihez kapcsolódó harmadik hely, egy kulturális helyszín kíván lenni.” (intvez10)</i>
	generációs sajátosságok	35%	<i>„Fontos, hogy tudjuk, melyik közösségi médiát milyen korosztály használja leginkább...” (intvez5)</i>
	olvasás értéke	25%	<i>„Mindenképpen az olvasmányélményre, az olvasás élményére felépíteni” (intvez3)</i>

A következő kódok 10% alatti előfordulásuk miatt nem szerepelnek a táblázatban, azonban fontosnak tartjuk őket megemlíteni: *hitelesség, felhasználói igények, kihívások, egységes koncepció, társadalmi szerepvállalás.*

Dőlt betűvel szerepelnek azok a kódok, amelyek a könyves influenszereknél is előfordulnak.

(saját szerkesztés, N=20)

A könyves influenszerek oldaláról a könyvtárakkal történő együttműködés lehetőségei és attitűdjei szintén rendkívül sokrétűek, ami jól tükrözi, hogy az olvasásnépszerűsítés digitális korszakban komplex és dinamikus feladat. Az interjú során több influenszer is beszámolt arról, hogy már aktívan részt vettek kollaboráció keretében könyvtári programokon, készítettek tartalmat könyvtárakban, vagy tartottak író-olvasó találkozókat, könyvklubokat, melyeket hasznosnak és inspirálónak tartanak mind szakmai, mind közösségi szempontból. Többen jelezték, hogy a könyvtárak ideális helyszínei lehetnek felolvasásra, szerzőkkel történő beszélgetésekre vagy kreatív workshopokra, különösen, ha azok közösségi élményt kínálnak. Létezik azonban egy olyan influenszer-csoport is, akik inkább az online könyvtári szolgáltatásokhoz kapcsolódóan tudják elképzelni a partnerséget, mert saját bevallásuk szerint nem rendszeres könyvtárhasználók, kevésbé éreznék hitelesnek a személyes jelenlétüket. Számukra elsősorban az online együttműködés, például digitális könyvajánlók, virtuális olvasóköri vagy online előadások jelenthetik a megvalósítható kollaborációt. Fontosnak tartják, hogy a könyvtári szolgáltatások minél könnyebben elérhetők legyenek digitális csatornákon keresztül, mivel sokan csak így tudnak könyvekhez jutni. Ugyancsak megjelennek azok a vélemények is, amelyek szerint a könyvtári rendszer merev szerkezete vagy a személyes rutin nem kedveznek az influenszereknek, de elismerik, hogy a fiatalokat motiváló, könyvtárhasználatot ösztönző tevékenységek rendkívül fontos lehetnek, különösen az egyre erőteljesebb digitális világban. A könyves influenszerek nagy része pozitívan vélekedik az együttműködési lehetőségekről, még ha jelenleg nem is aktív résztvevői a könyvtári életnek, mert úgy látják, az olvasáshoz való hozzáférés bővítése és a közös programok népszerűsítése össztársadalmi érték.

Az együttműködési formák palettája meglehetősen széles: a könyvklubok tartása, beszélgetések moderálása, olvasmánylisták készítése, előadások, olvasásnépszerűsítő események vezetése, tematikus polcok, közösségi kihívások vagy kreatív foglalkozások egyaránt szóba kerültek az interjúk során. A résztvevők többsége kifejezetten önkéntes alapon vagy kölcsönös előny alapján vállalna ilyen feladatokat, a pénzbeli ellentételezést pedig másodlagosnak tekintik, bár egyesek, különösen hosszabb távú és rendszeres együttműködés

esetén fizetett szerződésben is gondolkodnának. Ajándéktárgyakat, könyveket, speciális olvasási lehetőséget (például első olvasó státusz adott kötetnél) szívesen elfogadnak, ugyanis az elismerésnek és a motivációnak fontos funkciója lehet a partnerségben. Továbbá a könyvtáraktól támogatást, nyitottságot és rugalmas partnerséget várnak el az együttműködés során. Kiemelték, annak fontosságát, hogy korszerű, fiatalos marketingű, megfelelő helyszínnel és infrastruktúrával rendelkező, állományában friss megjelenésekkel bővelkedő könyvtárak legyenek a partnereik, illetve, közösségi, kreatív terekkel rendelkezzenek. Az influenszerek szerint szükség van tematikus programokra, kiemelt polcokra, gyors kommunikációs csatornákra, közös kihívásokra és lehetőség szerint digitális szolgáltatásokra. Kifejezett igényként jelenik meg, hogy a könyvtári kínálatban hangsúlyosabban jelenjenek meg a legfrissebb, releváns kiadványok, ne csak az elavult, klasszikus művek, miközben a könyvtárak közösségi funkciójának újradefiniálásával dinamikusabb atmoszférát teremtenek. A tartalomgyártók rámutattak arra is, hogy a könyvtárak társadalmi megítélésének javítása, a modern könyvkultúra kommunikációja és az újabb generációk elérése szorosan összefügg a hatékony, kétdimenziójú (hagyományos és digitális) elérés sikerességével. Véleményük szerint a jövő sikeres könyvtárai azok lesznek, amelyek képesek nyitottan, innovatívan reagálni a közösségi média és a tartalomgyártás változásaira, s az együttműködések partneri, horizontális viszonyként kezelik, lehetővé téve, hogy az olvasásnépszerűsítés valódi közös ügyként sikerüljön megszólítani mind az offline, mind az online közösségeket.

51. táblázat Az együttműködés lehetőségei a könyves influenszerek szerint

Faktorok	Alfaktorok	Szövegbéli százalékos előfordulás	Szövegszegmens
Könyvtári programok, események és helyszínek	könyvklub	72,5%	„A könyvtárban szívesen csinálnék könyvklubot...” (i35)
	író-olvasó találkozó	50%	„...videót fogok készíteni a könyvtáramban és tartok író-olvasó találkozókat is...” (i1)
	könyvtár, mint helyszín, közösségi tér	27,5%	„Szerintem a helyszín biztosítása sokszor egy probléma, hogy hol legyenek mondjuk könyvklubok.” (i2)
	könyves események	25%	„Könyvtárakkal, kiadókkal, könyves eseményekkel kapcsolatban nagyon szívesen vállalnék, vállalok együttműködések.” (i23)
	kerekasztalbeszélgetés	22,5%	„...könyvtárak beszélgetésre hívnak könyves tartalomgyártókat...” (i25)
	gyermekkönyvtár	15%	„Szerintem főleg a gyerekekre kell hatni, hogy odaszokjanak...” (i35)
	könyves kvíz	15%	„szívesen tartanék könyves kvizeket” (i34)
	felolvasó est	12,5%	„...a könyvtárban rengeteg felolvasó est van” (i17)
	workshop	10%	„...kreatív írásra ösztönző műhelyek, ahol az emberek megoszthatják saját történeteiket.” (i9)

	kiemelt könyvajánló	10%	„Esetleg kis plakát, hogy: ezek xy kedvenc könyvei, olvasd el őket te is. Így egyszerre népszerűsíti a könyveket és generál elérést a bloggernek.” (i9)
	előadás	10%	„Egy konferenciára kértek föl, hogy beszéljek az olvasásnépszerűsítésről... (i16)
Együtműködési formák és szervezeti források	könyvtári együttműködés	100%	„...még moderátornak sem kértek fel, pedig nagyon szeretném, nem is kérnék érte pénzt....” (i19)
	önkéntesség	77,5%	„A közhiedelemmel ellentétben a hazai könyves tartalomgyártók nem kapnak pénzbeli juttatást a tartalmaikért.” (i8)
	kiadói együttműködés	40%	„Szeretnék minél több kiadóval kapcsolatban lenni a jövőben, hogy minél szélesebb körben ismerjenek a követők is.” (i23)
	marketing	40%	„Az is jó stratégia, ha a könyvtárak megjelennek a közösségi oldalakon, nagyon jó marketingeket lehet csinálni TikTok segítségével.” (i26)
	anyagi juttatás	27,5%	„Összesen, ha egy fizetett együttműködésem volt.” (i30)
	könyvtári állomány	27,5%	„...szerintem nagy előny, ha egy könyvtár megjelenés után minél hamarabb be tud szerezni friss köteteket.” (i30)
	könyvtár népszerűsítése	25%	„Sok ember csak ilyen módon tud könyvekhez jutni, ezért fontos lenne, hogy sokkal több figyelmet kapjon, így szívesen részt vennék ilyen kezdeményezésben.” (i15)
Olvasói tevékenységek, motivációk és attitűdök	ingyenes beiratkozás	17,5%	„Az a baj, hogy a könyvtártól cserébe azon kívül mondjuk, hogy ingyen iratkozik be, nem nagyon tud mit kapni...” (i12)
	olvasási motiváció	90%	„nagy motiváció volt a Harry Potter sorozat általános iskolás koromban.” (i38)
	könyvajánló	87,5%	„...a friss könyvtári példányokról rövidebb videókban beszámolni...” (i33)
	fiatalok és olvasás	87,5%	„...fiatalok motiválása a könyvtárak látogatására.” (i39)
	olvasásra fordított idő	77,5%	„Sosem mérem éppen mennyit, vagy hány oldalt olvastam. Olvasok amikor éppen időm engedi...” (i4)
	olvasmányok értékelése	57,5%	„Bloggerként főleg értékeléseket írok, elolvasom a könyvet, ismertetem és megírom a véleményemet meg ajánlom is.” (i25)
	vélemény ismertetése	55%	„tetszett, hogy van egy olyan közösség, ahol szabadon osztják meg a véleményüket a kedvenc könyveikről és szerttettem volna én is ide csatlakozni” (i34)
	hobbi	42,5%	„tényleg azt mondom, hogy ez az abszolút első számú hobbim...” (i2)
	érdeklődés felkeltése	17,5%	„A 20 perc könyvklub kihívás egyik arca voltam, nagyon jó példa volt, hogyan lehet megmozgatni sok olvasót, könyvek iránt érdeklődő embert.” (i3)
	hitelesség	12,5%	„...csak olyanról posztolok, aminek a minőségével és hitelességével magam is elégedett vagyok.” (i13)

Könyves termékek, vásárlás és könyvtári szolgáltatások	recenziós példányok	45%	„A recenziós példányokat időben el kell olvasnom, így azok mindig előnyt élveznek.” (i29)
	könyvvásárlás	27,5%	„...mióta rendszeresen vezetem a blogomat, a könyvvásárlási szokásaim is teljesen átalakultak, mert jelentős részüket recenzióba kapom...” (i3)
	könyvek ára	25%	„figyelemfelhívás, ha anyagilag valaki nem tud könyvet venni, akkor egy könyvtár sokat segíthet” (i38)
	könyvkölcsönzés	25%	„Abszolút olvasok könyvtári könyveket is, gyakran használom akkor, ha nem tudom eldönteni, nekem szól-e a könyv és érdemes-e megvennem.” (i11)
	ajándékkönyv	20%	„Egy-egy könyvet felkérésenként...” (i23)
Kreativitás, innováció és szakmai szerepek	kreativitás	27,5%	„A kendőzetlen véleményeimről vagyok híres, de igyekszem kreatívabb, viccesebb posztokkal is készülni.” (i8)
	nyitottság	22,5%	„Van benne fantázia, de pontosan hogyan működne egy ilyen együttműködés azt nehezebb lenne kitalálni.” (i20)
	fantázia	20%	„Szerintem ehhez egy minimális szókinccs és egy kicsi fantázia kell.” (i40)
	moderátor szerep	12,5%	„...fölkértek már itt a könyvtárban 1-2 évvel ezelőtt is író-olvasó találkozón beszélgetni.” (i8)
	egyediség	10%	„Podcast interjú könyvtárosokkal, beszélgetés a munkájukról, programjaikról...” (i19)

A következő kódok 10% alatti előfordulásuk miatt nem szerepelnek a táblázatban, azonban fontosnak tartjuk megemlíteni: interjúkészítés, könyvtári nyitvatartás, könyvtári nagykövet, ismeretterjesztés.

Dőlt betűvel szerepelnek azok a kódok, amelyek az intézményvezetőknél is előfordulnak.

(saját szerkesztés, N=40)

A könyvtárosok oldaláról is megközelítettük a könyves influenszerek és könyvtárak együttműködésének lehetőségét. Az elemzés eredményei alapján (52. táblázat) a vármegyei hatókörű könyvtári dolgozók munkahelyein szignifikánsan magasabb arányban fordult elő együttműködés influenszerekkel, olvasásnépszerűsítőkkal (33,7%), míg a nem vármegyei hatókörű könyvtárakban dolgozók lényegesen nagyobb arányban nyilatkoztak úgy, hogy nem volt ilyen együttműködés (59,5%). A Pearson-féle Khí-négyzet próba eredménye ($p=0,000$) statisztikailag szignifikáns összefüggést jelez a vármegyei státusz és az influenszerekkel való együttműködés között, ugyanakkor a Linear-by-Linear Association teszt ($p=0,259$) eredménye alapján ez a kapcsolat nem lineáris jellegű.

52. táblázat Az influenzaszer-együttműködés vármegyei hatókörű könyvtárakban

Volt már együttműködése a könyvtárának könyves influenzerekkel vagy olvasánszervezőkkel?					
		igen	nem	nem tudok rőla	Össz.
A vármegyei könyvtár dolgozója?	igen	33,66%	21,78%	44,55%	100%
	nem	20,27%	59,45%	20,27%	100%
	Össz.	25,70%	44,17%	30,12%	100%

(saját szerkesztés, N=249, missing=5, Olvnev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

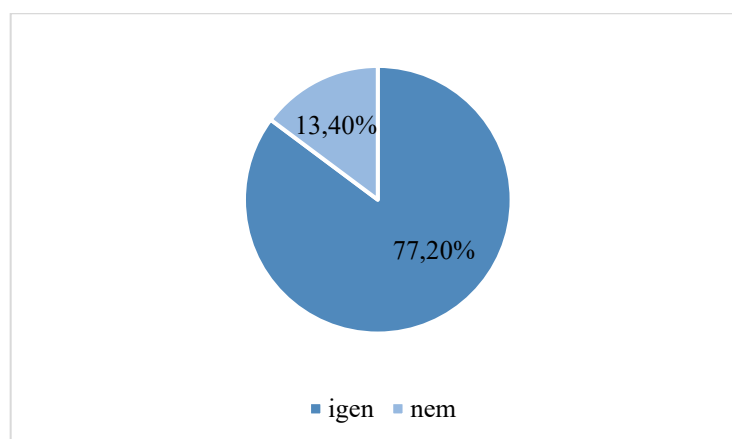
Felmérésünk kiterjedt azon könyvtárosok tapasztalatainak feltárására is, akiknek intézményében korábban már megvalósult együttműködés könyves influenzerekkel; visszajelzéseik túlnyomórészt pozitívak voltak. Többségük kiemelte, hogy az influenzerek részvételével szervezett programok népszerűbbeknek bizonyultak, különösen a fiatalabb korosztály és a nem rendszeres könyvtárlátogatók körében. Az influenzerek jelenléte sok esetben új közönségrétegeket is képes megszólítani, ezáltal bővítve a könyvtárak elérését, különösen a digitális térben aktív generációk felé. A programok sikerességét azonban több tényező is befolyásolta a könyvtárosok szerint. A legismertebb influenzerek nagyobb közönséget vonzanak, de nem minden esetben garantálható a széles körű részvétel, előfordultak kevésbé sikeres, alacsonyabb érdeklődést kiváltó események is. A programok hatékonysága nagymértékben függ az előadó felkészültségétől, személyiségétől, valamint attól, mennyire tudja megszólítani a célcsoportot a megfelelő nyelvezettel és stílussal. Az interaktivitás, a közönség bevonása, valamint a humor és a közérthetőség jelentősen növelik ezen események sikerét. Az együttműködések során a könyvtárosok is tanulnak az új kulturális közeghez való alkalmazkodásról, amely hosszú távon hozzájárulhat a könyvtárak megújulásához. A tapasztalatok kapcsán a könyvtárosok egy kritikusabb csoportja is megjelent, akik kiemelték, hogy a lelkesedés idővel alábbhagyott, vagy nem sikerült új, a könyvtárat korábban nem látogató közönséget megszólítani. Előfordult, hogy az influenzerek szerepvállalását nem mindenki (legyen szó könyvtárlátogatóról vagy könyvtáros kollégáról) tartotta kívánatosnak, illetve a programok hatását csak mérsékelten hasznosnak ítélték meg. Az együttműködés sikeressége tehát nem automatikus, hanem tudatos szervezést, a célcsoportok igényeinek pontos ismeretét, valamint a megfelelő partnerek kiválasztását igényli.

A pozitív tapasztalatok mellett azonban fontos a kritikus reflexió, a folyamatos értékelés és a programok adaptálása a helyi igényekhez és lehetőségekhez. A könyvtárosok szerint a könyvtárak többsége nyitott lenne a könyves influenzerekkel való együttműködésre az olvasói közönség növelése érdekében. Az együttműködés lehetőségeit sokan a közösségi média

platformokon való közös megjelenésben, könyvajánló kampányokban, illetve interaktív események szervezésében látják. A válaszadók szerint az influenszerekkel a könyvtárak elérhetik a fiatalabb generációt és azokat a csoportokat, akiket hagyományos csatornákon keresztül nehezebb megszólítani. A leggyakrabban említett konkrét példák között szerepelnek:

- Közös könyvajánló videók vagy posztok készítése, ahol az influenszer a könyvtár állományából választott műveket mutat be, ezzel is népszerűsítve a könyvtári tagságot és a kölcsönzést.
- Interaktív olvasói találkozók szervezése, ahol a könyves influenszer személyesen vagy online formában beszélget az olvasókkal, könyvtári környezetben, akár tematikus rendezvények (például ifjúsági irodalom, krimi, fantasy) keretében.
- Közös kihívások vagy olvasási kampányok indítása (például „Olvass el 5 könyvet a könyvtárból az influenszerrel!”), amelyek során a résztvevők megoszthatják élményeiket a közösségi médiában, ezzel is növelve a könyvtár láthatóságát.

A könyvtárosok szerint a legfontosabb szempont, hogy az influenszerek hitelesen és következetesen képviseljék a könyvtári értékeket, hogy az együttműködés során személyes kapcsolat alakuljon ki az olvasókkal, amely hosszú távon is fenntartható érdeklődést eredményezhet. Az ilyen együttműködések adaptálása során az intézmények inspirációt meríthetnek az influenszerek marketing- és kommunikációs módszereiből is.



38. ábra A könyvtár-könyves influenszer együttműködés támogatottsága könyvtárosok körében
(saját szerkesztés, N=230, missing=24, Olvnev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

A vizsgált adatok alapján (38. ábra) a válaszadó könyvtárosok jelentős többsége (77,2%) támogatja a könyvtárak és a könyves influenszerek együttműködését az olvasóvá nevelés területén, míg csupán egy kisebb csoport (13,4%) utasítja el ezt a kezdeményezést. A hiányzó adatok aránya (9,4%) nem befolyásolja érdemben az eredmények értelmezését. Ezek az adatok egyértelműen arra utalnak, hogy erős igény mutatkozik az influenszerek bevonására a könyvtári

olvasásnépszerűsítő programokba, amelyet tovább erősít az a tény is, hogy a könyvtárak követése a közösségi médiában már szinte általános (93%), hatékony kommunikációs csatornaként funkcionál ebben a környezetben. A könyvtáros közösség nyitott az influenszerekkel való együttműködésre, és a közösségi média már most is kulcsszerepet tölt be az olvasásnépszerűsítésben, ami fontos szempont lehet a jövőbeni kommunikációs és olvasásfejlesztő stratégiák kialakításakor. Továbbá feltártuk, hogy azok a könyvtárosok, akik ismernek olvasásnépszerűsítőket, kiemelkedően magasán támogatják velük az együttműködést (87%), bár azok is támogatják a kollaborációkat, akik nem feltétlenül mozognak otthonosan a témában, nem ismernek könyves influenszereket (94%), tehát általános az igény az ilyen jellegű olvasóvá nevelő kezdeményezésekre.

A következő, 53. táblázat adatai is a korábbi állításokat támasztják alá. Különösen kiemelkedő a támogatás azok körében, akik szükségesnek tartják könyvtáron belüli könyves influenszer jelenlétét, hiszen ebben a csoportban szinte egyöntetű (98,4%) a támogatottság. Mindemellett azok között, akik nem tartják szükségesnek a saját tartalomgyártó munkáltatását, még mindig jelentős (66,7%) a támogatók aránya, bár ebben a csoportban a partnerséget elutasítók aránya (33,3%) már magasabb. Ez is azt erősíti meg, hogy a könyvtári szférában általános nyitottság tapasztalható a könyvtárak és influenszerek közötti együttműködés iránt, függetlenül attól, hogy a válaszadók mennyire tartják szükségesnek az olvasásnépszerűsítők jelenlétét a könyvtárakban.

53. táblázat A könyvtárosok véleménye a könyves influenszerekkel való együttműködésről és a könyvtáron belüli influenszerek szükségességéről

		Szeretné látni, hogy a könyvtár könyves influenszerekkel működik együtt az olvasóvá nevelés területén?		
		igen	nem	Össz.
Ön szerint van szükség könyvtáron belüli könyves influenszerre?	igen	98,44%	1,55%	100%
	nem	66,66%	33,33%	100%
	Össz.	85,13%	14,86%	100%

(saját szerkesztés, N=222, missing=32, Olvnev_Könyvtáros 2024 adatbázis)

Megvizsgáltuk továbbá az utóbbi kérdés eredményeit korcsoporti és regionális eloszlásban is, melyek a következő táblázatokban kerülnek bemutatásra. Csupán minimális életkori különbségeket vélünk felfedezni, különösen a 23–35, valamint a 42–46 évesek körében 69% körüli arányban tartják szükségesnek az influenszerek jelenlétét, míg a középkorúaknál (36–41 és 47–50 évesek) kiegyenlítettebb a megoszlás. Meglepő módon az idősebb korosztály (51 év felettiek) körében is magas a támogatás aránya. Az összes válaszadó körében 58% tartja

szükségesnek, míg 42% nem tartja szükségesnek a könyves influenszerek jelenlétét a könyvtárakban (54. táblázat).

54. táblázat A könyvtáron belüli influenszer szükségességének kérdése a könyvtárosok korcsoporti eloszlásában

Ön szerint van szükség könyvtáron belüli könyves influenszerre?			
korcsoport	igen	nem	Össz.
23-35	69,23%	30,76%	100%
36-41	52,38%	47,61%	100%
42-46	56,71%	43,24%	100%
47-50	48,88%	51,11%	100%
51-56	67,74%	32,25%	100%
57-73	58,82%	41,17%	100%
Össz.	58,33%	41,66%	100%

(saját szerkesztés, N=228, missing=26, Olvnev_Könyvtáros_2024 adatbázis)

A könyvtárak regionális szintjén szintén inkább támogató attitűdöt véltünk felfedezni, de jelentős különbségeket találtunk a támogatottság mértékében. A Nyugat-Dunántúli régió válaszadói kiemelkedően magas arányban (79%) tartják szükségesnek az influenszerek jelenlétét, ami arra utal, hogy ebben a régióban fokozottabb az igény az ilyen típusú olvasásnépszerűsítő tevékenységekre. A Dél-Alföldi régióban is többségben vannak a támogatók (58%), azonban itt már jelentősebb az elutasítók aránya (42%), míg az Észak-Alföldi régióban pedig a vélemények erősen megosztottak, hiszen az „igen” válaszok aránya mindössze 52%, míg a „nem” válaszoké 48%, ami azt jelzi, hogy ebben a régióban nincs egyértelmű konszenzus az influenszerek könyvtári jelenlétének szükségességéről (55. táblázat).

