

OTDK-dolgozat

2025

SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM
KAUTZ GYULA GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

ZSÁNERKUTATÁS A KÖNYVPIACON
GENRE RESEARCH IN THE BOOK MARKET

Horváth Ramóna

Konzulens: Dr. PhD Keller Veronika

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. november 03.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS.....	1
1. OLVASÓI SZOKÁSOK FELMÉRÉSE SZEKUNDER ADATOKBÓL.....	3
1.1 FELNŐTT OLVASÁSI SZOKÁSOK	3
1.2 FIATALOK OLVASÁSI SZOKÁSAIK	5
1.3 FIÚK ÉS LÁNYOK OLVASÁSI SZOKÁSAIK	6
1.4 MŰFAJ PREFERENCIÁK	10
1.5 E-BOOK VAGY NYOMTATOTT KÖNYV	16
2. A KÉRDŐÍVES KUTATÁS	18
2.1 FANTASY OLVASÓK.....	22
2.2 SCI-FI OLVASÓK	27
2.3 ROMANTIKUS OLVASÓK	32
2.4 A TÖBBI ZSÁNER	37
2.5 KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	38
ÖSSZEGZÉS	40
IRODALOMJEGYZÉK	41
MELLÉKLETEK.....	I
1. MELLÉKLET	II

Ábrajegyzék

1. ábra: A műfajok megoszlása	12
2. ábra: A zsánerek kedveltsége	13
3. ábra: YA zsánerek átlagkedveltsége.....	14
4. ábra: NA zsánerek átlagkedveltsége.....	15
5. ábra: A kérdőív felépítése	20
6. ábra: Zsánermegoszlás (db).....	21
7. ábra: Fantasy fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség.....	23
8. ábra: Fantasy fogyasztók attitűd állításainak átlagértéke	24
9. ábra: Fantasy alzsánerek átlagkedveltsége	25
10. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége.....	26
11. ábra: Fantasy fogyasztók Buyer Personája.....	27
12. ábra: Sci-Fi fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség.....	28
13. ábra: Sci-Fi fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke.....	29
14. ábra: Sci-Fi fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke.....	30
15. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége.....	30
16. ábra: Sci-Fi fogyasztók Buyer Personája	32
17. ábra: Romantika fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség.....	33
18. ábra: Romantikus fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke	34
19. ábra: Romantika alzsánereinek átlagkedveltsége	35
20. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége.....	36
21. ábra: Romantikus fogyasztók Buyer Personája.....	37

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A minta demográfiai összetétele	21
--	----

BEVEZETÉS

A TDK dolgozatom témája a zsánérirodalom fogyasztói rétegének feltérképezése. Számos kutatást folytattak már az olvasási szokásokkal kapcsolatban, de csak kevés foglalkozott az olvasással, mint szórakozással, kikapcsolódási tevékenységgel, a zsánérirodalommal pedig még kevesebb. A kutatásom célja, hogy meghatározzam az egyes zsánerek fogyasztói rétegét, megvizsgáljam az olvasási és vásárlási szokásaikat, és kialakítsam a tökéletes buyer personát. Illetve azért is aktuális a témám, mivel manapság a képernyős tevékenységek kerülnek előtérbe, és kérdéses, hogy az olvasás mennyire szorul háttérbe.

A dolgozatomat szekunderkutatással kezdem meg. *Szekunder kutatáson a mások által felvett és közzétett, általában más kutatási célt szolgáló adatok megszerzését értjük* (Bauer, Berács és Kenesei, 2014).¹ Előnye, hogy időt spórolhatunk vele, olcsóbb a primer kutatásnál, és olyan információkat tudunk kiválasztani, amelyeket biztosan szakemberek gyűjtöttek már össze. Viszont a meglévő adatok már nem biztos, hogy aktuálisak, nem biztos, hogy teljesen lefedik azt a kérdéskört, amire választ szeretnénk kapni, és csak olyan adatokhoz juthatunk hozzá, amelyhez a versenytársak is (Veres, Hoffmann és Kozák, 2016).² Ebben a részben vizsgálom egyrészt a felnőtt olvasói szokásokat, a fiatalokra jellemző olvasói szokásokat, a nemek közti eltéréseket, és már meglévő felmérésekből leszűröm a zsánerpreferenciákat. Ezek feldolgozását követően összegzem az eddig ismert információkat az olvasói szokásokról, és levonom a témámhoz releváns következtetéseket.