55. táblázat A könyvtáron belüli influenszer szükségességének kérdése regionális megoszlásban

	Ön szerint van szükség könyvtáron belüli könyves influenszerre?		
	igen	nem	Össz.
Dél-Alföldi régió	57,57%	42,42%	100%
Nyugat-Dunántúli régió	79,31%	20,68%	100%
Észak-Alföldi régió	51,96%	48,03%	100%
Össz.	57,82%	42,17%	100%

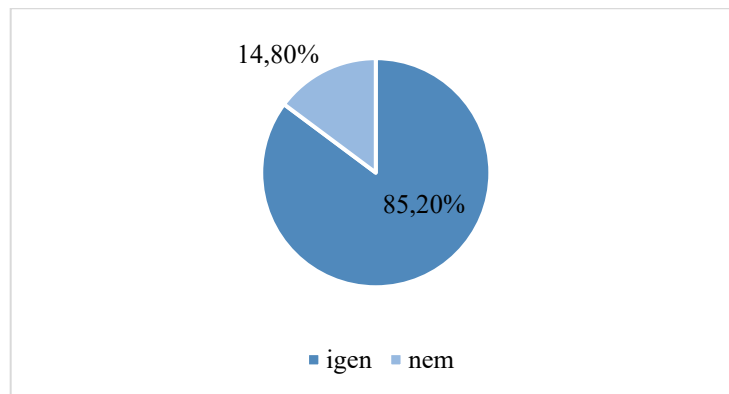
(saját szerkesztés, N=230, missing=24, Olvnev_Könyvtáros_2024 adatbázis)

A könyvtárosok olvasóvá nevelést támogató új ötletei és javaslatai az alábbi fő irányokban fogalmazódtak meg:

- Interaktív, élményalapú programok szervezése, például játékos könyvtárhasználati órák, tematikus rendezvények, olvasásnépszerűsítő játékok és csoportfoglalkozások, ahol a gyerekek és fiatalok aktívan részt vehetnek a történetmesélésben, a könyvajánlásban, vagy akár a kézműves tevékenységekben, amelyek irodalmi élményekhez kapcsolódnak.
- Digitális és multimédiás eszközök bevonása, például elektronikus könyvek, blogok, online katalógusok, valamint közösségi média lehetőségeinek kihasználása, virtuális gyűjtemények és online olvasásnépszerűsítő kampányok szervezése.
- Szülők és pedagógusok bevonása, például közös olvasási programok, szülőknek szóló képzések, vagy szülő-gyermek közös foglalkozások formájában. Ezzel erősítik a családi és iskolai háttér támogató szerepét, s az alapvető olvasóvá nevelő szinterek együttműködését.
- Korosztály-specifikus programok óvodásoknak, kisiskolásoknak, kamaszoknak és felnőtteknek is (babafoglalkozásoktól kezdve az ifjúsági könyvklubokon, robotika foglalkozásokon át a tematikus előadásokig, író-olvasó találkozókig).
- Közösségépítés és érzékenyítés például csapatversenyek, vetélkedők, közös projektek, valamint speciális érzékenyítő programok formájában (fogyatékkal élők könyvtárhasználatának bemutatása), melyek nem csupán az olvasás iránti érdeklődést növelik, hanem a közösségi élményt és a társadalmi érzékenységet is fejlesztik.
- A tapasztalatok folyamatos értékelése, a programok hatékonyságának rendszeresen elemzése, a visszacsatolásokat beépítése a későbbi fejlesztésekbe.

Ezek az ötletek mind-mind azt célozzák, hogy a könyvtárak ne csak a hagyományos könyvkölcsönzés helyszínei legyenek, hanem élményalapú, közösségi és digitális tanulási terek, amelyek minden korosztály számára vonzóvá teszik az olvasást, hiszen ez már régen nem kizárólagos funkciójuk, és ezek a törekvések még inkább felerősítik ezeket a közösségfejlesztő szerepeket.

A következőkben a könyvtárlátogatók oldaláról közelítjük meg a könyvtár-influenszer együttműködés lehetőségét és annak támogatottságát. A következő ábra azt mutatja, hogy a könyvtárlátogatók jelentős többsége, több mint 85%-a szeretné, ha a könyvtár könyves influenszerekkel működne együtt az olvasóvá nevelés területén. Kevesebb mint 15% utasította el ezt a lehetőséget, tehát a könyvtárlátogatók körében erős támogatottsága van az influenszerekkel való együttműködésnek az olvasásnépszerűsítés érdekében (39. ábra).



39. ábra A könyvtár - könyves influenszer együttműködés támogatottsága könyvtárlátogatók körében

(saját szerkesztés, $N=450$, missing=9, Olvnev_Könyvtárlátogató 2024 adatbázis)

Továbbá megvizsgáltuk, hogy van-e kapcsolat aközött, hogy valaki ismer-e könyves influenszereket, és hogy szeretné-e látni a könyvtárak együttműködését ezekkel az influenszerekkel. Pearson Chi-Square eredménye $\chi^2(3)=70,873$, $p<0,001$. A p-érték kisebb, mint a szokásos 0,05-ös szignifikanciaszint, statisztikailag szignifikáns kapcsolat van a két változó között. Azok a válaszadók, akik ismerik a könyves influenszereket, nagyobb valószínűséggel támogatják ezt a kollaborációt az olvasóvá nevelés területén. Ennek ellenére viszonylag magas azok száma, akik nem tudják eldönteni, hogy szeretné-e az együttműködést. Ez arra utalhat, hogy ezek a válaszadók nem rendelkeznek elegendő információval az influenszerek szerepéről vagy hatásáról. A Linear-by-Linear Association eredménye megerősítette, hogy minél jobban ismeri valaki az influenszereket és azok tevékenységét, annál nagyobb valószínűséggel támogatja az együttműködést. Mindez arra utal, hogy a könyves influenszerek ismertsége kulcsszerepet játszik abban, hogy a válaszadók mennyire támogatják a könyvtárakkal való együttműködésüket. Az ismertség növeli az influenszerek hitelességét és elfogadottságát a könyvtárlátogatók körében.

A könyvtárlátogatók által javasolt új könyvtári olvasóvá nevelő ötletek többféle, egymást kiegészítő irányban fogalmazódtak meg:

- Élményalapú, játékos programok, például a tematikus könyvtárhasználati órák, évszakokhoz vagy ünnepekhez kapcsolódó mesés-játékos foglalkozások, kincskereső vagy detektívjátékok, szabadulószoa, valamint társasjátékok, amelyek a könyvekhez kötődnek.
- Könyvélmények kreatív és alkotó tevékenységek feldolgozása rajz, bábozás, papírszínház vagy jelmezes játék formájában, melyek segítik a történetek mélyebb megértését és a fantázia fejlesztését.

- Kortárs és eseménydús olvasmányok ajánlása, amelyekben a fiatalabbak azonosulni tudnak a szereplőkkel és problémáikkal.
- A könyvtárlátogatók szerint az olvasóvá nevelésben kulcsszerepe van a családnak is, ezért javasolták sokan olyan programokat, amelyeket egyaránt bevonják a szülőket és a gyermekeket, például közös olvasási alkalmakat, családi könyvtári programokat, valamint azt, hogy a szülők is rendszeresen olvassanak a gyerekeknek, és beszélgessenek velük a könyvekről.
- Az író-olvasó találkozók, a dedikálások, könyvbemutatók mind-mind motiválóak lehetnek a gyerekek és felnőttek számára, s emlékezetes olvasási élményt nyújtanak.
- A könyvtárat érdemes olyan barátságos, gyermekközpontú térre alakítani, ahol a könyvek könnyen elérhetők, és a gyerekek szabadon fedezhetik fel a kínálatot, akár játszó- és tanulóközpontok, minivárosok kialakításával.
- Közösségi események, olvasóklubok, közös projektek, például könyvajánló fák vagy közös ünnepek szervezése, amelyek közösségi élményt adnak és hosszabb távon is a könyvtárhoz kötik a gyerekeket.
- A fiatalabb generációk számára fontos, hogy a könyvtár az online térben is jelen legyen, például könyvajánló videókkal, blogokkal, virtuális könyvtári kihívásokkal, amelyek a közösségi médián keresztül is elérhetők.

A javaslatok közös eleme, hogy az olvasóvá nevelés sikeréhez személyes élményekre, közösségi kapcsolatokra, kreatív tevékenységekre és a család aktív bevonására van szükség, miközben a könyvtár folyamatosan alkalmazkodik a gyerekek és fiatalok változó igényeihez és szokásaihoz.

Az alfejezet központi kérdése, hogy milyen szerepet töltenek be a könyves influenszerek az olvasásnépszerűsítésben, és milyen feltételek, mechanizmusok, valamint tapasztalatok jellemzik a könyvtárak és a könyves véleményvezérek együttműködését (K3). A vizsgálat kiindulópontja egyrészt a kvalitatív kutatás előfeltételezése, hogy az együttműködés sikeressége a kölcsönös előnyökön múlik (E3b.). Másrészt az a hipotézis, miszerint a két szereplő közötti együttműködés pozitív kapcsolatban áll a könyvtári programok sikerességével, a fiatalabb korosztályok részvételi aktivitásával, ahol a résztvevők magas digitális kompetenciával rendelkeznek és az együttműködési szerepek egyértelműen meghatározottak (H3b.). Ahogy az eredményekből is kirajzolódott, a magyarországi könyvtárvezetők és könyvtárosok körében támogatottság figyelhető meg az influenszerekkel való együttműködésre, amely szervesen illeszkedik a könyvtárak közösségi, kulturális és innovációs stratégiáihoz (Szabó & Dani, 2023). Ezek a partnerségek nem csupán a könyvtári programok láthatóságát és látogatottságát növelik, hanem új lehetőségeket teremtenek az élményalapú,

interaktív események szervezésére is, amelyek kiemelten hatékonyak a fiatalabb, digitálisan aktív generációk megszólításában (Merga, 2021). Az együttműködések formái rendkívül sokrétűek: a videós tartalomgyártástól kezdve a közösségi médiakampányokon át a közös rendezvényekig számos megoldás járul hozzá a könyvtárak társadalmi relevanciájának erősítéséhez és közösségépítő funkciójuk megújításához (Szabó, 2024; Kopperundevi, 2017). Az intézményvezetők visszajelzései alapján a partnerségek sikerét elsősorban a résztvevők digitális és szakmai felkészültsége, valamint a tudatos, hiteles kommunikáció és az átlátható együttműködési keretek biztosítják. A jól előkészített, célzott kezdeményezések képesek új olvasói rétegeket elérni, míg az influenszerek személyisége, hitelessége és interaktivitása kulcsszerepet játszik a programok hatékonyságában. Mindez azt is mutatja, hogy a szakmai tervezés és a közösségorientált szemlélet meghatározó tényezői az eredményes együttműködéseknek (Glien, 2022; Kiszl & Fodor, 2022). A könyvtárosok körében tapasztalható magas együttműködési kedv és az influenszer-tevékenység elfogadottsága azt jelzi, hogy mind az intézményen belül kialakított, mind a külső partnerekkel, véleményvezérekkel történő közös projektek, kollaborációk jelentős potenciállal bírnak az olvasóközösségek aktivizálásában (Segarra-Saavedra & Torres-Huamanyauri, 2024; Fodor, 2020). Az olvasók támogatottsága és az olvasásnépszerűsítők online ismertsége közötti összefüggés pedig alátámasztja, hogy a digitális térben megjelenő hiteles tartalomgyártók egyre fontosabb szerepet játszanak a könyvtári programok népszerűsítésében és az olvasás társadalmi elfogadottságának növelésében (Brown-Cáceres, 2025; Teixeira do Souto Pereira, 2025). A kutatás eredményei összességében csak részben erősítik meg a hipotézis állításait: a közkönyvtárak és könyves influenszerek kapcsolata pozitív hatású lehet a programok sikerére és a fiatalabb korosztály megszólítására, de ez erősen függ a digitális kompetenciától, az együttműködési szerepek tisztázottságától és az intézményi stratégiától, amelyek együttesen hozzájárulnak a könyvtárak 21. századi megújulásához és társadalmi szerepük megerősítéséhez (Guatam et al., 2023; Morales-Sánchez et al., 2021; Varga, 2020).

7. Összegzés

A disszertáció központi témája a 21. századi könyvtárak olvasásnépszerűsítő tevékenységének és a digitális térben zajló olvasóvá nevelésnek a vizsgálata volt, különös tekintettel a közkönyvtárak és a könyves influenszerek közösségi médiában betöltött szerepére. A kutatásunk célja volt megvizsgálni, hogyan alakul át a hagyományos könyvtári olvasásnépszerűsítés a digitális korban, és milyen új lehetőségeket kínál az online tér a könyvtárak és a könyves influenszerek közötti együttműködés az olvasóvá nevelés területén. A következőkben áttekintjük a dolgozatunk elméleti keretét, majd összegezzük az empirikus kutatás legfontosabb eredményeit, s végül az eredmények alapján megfogalmazzuk a vizsgálat limitációit és a jövőbeli kutatások irányait, továbbá az eredményeink mentén teszünk néhány javaslatot.

7.1. A dolgozat elméleti keretei

Az értekezés struktúráját egy bevezetés, egy elméleti, valamint egy empirikus szakasz és ezen összegzés adja.

Az elméleti rész középpontjában a 21. századi könyvtár átalakuló szerepe áll, amely a hagyományos gyűjteményi funkciók mellett egyre hangsúlyosabban jelenik meg oktatási, közösségi és információs műveltséget fejlesztő térenként. Az elméleti részben vizsgáltuk a 21. századi könyvtárak, az olvasási kultúra és az online olvasásnépszerűsítés kérdéskörét. Az elméleti áttekintés első részében feltártuk, hogyan változtak meg a könyvtárak funkciói a 21. században, különösen az oktatás, valamint a média- és információs műveltség területén. Megvizsgáltuk a könyvtárak szerepét az élethosszig tartó tanulás folyamatában, beleértve a formális, nemformális és informális tanulási formákat, s kiemelt figyelmet fordítottunk a könyvtárak dezinformáció elleni stratégiáira és az információszerzés modern kihívásaira.

Ezt egészíti ki az olvasóvá nevelés könyvtári dimenzióinak áttekintése, amely az olvasási kultúra, a könyvolvasás hatásai, a könyvtári programok és az olvasásnépszerűsítés hazai és nemzetközi gyakorlata felől közelít a témához. Áttekintettük az olvasási kultúrát érintő nemzetközi és hazai szabályozásokat, valamint a magyar olvasáskutatás eredményeit, beleértve a TÁRKI 2020-as és 2023-as felméréseit és a könyvtári trendjelentéseket. Összegyűjtésre és elemzésre kerültek a könyvolvasást támogató nemzetközi és hazai projektek, jó gyakorlatok, mellyel az volt a célunk, hogy megalapozzuk a későbbi kutatásban említésre kerülő könyvtári programokat. Az utolsó elméleti fejezetben a korábbi kutatási eredményekre alapozva mutattuk

be a közösségi média és a digitális térben zajló olvasóvá nevelés, olvasásnépszerűsítés kérdéskörét.

Az elméleti keret harmadik pillére a digitális tér és a közösségi média szerepe, ahol külön figyelmet kapnak a könyvtárak online jelenléte, a BookTernet jelensége és a könyves influenszerek olvasásnépszerűsítő hatása. Részletesen elemeztük a könyves influenszerek és véleményvezérek szerepét az online olvasóvá nevelésben. Tehát a dolgozat az olvasáskultúra, az olvasói szokások, a könyvtárpedagógia és a médiaműveltség elméleti koncepcióit integrálja, különös tekintettel a digitális környezet, a közösségi média és az online olvasóközösségek (különösen a könyves influenszerek) szerepére. Az elméleti fejezetek célja, hogy a könyvtárat olyan komplex intézményként írják le, amelyben a hagyományos gyűjteményi funkciók összekapcsolódnak a közösségfejlesztéssel, a kompetenciafejlesztéssel és a digitális írástudás erősítésével. Ezt követően a harmadik egységben került sor a kutatás részletes ismertetésére, a minták, a módszertan bemutatására és az eredmények elemzésére, melyet a következő alfejezetben foglalunk össze röviden.

7.2. Az empirikus kutatás koncepciója és a hipotézisek elbírálása

Az empirikus kutatás a dolgozat elméleti kereteiből kiindulva azt vizsgálja, hogyan jelenik meg az olvasásnépszerűsítés a közkönyvtárak, valamint a könyves influenszerek gyakorlatában, és milyen metszéspontok, együttműködési lehetőségek azonosíthatók közöttük. Ennek kapcsán négy szereplő véleményét és tapasztalatait vizsgáltuk meg: vármegyei hatókörű közkönyvtári igazgatók és a fővárosi könyvtár központi vezetője, könyves influenszerek, könyvtárosok és könyvtárlátogatók. A dolgozat ezen részén mindenekelőtt tisztáztuk a kutatásunk koncepcióját és az alapvetőbb módszertani lépéseit, az alkalmazott triangulációt. Ennek bemutatása után ismertettük a kutatási kérdéseinket, előfeltételezéseinket és a hipotéziseinket is, majd a vizsgált minta egyes demográfiai jellemzőit is vázoltuk. A könyvtárak és a könyves influenszerek együttműködését vizsgáló komplex kutatás (60 interjú - 20 intézményvezető, 40 olvasásnépszerűsítő) és kiterjedt kérdőíves felmérés (254 könyvtáros és 459 könyvtárlátogatók) alapján átfogó képet nyújt a téma jelenlegi hazai helyzetéről és fejlesztési lehetőségeiről.

Az értekezés eredményeit figyelembe véve a megállapításainkat hat fókuszpont köré rendeztük: az olvasásnépszerűsítés felelősségköre, a könyvtári olvasóvá nevelő programok és kezdeményezések, az olvasási szokások és attitűdök, a digitális tér és a közösségi média használata, a könyves influenszerek szerepének vizsgálata, valamint végül, de nem utolsósorban a dolgozat központi témája, a könyvtárak és az influenszerek együttműködési lehetőségei. Kutatásunk előfeltételei minden esetben igazolódtak, míg hipotézisvizsgálatai

tekintetében a kialakított hat hipotézis közül hármat tudtunk megerősíteni (H1a. H2a. H3a.), hármat (H1b. H2b. H3b.) pedig csak részben igazoltunk.

Az első kutatási kérdésünkhöz (**K1. Milyen szerepet és felelősséget tulajdonítanak a különböző szereplők (könyvtári intézményvezetők, könyvtárosok, könyves influenszerek és könyvtárlátogatók) a könyvtáraknak az olvasásnépszerűsítésben, és hogyan tükröződik ez az olvasóvá nevelő programokban?**) két előfelvetés és két hipotézis tartozott. Az **E1a.** előfelvetés alapján a könyvtárigazgatók és a könyves influenszerek a könyvtárakat kiegészítő szereplőként értelmezik az olvasóvá nevelésben. A **H1a.** hipotézis szerint a könyvtárosok és könyvtárlátogatók kiegészítő szerepet tulajdonítanak a könyvtáraknak az olvasóvá nevelésben, amelynek hatékonyságát a család–iskola szerepe alakítja. Az **E1b.** előfelvetés a könyvtárak élményalapú, digitális és közösségi elemeket ötvöző programjaira és az influenszerek online jelenlétére, tevékenységére vonatkozott, melyek növelik az olvasás iránti elkötelezettséget a fiatalok körében. Míg a **H1b.** hipotézis szerint az idősebb könyvtárlátogatók hagyományos programokat preferálnak, a fiatalok aktív részvételét pedig befolyásolja a programok típusa és a generációs sajátosságok.

A kutatás rámutatott, hogy az olvasóvá nevelés elsődleges színtere továbbra is a család és az iskola, míg a könyvtárak főként kiegészítő, támogató szereplőként jelennek meg, amelyek hatása nagymértékben függ a velük együttműködő nevelési környezet nyitottságától. Az intézményvezetők egyértelműen egy hárompilléres modellt rajzoltak ki: a család, a közoktatás és a könyvtárak alkotják az olvasáskultúra fejlesztésének fő színtereit, kiegészülve a kulturális szféra más szereplőivel és a jogszabályi-kormányzati háttérrel. A könyvtárosok körében végzett felmérés adatai ezt a képet kvantitatív módon is megerősítették. Az influenszerek a felelősséget megosztott, több szintű (egyéni, családi, mikroközösségi, intézményi) rendszerként írták le, amelyben saját szerepüket inspiráló, példamutató, de nem kizárólagos tényezőként határozták meg. Az E1a. és a H1a. megerősítést nyertek, mivel mind az intézményvezetők, mind a könyvtárosok, influenszerek és könyvtárlátogatók a könyvtárakat támogató, közvetítő szereplőként értelmezték, és az olvasóvá nevelés elsődleges közegeként a családot, majd az iskolát jelölték meg (6.1. alfejezet). A kiegészítő szerep ellenére a könyvtári szakemberek egyre tudatosabban vállalnak felelősséget stratégiai és programtervezési szinten is az olvasásnépszerűsítésben, ami a szektorok közötti, együttműködésre építő stratégia szükségességét erősíti. Az interjúk és a programtipológia alapján a könyvtárak valóban sokszínű, gyakran élmény- és közösségközpontú kínálatot alakítanak ki, amelyben a klasszikus kulturális programok és az innovatív, digitális eszközökre épülő kezdeményezések egyaránt jelen vannak. Ennek ellenére a részvételi adatok azt jelzik, hogy a könyvtárhasználók jelentős része még nem kapcsolódik be ezekbe a kezdeményezésekbe; ez a programok láthatóságának,

kommunikációjának és a részvételi akadályok tudatos csökkentésének fontosságára hívja fel a figyelmet. Az E1b előfeltétel szintén megerősítést nyert, mivel a vizsgálat alapján a könyvtárak sokszínű, élményalapú, közösségi és digitális elemeket ötvöző programkínálata, valamint az influenszerek online jelenléte ténylegesen hozzájárulhat az olvasási érdeklődés fokozásához, különösen a fiatalabb generációk esetében. Viszont a H1b hipotézis csak részben igazolódott: az eredmények alátámasztották, hogy a programok hatékonysága összefügg a programtípussal és a generációs sajátosságokkal, viszont a tényleges részvételi aktivitás alacsony maradt, ezért az széles körű bevonásra vonatkozó feltételezés nem nyert teljes megerősítést (6.2. alfejezet).

Második kutatási kérdésünk alapján (**K2. *Hogyan formálják az olvasási szokásokat és a könyvválasztást a digitális tér és a közösségi média eszközei, és milyen hatással vannak ezek a változások az olvasói magatartásra?***) szintén két előfeltételt és két hipotézist fogalmaztunk meg. Az **E2a.** alapján a könyves influenszerek változó olvasási szokásokkal rendelkeznek, előnyben részesítik a kortárs és népszerű könyveket, és az állandó megújulás jellemző tartalomgyártásukat. A **H2.a.** szerint az olvasási szokások generációsan eltérnek, miközben az online ajánlások és közösségi média különösen a fiatalok olvasási döntéseit befolyásolják. Az **E2b.** alapján az olvasásnépszerűsítésben kulcsszerepet játszik a digitális kompetencia, a tudatos közösségi média-jelenléttel egyaránt. A **H2.b.** szerint azok a könyvtárosok és könyvtárhasználók, akik aktívabb médiajelenléttel rendelkeznek, nagyobb hatékonyságúnak értékelik az online olvasásnépszerűsítést.

Ehhez kapcsolódóan feltártuk a digitális kor olvasási szokásait, valamint a különböző olvasási attitűdöket. Azt vizsgáltuk, hogy az olvasási szokások – beleértve a formátumválasztást, a műfaji preferenciákat, a motivációkat és a közösségi dimenziót – milyen mintázatok mentén írhatók le, és ezek hogyan kapcsolódnak az olvasásnépszerűsítő és a könyvtárak szerepéhez. A vizsgálat kimutatta, hogy az olvasási szokások többdimenziósok, a vizsgált csoportokban egyszerre jelen vannak a hagyományos nyomtatott, a digitális és a közöttük mozgó hibrid olvasási formák. Kirajzolódott, hogy az olvasás egy élmény- és közösségközpontú tevékenység. Az influenszerek nem csupán információközvetítők, hanem saját olvasói identitással rendelkező normateremtő szereplők. A könyvtárlátogatók körében a digitális olvasási formák és a közösségi média használata élesen generációfüggő, de a nyomtatott könyv továbbra is erős referenciapont. Az E2a. és H2.a. hipotézis igazolódott: az olvasási szokások rugalmas, többformátumú rendszerben szerveződnek, ahol az influenszerek élményszerű mintát kínálnak a fiataloknak, ezáltal a könyvtáraknak a hagyományos és a digitális elemeket kell ötvözniük. Továbbá az influenszereknél a hibrid olvasás, a kortárs és népszerű művek jelenléte, valamint a közösségi média inspirációs szerepe egyértelműen kirajzolódott, miközben a könyvtárlátogatók és könyvtárosok körében is jól láthatóvá váltak a

generációs mintázatok (6.3. alfejezet). Az E2b előfeltétel igazolódott, mivel a digitális kompetencia és a tudatos közösségimédia-jelenlét a könyvtári és influenszer-oldalon egyaránt alapvető feltételként jelent meg a hatékony online olvasásnépszerűsítésben. A digitális kompetencia és az aktív közösségi média jelenlét alapvető feltétele a hatékony online olvasásnépszerűsítésnek, mivel az erősíti a bizalmat, növeli a programok elérését és az olvasói elköteleződést, míg a gyenge vagy hiányzó virtuális jelenlét szűkíti az elérhető célközönséget. Az életkor szerinti elemzések generációs mintázatokat mutattak a közösségi média platformok használatában, a fiatalabbak inkább vizuális, rövid formátumú platformokon aktívak. Az olvasási élmények megosztása és a könyvtári oldalak követése között erős, statisztikailag igazolt kapcsolat áll fenn, ami erősíti a közösségi média olvasóvá nevelő potenciálját. De a könyvtárak láthatósága nem automatikus az online közösségekben, tudatos stratégiát, célzott jelenlétet igényel. Ennek megfelelően a H2.b hipotézis részben igazolódott, az aktívabb online jelenlét, a platformhasználat és a könyvtári közösségi média követése valóban együtt járt a magasabb bizalommal, nagyobb aktivitással és kedvezőbb online megítéléssel, ugyanakkor a könyvtári láthatóság és elérés nem bizonyult automatikusnak, hanem tudatos stratégiai építkezést igényelt. A fejezet így fontos támpontot ad a könyvtárak digitális stratégiájához, különösen a célzott platformválasztás, a közösségek bevonása és az influenszerekkel való együttműködés szempontjából (6.4. alfejezet).

Utolsó kutatási kérdésünk (**K3. Milyen szerepet töltenek be a könyves influenszerek az olvasásnépszerűsítésben, és milyen feltételek, mechanizmusok és tapasztalatok jellemzik a könyvtárak és könyves influenszerek közötti együttműködést?**) kapcsán is két előfeltételünk és két hipotézist fogalmaztunk meg. **E3a.** alapján egyre nagyobb szerepet kapnak a könyves influenszerek az olvasásnépszerűsítés digitális és társadalmi dimenziójában. **H3a.** szerint a könyves influenszerek pozitív szereplők az olvasásnépszerűsítésben, különösen a fiatalabb korosztályok megszólításában hatékonyak. Az **E3b.** alapján a kölcsönös előnyök biztosítják a sikeres könyvtárak és influenszerek közötti együttműködés sikerességét. A **H3.b.** szerint a könyvtárak és könyves influenszerek együttműködése innovatív és hatékony olvasásnépszerűsítést tesz lehetővé, amelynek sikerét a digitális kompetenciák és a világos szerepmegosztás befolyásolja.

Kutatásunk során a könyves influenszerek szerepét és létjogosultságát is elemeztük. Egyöntetű volt a pozitív megítélés, hiteles, inspiráló szereplőkként definiálták az olvasásnépszerűsítőket, akik hidat képezhetnek az emberek és az olvasmányok között. Az intézményvezetők kiemelték széles elérésüket és a fiatalabb korosztályok megszólításának egyedülálló képességét, a könyvtárlátogatók pedig a könyvajánlások és olvasási kihívások révén szerzett személyes inspirációt hangsúlyozták. A könyvtárosok is jelentős szerepet

tulajdonítanak nekik az olvasóvá nevelésben, míg az influenszerek saját interjúikban közösségépítő, motiváló funkciójukat hangsúlyozzák, valamint azt, hogy nem kényszerrel, hanem példamutatással és hiteles tartalommal érik el a közönségüket. Az elfogadottság alapja a digitális kompetencia, az olvasás iránti látható szenvedély és a személyes példaadó attitűd, ami lehetővé teszi számukra, hogy új olvasási normákat közvetítsenek, miközben a könyvtárak számára kiegészítő elérési csatornát és friss kommunikációs formákat kínálnak. Ez a konszenzus rámutat arra, hogy a könyves influenszerek a hagyományos olvasásnépszerűsítési rendszerbe értékes partnerekként integrálódnak. Mindez alátámasztja az E3a. és H3a. állításokat, hogy az influenszerek egyre jelentősebb szerepet töltenek be az olvasásnépszerűsítésben; digitális és társadalmi dimenzióban is képesek erősíteni az olvasásnépszerűsítést, új olvasói rétegeket elérni, valamint a könyvtári programok láthatóságát és relevanciáját növelni, különösen akkor, ha az együttműködés hiteles, közös értékekre épül, és a felelősségi körök, szakmai elvárások világosan meghatározottak. Az eredmények szerint az influenszerek hitelessége, közösségépítő képessége és online beágyazottsága olyan erőforrást jelent, amelyet a könyvtárak tudatos partnerségek révén eredményesen hasznosíthatnak (6.5. alfejezet). S végül azt is feltételeztük, hogy a könyvtárak és a könyves influenszerek közötti együttműködések kölcsönös előnyökön alapulnak, jól azonosítható mintázatok mentén szerveződnek, és hozzájárulhatnak a könyvtári szolgáltatások láthatóságának és az olvasóvá nevelés hatékonyságának növeléséhez. Az interjúk alapján több típus is kirajzolódott: *a klasszikus rendezvényalapú, a közösségépítő, a kampány- és marketingalapú, valamint a saját könyvtári influenszerre építő lehetőségek*. A könyvtárigazgatók attitűdjei alapján a kollaboráció támogatása szempontjából három típus különböztethető meg: *a kreatívan együttműködő, nyitott vezetők; a pragmatikus-szeptikus, óvatosan közeledő csoport; valamint az inkább elutasító vagy alternatív megoldásokat kereső vezetők*. Ez a tipológia azt jelzi, hogy az influenszerkapcsolatok nem egységesen épülnek be a könyvtári stratégiákba, és ahol kialakulnak, a könyvtárak új közönségrétegeket képesek elérni. Ennek ellenére az E3b. előfeltétel megerősítést nyert, mert a sikeres együttműködések alapjaként mind az intézményvezetők, mind az influenszerek oldaláról a kölcsönös előnyök, a közös értékek, a hitelesség és a partneri kommunikáció jelentek meg. A H3b. hipotézis azonban csak részben igazolódott, mivel az együttműködés pozitív hatása ugyan kimutatható volt a programok láthatóságára és a fiatalabb közönségek megszólítására, de ez nem minden esetben, nem automatikusan és nem azonos intenzitással valósult meg; sikeressége nagymértékben függött az intézményi nyitottságtól, a digitális kompetenciától, a szerepek tisztázottságától és a tudatos stratégiai tervezéstől.

Mindezek alapján a kutatás előfeltételei és hipotézisei többnyire megerősítést nyertek, de több esetben csak részleges igazolás volt lehetséges. A részleges igazolások elsősorban nem az elméleti modell gyengeségéből fakadtak, hanem abból, hogy a pozitív attitűdök és lehetőségek a gyakorlatban még nem mindenütt párosultak magas részvétellel, erős online láthatósággal vagy kiforrott együttműködési mechanizmusokkal. Az eredmények így egyszerre erősítik meg a könyvtárak, a digitális platformok és a könyves influenszerek szerepének növekvő jelentőségét, valamint azt az igényt, hogy az olvasásnépszerűsítés a jövőben tudatosabb, összehangoltabb és célcsoport-specifikusabb stratégiai keretek között valósuljon meg.

7.3. Az értekezés újdonságértéke

Korábbi kutatásokhoz viszonyítva az eredményeink számos ponton újdonságértékkel szolgálnak. Kutatásunk legfontosabb eredménye, hogy egy eddig tudományosan alig feltárt területre irányítottuk a figyelmet: a közkönyvtárak és könyves influenszerek kapcsolatának vizsgálata mind hazai, mind nemzetközi szinten marginális jelenlétet mutat a szakirodalomban. Bár önállóan mindkét témakör – a könyvtári olvasóvá nevelés és a könyves influenszerek gyakorlata – szakmai kutatás tárgyát képezi, a metszetükkel csak néhány empirikusan alátámasztott, szűkebb fókuszú tanulmány foglalkozik. Jelen dolgozat az elsők között vállalkozik e diskurzus hazai, rendszerezett és tudományos igényű feltárására, az együttműködés lényegi pontjaira világítva rá.

A kutatás újdonsága, hogy a könyves influenszerek és a közkönyvtárak olvasásnépszerűsítő tevékenységét szisztematikusan, egymással összefüggésben vizsgálja, konkrét empirikus adatokkal támasztja alá, és rávilágít azokra a kapcsolódási pontokra, ahol az online és az intézményi tér egymást erősítheti. Innovatív elemként jelenik meg, hogy a dolgozat a könyvtárat élményalapú, közösségi és digitális tanulási térként konceptualizálja, és ennek megfelelően új fogalmi hangsúlyokat, valamint szerepeket javasol a könyvtáros szakma számára.

A könyvtártudományi kutatások túlnyomó többsége napjainkig az olvasásnépszerűsítő programokra, a könyvtárak oktatási és közösségformáló szerepére, valamint a média- és információs műveltség fejlesztésére összpontosított. Az elmúlt évtized digitális forradalma, az információs társadalom azonban új, dinamikusan fejlődő kommunikációs terek és médiaplatformok megjelenéséhez vezetett, amelyek szereplői – különösen az olvasásnépszerűsítő személyek – globális szinten is jelentős hatást gyakorolnak az olvasási attitűdökre és szokásokra. A vizsgált jelenség komplexitása interdiszciplináris megközelítést

igényel, ugyanakkor a szakirodalomban mindeddig hiányoznak azok az átfogó, empirikus megalapozottságú vizsgálatok, amelyek e kapcsolatrendszer rendszer szinten elemzik. A diszkusszió ennek a kutatási hiátusnak a részleges kitöltésére törekszik, egyben megalapozza a téma további, összehasonlító és longitudinális vizsgálatait.

A kutatás további erőssége a többretegű empirikus megközelítés, a trianguláció, mint kutatási módszer alkalmazása a mélyebb összefüggések feltárására, a nézőpontok átfogó megértésére, melyhez a négy aktor (könyvtárvezető, könyves influenszer, könyvtáros, könyvtárlátogató) bevonása is hozzájárult, és ezáltal strukturált elemzést tett lehetővé. Ez a többszereplős perspektíva túlmutat az egyes részrendszerek (például iskola vagy könyvtár) értelmezési keretein, és hálózatos összefüggésrendszer rajzol ki az olvasóvá nevelés mai ökoszisztémájáról.

A kutatás egyik kiemelt eredménye annak felismerése: bár a könyvtárak gazdag, kifejezetten olvasóvá nevelésre irányuló programkínálattal rendelkeznek, a felhasználók egy része nem tudatosítja részvételét ilyen tevékenységként. Ez a jelenség új szempontokat kínál a könyvtári kommunikáció, a terminológia és a hatásmérés fejlesztéséhez. Emellett a dolgozat bemutatja, miként kapcsolódik össze a fiatalabb generációk olvasáskultúrája a digitális platformok vizuális és közösségi tartalmaival, és bemutatja az ezekre épülő olvasói attitűdmodellt is. Az intézményvezetői interjúk elemzése nyomán kirajzolódik a vezetői attitűdök és együttműködési stratégiák tipológiája: a kreatív, nyitott, influenszerekkel aktívan együttműködő igazgatók; a pragmatikus-szkeptikus, óvatosan közeledő vezetők; valamint az elutasító vagy alternatív megközelítést képviselő típusok. E tipológia hozzájárulhat a könyvtári szakpolitika és a könyvtárosképzés differenciáltabb támogatási rendszerének kialakításához.

A kutatás analitikus módon feltérképezi és értékeli a közkönyvtárak és a könyves influenszerek közti potenciális együttműködési formákat, lehetőségeket, melyek gyakorlati szempontból is segítik a közkönyvtárakat a 21. századi digitális jelenlétben és az új olvasói csoportok elérésében. Ezen gyakorlatok alkalmazása hozzájárulhat a könyvtárak társadalmi szerepének megerősítéséhez, az általános könyvtárkép javításához és a különböző generációk olvasási kedvének növeléséhez. Ezen kívül még érdemes megemlíteni, hogy a kutatás egyik pillérét a BookTernet tudományos elemzése képezte, mely a magyar olvasásnépszerűsítés még kevésbé kutatott szegmense. A könyves tartalomgyártó közösség működési mechanizmusainak, stratégiáinak és hatásainak vizsgálata hozzájárul ahhoz, hogy a könyvtárak jobban megértsék az olvasóvá nevelés új és online motivációs tényezőit. A könyves influenszerek a kutatás keretében nem pusztán piaci logikájú tartalomgyártóként jelennek meg, hanem a könyvtárak potenciális stratégiai partnereiként. Az olvasási attitűdjeik, a motivációik, a generációs elérésük és a programjavaslataik feltárása alapot ad a tudatos, célzott együttműködések tervezéséhez.

7.4. Limitációk

A doktori értekezésünk eredményei bizonyos limitációk figyelembevétele mellett értelmezhetők, például a teljeskörű lekérdezés hiányában módszertani, mintavételi torzulás; szubjektivitás, elfogultság, önbevallásos torzulás is lehetséges; de kulturális és regionális különbségek is okozhatnak eltéréseket. A továbbiakban célcsoportonként fogjuk részletezni az eddig említett a limitációkat.

A kvalitatív kutatás a könyvtárvezetői minta lefedi az országos szintű közkönyvtári rendszer vezetőit, a stratégiai döntéshozók teljes köre bevonásra került. Ennek köszönhetően a minta reprezentatív a magyar közkönyvtárak szintjén. Mivel a kutatás nem terjed ki konkrétan a kistéleplési, községi könyvtárak vezetőire, a vizsgálat ezen eredményei elsősorban a nagyobb intézmények szemszögéből mutatják be az olvasásnépszerűsítés, olvasóvá nevelés kérdését, s a központi döntéshozók nézőpontját tükrözi.

A kutatásban részt vevő könyves influenszerek kiválasztása előzetes közösségimédia-elemzés során történt, mely során létrehozott 100 fős adatbázisból 40 fővel készítettünk interjút. A mintavétel nem véletlenszerű, hanem szubjektív kritériumok mentén történt. Ennek következtében az eredmények nem általánosíthatóak minden olvasásnépszerűsítőre, akiknek csoportja folyamatosan, dinamikusan változik, így az eredmények pillanatfelvételnél értelmezhetőek. Ezek alapján torzító tényezőként azonosítjuk a társadalmi elvárást, az önreflexió korlátait, a szubjektivitást, s az interjúhelyzetből fakadó limitációt.

A könyvtárosoknak szóló kérdőív korlátjai között szükséges megemlítenünk a részvételi torzítást, várhatóan az aktívabb, a téma iránt érdeklődő, az olvasásnépszerűsítés iránt elkötelezett és online jelenléttel rendelkező könyvtárosok válaszoltak. Bár törekedtünk az országos szintű elérésre, regionálisan más-más kitöltési arány született. Vélhetően, ahol nagyobb volt az intézményvezetői nyomás, többen töltötték ki. Végül szükséges megemlítenünk, hogy bár minden városi könyvtár és intézményvezető kapott értesítést a kérdőívről, nem garantált, hogy minden egyes intézmény munkatársai ténylegesen válaszoltak rá.

A könyvtárlátogatók kérdőíve kapcsán szintén torzított mintát kaptunk. Az online terjesztés miatt kizárásra kerülhettek azok, akik nem vagy ritkán használnak internetet, különösen az idősebb vagy digitálisan kevésbé aktív csoportok. A felmérés terjesztésére ebben az esetben is segítségül hívtuk az intézményeket, ezáltal itt is érvényes, az ő aktivitásuk hatása. A kutatás ezen része elsősorban az aktív könyvtárhasználók véleményét tükrözi, a mintában nem találhatóak meg azok az aktív olvasók, akik nem járnak könyvtárba, valamint azok, akik

járnak könyvtárba, de nem aktív olvasók, így az eredmények nem vonatkoztathatóak a teljes népességre.

Mindkét kérdőív esetén előfordulhat a válaszadási torzítás, mivel a kevésbé érdeklődő könyvtárosok és könyvtárlátogatók nagyobb eséllyel maradtak ki, illetve a válaszoknál társadalmilag elvárt megnyilvánulások is megjelenhettek. A kérdőívek több nyílt kérdést is tartalmaztak, melyeknél egyértelműen vésztettünk válaszokat. A rendelkezésre álló kérdőíves adatok elemzése során klaszterelemzést is megkíséreltünk annak érdekében, hogy feltárjuk az intézményi és egyéni mintázatokat, de a vizsgált változók mentén nem rajzolódtak ki homogén csoportok, így ezen eredmények megbízhatatlannak bizonyultak, ami korlátozza a vizsgált populáción belüli rejtett mintázatok és szegmensek feltárását.

7.5. Következtetések és javaslatok

A könyvtárak és a könyves influenszerek együttműködése kapcsán végzett kutatásunk közösségi médiaelemzés, félig strukturált interjúk és kérdőívek módszerét alkalmazva tárta fel az olvasásnépszerűsítés új dimenzióit, ahol az adatgyűjtési folyamat önmagában is pozitív változásokat indított el a kutatott területen. Az empirikus vizsgálat nem csupán a könyvtárosok, a véleményvezérek és az olvasóközösségek attitűdjeit, motivációit és együttműködési szándékait tárták fel, hanem reflexív tudatosságot is generáltak a résztvevőkben az olvasáskultúrában betöltött szerepükről és lehetőségeikről. A kutatási folyamat által a különböző szereplők egymás iránti figyelme erőteljesebbé vált, ami innovatív együttműködési kezdeményezések elindítását eredményezte, melyekről folyamatos visszajelzések érkeztek az interjúfelvétel óta. Ezért is lehet különösen érdekes egy hatásvizsgálat elvégzése az intézményvezetők és a könyves influenszerek körében, de érdemes akár a megvalósult kollaborációkat utólagosan is követni tartalomelemzési technikákkal. Továbbá az eredmények alapján hosszabb távon egy olyan együttműködési protokoll kidolgozása is indokoltnak tűnik, amely keretet adhat a könyvtárak és a könyves influenszerek közötti tudatos, kölcsönösen előnyös kapcsolódásoknak.

Kutatási eredményeink alapján megállapítható, hogy a digitális térben megvalósuló, könyves influenszereket bevonó *offline és online olvasásnépszerűsítő programok* képezik a leghatékonyabb együttműködési formát a résztvevők szerint, viszont alapvető kihívást jelent a könyvtárak számára a *megfelelő digitális kompetencia, média- és információs műveltség, technológiai eszközök és szakmai erőforrások* biztosítása a fenntartható és eredményes partnerség kialakításához. A könyvtárak *digitális transzformációja* elengedhetetlen ahhoz, hogy képesek legyenek adaptálni az influenszerek által alkalmazott innovatív kommunikációs

módszereket és platformokat, különösen a BookTernet ökoszisztémájában. Az intézményi döntéshozatal támogatására megfogalmazott stratégiai javaslatok között elsődleges prioritást kell élveznie a *könyvtárosok digitális készségeinek szisztematikus fejlesztésének* - különös tekintettel a közösségi média tudatos használatára, a tartalomgyártásra és az online közösségépítésre, - valamint az *infrastrukturális korszerűsítésnek* és a *technológiai modernizációnak* bevezetésére.

A vizsgálat eredményei alapján egyértelműen megállapítható, hogy a könyvtárak és a könyves influenszerek együttműködése jelentős potenciállal bír a 21. századi olvasáskultúra fejlesztésében. A magas társadalmi támogatottság és a digitális bennszülött generációk elvárásai mind azt erősítik, hogy ezen partnerségek kialakítása és megerősítése stratégiai fontosságú. Ennek ellenére a tapasztalathiány, a digitális kompetencia terén fennálló szakadék, valamint a kommunikációs hatékonyság hiányosságai sürgős, koordinált és többszintű beavatkozásokat tesznek szükségessé, ezeket fogjuk részletezni a következőkben. A stratégiai tervezés alapjaként különböző időbeli célokat jelölünk ki.