A dolgozatom célját, hogy meghatározhassam az egyes zsánerek fogyasztói rétegét és megalkothassam a tökéletes buyer personát, primer kutatással összegyűjtött információk alapján érem el. *A primer kutatás még nem ismert és publikált, eredeti adatok saját kutatási célra történő megszerzését jelenti* (Bauer, Berács és Kenesi, 2014).³ Előnye, hogy az adatokat az aktuális projekthez gyűjtjük össze, így az eredmények jobban illeszkednek a kutatási kérdéseinkhez és a kutatás célkitűzéseikhez. Hátránya azonban, hogy az adatok begyűjtése sok időt

¹ Bauer A., Berács J., Kenesei Zs. (2014): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest, 4. fejezet

² Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á. (2016): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2. fejezet

³ Bauer A., Berács J., Kenesei Zs. (2014): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest, 4. fejezet

vesz igénybe, és sokba is kerülhet. Ráadásul elérni a fogyasztókat, és megfelelő mennyiségű információhoz hozzájutni sem olyan egyszerű (Pervez és Kjell, 2011).⁴

A dolgozatom primer információit kérdőíves kutatás segítségével szereztem meg. A kérdőívek előnye, hogy olyan válaszokat adnak, amelyeket általában könnyű táblázatba foglalni vagy pontozni, és az így kapott adatok könnyen elemezhetőek, különösen, ha a kérdőívek főként olyan tételeket tartalmaznak, amelyekben választási lehetőségeket kell megjelölni, amit ebben a könyvben javasolnak. Emellett a kérdőíveket névtelenül is ki lehet tölteni. Az a tudat, hogy a válaszok névtelenek, a válaszadókat arra ösztönzi, hogy őszinték legyenek. Viszont hátránya, hogy a kérdőívekre adott válaszok aránya gyakran alacsony (Patten, 2016).⁵

A kérdőíves kutatást különböző internetes olvasói csoportokban tettem elérhetővé 2024. október 19. és 23. között, ahol a célcsoportok fellelhetőek. Ez alatt 300 kitöltést értem el. Az ő válaszaik alapján kerül meghatározásra a zsánerek fogyasztóinak jellemzése.

A kérdőívem elkészítésekor már végeztem szegmentálást. A legtöbb piac heterogén, ezért, hogy jobban megismerjük a célcsoportjainkat, a fogyasztók egyedi keresleti sajátosságai szerint csoportosítani, vagyis szegmentálni kell őket (Keszey és Gyulavári, 2016).⁶ Én az egyes zsánerek fogyasztóinak jellemzőit fogom meghatározni, tehát attitűd alapján végeztem el a szegmentálást. Az attitűd egy gondolkodásmód vagy hajlam arra, hogy az egyén tapasztalata és temperamentuma miatt egy bizonyos módon cselekedjen (Pickens, 2005).⁷

A kitöltésszám alapján a fantasy, a sci-fi és romantikus zsáner részletes elemzésére kerül sor a dolgozatomban, és hozzájuk megállapítom a tökéletes buyer personát. A fennmaradó, általam vizsgálni szándékozott zsánerekhez (krimi, horror, kalandregény, történelmi regény, thriller) kevés kitöltésszám érkezett, így hozzájuk csak feltételezéseket állapítok meg, amelyek tényként nem kezelhetők.

A kutatásom gyakorlati jelentősége, hogy bármelyik könyvkiadó, amelyik zsánერიrodalommal is foglalkozik, felhasználhatja stratégiaalkotásra, kommunikációs terv készítésére, ami támogatja a hatékony marketingmunkát. A kutatásom által rálátásuk nyílhat, hogy egyes zsánerek fogyasztóinak mik a fogyasztási szokásaik.