Rövid távú stratégiai irányként három javaslatot fogalmazunk meg: a könyvtárosok digitális kompetenciafejlesztését és a kultúráközvetítés megerősítését; a különböző hibrid (online és offline) együttműködések és pilot projektek elindítását; a könyvtári kommunikációs stratégia átfogó újra tervezését. Újra hangsúlyozzuk, hogy a 21. századi könyvtárak sikeres működésének alapfeltétele a *könyvtáros szakemberek célzott digitális kompetenciafejlesztése*, melynek kiemelt és elengedhetetlen területe a digitális tartalomkészítés, -fejlesztés. A könyvtáraknak mindinkább digitális kulturális központokká kell válniuk, amelyek képesek integrálni a hagyományos és modern szolgáltatásokat. Ezen kívül különös hangsúlyt kell fektetni a közösségi média tudatos használatára, amely lehetővé teszi az intézményeknek, hogy hatékonyan kapcsolódjanak a különböző korosztályokhoz és közösségekhez. A digitális transzformáció során a könyvtárak nem csupán gyűjteménykezelő intézményekként, hanem *aktív kultúráközvetítőkként* kell működniük, ezáltal akár a digitális tér befolyásos szereplőivé válhatnak. A javasolt *pilot projektek* keretében olyan innovatív megoldások tesztelhetők, amelyek a könyves influenszerekkel való együttműködést a könyvtári kommunikáció középpontjába helyezik. Ezek a projektek lehetőséget teremtenek jó gyakorlatok gyűjtésére és hosszú távú standardok kialakítására. Ezeken kívül a *kommunikációs stratégia korszerűsítésére* hívjuk fel a könyvtárak figyelmét rövid távon, mivel a jelenlegi megközelítések gyakran nem érik el kellő hatékonysággal a releváns célcsoportokat. Épp ezért szükséges egy olyan országos olvasásnépszerűsítő-adatbázis létrehozása, amely nemcsak személyeket, hanem különböző nem könyvtári kezdeményezéseket is tartalmaz, s lehetővé teheti a koordinált partnerkapcsolatok kialakítását.

A középtávú fejlesztési célok kapcsán érdemes megemlíteni a – dolgozat szakirodalmi és empirikus részében is megjelenő – *harmadik hely koncepciót*, mely alapján a könyvtáraknak olyan közösségi tereket kell biztosítaniuk, amelyek az otthon és a munkahely mellett harmadik alternatívát jelentenek az emberek számára. A modern könyvtárakban multifunkcionális tereket kell kialakítani, amelyek egyszerre szolgálják a tanulást, szórakozást és közösségépítést. A harmadik tér funkció hatékony ellátása érdekében a könyvtáraknak befogadó, inspiráló környezetet kell teremteniük minden korosztály számára. Ez a megközelítés már számos helyen sikeresen megvalósult, – főként vármegyei hatókörű és nagyobb könyvtárakban – és hozzájárult a könyvtárak közösségi szerepének erősödéséhez. Ezen kívül középtávon elengedhetetlen egy *átfogó keretrendszer* kidolgozása, amely biztosítja a könyvtár-influenszer együttműködés átláthatóságát, minőségbiztosítását és etikai megalapozottságát. Ehhez olyan mérés-értékelést kell kidolgozni, amelyek képesek nyomon követni az elérés, az elköteleződés és a hosszú távú könyvtárhasználati trendek alakulását. Ezek mérhető, konkrét mutatószámok, amelyek nyomon követik a stratégiai célok elérését, például a könyvtárhasználók elköteleződését, trendjeit vagy hatékonyságát. Fontos még megemlíteni, hogy az influenszerek kultúráközvetítő híd-szerepének kihasználása érdekében *korosztály-specifikus stratégiákat* kell kialakítani. A BookTube, Bookstagram és BookTok platformok különböző generációkat érnek el, ezért a könyvtáraknak differenciált megközelítést kell alkalmazniuk az egyes célcsoportok megszólítására.

Hosszútávon pedig az *élethosszig tartó tanulásra*, s ezáltal a könyvtárak tanulástámogató funkciójára, valamint az *influenszerek híd-szerepére* szeretnénk kitérni. A 21. századi könyvtáraknak olyan tanulási tereket kell biztosítaniuk, amelyek támogatják az élethosszig tartó tanulást, beleértve a nonformális és informális tanulási lehetőségeket, és elősegítik az önálló tudásszerzést a digitális átalakulás keretében. A könyves influenszerek fontos híd-szerepet töltenek be a kultúráközvetítésben, különösen a fiatalabb generációk megszólítása terén. Tevékenységük révén autentikus kapcsolatot építenek követőikkel, és informális tudásmegosztást valósítanak meg, amely kiegészíti a formális oktatási rendszereket. Az influenszerek kultúráközvetítő szerepének elismerése és könyvtári szolgáltatásokba történő integrálása lehetőséget teremt a hagyományos és modern megközelítések szintézisére. Ez különösen fontos az olvasóvá nevelés területén, ahol az élményalapú megközelítés és a flow élmény megteremtése kulcsfontosságú.

A szakirodalom, az előzetes kutatások és legfőbb eredményeink hozzájárultak ahhoz, hogy korszerűen közelítsük meg az olvasóvá nevelés témakörét. A kutatás alapján a különböző érintetti csoportok számára az alábbi specifikus ajánlásokat fogalmaztunk meg:

- A könyvtárak esetében prioritást élveznek az infrastrukturális fejlesztések, például podcast-stúdiók és streaming eszközök beszerzése, a közösségi médiamarketing és digitális tartalomkészítés területén szervezett szakmai képzések, valamint a helyi és országos szintű influenszer-partnerségek proaktív kialakítása.
- Az olvasásnépszerűsítők számára kulcsfontosságú a professzionalizációt elősegítő együttműködési és etikai irányelvek kialakítása, a tisztességes és fenntartható díjazási modellek meghatározása, valamint az influenszer–könyvtáros hibrid szerepek szakmai elismerése és legitimálása.
- A fenntartók és a szakmapolitika részéről célzott finanszírozást kell biztosítani a könyvtári szektor digitális fejlesztéseihez, továbbá szükségzerű az influenszer-dimenzió beépítése a nemzeti olvasásfejlesztési stratégiába, valamint a hosszú távú hatásvizsgálatok kutatási támogatása.

A sikeres implementáció kulcsa egy többszintű, integrált stratégiában rejlik, amely egyszerre kezeli az infrastrukturális, képzési, szervezeti és stratégiai dimenziókat. Ez a megközelítés biztosíthatja egy olyan fenntartható és hatékony könyvtár–influenszer hálózat létrejöttét, amely képes a változó társadalmi és technológiai környezethez való rugalmas alkalmazkodásra. Az eredmények összegzéseként megállapítható, hogy a könyvtárak és könyves influenszerek közötti stratégiai együttműködés jelentős potenciált hordoz a 21. századi olvasáskultúra fejlesztésében, azonban ennek realizálása komplex szervezeti, technológiai és kulturális változásokat igényel, amelyek implementálása hozzájárulhat a közkönyvtárak társadalmi szerepének megerősítéséhez és a digitális korszak kihívásaira való eredményes válaszadáshoz.

Ahogy láthattuk, a könyvtárak és könyves influenszerek együttműködésének fejlesztése komplex, többlépcsős folyamat, amely a könyvtárak 21. századi szerepének újra definiálását igényli. A harmadik tér funkció megerősítése, az olvasóvá nevelés korszerűsítése és az élethosszig tartó tanulás támogatása olyan stratégiai célok, amelyeket a közkönyvtárak az influenszerek híd-szerepének tudatos kihasználásával hatékonyan megvalósíthatnak. Ez az integráció nem csupán a könyvtári szolgáltatások modernizálását szolgálja, hanem hozzájárul a kulturális örökség átadásához és az olvasási kultúra megőrzéséhez a digitális korban.

Summary

The digital revolution has fundamentally reshaped the mission and operations of public libraries, positioning education, lifelong learning, and media-and-information literacy at the core of twenty-first-century library services. Concurrently, the mechanisms by which reading and book-based learning are promoted have undergone profound transformation. In our interconnected digital ecosystem—characterized by an unprecedented explosion of available information, rapid advances in digital tools, ubiquitous e-communication, and the ascendance of social media—new professional actors have emerged whose legitimacy stems from their ability to influence reading behaviors: book influencers or reading-promotion opinion leaders (Yap & Peñaflor, 2020; Szabó, 2022). Although reading remains one of humanity’s oldest and most enduring intellectual pursuits—indispensable for everyday life, formal education, career advancement, information acquisition, imaginative development, and leisure (Dani, 2012)—libraries have, for millennia, served as stewards of cultural heritage, leveraging their collections and services to foster reading cultures (Martínez, 2012; IFLA & UNESCO, 1994). This dissertation explores the emergent intersection of public libraries and book influencers within Hungary’s county library network, addressing the central question of whether—and through which models—these two stakeholder groups can collaborate to advance the noble goal of reader development in the digital era.

The study is grounded in a tripartite theoretical framework. First, it examines the evolving functions of libraries in supporting lifelong learning across formal, non-formal, and informal contexts, as well as their growing responsibilities in promoting media-and-information literacy and combating disinformation in an age of “fake news.” Second, it analyzes the dimensions of reader development, detailing how experiences within family, school, community, and library settings shape reading motivations and habits. Third, it investigates the role of digital media in reading promotion, focusing on the so-called “BookTernet” phenomenon encompassing platforms such as YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, blogs, podcasts, and the Hungarian site Moly.hu. Within this digital milieu, book influencers operate as informal educators, content creators, and opinion leaders whose recommendations can profoundly shape their followers’ reading choices.

Empirically, the dissertation employs methodological triangulation (Sántha, 2015; Creswell, 2012) to generate a comprehensive understanding of library–influencer dynamics. A social-media “walkthrough” analysis (Light et al., 2018) conducted in March–April 2024 mapped the online presence and content strategies of 100 Hungarian book influencers across four platforms, using keyword filters (“read/reading,” “book”) during a neutral period to avoid seasonal biases.

This was followed by semi-structured interviews—recorded via Google Meets and transcribed verbatim—with 20 county-level public-library directors and 40 book influencers, selected through purposive sampling based on follower counts, content quality, and platform activity. Finally, quantitative surveys of 254 librarians and 459 library users, administered through EvaSys, provided statistical insights into attitudes toward influencer collaboration, platform usage, program participation, and demographic patterns.

Building on these insights, the dissertation proposes a practical, evidence-based collaboration model comprising seven interrelated components: (1) systematic digital-skill training for library staff aligned with the digital competence framework; (2) pilot hybrid programs co-designed with influencers to document best practices; (3) a centralized influencer-library partnership database to streamline outreach; (4) ethical guidelines and KPI-driven evaluation metrics to ensure transparency and program impact; (5) multi-platform content strategies tailored to generational preferences (BookTube, Bookstagram, BookTok); (6) infrastructure investments in podcast studios, livestream equipment, and collaborative workspaces; and (7) continuous feedback loops incorporating user surveys and social-media analytics to refine offerings. Short-term priorities emphasize professional development and targeted pilot projects, medium-term goals focus on reimagining libraries as “third place” community centers (Oldenburg, 1999) that blend physical and virtual services, and long-term strategies advocate positioning libraries as lifelong-learning hubs that leverage influencer partnerships to create sustained cultural and educational impact.

In conclusion, this dissertation makes three principal contributions. Conceptually, it integrates library science, communication studies, pedagogy, and digital marketing into a novel theoretical framework for understanding reader development in the digital age. Empirically, it provides the first large-scale mixed-methods analysis of library–influencer collaborations in Hungary, offering statistically robust evidence of their efficacy and limitations. Practically, it delivers an actionable collaboration model and strategic roadmap to guide libraries, influencers, and policymakers in forging sustainable partnerships that enrich reading cultures, broaden access to literature, and strengthen social cohesion in an increasingly digital information environment.

Irodalomjegyzék

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről.
- 48/2020. (XII. 23.) EMMI rendelet egyes megyei hatókörű városi könyvtárak regionális feladatellátásáról és illetékességi területéről)
- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77-103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Abumandour, E.S.T. (2021). Public libraries' role in supporting e-learning and spreading lifelong education: a case study. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 14(2), 178-217. <https://doi.org/10.1108/JRIT-06-2019-0063>
- Adamikné Jászó, A. (2006). *Az olvasás múltja és jelene. Az olvasás grammatikai, pragmatikai és retorikai megközelítésben*. Trezor Kiadó.
- Ad-Heisat M.A.A., Mohammed, S., Sharmella, K.A., & Issa, J.H. (2009). The Use of Reading Strategies in Developing Students' Reading Competency among Primary School Teachers in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 12(2), 310-319.
- Aguiar, G.A.de. (2012). *Uso das ferramentas de redes sociais em Bibliotecas Universitárias: um estudo exploratório na UNESP, UNICAMP e USP*. [Szakdolgozat, Universidade de Sao Paolo].
- Ailakhu, U.V., & Unegbu, V.E. (2017). Librarians' promotion of reading culture and student's responsiveness in selected secondary schools in Lagos State, Nigeria. *Ebonyi Journal of Library and Information Science*, 4(1), 30-42.
- Akagha, N.C. (2021). Use Of Social Media In Delivery Of Reference Services By Librarians in FUTO Library. *Library Philosophy and Practice*. 6611.
- Akinola, A.A. (2021). Promoting reading culture, the role of stakeholders and ICT for societal development. *IP Indian Journal of Library Science and Information Technology*, 6(1), 4-8. <https://doi.org/10.18231/j.ijlsit.2021.002>
- Akporhonor, B. A., & Olise, F. N. (2015). Librarians' Use of Social Media for Promoting Library and Information Resources and Services in University Libraries in South-South Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5(6).
- Akyol, H., Çakiroğlu, A., & Kuruyer, H. G. (2014). A study on the development of reading skills of the students having difficulty in reading: Enrichment reading program. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 6(2), 199-212.
- Albrecht, K. (2017). *Positioning BookTube in the publishing world: An examination of online book reviewing through the field theory*. [Disszertáció, Leiden University].
- Albrechtslund, A.M.B. (2020). Amazon, Kindle, and Goodreads: Implications for Literary Consumption in the Digital Age. *Consumption Markets & Culture*, 23(6), 553-68. <https://doi.org/10.1080/10253866.2019.1640216>.
- Alex-Nmecha, J. C., & Horsfall, M.N. (2019). Reading Culture, Benefits, and the Role of libraries in the 21st century. *Library Philosophy and Practice*. 2836.
- Allport, G.W. (1935). Attitudes. In C. Murchinson (Ed.), *A handbook of social psychology*, (pp.798-844). Clark University Press.
- Álvarez Zapata, D., Ocampo Molina, N. Y., Giraldo Giraldo, Y. N., Guerra Sierra, L. M., Melgar Estrada, L., & Gómez Vargas, M. (2008). La promoción de la lectura en las bibliotecas públicas de Medellín. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 31(1), 161-205.
- Al-Zou'bi, R. (2021). The impact of media and information literacy on acquiring the critical thinking skill by the educational faculty's students. *Thinking Skills and Creativity*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100782>.
- American Library Association. (1989). *Presidential Committee on Information Literacy: Final report*. <https://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>
- American Library Association. (2017a). *American Library Association Strategic Directions*.

- American Library Association. (2017b). *Professional Guidelines. Reference and User Services Association*.
- American Library Association. (2019). *Post-Truth: Fake News and a New Era of Information Literacy*.
- Anderson, R.C., Wilson, P.T., & Fielding, L.G. (1988). Growth in Reading and How Children Spend Their Time Outside of School. *Reading Research Quarterly*, 23(3), 285–303. <https://doi.org/10.1598/RRQ.23.3.2>
- Anderson, T. (2020). *A Book Club for the 21st Century: An Ethnographic Exploration of BookTube*. [Disszertáció, University of North Carolina at Chapel Hill]. <https://doi.org/10.17615/r4aq-e587>
- Andok, M. (2020). Pedagógusok digitális kompetenciái – Mitől lesz okos az iskola? In H. Varga (Ed.), *Személyközi és médiakommunikációs tudatosság az iskolában*. Kommunikációs Nevelésért Egyesület.
- Annamalai, S., & Muniandy, B. (2013). Reading Habit and Attitude among Malaysian Polytechnic Students. *International Online Journal of Educational Sciences*, 5(1), 32-41.
- Arany-Nagy, Zs. (2021). A köz- és iskolai könyvtárak oktatási és nevelési szerepének erősödése, Szemle a hazai és nemzetközi szervezetek iránymutatásaiból. In P. Kiszl, G. Boda, & N. Köntös (Eds.), *Valóságos Könyvtár – könyvtári valóság: Könyvtár- és információtudományi tanulmányok 2020* (pp.421–427). ELTE BTK Könyvtár- és Információtudományi Intézet.
- Ariffin, R. (1992). *An Anthology of Poetry for Young People*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Arunchoknumlap, P. (2023). A Trend of Influencer Marketing and Virtual Community. *Journal of Business, Innovation and Sustainability*, 18(4), 1-19.
- Bagozzi, R. P. and Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 2-21. <https://doi.org/10.1002/dir.10006>
- Balapanidou, A. (2015). The challenging role of public libraries as providers of lifelong learning opportunities for personal and social skills development. *International Journal of Teaching and Education*, 3(2), 1-16. <https://doi.org/10.20472/TE.2015.3.2.001>
- Balogh, K. (2022). Szubjektív jóllét és szabadidő – A 15–17 évesek szabadidős tevékenységeinek és az élettel való elégedettségüknek összefüggései. *Esély: Társadalom- és Szociálpolitikai Folyóirat*, 33(2), 65-82.
- Bamberger, R. (1975). *Promoting the Reading Habit*. UNESCO.
- Barreto Junior, I.F., & Venturi Junior, G. (2020). Fake news em imagens: um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018. *Revista Debates*, 14(1), 4–35. <https://doi.org/10.22456/1982-5269.96220>
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of social media as a tool of communication and its potential for technology-enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5), 1-10.
- BAŞ, G. (2012). Correlation amongst reading attitudes, writing dispositions and academic success of elementary students in Turkish course. *Journal of Turkish Studies*, 7(3), 555–572. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.3356>
- Basawaraj, M. (2021). Role of public libraries in promoting reading habits. *Library Progress (International)*, 41(1), 138-143.
- Bateman, K. (2022). This Is How TikTok Helped Propel Book Sales to a Bestselling Year. *World Economic Forum*.
- Baym, N.K. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. SAGE Publications.
- Baym, N.K. (2018). *Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*. New York University Press.
- Beal, V. (2018). *Social Networking Site*. QuinStreet Inc.
- Békésiné Bognár, N.E. (2021). Tanulás, találkozás, élmény a könyvtárban – Útmutató a könyvtári programok szervezéséhez. *Könyvtári Figyelő*, 67(4), 549-572.

- Békésiné Bognár, N.E., & Nagy, A. (2022). Reform a könyvtárstatistikában: egységesített adatstruktúra és adatvizualizáció. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 69(7), 334–341. <https://doi.org/10.3311/tmt.13181>
- Benjamin, F., Vighnarajah, D., & Lydia, D. (2020) The Role of Social Media in Promoting Reading Attitudes among Undergraduate Students in UCSI University. *Language in India*, 20(8) 137-169.
- Berényi, M. (2022). *Falak nélkül maradt múzeum: A COVID-19-világjárvány hatása a magyar múzeumi közgyűjtemények online praxisára* (31700085) [Disszertáció, Debreceni Egyetem].
- Béres, J. (2013). A tranzaktív irodalomelmélet biblioterápiás alkalmazhatóságáról. *Reciti.hu*, 7, 1–9.
- Béres, J. (2019). Olvasókör. In Á. Barátné Hajdu, & J. Béres (Eds.), *Olvasásfejlesztés könyvtári környezetben* (pp. 12–13). Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Bernát, A., & Hudácskó, Sz. (2020). *Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások, 2020*. TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt.
- Bernát, A., Sallai, G., Sarnyai, B., & Csordás-Takács, A. (2023). *Az online platformok hatása a szépirodalomra. Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások, 2023*. TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt.
- Best, E., & Clark, C. (2022). *Children and young people's engagement with podcasts before and during lockdown*. National Literacy Trust.
- Biancarosa, C., & Snow, C. E. (2006). *Reading next—A vision for action and research in middle and high school literacy: A report to Carnegie Corporation of New York* (2nd ed.). Alliance for Excellent Education.
- Billett, S. (2010). The perils of confusing lifelong learning with lifelong education. *International Journal of Lifelong Education*, 29(4), 401–413. <https://doi.org/10.1080/02601370.2010.488803>.
- Birke, D. (2021). Social reading? On the rise of a “Bookish” Reading culture online. *Poetics Today*, 42(2), 149-172.
- Birke, D., & Fehrle, J. (2018). #booklove: How reading culture is adapted on the internet. *Komparatistik Online. Adaptation as Cultural Translation*, 60–86.
- Blaikie, N., & Priest J. (2019). *Designing Social Research: The Logic of Anticipation*. Wiley
- Boldizsár, I. (2007). Rágom, nézem, hallgatom. A 0-6 éves korú gyermekek „olvasmányairól”. *Könyv, Könyvtár, Könyvtáros*, 16(8), 9-12.
- Bon, I., & Working group on Literacy and Reading strategies. (2019). *Engaging in Literacy and Reading Strategies: an IFLA Toolkit for Libraries*. IFLA.
- Boot, P. (2020). The voice of the reader: the landscape of online book discussion in the Netherlands, 1997–2016. In J. Rose (Ed.), *The Edinburgh History of Reading. Common Readers*. Edinburgh University Press.
- Bourdieu, P. (1999). Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In R. Angelusz (Ed.), *A társadalmi rétegződés komponensei*. Budapest, 156-178.
- Bradley, P. (2015). *Social Media for Creative Libraries*. Facet.
- Brichford, M. (1991). The context for a history of the American Library Association. *Libraries & Culture*, 26(2), 348–356.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing Interviews*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529716665>
- Brough, K.J. (1953). *Scholar's Workshop: Evolving Conceptions of Library Service*. Urbana: University of Illinois Press.
- Brown-Cáceres, N. A. (2025). Amplify your impact: Creating a bespoke approach to community engagement: Influencer marketing for 21st century libraries and archives. *Journal of Reference & User Services Quarterly*, 60(2), 61–67. <https://doi.org/10.5860/rusq.60.2.8373>

- Buigues-García, M., & Giménez-Chornet, V. (2012). *Impact of Web 2.0 on national libraries. International Journal of Information Management*, 32(1), 3-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2011.06.007>
- Bulgurcuoglu, A.N. (2016). Relationship between Critical Thinking Levels and Attitudes towards Reading Habits among Pre-Service Physical Education Teachers. *Educational Research and Reviews*, 11(8), 708-712. DOI: 10.5897/ERR2016.2713
- Burnett, C., & Merchant, G. (2018). *New Media in the Classroom: Rethinking Primary Literacy*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529714906>
- Bushing, M. C. (1995). *The professionalization of rural librarians: Role modeling, networking and continuing education*. [Dissertáció, Montana State University].
- Cain, T., & Chapman, A. (2014). Dysfunctional dichotomies? Deflating bipolar constructions of curriculum and pedagogy through case studies from music and history. *The Curriculum Journal*, 25(1), 111–129. <https://doi.org/10.1080/09585176.2013.877396>
- Camillo, E. S., & Castro Filho, C. M. (2022). Políticas públicas do livro e leitura: Um conceito em aberto. *Informação & Informação*, 27(2), 145-168. <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2022v27n2p145>
- Canfield, C.F., Seery, A. Weisleder, A., Workman, C., Cates, C.B., Roby, E., Payne, R., Levine, S., Mogilner, L., Dreyer, B., & Mendelsohn, A. (2020). Encouraging parent–child book sharing: Potential additive benefits of literacy promotion in health care and the community. *Early Childhood Research Quarterly*, 50, 221-229.
- Carlick, S. (2022). *Beyond BookTok: The Generation Revolutionising Publishing*. Penguin.
- Carlsson, U. (Ed.). (2019). *Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age*. Department of Journalism, Media and Communication (JMG), University of Gothenburg, Sweden.
- Carpenter, J. P., Shelton, C. C., & Schroeder, S. E. (2022). The education influencer: A new player in the educator professional landscape. *Journal of Research on Technology in Education*, 55(5), 749–764. <https://doi.org/10.1080/15391523.2022.2030267>
- Carr, C.T., & Hayes, R.A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. DOI: 10.1080/15456870.2015.972282
- Carr, N. (2012). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. Publica.
- Catts, R., & Lau, J. (2008). *Towards information literacy indicators*. UNESCO.
- Cavallo, G., & Chartier, R. (1998). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Taurus Pensamiento.
- Cedefop. (2014). *Terminology of European education and training policy. A selection of 130 terms*. Publications Office of the European Union.
- Chaddah, K. (2022). BookTok Is Reviving Print Book Sales and Bringing Readers Together. *Mashable*.
- Chartered Institute of Library and Information Professionals. (2018). *CILIP Definition of Information Literacy 2018*.
- Chartier, R. (2010). *Las revoluciones del libro y la lectura: del código al hipertexto*. Universidad de Córdoba.
- Cheng W.W.H., Lam E.T.H., Chiu D.K.W. (2020). Social media as a platform in academic library marketing: A comparative study. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102188, <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102188>
- Chitumbo, E.M.M., & Chew, P. (2015). Social media tools for library service delivery in higher learning institutions: Case of University of Zambia and National Institute of Public Administration Libraries. *Research Journal of Library Sciences*, 3(5), 1-7.
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941-960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Clark, C., & Rumbold, K. (2006). *Reading for pleasure: A Research Overview*. National Literacy Trust.

- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2017). *Research Methods in Education* (8th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315456539>
- Cole, J.Y. (1979). Storehouse and Workshops: American Libraries and the Users of Knowledge. In A. Oleson & J. Voss (Eds.), *The Organization of Knowledge in Modern America, 1860-1920* (pp.364-385). The Johns Hopkins University Press.
- Collins, J. (2021). *Bring on the Books for Everybody*. Duke University Press.
- Coombs, P.H., & Manzoor, A. (1974). *Attacking rural poverty: how nonformal education can help. A research report for the World Bank*. International Council for Educational Development.
- Corciolani, M. & Dalli, D. (2014). Gift-giving, sharing and commodity exchange at Bookcrossing.com: new insights from a qualitative analysis. *Management Decision*, 52(4), 755-776. <https://doi.org/10.1108/MD-03-2012-0241>
- Cornwell, T.B., & Katz, H.E. (2021). *Influencer: the science behind swaying others*. Routledge.
- Czeglédi, L., & Lengyel, T. (2020). Könyvtárpedagógia a digitális átállás időszakában. In *Reflexiók néhány magyarországi pedagógia-releváns kontextusra* (pp. 137-140). International Research Institute s.r.o.
- Csepeli, G. (2020). *Ember 2.0. A mesterséges intelligencia gazdasági és társadalmi hatásai*. Kossuth Kiadó.
- Csik, T. (2011). Olvasásfejlesztés, olvasásnépszerűsítés a könyvtárban. *Könyv és nevelés*, 13(2), 16-29.
- Csik, T. (2018). A használóképzés és az információkeresés könyvtári tanításának keretei. *Könyv és Nevelés*, 20(4), 85-110.
- Dai, Y. (2025). Exploring the effectiveness of social media information communication for library users. *Profesional de la Información*, 33(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2024.ene.0613>
- Dani, E. (2012). Neumann kontra Gutenberg-galaxis?: Különös tekintettel a generációs olvasási szokásokra. *Könyv és Nevelés*, 14(4), 48-59.
- Dani, E. (2013). E-létezés és „hiperfigyelem”. *Könyv és Nevelés*, 15(4), 48-60.
- Dani, E., & Szabó, D. (2024). Online olvasás- és szolgáltatásnépszerűsítés a könyvtárakban: a közösségi média és a könyves influenszerek. *Könyv és Nevelés*, 25(1), 48-67.
- Dankowski, T. (2013). How libraries are using social media. *American Libraries*, 44(5), 38–41.
- Danner, R.A. (2015). Law Libraries and Laboratories: The Legacies of Langdell and his Metaphor. *Law Library Journal*, 107(1), 7-49.
- Danó, Gy. (2018). Hatások és kölcsönhatások–gyermek mint fogyasztók a változó médiakörnyezetben. In E. Gabos (Ed.), *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra* (pp.54-60). IX. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesülete.
- Delanty, G. (2003). *Community*. Routledge
- Demir-Lira, Ö.E., Applebaum, L.R., Goldin-Meadow, S., & Levine, S.C. (2019). Parents' early book reading to children: Relation to children's later language and literacy outcomes controlling for other parent language input. *Developmental Science*, 22. <https://doi.org/10.1111/desc.12764>
- Dewey, J. (1933). *How we think*. D.C. Heath and Company.
- Dippold, P. (2013). Közkönyvtárak és az oktatás. *Könyv és Nevelés*, 15(4).
- Domokos, Á. (2016). A könyv mint dísz tárgy, ajándéktárgy, fétis. In J.T. Karlovitz (Ed.), *Társadalom, kulturális háttér, gazdaság* (pp.373-382). <https://doi.org/10.18427/iri-2016-0044>
- Douglas, B.H. (1996). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. *Journal of Applied Communications*, 80(1). <https://doi.org/10.4148/1051-0834.1358>
- Doyle, C.S. (1992). Outcome Measures for Information Literacy within the National Education Goals of 1990. Final Report to National Forum on Information Literacy, Summary of Findings.

- Du, C. (2021). Research on the Evaluation of University Library's Reading Promotion Mode Based on Computer New Media. *Journal of Physics Conference Series*, 1827(1), 012189. DOI: 10.1088/1742-6596/1827/1/012189.
- Dubroc, A.M. (2021). *To Be Read: The Educational Opportunities of BookTube*. [Disszertáció, Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College]
- Dudás, A. (2018). *Információs műveltség felsőfokon*. Akadémiai Kiadó.
- Eder, J. (2021). Von Literatur ist alles bis Emma Angeline: ein Plädoyer für Booktube. *Brünnner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, 1, 57–75. <https://doi.org/10.5817/BBGN2021-1-4>.
- Egervári, A. (2024). Könyvtárak a közösségi médiában. *Tudásmenedzsment*, 25(1). 52-62.
- Ehret, C., Boegel, J., & Manuel-Nekouei, R. (2018). The Role of Affect in Adolescents' Online Literacies: Participatory Pressures in BookTube Culture. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*. 62(4), 1-11. DOI: 10.1002/jaal.881
- Ekbja, H., Mattioli, M., Kouper, I., Arave, G., Ghazinejad, A., Bowman, T., Suri, V.R., Tsou, A., Weingart, S., & Sugimoto. C.R. (2015). Big data, bigger dilemmas: A critical review. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(8), 1523-1545.
- Elbert, M., Fuegi, D., & Lipeikaite, U. (2012). Perceptions of public libraries in Africa. *Ariadne. Web magazine for Information Professionals*, 68.
- Eraut, M. (2004). Informal learning in the workplace. *Studies in Continuing Education*, 26(2), 247–273. <http://dx.doi.org/10.1080/158037042000225245>
- Estabrook, L.S., Francis F.C., & Foskett, D.J. (2016). *Library*. Encyclopaedia Britannica.
- Eszes, I. (2011). *Digitális gazdaság*. Nemzeti Tankönyvkiadó Rt.
- Európai Bizottság. (2000). *A Memorandum on Lifelong Learning*.
- Európai Bizottság. (2003). *What is Lifelong Learning?*
- Európai Parlament, Tanács. (2003). Az Európai Parlament és a Tanács 2003/98/EK irányelve (2003. november 17.) a közszféra információinak további felhasználásáról.
- Euzéby, F., Passebois Ducros, J., & Machat, S. (2024). Exploring the impact of book influencers on reading intentions in the scroll era. *International Journal of Arts Management*, 27(1), 17–39. <https://hal.science/hal-04886682>
- Eve, J., Groot, M.de., & Schmidt, A.M. (2007). Supporting lifelong learning in public libraries across Europe. *Library Review* 56(5), 393-406.
- Eysenbach, G. (2007). From intermediation to disintermediation and apomediation: new models for consumers to access and assess the credibility of health information in the age of Web2.0. *Studies in health technology and informatics*, 129(1), 162–166.
- Ezeani, C.N., & Igwesi, U. (2012). Using Social Media for Dynamic Library Service Delivery: The Nigeria Experience. *Library Philosophy and Practice*, 814.
- Fabian, N.E., Drechsler, K., Weck, M., & Smailhodzic, E. (2024). Exploring the “BookTok” effect - How a TikTok community is transforming the publishing industry. *ICIS 2024 TREOS*. 84.
- Faix, A., & Fyn, A. (2020). Framing Fake News: Misinformation and the ACRL Framework. *Libraries and the Academy*, 20(3), 495-508. <https://doi.org/10.1353/pla.2020.0027>
- Fakas, M. (2007). Going where patrons are. *American Libraries*, 38(4), 27-32.
- Farkas, D. (2019). *Influencer marketing kisokos*. IAB Hungary.
- Farkas, F., & Gáti, A. (2020). Olvasásnépszerűsítés megújuló eszközökkel. *Könyv, Könyvtár, Könyvtáros*, 29(11), 3-9.
- Fay, S. (2012). Could the Internet save book reviews? *The Atlantic*.
- Fehér, M. (2021). Környezettudatos magatartás és az influencermarketing kapcsolata. In K. Nagy, (Ed.). *Környezettudatos marketing elmélet és gyakorlat a fiatalok szemléletformálása érdekében – Szemelvények egészség-és környezettudatos marketing megoldásokból*. Szikszó Város Önkormányzata és Felsővály Község Önkormányzata.
- Fernandez, J. (2009). A swot analysis for social media in libraries. *Library Staff Publications*. 7.

- Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2788/52966>
- Filina, T., & Kostelna, Y. (2023). Creative Management in the System of Reading Promotion. *Library Science Record Studies Informology*, 2. DOI: 10.32461/2409-9805.2.2023.284670
- Fish, S. (1980). *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Harvard University Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Flood, A. (2021). The Rise of BookTok: Meet the Teen Influencers Pushing Books up the Charts. *The Guardian*.
- Fodor, J. (2015). Könyvtári szereplehetőségek a közösségi médiában. *Könyvtári Figyelő*, 25(4), 489-493.
- Fodor, J. (2020). Oldás és kötés a virtuális közösségépítésben. In P. Kiszl & K. Németh (Eds.), *Információközvetítés és közösségépítés – multifunkciós könyvtári hálózatok*. (pp.287-294). ELTE BTK Könyvtár- és Információtudományi Intézet.
- Forgó, S. (2018). A közösségi médiapedagógia, újmédiarendszer és a közösségi média. In L. Balázs & T.H. Tomesz (Eds.), *Utak és útkeresztvezetők: Emlékkötet H. Varga Gyula 70. születésnapjára* (pp. 185-194). Eszterházy Károly Egyetem Líceum Kiadó.
- Forray, R.K., & Juhász, E. (2009). A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés. In R.K. Forray & E. Juhász. (Eds.), *Nonformális – informális – autonóm tanulás* (pp.12-37). Debrecen, Debreceni Egyetem.
- Földi, T. (2013) Kávészünet a Facebookon – az Országos Idegennyelvű Könyvtár jelenlétéről a közösségi médiában. *TMT*, 60(9), 393-397.
- Framework for Information Literacy for Higher Education. (2015). Association of College and Research Libraries.
- Fülekiné Joó, A. (2018). Olvasás és közösségi interakció: a perszuazív kommunikáció hatása általános és középiskolás fiútanulók olvasási attitűdjére. [Disszertáció, Debreceni Egyetem].
- Füzfa, B. (2021). Kánonok (h)arca – Irodalomta(la)nítás Magyarországon 1978–2020 között. In B. Füzfa (Ed.) *Létezésformák* (pp.385-406), Savaria University Press.
- Galántai, Z. (2018). Oktatás: problémák és technológiák. *Iskolakultúra*, 28(3-4), 64-69.
- Gallardo, R. (2013). Social media for libraries. *Social Media Use*.
- Garczynski, J. (2016). #Donate: the role of social media in academic library fundraising. *The Bottom Line*, 29(2), 60-66. <https://doi.org/10.1108/BL02-2016-0013>
- Garoufallou, E., Siatiri, R., Zafeiriou, G., & Balampanidou, E. (2013). The use of marketing concepts in library services: A literature review. *Library Review*, 62(4-5), 312–334. DOI: 10.1108/LR-06-2012-0061
- Gautam, A., Prajapati, V., & Singh, P. (2023). Social networking tools for library services. *International Journal of Research in Library Science (IJRLS)*, 9(2), 1–6. <https://doi.org/10.26761/IJRLS.9.2.2023.1640>
- Gee, J.P., & Hayes, E. (2012). Nurturing affinity spaces and game-based learning. In C.K. Steinkuehler & S.B. Squire (Eds.), *Games, Learning, and Society: Learning and Meaning in the Digital Age*. (pp. 129–153). Cambridge University Press.
- Gereben, F. (1986). A könyvtárhasználati szokások változásai a közművelődési könyvtárakban. *Könyvtári Figyelő*, 32(1), 13–30.
- Gereben, F., & Nagy, A. (1992). *Olvasás és társadalom (Olvasásszociológia, olvasáslélektan, olvasáspedagógia)*. Országos Széchényi Könyvtár.
- Giesecke, J. (2010). Finding the Right Metaphor: Restructuring, Realigning, and Repackaging Today's Research Libraries. *Journal of Library Administration*, 51(1), 54-65. <https://doi.org/10.1080/01930826.2011.531641>.

- Gikas, J., & Grant, M.M. (2013). Mobile Computing Devices in Higher Education: Student Perspectives on Learning with Cellphones, Smartphones & Social Media. *The Internet and Higher Education*, 19, 18–26. DOI: 10.1016/j.iheduc.2013.06.002
- Gill, P. (2005). *A közkönyvtári szolgálat: az IFLA és az UNESCO fejlesztési irányelvei*. Könyvtári Intézet.
- Gilton, D.L. (2012). *Lifelong Learning in Public Libraries: Principles, Programs, and People*. Scarecrow Press.
- Glied, V. (2022). A bevonás új lehetőségei a 21. században: az influencerek. *Pólusok*, 3(2), 32–57. DOI: 10.15170/PSK.2022.03.02.02
- Glózer, R., & Guld, Á. (2015). Új média – új típusú sztárok? A YouTube magyar hírességei. *Információs Társadalom*, 15(2), 34–54. <https://doi.org/10.22503/inftars.XV.2015.2.3>
- Goda, B. (2020). Silent book, avagy a szöveg nélküli képkönyvek szerepe az olvasóvá nevelés folyamatában. In I. Szabó (Ed.), *Neveléssel az olvasásért - Olvasással a nevelésért: Jó gyakorlatok a bölcsődétől az egyetemig* (pp.287–294). Neumann János Egyetem.
- Gombos, P. (2013). Dobj el mindent, és olvas! Pont Kiadó.
- Gombos, P. (2019). Olvasóvá nevelés a felső tagozaton? In P. Gombos & R. Péterfi (Eds.), *Együtt az olvasóvá nevelésért!* (pp. 32-40). Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Gombos, P. (2020). *Az olvasó gyermek*. Savaria University Press Alapítvány.
- Gombos, P., Csima, M., Péterfi, R., & Domokos, Á. (2020). Időskorúak, szeniorok olvasási kedve, olvasási palettája, olvasáshoz való viszonya. *Anyanyelv-pedagógia*, 13(2), 5-19. DOI: 10.21030/anyp.2020.2.1
- Gombos, P., Tóth, M., & Péterfi, R. (2019). Hogyan és mit olvas a digitális generáció – a 2017-es reprezentatív olvasásfelmérés tapasztalatai. *Könyv és Nevelés*, 21(3-4), 12-49.
- Gomez, J. (2005). Thinking outside the blog: Navigating the literary blogosphere. *Publishing Research Quarterly*, 21(3), 3–11. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12109-005-0036-3>.
- González Medina, M.A., & Treviño Villarreal, D.C. (2020). Reading promotion, behavior, and comprehension and its relationship to the educational achievement of Mexican high school students. *Cogent Education*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1844850>
- Goodwin, I. (2004). Book Review: H. Rheingold. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley. ISBN 0-201-60870-7 H. Rheingold. 2000. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (2nd ed.). C. Westminster Papers in Communication and Culture, 1(1), 103-109. DOI: 10.16997/wpcc.206
- Grabe, W., & Stoller, F.L. (2002). *Teaching and Researching Reading*. Pearson Education. <https://doi.org/10.4324/9781315833743>
- Grizzle A., & Torras C.M.C. (Eds.). (2013). *Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines*. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization.
- Guehring, K. (2023). *From BookTok to Bookshelf: Algorithms and Book Recommendations on TikTok*. [Szakdolgozat, The University of Bergen].
- Guiñez-Cabrera, N. & Mansilla-Obando, K. (2022). Booktokers: Generating and Sharing Book Content on TikTok. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 30(71), 113-123. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>
- Gul, S., & Bano, S. (2019). Smart libraries: an emerging and innovative technological habitat of 21st century. *The Electronic Library*, 37(5), 764-783. <https://doi.org/10.1108/EL-02-2019-0052>.
- Guld, Á. (2020). „A sztárok mindenhol ott vannak”: A 360 fokos ismertség jellemzői egy kvalitatív közönségkutatás tükrében. *Médiakutató: Médiaelméleti folyóirat*, 21(1), 79-92.
- Guld, Á. (2021). *Sztárok, celebek, influenszerek: A médiában megszerezhető ismertség és hírnév természete*. Erdélyi Múzeum Egyesület.
- Gunelius, S. (2010). *Blogging all in one for dummies*. Wiley Publishing.

- Guthro, C. (2019). The 21st century academic library: Six metaphors for a new age. *Library Leadership & Management*, 33(2), 1-12.
- Gyenes, E. (2005). *Olvasási szokások*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet; MTA Szociológiai Kutatóintézet.
- Hagel, J., & Armstrong, A.G. (1997). *Net gain: Expanding markets through virtualcommunities*. Harvard Business School Press.
- Häggström, B. M. (Ed.). (2004). *IFLA Final Report*.
- Haliru, R.A., Abdulkarim, M., Mohammed, A.D. and Dangani, B. U. (2015). An assessment of reading habit among Secondary School students in Kaduna Metropolis. *Journal of Humanities and Social Sciences (IOSR-JHSS)*, 20(10), 12-17.
- Hall, L.A. (2005). Teachers and content area reading: Attitudes, beliefs, and change. *Teaching and Teacher Education*, 21(4), 403-414.
- Haris, A.R. (2016). *The 21st Century Library*.
- Harnesk, J., & Salmon, M. (2010). *Social Media in Libraries*.
- Harris, E.A. (2021). How Crying on TikTok Sells Books. *The New York Times*.
- Henry, H. (2011). 10 reasons social networking benefits students. *The Collegian*.
- Higdon, N. (2020). *The Anatomy of Fake News: A Critical News Literacy Education*. University of California Press.
- Horton, K. (2021). *BookTube and the Publishing Industry: A Study of the Commercial Relationship between YouTube Content Creators and Publicists*. [Szakdolgozat, Curtin University].
- Horváth, L., Misley, H., Hülber, L., Papp-Danka, A., Pintér, T. M., & Dringó-Horváth, I. (2020). Tanárképzők digitális kompetenciájának mérése – a DigCompEdu adaptálása a hazai felsőoktatási környezetre. *Neveléstudomány: Oktatás – Kutatás – Innováció*, 8(2), 5–25. <https://doi.org/10.21549/NTNY.29.2020.2.1>
- Horváth, P. (1996). A magyar könyvtári rendszer fejlesztésének stratégiája. *TMT* 43(10), 375-380.
- Howley, M. (2015). Outcomes of Structured Teaching for Children on the Autism Spectrum: Does the Research Evidence Neglect the Bigger Picture? *Journal of Research in Special Educational Needs*, 15(2), 106-119.
- Hu, J., Meng, L., & Zhang, B. (2019). Research on the Role of Reader Behavior Development in Reading Promotion Promoted by New Media Communication. *Journal of Physics Conference Series*, 1237(4), 042016. DOI: 10.1088/1742-6596/1237/4/042016.
- Hue, A. (2021). TikTok's inspiring a reading renaissance — and it's turning decade-old books into first-time bestsellers. *Business Insider*.
- Husain, S., & Nazim, M. (2015). Use of different information and communication technologies in Indian academic libraries. *Library Review*, 64(1-2), 135-153. DOI: 10.1108/LR-06-2014-0070
- Huszt, Á. (2018). A könyvtárak szerepe az olvasóvá nevelés megalapozásában. *Könyv és nevelés*, 20(3), 7-26.
- Idoniboye-Obu, T., & Chineme, O. (2022). The 21st Century Library: A Tool for Educational Advancement in a Changing Society. *Zambia Journal Of Library & Information Science*, 6(1), 46-51. <https://zajlis.unza.zm/index.php/journal/article/view/80>
- Imre, A. (2015). Az általános iskola: tanítási idő, szerkezet és változás. *Új Pedagógiai Szemle*, 65(5–6), 17–28.
- Inderjit, S. (2014). Reading Trends and Improving Reading Skills among Students in Malaysia. *International Journal of Research in Social Sciences*, 3, 70-81.
- International Federation of Library Associations and Institutions. (2013). *IFLA trend report: A global vision for the future*. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA).
- International Federation of Library Associations and Institutions. (2015). *IFLA school library guidelines*. International Federation of Library Associations and Institutions.

- International Federation of Library Associations and Institutions. (2016). *IFLA global vision report*. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA).
- International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). (2022). *IFLA Trend Report 2022 Update*. International Federation of Library Associations and Institutions.
- International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), & UNESCO. (1994). *Public library manifesto*. International Federation of Library Associations and Institutions.
- Ionescu, F. (2020). Non-formal education approaches in school organization: methodological aspects and case study. *Journal of Education, Society & Multiculturalism*, 1(2).
- Isaac, B. (2007). The 26 major advantage to reading more books and why 3 in every 4 people are being shut out of success.
- Jain, N., Verma, R. & Tiwari, P. (2012). Going social: the impact of social networking in promoting education. *International Journal of Computer Science*, 9(1), 483-485.
- Jávorka, B. (2013). Olvasómozgalmak a Moly.hu könyves közösségi oldalon. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 60(1), 4–18, 2013.
- Jawale, J.N. (2020). The role of libraries in promoting reading culture. *Knowledge Librarian*, 7(5), 10-13.
- Jeffrey, L., Hegarty, B., Kelly, O., Penman, M., Coburn, D., & McDonald, J. (2011). Developing Digital Information Literacy in Higher Education: Obstacles and Supports. *Journal of Information Technology Education: Research*, 10(1), 383-413. DOI: 10.28945/1532
- Jegbefume, C. M. (2012). Cultivating good reading culture among students in Nigeria. *Jewel Journal of Librarianship*, 4, 49-55.
- Jerrim, J., & Moss, G. (2018). The link between fiction and teenagers' reading skills: International evidence from the OECD PISA study. *British Educational Research Journal*, 45(1), 139-159. <https://doi.org/10.1002/berj.3498>
- Jiménez Martínez, L. (2012). La Animación a la lectura en las bibliotecas...: la construcción de un camino hacia la lectura. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 103, 59-78.
- Johannsen, C. G. (2015). Teaching social media in public libraries – Danish experiences. *The Bottom Line*, 28(1/2), 19-25. <https://doi.org/10.1108/BL-01-2015-0001>
- Johnson, A.M., Jent, S., & Reynolds, L. (2007). Library instruction and information literacy 2006. *Reference Services Review*, 35(4), 584-640. <http://dx.doi.org/10.1108/00907320710838408>
- Johnson, M., & Majewska, D. (2022). *Formal, non-formal, and informal learning: What are they, and how can we research them?* Cambridge University Press & Assessment.
- Johnsson, M. (2023). „A book is not like any other commodity” A qualitative study on Swedish bookfluencers, labour, and aspirations. [Szakdolgozat, Malmö University].
- Johnston, B., & Webber, S. (2003). Information literacy in Higher Education: a review and case study. *Studies in Higher Education*, 28(3), 335-352. <http://dx.doi.org/10.1080/03075070309295>
- Jones, M.J., & Harvey, M. (2019). Library 2.0: The effectiveness of social media as a marketing tool for libraries in educational institutions. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/0961000616668959>
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371–388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Joó, A. (2023). Olvasás és közösségi interakció: a család és az iskola szerepe. In M. Kátayén, & J. Kiss (Eds.), *Értelmesen élni: Tanulmányok Pinczésné dr. Palásthy Ildikó tiszteletére* (pp.145–159). Debreceni Református Hittudományi Egyetem.
- Kabagambe, J.C., & Kanyika, M.E. (2023). The Role of Public Library in Promoting the Reading Culture in Rwanda. *Library Philosophy and Practice*, 7769.

- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Karim, N.S., Hasan, A. (2007). Reading habits and attitude in the digital age - Analysis of gender and academic program differences in Malaysia. *The Electronic Library*, 25(3), 285-298. DOI: 10.1108/02640470710754805
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Keller, J.M. (2009). *Motivational design for learning and performance: The ARCS model approach*. Springer Science & Business Media.
- Képiró, Á., & Dobos-Bodonyi, O. (2021). Illusztrációra fel! – Illusztráció- és olvasásnépszerűsítés, *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 69(6), 257–264. <https://doi.org/10.3311/tmt.13165>
- Kibugi, S. (2013). The use of social media in the dissemination of information in selected public and private university libraries in Kenya. *Innovation*, 47(1), 101-120.
- Kiszl, P., & Fodor, J. (2022). Időtálló könyvtár, jövőbiztos könyvtárosság: A digitális tartalomfejlesztés kompetenciatükre. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 69(4), 134–154. <https://doi.org/10.3311/tmt.13159>
- Klausz, M. (2011). *Facebook, YouTube, Wikipédia és társaik Social media vállalti környezetben*. Magánkiadás.
- Klausz, M. (2016). *A közösségi média nagykönyve. Hogyan vidd sikerre a céged és önmagad*. Athenaeum Kiadó.
- Kolhe, P. S. (2022). Role of libraries in promoting information literacy. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, 12(8).
- Kollár, B. (2021). Fiatal nők olvasási, könyvtárhasználati és könyvvásárlási szokásai. *Könyv, könyvtár, könyvtáros*, 30(7-8).
- Koltay, T. (2007). Információs műveltség: fogalmak, mítoszok, kommunikáció. *Iskolakultúra*, 17(11-12), 119-129.
- Koltay, T. (2009). Médiaműveltség, média-írástudás, digitális írástudás. *Médiakutató* 10(4), 111-116.
- Koltay, T. (2010). Az új média és az írástudás új formái. *Magyar Pedagógia*, 110(4), 301–309.
- Komenczi, B. (2001). Az Európai Bizottság memoranduma az egész életre kiterjedő tanulásról. *Új Pedagógia Szemle*, 51(6), 122-132.
- Kopperundevi, S. (2017). Social media and libraries: Emerging opportunities and challenges. In K. Veeranjanyulu, G. Rathinasabapathy, & S. Kopperundevi (Eds.), *Redefining agricultural libraries in knowledge society* (pp. 138–145).
- Kovács, R., & Márkus, E. (2023). Az olvasásnépszerűsítés múltja és jelene – különös tekintettel a POKET közösség tevékenységére. *Kulturális Szemle*, 10(2), 132-139.
- Kovács, Zs. (Ed.). (2021). *Tematikus informális és nem formális tanulási alkalmak megvalósítását és értékelését támogató tanulmány*. Oktatási Hivatal.
- Kozak, S., & Recchia, H.E. (2018). Reading and the Development of Social Understanding: Implications for the Literacy Classroom. *The Reading Teacher*, 72(3). DOI: 10.1002/trtr.1760.
- Kozłowska-Barrios, A. (2023). Media and information literacy (MIL) in library classrooms: Content analysis of news evaluative criteria in instructional worksheets and checklists. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(3). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102680>.
- Kozma, T. (2016). Oktatás vagy tanulás. *Iskolakultúra*, 26(2), 108–118.
- Köhler, A., & Gründer, M. (2016). *Online-Marketing für das erfolgreiche Krankenhaus: Website, SEO, Social Media, Werberecht (Erfolgskonzepte Praxis- & Krankenhaus-Management)*. Springer.

- Kökényesi, N. (2021). Médiatudatosságra nevelés az óvodától a felsőoktatásig. In K. Toma, É. Podlovics, L. Stóka (Eds.), *Örökség és megújulás. Sárospataki Pedagógiai Füzetek* (28). (pp.135-145). Eszterházy Károly Egyetem Líceum Kiadó.
- Könyvtári Intézet. (2023). Könyvtári trendjelentések. <https://ki.oszk.hu/informacioszolgalatas/konyvtari-trendjelentések>
- Kumar, B. (2022). Social Media a Hope for Libraries as a Communication Tool. *International Journal of Research in Library Science (IJRLS)*, 8(3), 105-116.
- Kuthy-Megyesi, J., & Takács-Miklósi, M. (2018). Az egész életre kiterjesztett, élethosszig tartó tanulás a közművelődés tükrében. *Kulturális Szemle*, 5(1).
- Langdell, C. C. (1875). The law library. In *Annual report of the president and treasurer of Harvard College 1873-74* (pp. 63, 67). Harvard College.
- Langendonk, A., & Broekhof, K. (2017). The Art of Reading: The National Dutch Reading Promotion Program. *Public Library Quarterly*, 36(4), 293–317. <https://doi.org/10.1080/01616846.2017.1354351>
- Latchem, C. (2018). *Open and Distance Non-formal Education in Developing Countries*. Springer.
- Leeder, C. (2019). How college students evaluate and share "fake news" stories. *Library & Information Science Research*, 41(3), 100967. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2019.100967>
- Lévai, D. (2013). A digitális állampolgárság és digitális műveltség kompetenciája a pedagógus tevékenységéhez kapcsolódóan. *Oktatás-Informatika*, (1-2).
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881–900. <https://doi.org/10.1177/1461444816675438>
- Lipscomb, C.E. (2001). The Library as Laboratory. *Bulletin of the Medical Library Association*, 89(1), 79-80.
- Livingstone, D.W. (2006). Informal Learning: Conceptual Distinctions and Preliminary Findings. *Counterpoints*, 249, 203–227.
- Livingstone, S. (2008). Engaging with media – a matter of literacy? *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 51–62.
- Lluch Crespo, G. (2013). *¿Qué es lectura 2.0? ¿Qué son los lectores 2.0? Gemma Lluch*.
- Locher, F., & Pfof, M. (2019). The relation between time spent reading and reading comprehension throughout the life course. *Journal of Research in Reading*, 43(1), 57-77.
- Logan, S., & Johnston, R. (2009). Gender Differences in Reading Ability and Attitudes: Examining Where These Differences Lie. *Journal of Research in Reading*, 32(2), 199-214. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9817.2008.01389.x>
- Lor, P.J. (2016). Risks and benefits of visibility: Librarians navigating social and political turbulence. *Library Trends*, 65(2), 108–127.
- Lor, P.J. (2018). Democracy, information, and libraries in a time of post-truth discourse. *Library Management*, 39(3). DOI: 10.1108/LM-06-2017-0061
- Madjar, N., & Cohen-Malayev, M. (2013). Youth movements as educational settings promoting personal development: Comparing motivation and identity formation in formal and non-formal education contexts. *International Journal of Educational Research*, 62, 162–174. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2013.09.002>
- Magyarország Kormánya. (2020). Nemzeti alaptanterv kiadása, bevezetése és alkalmazása: 5/2020. (I. 31.) Korm. rendelet. *Magyar Közlöny*, 17.
- Malczewski, B. (2013). Why Social Media Isn't Working For Your Library. *Public Libraries Online*.
- Mangold, W.G., & Faulds, D.J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.03.002
- Manzani, L., Huarte, I., Legarda, I., Gabilondo, A., Irimiás, O., Végh, A., Luka, M., Cook, K., Farkas, G., Moharos, É., Migléc, D., Arnold, D., Sengler, G., Mazzini, R., Mattavelli, E., Raimondi, E., Margutti, D., Hackl, V., Hambira, M., Neuberg, I., & Mahrl, M.,

- Stepanyan, L. (2021). *Kreatív akciókkal a kirekesztés ellen a közösségi média segítségével*. Giolli Cooperativa Sociale, Kulturhaus Brotfabrik, Erasmus+ Strategic Partnership 2019-1-AT01-KA204-051493.
- Mari Bertoli, J. A., Puerta-Díaz, M., & Marti-Lahera, Y. (2016). Academic libraries and the promotion of digital reading in social media. In *Congreso Internacional de Información INFO 2016*. La Habana, Cuba.
- Mariam. (1991). Definition of reading. *UK Essays*.
- Marion, A. & Omotayo, O. (2011). Development of a social networking site with a networked library and conference chat. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 2(8), 396–401.
- Martin, J. (2013). Refreshing Information Literacy: Learning from Recent British Information Literacy Models. *Communications in Information Literacy*, 7(2), 114-127. <https://doi.org/10.15760/comminfolit.2013.7.2.142>
- Marwick, A.E. (2017). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. SAGE Publications.
- Máté, D.A. (2021). *Közösségi média szereplők hitelességének vizsgálata*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar.
- Matoli, R. S. (2025). Using social media tools and networking techniques in library activities in digital environment. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 10(2), 1670–1673. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14979437>
- Mattern, S. (2014). Library as Infrastructure: Reading Room, Social Service Center, Innovation Lab. How Far Can We Stretch the Public Library? *Places Journal*, 1-32. <https://doi.org/10.22269/140609>
- McCallum, I. (2014). *Use of social media by the library: current practices and future opportunities*. A white paper from Taylor & Francis. *The Australian Library Journal*, 64(2), 161–162. <https://doi.org/10.1080/00049670.2015.1040364>
- Merchant, G. (2020) Reading with technology: the new Normal. *Education*, 49, 96–106. <https://doi.org/10.1080/03004279.2020.1824705>
- Merga, M. K. (2019). How do librarians in schools support struggling readers? *English in Education*, 53(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/04250494.2018.1558030>
- Merga, M.K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people? *Library & Information Science Research*, 43(2), 101091. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101091>
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Mol, S.E., & Bus, A.G. (2011). To read or not to read: A meta-analysis of print exposure from infancy to early adulthood. *Psychological Bulletin*, 137(2), 267-296. <https://doi.org/10.1037/a0021890>
- Moldovan, O., & Bocoş-BinţiŃan, V. (2015). The Necessity of Reconsidering the Concept of Non-formal Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 209, 337–343. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.245>
- Morales-Sánchez, M.I., Martín-Villarreal, J.P., & Coca-Ramírez, F. (2021). Booktubers en el aula: experiencias didácticas alrededor de las dinámicas de crítica literaria en red. *Ocnos*, 20(2), 68–19. https://doi.org/10.18239/ocnos_021.20.2.2426
- Mullan, K. (2010). Families that read: A time diary analysis of young people's and parents' reading. *Journal of Research in Reading*, 33(4), 414–430. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9817.2010.01438.x>
- Mundt, S. (2013). Evaluating the marketing success of libraries' social media presences. Paper presented at the *IFLA World Library and Information Congress*, 17-23 August 2013, Singapore.

- Myhre, S. K. (2012). Using the CRAAP test to evaluate websites. *17th Annual Technology, Colleges, and Community Worldwide Online Conference*.
- Nagy, A. (2001). *Olvasásfejlesztés, könyvtárhasználat – kritikus gondolkodás. Szócikkmásolástól a paródiáírásig*. Országos Széchényi Könyvtár – Osiris Kiadó.
- Nagy, A., & Péterfi, R. (2006). Olvasás, könyvtár- és számítógép-használat: Gyorsjelentés a TÁRKI és az OSZK 2005-ös vizsgálatáról. *Könyvtári Figyelő*, 52(1), 31–44.
- Nagy, B. (2021). Az újmédia szerepe az olvasóvá nevelésben. *Anyanyelv-pedagógia*, 14(4), 77-90. DOI: 10.21030/anyp.2021.4.5
- Nagy, É. (2023). *Autizmus-spektrum zavarral élő gyerekek szüleinek támogató háttere, gondoskodási gyakorlatai és a gondoskodásról alkotott percepciói szülői narratívák tükrében* [Doktori értekezés, Debreceni Egyetem].
- Nardini, R.F. (2001). A Search for Meaning: American Library Metaphors, 1876-1926. *Library Quarterly*, 71(2), 111-140. <https://doi.org/10.1086/603259>.
- Nelson, M. (2006). The blog phenomenon and the book publishing industry. *Publishing Research Quarterly*, 22(2), 3–26. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12109-006-0012-6>.
- Nielsen, B.G., & Borlund, P. (2014). Public libraries and lifelong learning. *Perspectives of Innovations, Economics and Business*, 14(2), 94-102. <http://dx.doi.org/10.15208/pieb.2014.11>
- Nuttall, C. (1996). *Teaching reading skills in a foreign language*. Heinemann.
- Nyam, S.S. (2015). The School Library and Promotion of Reading Culture. *Delta Library Journal*, 9(1-2), 4-45.
- Nygren, T., Guath, M., Axelsson, C.-A.W., & Frau-Meigs, D. (2021). Combatting Visual Fake News with a Professional Fact-Checking Tool in Education in France, Romania, Spain and Sweden. *Information*, 12(5). <http://dx.doi.org/10.3390/info12050201>
- Oates, J.C. (2004). *The Falls*. Ecco.
- Obi, B.B. (2013). *The library and its user*. Heirloom Educational Services
- Obreja, I., & Manolică, A. (2024). Mapping the evolution of book influencers: A bibliometric journey. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 24(1).
- Ogbomo, M. O., & Bello, A. O. (2024). Librarians' use of social media for marketing library services and resources in university libraries in Delta and Edo States. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, Article 8166. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/8166/>
- Ogugua, J.C., Emerole, N., Egwim, F.O., Anyanwu, A.I. & Haco-Obasi, F. (2015). Developing a reading culture in Nigerian Society: Issues and Remedies. *Journal of Research in National Development*, 13(1), 62-67.
- Oinam, A.C., & Thoidingjam, P. (2019). Lifelong Learning and Library: A Must Know Facts for Learners. *Journal of Information Technologies and Lifelong Learning*, 2(2), 107-113. <https://doi.org/10.20533/itill.2633.7681.2019.0016>
- Ojo, R. R. (2014). The role of social media in libraries. In A. Tella (Ed.), *Social media strategies for dynamic library service development* (pp. 71-84). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-7415-8.ch004>
- Okebukola, C. (2004). Quality assurance in teacher selection among private secondary schools in Owerri municipal, Imo State for effective implementation of the UBE. *Journal of Curriculum Organization of Nigeria*, 37-44.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Marlowe & Company.
- Paladines, L. & Aliagas, C. (2022). Literacy and literary learning on BookTube through the lenses of Latina BookTubers. *Literacy* 57(1), 17-27. DOI: 10.1111/lit.12310.
- Paladines-Paredes, L., & Aliagas, C. (2020). Booktubers' Video Reviews as Literary Mediation Spaces. *Ocnos: Revista de estudios sobre lectura*, 19(2), 38–49. https://doi.org/10.18239/ocnos_2020.19.2.2337
- Park, S., Walsh, B., & Su, J. (2023). *Libraries and media literacy education*. News & Media Research Centre.

- Parker, B. (2013). 100 Most Social Media Friendly College & University Libraries for 2013. *Masters in Library Science*.
- Paul, W. (2023). BookTok: The Good, the Bad and the 'Hot Girls'. *The Spinoff*.
- Perkins, K. (2017). The Boundaries of BookTube. *The Serials Librarian*, 73(3-4), 352-356. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2017.1364317>
- Perret, R. (2020). Revisiting librarians and professional identity on social media. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, Article 4600. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/4600/>
- Pestell, R., Ciccarello, D., Gitner, F., McDonald, C., Chu, C., Ursberg, A., & Voogd, L. (2009). *Multicultural Communities: Guidelines for Library Services (3rd edition)*. International Federation of Library Associations and Institutions.
- Péterfi, R. (2019). *Az életünket meghatározó rejtett kulturális összefüggésekről: A felnőttek és az olvasás*. Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Petrushka, A., & Mashtalir, V. (2023). Technologies for the Reading Promotion as a Component of the Information Activities of the School Library. *Library Science Record Studies Informology*, 7(4), 101-110. DOI: 10.32461/2409-9805.4.2023.294082
- Peyala, V. (2011). Impact of using information technology in central university libraries in India. Results of a survey. *Program Electronic Library and Information Systems*, 45(3), 308-322.
- Phippen, A., Bond, E., & Buck, E. (2021). Effective strategies for information literacy education: Combatting „fake news” and empowering critical thinking. In D. Baker & L. Ellis (Eds.), *Future directions in digital information: Predictions, practice, participation* (pp.39-53). Elsevier Science & Technology. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-822144-0.00003-3>
- Pope, S. (2019). Why Instagram's biggest book accounts aren't your usual influencers. *The Guardian*.
- Potter, W.J. (2015). *Media literacy*. Sage Publications.
- Preer, J. (2010). „Wake Up and Read!” Book Promotion and National Library Week, 1958. *Libraries and the Cultural Record*, 45(1), 92-106. DOI: 10.1353/lac.0.0118
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.
- Pretel-Jiménez, M., del-Olmo, J.L., y Ruíz-Viñals, C. (2024). The engagement of literary influencers with their followers on Instagram: Bookstagrammers' content and strategy. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 305-321. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.24251>
- Prokopenko, L. (2021). Reading Promoting in IFLA's Guidelines: From Vision to Strategy and Action. *Бібліотека і книга в контексті часу: Бібліотеки України в контексті державної гуманітарної політики: XIII Всеукраїнська науково-практична конференція*.
- Prokopenko, L., & Shvachka, T. (2020). School and public libraries as educational partners: the experience of reading promotion in german libraries. *Library Philosophy and Practice*.
- Pusztai, G. (2008). Sola scriptura? Felekezeti és nem felekezeti iskolás fiatalok olvasáskultúrája egy határmenti térségben. In M. Császár & G. Rosta (Eds.), *Ami rejtve van s ami látható: Tanulmányok Gereben Ferenc 65. születésnapjára* (pp.359-377). Loisir Kiadó, PPKE BTK Szociológiai Intézet.
- Pusztai, G. (2011). *A láthatatlan kezektől a baráti kezekig: Hallgatói értelmező közösségek a felsőoktatásban*. Új Mandátum Kiadó.
- Pusztai, G. (2020). A tanulmányi életút során hasznosítható tökefajta. In G. Pusztai (Ed.), *Nevelésszociológia* (pp. 29-54).
- Racsko, R. (2017). *Digitális átállás az oktatásban*. Gondolat Kiadó. DOI: 10.17717/IQKONYV.Racsko.2017

- Racsko, R., Szűts, Z., Radics, K., & Lengyelne Molnár, T. (2023). A könyvtár mint 21. századi autentikus tanulási környezet. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 70(1), 13–22. <https://doi.org/10.3311/tmt.13204>
- Rader, H. (1991). Information literacy: a revolution in the library. *RQ*, 31(4), 25-29.
- Radics, K. (2020). Hazai és nemzetközi trendek az olvasásnépszerűsítés terén. In *Networkshop 2020: Országos Online Konferencia* (pp. 106-115). HUNGARNET Egyesület. <https://doi.org/10.3311/tmt.13204>
- Radó, P. (2017). *Az iskola jövője*. Noran Libro.
- Raman, R., & Menon, P. (2018). Using social media for innovation – market segmentation of family firms. *International Journal of Innovation Science*, 5, 1757-2223. doi:10.1108/IJIS-08-2017-0078
- Ramos, A. M., & Vila, I. (2015). The role of public libraries in promoting reading within the family. *IFLA Journal*, 41(4), 364–369. <https://doi.org/10.1177/0340035215596351>
- Ranganathan, S.R. (1931). *Five laws of library science*. Madras Library Association.
- Ray, K. (2020). Impact of Fake News on COVID-19: a study on the youth of Kolkata. *International Journal of advanced research IJAR*, 8(4). 619-625. DOI: 10.21474/IJAR01/10819
- Reale, M.V. (2023). Reading Promotion Projects in the São Paulo subway. *Intercom Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 46(3), 1-17. doi: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023126en>
- Reddan, B. (2022). Social Reading Cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok. *Synergy*, 20(1).
- Reddan, B., Rutherford, L., Schoonens, A., & Dezuanni, M. (2024). *Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003458616>
- Revez, J., & Corujo, L. (2021). Librarians against fake news: A systematic literature review of library practices (Jan. 2018–Sept. 2020). *The Journal of Academic Librarianship* 47(2). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102304>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley.
- Ritholz, B. (2010). History of social media. *The Big Picture*.
- Rogers, R. (2013). Digital Methods. MIT Press. DOI: 10.7551/mitpress/8718.001.0001
- Rosenblatt, L. M. (1988). *Writing and reading: The transactional theory* (Technical Report No. 416). University of Illinois at Urbana-Champaign, Center for the Study of Reading.
- Sangkaeo, S. (1999). *Reading Habit Promotion in ASEAN Libraries*. IFLA.
- Şanlı, S.N., & Sirel, A. (2022). The Effects of Developing Information Technologies on 21st Century Library Architecture. *Proceedings of the International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism (ICCAUA)*, 5(1), 12–26. <https://doi.org/10.38027/ICCAUA2022EN0035>
- Sántha, K. (2013). A harmadik paradigma a neveléstudományi vizsgálatokban. *Iskolakultúra*, 3(2), 82-91.
- Sántha, K. (2015): Kvalitatív Komparatív Analízis a pedagógiai térábrázolásban. *Iskolakultúra*, 25(3), 3-14. <https://doi.org/10.17543/ISKKULT.2015.3.3>
- Sántha, K. (2017). A trianguláció-típológiák és a MAXQDA kapcsolata a kvalitatív vizsgálatban. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 48(12). pp. 33-40. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.12.04>
- Sarkar, T.de. (2012). Introducing podcast in library service: an analytical study. *VINE*, 42(2), 191-213. <https://doi.org/10.1108/03055721211227237>
- Schaffer, N. (2022). The top 31 influencer marketing statistics you need to know in 2023. *Neal Schaffer: Fractional CMO*.