⁴ Pervez G., Kjell G. (2011): Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban Akadémiai Kiadó, Budapest, 7. fejezet

⁵ Patten, M. (2016). Questionnaire research: A practical guide. routledge.

⁶ Keszey T., Gyulavári T. (2016): Marketing tervezés, Akadémiai Kiadó, Budapest, 5. fejezet

⁷ Pickens, J. (2005). Attitudes and perceptions. Organizational behavior in health care, 4(7), 43-76.

1. OLVASÓI SZOKÁSOK FELMÉRÉSE SZEKUNDER ADATOKBÓL

A TDK dolgozatom első nagyobb egységében szekunder információk alapján járom körbe a témámat. Már meglévő kutatásokat dolgozok fel az olvasói szokásokkal kapcsolatban, és következtetéseket, megállapításokat teszek ezek alapján. Illetve meghatározom, hogy a témám alapos feltérképezéséhez szükség van-e primer kutatást végezni.

1.1 FELNŐTT OLVASÁSI SZOKÁSOK

Egy 2001-es kutatás a fehér és az ázsiai amerikai felnőttek olvasási szokásait és mintáit vizsgálta. 115 felnőtt válasz elemzését mutatja be a kérdőívet olvasási szokásaikkal és szokásaikkal kapcsolatban. Konkrétan azt feltételezték, hogy demográfiai változók szerint csoportosítva a résztvevők olvasási szokásaikra és mintáikra adott válaszai nem térnek el.

A tanulmányban 115 felnőtt vett részt, akik Pennsylvania nyugati részén éltek. Közülük 70 nő és 45 férfi volt. Hetvennégy fehér volt (átlagéletkor = 53,64 év), és 41 ázsiai amerikai (átlagéletkor = 43,39 év), 74 fiatalabb (< 65 év), átlagéletkoruk 42,45 év, 41 idősebb (> 65 év), átlagéletkoruk 69,58 év. A résztvevők családi állapotukról a következőképpen számoltak be: 18 egyedülálló, 81 házas, és 16 külön élő/elvált/özvegynek vallotta magát. Iskolai végzettségüket tekintve 35-en általános és középiskolai, 35-en főiskolai, 45-en pedig egyetemi végzettséget adtak meg. Hatvanegy résztvevő foglalkoztatott és 54 munkanélküli volt. Hivatásuk szakmai, műszaki, vezetői, irodai és értékesítési, szolgáltatási, feldolgozó, szerkezeti és egyéb foglalkozások voltak.

A kérdőívből kiderült, hogy a legtöbb résztvevő (a 115-ből 43 fő/37,4%) arról számolt be, hogy gyakran olvas, a következő legtöbb (a 115-ből 40 fő/34,8%) pedig arról, hogy nagyon gyakran olvas. A legtöbb résztvevő tehát gyakran és nagyon gyakran olvas. A fehérek és a diplomások gyakrabban olvasnak, mint az ázsiaiak, a többi tényező (nem, életkor és foglalkoztatási státusz) esetén nagy különbséget nem találtak.

Arra a kérdésre, hogy mit szeretnek olvasni, a következő eredmények születtek. Szignifikánsan több nő szerette olvasni a Bibliát és a magazinokat; több férfi, ázsiai és a magasabb iskolai végzettségűek szerettek kézikönyveket/jelentéseket olvasni; több fehér ember szeretett regényeket olvasni; és több ázsiai szerette olvasni a Bibliát, mint társaik. Nem voltak szignifikáns különbségeket találtak az életkor és a foglalkoztatási státusz tekintetében csoportok kö-

zött. Részletesebben a résztvevők nagyobb része (azaz a 115 résztvevőből több mint 90) jelezte, hogy szívesen olvas magazinokat (96/83,48%) és újságokat (91/79,13%). Kevesebb résztvevő számolt be arról, hogy szívesen olvas regényeket (57/49,57%) és a Bibliát (53/46,09%).