- Segarra-Saavedra, J., & Torres-Huamanyauri, Y. E. (2024). Promoting books and encouraging reading through book influencers on TikTok. *Ocnos*, 23(2). https://doi.org/10.18239/ocnos_2024.23.2.479
- Shih, C.F. (2021). Diversified Services of Delivering the Passion of Reading to Campuses: The Kaohsiung Public Library. *IASL Annual Conference Proceedings*, DOI: 10.29173/iasl7638
- Silveira, J.da. (2021). Digital media impact on reading. *Psychology*, 12, 1096–1117. <https://doi.org/10.4236/psych.2021.127067>
- Smith Galer, S. (2020). How TikTok Changed the World in 2020. *BBC*
- Smith, M. (2019). Top Ten Challenges Facing Public Libraries. *Public Library Quarterly*, 38(3), 241-247. DOI: 10.1080/01616846.2019.1608617.
- Solak, E., & Altay, İ.F. (2014). The reading strategies used by prospective English teachers in Turkish ELT context. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 1(3), 251-260.
- Somi, G., & de Jager, K. (2013). The role of academic libraries in the enhancement of information literacy: a study of Fort Hare Library. *South African Journal of Libraries and Information Science*, 71(3). 259-267. DOI: 10.7553/71-3-595
- Sonnevend, P. (1997). A magyar könyvtári rendszer fejlesztési stratégiája. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 44(10), 367–372.
- Sorensen, K., & Mara, A. (2014). BookTubers as a networked knowledge community. In M. Limbu & B. Gurung (Eds.), *Emerging pedagogies in the networked knowledge* (pp. 87-99). IGI Global.
- Stewart, S. (2021). How TikTok Makes Backlist Books into Bestsellers. *Publishers Weekly*.
- Street, C. (2013). Time-saving tips for social media marketing. *Social Media Today*.
- Suárez, M.M. and González Argüello, M.V. (2020). Becoming a good BookTuber. *RELC Journal*, 51(1) 158–167. <https://doi.org/10.1177/0033688220906905>
- Sudan, R. (2023). The role of libraries and librarians in promoting reading culture among students. *JournalNX*, 9(6), 69-74. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MZ5FG>
- Sullivan, M.C. (2019). Why librarians can't fight fake news. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(4), 1146-1156. <https://doi.org/10.1177/0961000618764258>
- Sung, Y.Y.C., & Chiu, D.K.W. (2022). E-book or print book: parents' current view in Hong Kong. *Library Hi Tech*, 40(5), 1289-1304. doi: 10.1108/LHT-09-2020-0230
- Suraweera, T., Kahingala, S., Batepola, A., Punchihewa, M.G., Senevirathne, K., & Kahandawaarachchi, C. (2011). IT Driven Banking Services in Sri Lanka: Customer Acceptance and Service Quality.
- Szabó, D. (2022a). Digitális írástudás az EU-ban. *Magas-les*, 1-7.
- Szabó, D. (2022b). Digitális szakadék áthidalása pedagógusok között. *PedActa*, 12(2), 35-41. <https://doi.org/10.24193/PedActa.12.2.4>
- Szabó, D. (2023). Tanárok mint influenszerek? A közösségi média oktatási használata. *filologia.hu*, 14(1-4), 65-83.
- Szabó, D. (2024). Könyves influenszerek és könyvtárak: Lehet-e együttműködni az olvasóvá nevelésért? In E. Márkus, J. Boros, E. Bucher, & T. Kozma (Eds.), *Innovációk és innovátorok: Tanuljunk együttműködni az innovációkban = Innovations and innovators learning for innovative partnership* (pp. 98–112). Debreceni Egyetemi Kiadó. (Régió és oktatás, 16).
- Szabó, D. (2025). Digitális olvasóközösségek és könyves influenszerek: Hagyomány és trend az irodalomfogyasztásban. *Tudásmenedzsment*, 26(2), 86–95.
- Szabó, D., & Dani, E. (2023). A könyvtárak médiatudatossága és az olvasóvá nevelés stratégiái a közösségi média segítségével. *Közösségi Kapcsolódások - tanulmányok kultúráról és oktatásról*, 3(1), 91–100. <https://doi.org/10.14232/kapocs.2023.1.91-100>
- Szilágyi, K. (2018). Robban az influencerpiac. *Marketing & Média*, 23(8), 48-49.

- Szinger, V. (2019). Nem lesz annak többet unalmas órája, kit érdekel a könyvtár ezernyi csodája. In P. Gombos & R. Péterfi (Eds.), *Együtt az olvasóvá nevelésért!* (pp. 15–23). Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Szinger, V. (2022). Könyvtár egy életen át: Befogadás és közösségteremtés a Bács-Kiskun Megyei Katona József Könyvtárban (1996-2021). *Irodalom-művészet-tudomány*, 54(2), 65-94.
- Szitás, P. (2019). *Mit kezdünk a médiával a fake-news korában?* Barankovics Alapítvány.
- Szlafkai, É. (2016). Az olvasás 7 jótékony hatása. *365LETSZIKRA: Gondolatébresztő magazin*, (12), 28.
- Szőke-Milinte, E. (2020). *Információ - Média(tudatosság) - Műveltség*. Pázmány Péter Katolikus Egyetem.
- Szűts, Z. (2018). *Online: Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Wolters Kluwer.
- Szűts, Z. (2021). Az oktatás eszközei és digitális technikái. In J. M. Kiss (Ed.), *Didaktika: Elméleti alapok a tanítás tanuláshoz* (pp.335-353). Akadémiai Kiadó.
- Szűts, Z. (2022). A digitalizáció és különösen a social media a tanulási, tanítási, illetve a munka világában zajló folyamatokra gyakorolt hatása. *Opus et Educatio*, 9(1), 82-91.
- Szűts, Z. (2020). *A digitális pedagógia egységes elméleti kerete és alkalmazása a tanítás és tanulás folyamatában*. Eszterházy Károly Egyetem.
- Tammaro, A. M. (2020). Új profilok, új készségek, új oktatás: A könyvtárosok kompetenciáinak hiányosságai a digitális korszakban. In P. Kiszl & T. Csík (Eds.), *Szakmai ismeretek és készségek – átalakuló hivatás. Válogatott könyvtártudományi tanulmányok* (pp.121-132). Magyar Könyvtárosok Egyesülete.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Teixeira do Souto Pereira, I. (2025). *Bookstagrammers as literary influencers: Their credibility and its impact on consumers' purchase intentions* [Szakdolgozat, IPAM Marketing Business School].
- Tella, A., & Akande, S.O. (2007). Children Reading Habits and Availability of Books in Botswana Primary Schools: Implications for Achieving Quality Education. *The Reading Matrix: An International Online Journal*, 7(2), 117-142.
- Tess, P.A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual) – A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 60–68. DOI: 10.1016/j.chb.2012.12.032
- Testori, P., & Scarioni, F. (2020). Il silent book club, ovvero leggere insieme, in silenzio, in biblioteca. *Biblioteche oggi*, 38(4), 47-49. <http://dx.doi.org/10.3302/0392-8586-202003-047-1>
- Tkacová, H., Králik, R., Tvrdoň, M., Jenisová, Z., & Martin, J. G. (2022). Credibility and Involvement of Social Media in Education-Recommendations for Mitigating the Negative Effects of the Pandemic among High School Students. *International journal of environmental research and public health*, 19(5), 2767. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052767>
- Tolstopyat, N. (2018). BookTube, book clubs and the brave new world of publishing. *Satura*, 1, 91–96. <https://doi.org/10.17879/satura-2018-3140>
- Tomasena, J.M. (2021). Who are the booktubers? Characteristics of Spanish-language literary video bloggers. *Ocnos*, 20(2), 43–55. https://doi.org/10.1829/ocnos_2021.20.2.2466
- Tomasena, J.M. (2022). Audiovisual genres in BookTubers' productions: A quantitative analysis. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 49. <https://doi.org/10.1344/BiD2022.49.14>
- Tomori, T. (2023). *A kommunikációs kompetencia iskolapedagógiai vizsgálata középiskolákban*. [Disszertáció, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem] DOI: 10.15773/EKKE.2023.014

- Torppa, M., Niemi, P., Vasalampi, K., Lerkkanen, M.K., Tolvanen, A., & Poikkeus, A.M. (2020). Leisure reading (but not any kind) and reading comprehension support each other- A longitudinal study across grades 1 and 9. *Child development*, 91(3), 876-900. <https://doi.org/10.1111/cdev.13241>
- Torre, Y.G.del.la. (2021). Story Time in the public library. An analysis of reading practices. *Sinética Revista Electrónica de Educación*, 56, e1173, 1-21. DOI: 10.31391/s2007-7033(2021)0056-002
- Tószegi, Zs. (2009). Az olvasás trónfosztása? Adalékok a könyvből, illetve a képernyőről való olvasás kérdéséhez. *Könyv és Nevelés*, 9(4), 26–38.
- Tót, É. (2002). Disszemináció - gyakorlat és lehetőségek a LEONARDO projektekben. *Új pedagógiai szemle*, 52(1), 126-133.
- Tóth, M. (2011). A Moly.hu mint virtuális találkozóhely. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 60(1), 327-338.
- Tóth, M. (2016). The role of public libraries in Lifelong Learning in a multicultural and digital context. *ProInflow*, 8(2), 157-195. <https://doi.org/10.5817/ProIn2016-2-4>
- Tóth, M. (2017). *Könyvtárhasználat – információkeresés, egy országos reprezentatív felmérés eredményei*. Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Tóth, M. (2019). Új típusú együttműködések. In J. Béres (Ed.), *A könyvtárhasználat és az információkeresés fejlesztése* (pp.317–345). Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Tóth, M. (2020a). Az ALMPUB projekt. *Könyvtári Figyelő*, 66(2), 343-350.
- Tóth, M. (2020b). *Empirikus kutatások a könyvtár hasznosságáról*. OSZK Könyvtári Intézet.
- Tóth, M. (2023). Könyvtári partnerkapcsolatok kialakítása: esettanulmány a Hamvas Béla Pest megyei könyvtár gyakorlatából. *Tudásmenedzsment* 24(1), 102-113. DOI: 10.15170/TM.2023.24.K1.8
- Tóthné Boda, É. (2020). Az informális és a nem formális tanulás különböző szinterei. *Kulturális Szemle*, 13(1), 79-89.
- Tóvári, J. (2011). Könyvtárosok új szerepben és ehhez mit kínál a bolognai rendszer? In *Informatika a felsőoktatásban 2011 konferencia* (pp.1080-1088). Debreceni Egyetem Informatikai Kar.
- Townsend, L., Hofer, R.A., Hanick, S.L., & Brunetti, K. (2016). Identifying threshold concepts for information literacy: A Delphi study. *Communications in Information Literacy*, 10(1), 22-49. DOI: 10.15760/comminfolit.2016.10.1.13
- Tukia, H. (2022). *The role of book content and influencers on TikTok in marketing of books* [Szakdolgozat, LUT University].
- Turkyilmaz, M. (2014). The Effect Of Mass Media On Attitude Toward Reading. *La Pensée*, 76(5), 295-304.
- Umeozor, S.N. (2020). Information Retrieval: A Communication Process in the 21st Century Library. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 10(2) 7-18. <http://dx.doi.org/10.5865/IJKCT.2020.10.2.007>
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2008). *Annual Report 2007*. UNESCO
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2016). *Using libraries to support national literacy efforts*. UNESCO.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) & Alliance of Civilizations (2016). *Media and information literacy: Reinforcing human rights, countering radicalization and extremism*. UNESCO.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2003). *United Nations Literacy Decade 2003-2012*. UNESCO.
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. UNESCO.
- Ünlü, S., & Yaşar, L. (2022). Literature Gathering as a Cultural Event: Booktube Participation. *Folklor/Edebiyat*, 28(111), 637-660. DOI: 10.22559/folklor.2162.
- Váczi, Zs. (2021). Fejlesztési lehetőségek nem formális tanulási környezetben. *Könyv és Nevelés*, 14(1), 27-42.

- Vágóné Ugró, S. (2023). Olvasóvá csak olvasó ember tud nevelni. *Új Köznevelés*, 79(2).
- Varga, B. (2007). Akikre hallgatnak: A véleményvezérek szerepe. *Marketing & Menedzsment*, 41(1), 12–14.
- Varga, J.K. (2007). *Az egész életen át tartó tanulás elmélete és gyakorlata*. Oktatókutató és Fejlesztő Intézet.
- Varga, K. (2012). *Guidelines on information literacy for lifelong learning*. UNESCO.
- Varga, K. (2013). *Az információtól a műveltségig: Az információs műveltség alapjai*. L'Harmattan.
- Varga, K. (2014). *Az információs műveltség fejlesztése: A könyvtárak szemléletváltása és feladatai a 21. században*. Workshop.
- Varga, K. (2020). A tudásalapú társadalom műveltségfelfogása. *Tudásmenedzsment*, 21(1), 64–71.
- Veszelszki, Á. (2019). Az Instagram-képek meggyőzési stratégiái a borkommunikációban. *Marketing & Menedzsment*, 53(4), 13–23. <https://doi.org/10.15170/MM.2019.53.04.02>
- Vilar, P., & Popović, S. F. (2022). Podcasts as modern strategies for promoting reading literacy and reading culture and their impact on professionals. *Revista Română De Biblioteconomie și Știința Informării = Romanian Journal of Library and Information Science*, 18(1), 15–33.
- Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P., & Guzmán-Franco, M.D. (2019). Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber. *Comunicar*, 27(9), 95–104.
- Vlieghe, J., Vandermeersch, G., & Soetaert, R. (2014). Social media in literacy education: Exploring social reading with pre-service teachers. *New Media & Society*, 16(6), 105–123. <https://doi.org/10.1177/1461444814547683>
- Walberg, H.J., Paschal, R.A., & Weinstein, T. (1985). Homework's Powerful Effects on. *Educational Leadership*, 42(7), 76–79.
- Walia, P. K., & Gupta, M. D. (2012). Web Impact Factor of Select National Libraries' Websites. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 32(4), 347–352. DOI: 10.14429/djlit.32.4.2530
- Walsh, M., & Antoniak, M. (2021). The Goodreads „Classics”: A computational study of readers, Amazon, and crowdsourced amateur criticism. *Journal of Cultural Analytics*, 6(2), 243–289. <https://doi.org/10.22148/001c.22221>
- Walters, W. H., Gormley, J., Handfield, A. E., López-Fitzsimmons, B. M., Markgren, S., Paradise, L., & Sheehan, S. E. (2020). Library book selection decisions and selectors' effectiveness: Differences among librarians, faculty, and students. *College & Research Libraries*, 81(4). <https://doi.org/10.5860/crl.81.4>.
- Wan, G.G. (2011). How academic libraries reach users on Facebook. *College and Undergraduate Libraries*, 18(4), 307–318. <https://doi.org/10.1080/10691316.2011.624953>
- Wen, H.Y.(2017). Research of reading promotion activities in public libraries in Dongguan. *Journal of Library Science*, 4, 99–104. doi:10.14037/j.cnki.tsgxk.2017.04.025
- Wiederhold, B. K. (2022). BookTok made me do it: The evolution of reading. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(3), 157–158. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.29240.editorial>
- Williams, E. (1996). *Reading in the language classroom*. Modern English Publications.
- Willinsky, J. (2017). *The New Literacy: Redefining Reading and Writing in the Schools*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351235945>
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong K. & Cheung C. K. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO.
- Witte, G.G. (2014). Content generation and social network interaction within academic library Facebook pages. *Journal of Electronic Resources Librarianship*, 26(2), 89–100. DOI: 10.1080/1941126X.2014.910356

- Wolf, G. (2018). Developing Reading Automaticity and Fluency: Revisiting What Reading Teachers Know, Putting Confirmed Research into Current Practice. *Creative Education*, 9(6), 838-855. DOI: 10.4236/ce.2018.96062
- Wong, G.K.W. (2010). Facilitating Students' Intellectual Growth in Information Literacy Teaching. *Reference & User Services Quarterly*, 50(2), 114–118. DOI: 10.2307/20865377
- Yap, J., & Peñaflor, J. (2020). The amazing library race: developing students' media and information literacy skills through games. *Journal of Information Literacy*, 14(1), 66-82. <https://doi.org/10.11645/14.1.2708>
- Yazdanpour, E. (2020). *Reading Promotion Projects in Iran*. DOI: 10.13140/RG.2.2.20365.36326.
- Yeasmin, N., Uusiautti, S., & Määttä, K. (2020). Is non-formal learning a solution to enhance immigrant children's empowerment in northern Finnish communities? *Migration and Development*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/21632324.2020.1742993>
- Zentai, P.L. (2002). Az Olvasás Éve Magyarországon. *Könyv és Nevelés*, 4(2).
- Zhang, S. (2024). Research on reading promotion strategies in university libraries. *Journal of International Social Science*, 1(2).
- Zhao, J., & Ge, W. (2020). Survey of Reading Promotion of Public Libraries in China. *International Journal of Library and Information Services*, 9(1), 1-9. DOI:10.4018/IJLIS.2020010101
- Zhao, L., Li, S. & Su, YS. (2024). Exploring college students' reading effectiveness for different types of micro-reading activities. *Educ Inf Technol* 29, 8793–8816. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12138-0>
- Zurkowski, P.G. (1974). *The Information Service Environment: Relationships and Priorities*. National Commission on Libraries and Information Science.

Mellékletek

1. sz. melléklet Ábrajegyzék

1. ábra A könyvtár feladata	13
2. ábra A könyvtárak hasznosulása az élet egyes területein (%)	13
3. ábra Könyvtári metaforák	17
4. ábra A formális-nonformális-informális tanulás elhelyezkedése	23
5. ábra A digitális kompetencia műveltségi területei	27
6. ábra Az információs műveltség modellje	31
7. ábra Az olvasás helyzete Magyarországon a könyvtárosok szerint	47
8. ábra Az olvasásnépszerűsítés felelősségköre	47
9. ábra Átlagos évi elolvasott könyvek száma az online kérdőíves felmérésben	58
10. ábra A könyvtárba járás gyakorisága	59
11. ábra Átlagos évi elolvasott könyvek számának megoszlása a felnőtt magyar olvasók körében – országos reprezentatív és online minta	60
12. ábra A könyvolvasás gyakoriságának változása 1981 és 2023 között a felnőtt magyar társadalomban – százalékos megoszlás	62
13. ábra A regisztrált és az aktív könyvtárhasználók számának alakulása	64
14. ábra A regisztrált könyvtárhasználók korösszetétele	65
15. ábra A kölcsönzött dokumentumok számának alakulása	66
16. ábra A könyvtári rendezvényeken részt vevők számának alakulása	67
17. ábra Az „Art of Reading” programban részt vevő 0-12 éves gyerekek száma	77
18. ábra Kínai olvasásnépszerűsítő projektek	79
19. ábra. A kutatásunk során alkalmazott módszertani trianguláció	117
20. ábra Az intézményvezetőkkel készített félig strukturált interjúk tématerképe	128
21. ábra A könyves influenszerekkel készített félig strukturált interjúk tématerképe	131
22. ábra Könyvtárosok korcsoportok szerinti eloszlása	132
23. ábra Könyvtárlátogatók korcsoportok szerinti eloszlása	133
24. ábra Könyvtárlátogatók regionális eloszlása	133
25. ábra Könyvtárlátogatás céljai	136
26. ábra Az olvasásnépszerűsítés felelősségköre a könyvtárosok szerint	140
27. ábra Az influenszerek olvasóvá nevelő jelentősége a könyvtárlátogatók szerint	142
28. ábra A könyvtárak generációkat megszólító képességének megítélése	148
29. ábra A könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel nemi aránya	149
30. ábra A könyvtárlátogatók igénye online könyvtári olvasóvá nevelő programokra	152
31. ábra A könyvajánlások és olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában könyvtárosok körében	162
32. ábra A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje	165
33. ábra Az intézményvezetők attitűdje a könyves influenszerek kapcsán	177
34. ábra A könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők ismertsége a könyvtárosok körében	180
35. ábra A könyvekkel, olvasással foglalkozó közösségi média-profilok követése könyvtárosok körében	181
36. ábra A könyvtárosok könyves influenszerek könyvajánlásaiba vetett bizalma	182
37. ábra Könyves influenszerek jelentőségének mértéke a könyvtárlátogatók korcsoportja alapján	187

38. ábra A könyvtár-könyves influenszer együttműködés támogatottsága könyvtárosok körében	199
39. ábra A könyvtár - könyves influenszer együttműködés támogatottsága könyvtárlátogatók körében	203

2. sz. melléklet Táblázatjegyzék

1. táblázat Médiaműveltség és az információs műveltség követelményei	28
2. táblázat CRAAP teszt	33
3. táblázat ARCS modell	33
4. táblázat A könyvolvasás gyakoriságának időbeli változása	55
5. táblázat Könyvtárhasználat gyakoriságának változása 1985 és 2017 között	55
6. táblázat A könyvtárak közösségi média használatához kapcsolódó SWOT analízis.....	93
7. táblázat Magyarországi fővárosi könyvtár és vármegyei hatókörű könyvtárak online jelenléte 2026.05.11. alapján	94
8. táblázat. Kutatási ütemterv	119
9. táblázat Kutatási kérdések, előfelvetések és hipotézisek (saját szerkesztés).....	119
10. táblázat A kutatási előfeltevések és hipotézisek operacionalizálása.....	121
11. táblázat A regionális könyvtárak és illetékességi területük	126
12. táblázat Magyarországi nyilvános közkönyvtárak adatai 2023-as évre vonatkozóan.....	127
13. táblázat A kutatásban részt vevő könyves influenszerek bemutatása 2025.08.19.-i adatok alapján.....	129
14. táblázat Szakképzett könyvtárosok száma régiós eloszlásban	131
15. táblázat A könyvtárlátogatás gyakoriságának eloszlása régiók szerint	134
16. táblázat Az olvasóvá nevelés felelősségkörének kódcsaládja az intézményvezetői interjúkban.....	137
17. táblázat Az interjúkban említett könyvtári programok	146
18. táblázat A könyvtári olvasásnépszerűsítő programok közös előfordulása változó gyakorisággal.....	146
19. táblázat A könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel korcsoporti eloszlásban	150
20. táblázat Könyvtári olvasóvá nevelő programokon való részvétel régiók szerint	150
21. táblázat Elégedettségi mérés az olvasóvá nevelő programok kapcsán régiós megoszlásban	151
22. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – olvasási formátum szuperfaktor	154
23. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – olvasási motivációk és preferenciák szuperfaktor	155
24. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – szociális és edukációs háttér szuperfaktor	156
25. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – viselkedésminták, stratégiák szuperfaktor	157
26. táblázat A könyves influenszerek olvasási attitűdjének tematikus kódkészlete – személyes és érzelmi hatás szuperfaktor.....	160
27. táblázat A könyvajánlások és olvasási élmények megosztása könyvtárosok körében korcsoportok szerint	162
28. táblázat A könyvtáros ajánlásának befolyása a könyvválasztásra a különböző korcsoportokban	163
29. táblázat Könyvtárlátogatók könyvbeszerzési forrásai nemek alapján	164

30. táblázat Könyvtárlátogatók könyvbeszerzési forrásai korcsoportok alapján	164
31. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje korcsoporti eloszlásban.....	166
32. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt idejének nemi eloszlása	166
33. táblázat A könyvtárlátogatók heti olvasásra szánt ideje iskolai végzettség alapján	167
34. táblázat A könyvtárak közösségi média kezelésének formája.....	169
35. táblázat Könyves influenszerek digitális kompetencia kódcsaládja.....	170
36. táblázat A könyvtárosok közösségi média használata korcsoportok szerint.....	173
37. táblázat A könyvtárak közösségi média tevékenységének követése és közösségi média csoporttagság könyvtárosok körében - régiós eloszlás.....	173
38. táblázat A könyvtárlátogatók közösségi média használata korcsoporti eloszlásban	174
39. táblázat A könyvtári közösségi média tevékenység követése és könyvajánlások, olvasási élmények megosztása a közösségi médiában – keresztábla-elemzés.....	175
40. táblázat A könyvtári közösségi média tevékenység követése és könyves tematikájú tartalmak követése – keresztábla-elemzés.....	175
41. táblázat A könyves influenszerek, olvasásnépszerűsítők ismerete korcsoporti megoszlásban.....	181
42. táblázat A könyves influenszerek ismerete és a könyvajánlások, olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában – keresztáblaelemzés.....	182
43. táblázat A könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvek és a könyvajánlások, olvasási élmények megosztásának gyakorisága a közösségi médiában – keresztáblaelemzés	183
44. táblázat A könyves influenszerek ajánlásainak figyelembevétele könyvtárosok körében nemi eloszlásban.....	183
45. táblázat Könyvajánlások és olvasmányélmények megosztása könyvtárosok korcsoportjai alapján.....	184
46. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és az olvasásnépszerűsítésben betöltött szerepük megítélése könyvtárosok körében	185
47. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és a könyvtári közösségi média tevékenység követése közötti összefüggés vizsgálata könyvtárlátogatók körében.....	185
48. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és a könyvajánlásaikba vetett bizalom összefüggése	186
49. táblázat A könyves influenszerek ismertsége és az ajánlásaik alapján történő könyvválasztás összefüggése.....	187
50. táblázat Az együttműködés lehetőségei az intézményvezetők szerint.....	192
51. táblázat Az együttműködés lehetőségei a könyves influenszerek szerint	195
52. táblázat Az influenszer-együttműködés vármegyei hatókörű könyvtárakban.....	198
53. táblázat A könyvtárosok véleménye a könyves influenszerekkel való együttműködésről és a könyvtáron belüli influenszerek szükségességéről	200
54. táblázat A könyvtáron belüli influenszer szükségességének kérdése a könyvtárosok korcsoporti eloszlásában.....	201
55. táblázat A könyvtáron belüli influenszer szükségességének kérdése regionális megoszlásban.....	201

3. sz. melléklet Interjúvázlat – könyvtárigazgató

Kinek a felelőssége tenni az olvasás népszerűsítése érdekében? Mekkora szerep jut ebben a könyvtáraknak? Stratégiai szintű kérdés az intézmény tevékenységében az olvasásnépszerűsítés? Ha igen, az mit jelent pontosan? Miért?
Milyen stratégiákat alkalmaznak az olvasóvá nevelés és az olvasásnépszerűsítés terén?

Az olvasásnépszerűsítés megjelenik-e a munkatársainak szervezett szakmai, továbbképzési programokon, ill. Belső képzések alkalmával? Ha igen, hogyan?

Milyen kezdeményezéseket indítottak el az olvasási kultúra erősítése érdekében a könyvtárban?

Milyen módon vesz részt a könyvtár a helyi közösség olvasásnépszerűsítési kezdeményezéseiben? Milyen szinten szolgáltatják az olvasásnépszerűsítést? Hogyan kezelik az együttműködéseket könyvtárakon kívüli partnerekkel, például könyves influenszerekkel?

Milyen pozitív tapasztalatokat szereztek az ilyen típusú együttműködések során?

Hogyan mérhető a könyvtár hatása az olvasási kultúrára és az olvasásnépszerűsítésre? Milyen típusú olvasásnépszerűsítő programokat szerveznek? Mennyire ismertek ezek? Van-e szükség újabb kezdeményezésekre? Ha igen, miért?

Milyen szerepet játszik a digitális tér és az online platformok az olvasás népszerűsítésében a könyvtárban? Ön szerint hogyan befolyásolta a közösségi média elterjedése, tömegessé válása a könyvtárhasználatot, olvasást? Hogyan használja a könyvtár a közösségi média oldalakat? Mely platformokon jelenik meg a könyvtár? Ki felel a kezeléséért? Milyen korosztály, munkakör? Hogyan kezelik az online közösségekkel való interakciót? Milyen kihívásokkal szembesültek az olvasásnépszerűsítés terén, és hogyan kezelték ezeket?

Hogyan tud a könyvtár hatékonyan megfelelni az olvasóvá nevelési kihívásoknak?

Mit gondol, mint könyvtárigazgató el tudná képzelni, hogy együttműködjön influenszerekkel? Ismer-e ilyen személyt? Volt-e már példa rá? Ön szerint mekkora jelentősége van a könyves influenszereknek az olvasásnépszerűsítésben? Milyen típusú együttműködések jutnak eszébe most, amit szívesen kezdeményezne? Hogyan lehetne az influenszerek bevonásával még vonzóbbá tenni a könyvtári programokat és eseményeket az olvasók számára?

Hogyan érzi, munkatársainak sikerül-e tartani a lépést a gombamód szaporodó olvasásnépszerűsítő virtuális tartalmakkal, influenszerekkel? Van-e/lehet-e kapacitás, erőforrás ahhoz, hogy a könyvtár kineveljen, felépítsen egy saját könyves influenszert? Van-e a könyvtárnak olvasóvá nevelő stratégiája, szabályozása, előírása?

4. sz. melléklet Interjúvázlat – könyves influenszer

Mi a felhasználói neved olvasásnépszerűsítőként a közösségi médiában? Mely platformokon végzel olvasásnépszerűsítő tevékenységet? Mi a fő foglalkozásod? Hány éves vagy? Mely településen élsz? Önkéntes vagy fizetett influenszernek mondanád magad?

Mi vezetett el téged a könyvek és az olvasás iránti szenvedélyedhez? Honnan ered az olvasás szeretete? Volt-e külső motiváció? Esetleg könyv, melyet kiskorodban nagyon megszerettél?

Milyen viszonyban voltál a kötelező olvasmányokkal? Volt-e kedvenced, vagy olyan, ami egyáltalán nem tetszett? Kik határozták meg az irodalomhoz való viszonyodat? Mit jelent számodra az olvasás? Mennyire fárasztó tevékenység számodra? Bárhol-bármikor olvasol? Mennyi időt tudsz erre fordítani? Hogyan osztod be az idődet erre a tevékenységre? Egyszerre több könyvet is olvasol párhuzamosan vagy inkább csak egyet-egyet? Melyik könyv volt eddig a legnagyobb hatással rád? Hogyan választod ki, mi lesz a következő könyv, amit elolvasol? Ha nem tetszik a könyv, végig olvasod vagy leteszed? Voltak olvasói csalódásaid? Jegyzetelsz a könyvekbe? Ha igen, miért? Van, hogy többször olvasol el egy könyvet? Fizikai könyv vagy e-book olvasó? Hogy állsz a digitális olvasással?

Mióta végzel olvasásnépszerűsítő tevékenységet? Mi vezetett az olvasásnépszerűsítéshez? Mi motivál? Mit jelent ez számodra? Miből áll az olvasásnépszerűsítő tevékenységed? Csak tartalmat ismertetsz, vagy értékelsz, esetleg „rábeszéled” a követőidet az ajánlott olvasmányra? Hogyan tanultál meg tartalmat gyártani? Szerinted kell hozzá kifejezetten fejlett digitális kompetencia? Milyen korosztályt érsz el? Kik követnek inkább? Hogyan lehetne népszerűsíteni az olvasást a fiatalabbak körében? Melyik az a korszak vagy műfaj, amivel a legkönnyebben a közelükbe lehet férközni? Mit gondolsz a kortárs irodalomról? Valóban könnyebb a „friss” művek befogadása?

Melyik irodalmi stílus áll a legközelebb hozzád? Van olyan szerző, akinek minden könyvét olvastad vagy tervezed olvasni? Ha te dönthetnéd el, mi kerüljön a diákok kötelező olvasmányos listájára, mely köteteket tennéd bele mindenképpen? Az elmúlt években újra divattá vált az olvasás. Szerinted mi ennek az oka? Van olyan szerző, akivel szívesen eltöltenél egy egész napot? Ha igen, ki az? Mi motivál jelenleg? Mit olvasol most? Hány könyvből áll a házi könyvtárad? Szerinted kinek a felelőssége tenni az olvasás népszerűsítése érdekében? Mennyire motivál a követőid, illetve a lájkok száma? Ezek befolyásolnak a következő könyvajánló írásában? Milyen terveid vannak az olvasás népszerűsítése terén a jövőben? Hogyan szeretnél továbbra is hozzájárulni az olvasóvá neveléshez? Van valami, amit kifejezetten el szeretnél érni az olvasás és a könyvek terén?

Milyen a kapcsolatod a könyvtárakkal? Könyvtárba is jársz? Könyvtári könyveket is használsz? Mit gondolsz, mint olvasásnépszerűsítő el tudnád képzelni magad könyvtári együttműködésekben is akár? Milyen típusú együttműködések jutnak eszedbe most, amiben szívesen részt vennél? Fizetett vagy önkéntes együttműködésre gondolsz? Milyen támogatást várnál el a könyvtáraktól az olvasásnépszerűsítéshez kapcsolódóan? Milyen könyvtári programok vagy események lehetnek vonzóak az olvasás szerelmesei számára? Hogyan lehetne a könyvtárakat még vonzóbbá tenni az olvasók számára? Hogyan lehetne erősíteni az online könyvtári részvételt és az olvasás népszerűsítését a digitális térben? Milyen digitális eszközökkel és platformokkal lehetne még hatékonyabban elérni az olvasás szerelmeseit?

5. sz. melléklet Online kérdőív – könyvtáros

Kedves Könyvtáros!

Az alábbi kérdések segítségével mélyebb betekintést nyerünk a könyvtárak és könyves influenszerek közötti együttműködési lehetőségekbe az olvasóvá nevelés terén. Az Ön véleménye és tapasztalatai nagy segítséget jelentenek számunkra a könyvtári szolgáltatások és online lét fejlesztésében és az olvasáskultúra előmozdításában. Köszönjük, hogy részt vesz a kutatásunkban!

1. Demográfiai kérdések

1.1. Melyik vármegyében dolgozik könyvtárosként?

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| • Bács-Kiskun vármegye | • Komárom-Esztergom vármegye |
| • Baranya vármegye | • Nógrád vármegye |
| • Békés vármegye | • Pest vármegye |
| • Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye | • Somogy vármegye |
| • Csongrád vármegye | • Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye |
| • Fejér vármegye | • Tolna vármegye |
| • Győr-Moson-Sopron vármegye | • Vas vármegye |
| • Hajdú-Bihar vármegye | • Veszprém vármegye |
| • Heves vármegye | • Zala vármegye |
| • Jász-Nagykun-Szolnok vármegye | |

1.2. A vármegyei könyvtár dolgozója?

- | | |
|--------|-------|
| • igen | • nem |
|--------|-------|

1.3. Mi a neme?

- | | |
|---------|------|
| • férfi | • nő |
|---------|------|

1.4. Hány éves Ön?

1.5. Melyik közösségi média felületeken használja Ön aktívan?

- | | | |
|-------------|-------------|-------------|
| ▪ Facebook | ▪ WhatsApp | ▪ YouTube |
| ▪ Instagram | ▪ Messenger | ▪ Pinterest |
| ▪ TikTok | ▪ LinkedIn | ▪ Twitter/X |
| ▪ Snapchat | ▪ Reddit | ▪ egyéb |

1.6. Ha az előző kérdésre az egyéb válaszopciót is bejelölte, melyik platformra gondolt?

- 1.7. Követi könyvtára közösségi média tevékenységét?
- igen
 - nem
- Tagja könyvtáros csoport(ok)nak a közösségi médiában?
- igen
 - nem
2. Olvasóvá nevelés
- 2.1. Ön szerint hogyan segít a könyvtára a helyi közösség olvasóvá nevelésében?
- 2.2. Milyen kezdeményezéseket hoz létre a könyvtára az olvasási kultúra erősítése érdekében?
- 2.3. Mit tapasztal, könyvtára minden generációt meg tud szólítani?
- igen
 - nem
 - nem tudom eldönteni
- 2.4. Ön szerint kinek a felelőssége tenni az olvasás népszerűsítése érdekében?
- iskola
 - szülő/család
 - könyvtár
 - civil szervezetek
 - egyéb
- 2.5. Ha az előző kérdésnél az egyéb válaszopciót is bejelölte, kire/mire gondolt?
- 2.6. Ön szerint mekkora szerep jut az olvasóvá nevelésben a könyvtárának?
- 1 – 5 skála, ahol 1 - legkisebb szerep és 5 - legnagyobb szerep
- 2.7. Milyen rendszeres olvasási programokat és eseményeket szervez a könyvtára?
- 2.8. Hogyan tervezi a könyvtára a programokat annak érdekében, hogy vonzóak legyenek az olvasni vágyók számára?
3. Együttműködés influenszerekkel
- 3.1. Volt már együttműködése a könyvtárának könyves influenszerekkel, olvasásnépszerűsítőkkal?
- igen
 - nem
 - nem tudok róla
- 3.2. Ha igen, Ön szerint milyen volt a tapasztalat?
- 3.3. Hogyan látja a könyvtár az online közösségek és az influenszerek szerepét az olvasóvá nevelésben?
- 3.4. Ön szerint könyvtára szívesen együttműködne könyves influenszerekkel az olvasói közösség növelése érdekében?
- igen
 - nem
 - nem tudok róla
- 3.5. Ha igen, hogyan képzelné el ezt? Írjon egy példát!
- 3.6. Hogyan építi a könyvtára a közösséget az olvasás köré?
- 3.7. Szokott-e Ön megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket közösségi média oldalakon?
- 1 - 5 skála, ahol 1 – soha, 5 – gyakran
- 3.8. Ön követ olyan személyeket, kezdeményezéseket a közösségi média oldalakon, akik/amik könyvekkel, olvasással foglalkoznak?
- igen
 - nem
 - nem tudom eldönteni
- 3.9. Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket? igen nem
- 3.10. Ha a fenti két kérdésre igennel válaszolt, kérjük írjon példákat!
- 3.11. Mennyire szokott megbízni ezeknek az influenszereknek a könyvajánlásaiban?
- 1 - 5 skála, ahol 1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben
- 3.12. Előfordult-e már, hogy könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvet?
- igen
 - nem
- 3.13. Mekkora szerepe van a könyves influenszereknek az olvasásnépszerűsítésben?
- 1 - 5 skála, ahol 1 – legkisebb szerep, 5 – legnagyobb szerep

- 3.14. Szeretné látni, hogy a könyvtár könyves influenszerekkel működik együtt az olvasóvá nevelés területén?
- igen
 - nem
- 3.15. Ön szerint van szükség könyvtáron belüli könyves influenszerre?
- igen
 - nem
- 3.16. Milyen új ötleteket javasolna az olvasóvá nevelés terjesztésére a könyvtárban?

6. sz. melléklet Online kérdőív – könyvtárhasználó

Kedves Kitöltő!

Az alábbi kérdések segítségével mélyebb betekintést nyerünk a könyvtárak és könyves influenszerek közötti együttműködési lehetőségekbe az olvasóvá nevelés terén. Az Ön véleménye és tapasztalatai nagy segítséget jelentenek számunkra a könyvtári szolgáltatások és online lét fejlesztésében és az olvasáskultúra előmozdításában. Köszönjük, hogy részt vesz a kutatásunkban!

1. Mi a neme?
 - nő
 - férfi
 2. Hány éves Ön?
 3. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?
 - legfeljebb 8 osztály
 - gimnázium
 - szakmunkásképző, szakiskola
 - főiskola, egyetem
 - (érettségi nélkül)
 - doktori fokozat
 - szakközépiskola, technikum
 - nincs válasz
 - (érettségivel)
 4. Milyen gyakran jár könyvtárba?
 - hetente többször
 - havonta
 - évente
 - hetente
 - negyedévente
 - havonta többször
 - félévente
 5. Melyik település(ek)en jár könyvtárba?
 6. Milyen célból jár könyvtárba?
 - könyvkölcsönzés
 - helyben olvasás, böngészés
 - újság, folyóirat olvasása
 - saját dokumentumok előállítása, fénymásolás, szkennelés
 - könyvtárközi kölcsönzés
 - gyermekkönyvtár használata
 - internetezés
 - kreatív foglalkozások
 - tájékoztató szolgálat igénybevétele
 - felnőtteknek szóló rendezvények
 - gyermekkönyvtári programok
 - képzések, workshopok
 - egyéb
 7. Ha az előző kérdésnél az egyéb opciót is bejelölte, mire gondolt?
 8. Vett már részt könyvtári olvasóvá nevelő programon?
 - igen
 - nem
 9. Ha az előző kérdésre igen volt a válasza, kérjük írjon példát!
 10. Hogyan értékeli a könyvtára által nyújtott olvasóvá nevelő programokat?
- 1 – 5 skála, ahol 1 – rossz, nem vagyok elégedett és 5 kiváló, teljes mértékben elégedett vagyok

11. Mi alapján választ olvasmányt?
12. A könyvtáros javaslata befolyásolja a választását?
 - igen
 - nem
13. Honnan szerzi be a könyveket?

▪ könyvesbolt	▪ kölcsönkér
▪ könyvtár	▪ egyéb
14. Mennyire elégedett a könyvtárban lévő könyvekkel?
 1 – 5 skála, ahol 1 – egyáltalán nem vagyok elégedett és 5 – teljes mértékben elégedett vagyok
15. Ha elégedetlen a könyvekkel, mi az oka?
16. Mennyi időt szán olvasásra hetente?

• napi több órát	• ritkán, alkalmanként olvasok
• napi kb. 1 órát	• nem olvasok rendszeresen
• néhány órát hetente	
17. Milyen közösségi média felületeket használ?

▪ Facebook	▪ WhatsApp	▪ YouTube
▪ Instagram	▪ Messenger	▪ Pinterest
▪ TikTok	▪ LinkedIn	▪ Twitter/X
▪ Snapchat	▪ Reddit	▪ egyéb
18. Ha az előző kérdésnél az egyéb válaszopciót is bejelölte, melyik platformra gondolt?
19. Szokott megosztani könyvajánlásokat vagy olvasási élményeket, könyvekről képeket a közösségi médiában?

• igen	• nem
--------	-------
20. Követ ezeken a felületeken könyves témájú tartalmakat?

• igen	• nem
--------	-------
21. Követi a könyvtár tevékenységét a közösségi média oldalakon?

• igen	• nem
--------	-------
22. Milyen formában preferálná a könyvtárak könyvajánlásait a közösségi médiában?
23. Ismer könyves influenszereket, olvasásnépszerűsítőket?

• igen	• nem
--------	-------
24. Ha igen, tud példát írni?
25. Mennyire szokott megbízni ezeknek az influenszereknek a könyvajánlásaiban?
 1 – 5 skála, ahol 1 – egyáltalán nem és 5 – teljes mértékben
26. Előfordult már, hogy könyves influenszerek ajánlásai alapján választott könyvet?

• igen	• nem
--------	-------
27. Mekkora jelentősége van a könyves influenszereknek az olvasásnépszerűsítésben, olvasóvá nevelésben?
 1 – 5 skála
28. Szeretné látni, hogy a könyvtár együttműködik könyves influenszerekkel az olvasóvá nevelés területén?

• igen	• nem tudom eldönteni
• nem	• nem érdekel
29. Milyen új ötleteket javasolna az olvasóvá nevelés terjesztésére a könyvtárban?
30. Szeretné, hogy a könyvtári olvasóvá nevelő programok online platformokon is elérhetőek legyenek?

• igen	• nem
--------	-------

7. sz. melléklet Hozzájárulási nyilatkozat interjúk kutatás számára³⁸

Köszönöm, hogy interjújával lehetővé teszi az „Együttműködés a hagyományos és digitális olvasóvá nevelés dimenziójában: könyves influenszerek és közkönyvtárak tevékenységének vizsgálata” témájú, Szabó Dóra által vezetett, doktori disszertációs kutatást. A kutatás célja a könyves influenszerek és a könyvtárak együttműködésének lehetőségeinek és hatékonyságának vizsgálata az olvasóvá nevelés érdekében.

Ebben a nyilatkozatban az Ön által elmondottak felhasználását és az interjú dokumentálását szabályozzuk. Kérem töltse ki a Nyilatkozatot! Egy aláírt példányt eljuttatok Önhöz is.

Tisztelettel,

Az interjú készítője: Szabó Dóra (szabo.dora@arts.unideb.hu)

- Az interjúban önkéntesen veszek részt.
- Az interjút feldolgozó anyag megőrzésre kerül, melynek titkosításáért és az adatkezelés biztonságáért a kutatás vezetője vállal felelősséget.
- Az interjú teljes szövege semmilyen formában nem kerül nyilvánosságra.
- Az interjú anonimizált anyaga oktatási és kutatási célokra használható.
- Az adataim név nélkül kerülnek feldolgozásra, ezért azok vissza nem kereshetők, így egyéni visszajelzésre a vizsgálat lezárulta után nincs lehetőség.

Kelt:

Az Ön aláírása:

Interjú partner adatai:

Vezetéknév _____ Utónév _____

Születési év/hó/nap _____ Lakcím: _____

A hozzájárulási nyilatkozatot a mai napon átvettem:

Kelt:

kutatásvezető

³⁸ Nagy, 2023 alapján