A résztvevők válaszai jelentősen eltértek a nemi, faji, foglalkoztatási és iskolázottsági csoportok között, illetve az újságok, regények, novellák, kézikönyvek/jelentések és képregények olvasása esetében. A nők között többen olvasnak regényeket, míg a férfiak novellákat, kézikönyveket, jelentéseket, illetve képregényeket. A fehérek jobban szeretnek újságokat és regényeket olvasni, mint az ázsiaiak. Az ázsiaiak és a dolgozók jobban szeretnek kézikönyveket és jelentéseket olvasni, mint a fehérek és a munkanélküliek (Rhee, 2001).⁸

2020-ban a TÁRKI Zrt. felmérést végzett a magyar felnőtt lakosság olvasási szokásairól a Petőfi Irodalmi Ügynökség megrendelésére. A felmérés online kérdőíves megkérdezés és személyes megkérdezés alapján zajlott. Az online kérdőívet 2020. június 26. és augusztus 5. között tették elérhetővé a TÁRKI online platformjain, illetve számos könyvpiaci szereplő által (könyvesterjesztők, könyvkiadók weboldalán, Facebook oldalán, valamint Facebook csoportjaiban) terjesztették. Ez alatt 2910 kitöltés érkezett. A személyes megkérdezés 2020. július 26. és 25. között zajlott, amely bár tartalmazta az online kérdőív több kérdését, nem minden kérdés került megválaszolásra. Ezt a kutatást 998 személy válaszolta meg.

A kutatás eredményei a következők voltak:

- A felnőtt magyar lakosság 13%-a legalább hetente, 34%-a alkalmanként olvas, azonban 53%-a egyáltalán nem szokott olvasni.
- Az online kérdőívet megválaszolók átlagosan 37 könyvet olvasnak el egy évben: 21%-uk legfeljebb 10 könyvet, 24% 11-20 könyvet, 16% 21-30 könyvet, 21% 31-50 könyvet, 18% pedig ötvennél is többet.
- A nők átlagosan 38 könyvet olvasnak el, a férfiak 33-at.
- Az életkor nem befolyásolja számottevően az elolvasott könyvek számát.
- Az online kérdőív alapján a szépirodalmi művek a legnépszerűbbek, de zsánerek tekintetében a krimik, fantasyk és sci-fi is népszerű olvasmányoknak számítanak.
- Az online kitöltők 57%-ra rendszeresen olvas szórakoztató irodalmat, 27%-uk pedig alkalmakként.
- A személyes megkérdezés alapján a válaszadók 58%-a soha vagy szinte soha nem vásárol könyvet, 25%-a csak évente néhány alkalommal, 9%-a legalább félévente, 7%-a legalább negyedévente, és 1%-uk vásárol havi rendszerességgel.

- Az online válaszadók 44%-a havonta vásárol könyvet, 35%-uk legalább negyed évente, 7%-uk félévente, és 12%-uk évente pár alkalommal.
- Az online felmérés a költési szokásokat is felmérte. A kutatást megelőző évben a kitöltők 8%-a legfeljebb 10.000 Forintot, 17%-a 10.000 és 20.000 Forint között, 34%-a 21.000 és 50.000 Forint között, 21%-a 51.000 és 100.000 Forint között, 15%-a pedig 100.000 Forint felett költött könyvekre (Bernát és Hudácskó, 2020).⁹

2023-ban a Reacty Digital készített el egy olvasói szokásokkal foglalkozó felmérést. A kutatás reprezentatív volt, és több mint ezer fő vett rajta részt. A felmérés szerint a magyarok 73%-a legalább alkalmatosan olvas könyvet, 15%-uknak pedig napi rutinnak számít az olvasás. A 18-30 éves korosztályban 27% azoknak az aránya, akik egyáltalán nem olvasnak, a többi korosztályban (30 év felett) 32% ez az arány. A nemek között sem számottevő az eltérés. És bár általánosságban a felmérés alapján nagyon kevés százalékkal több nő olvas, mint férfi, a napi rendszerességgel olvasók között a férfiak voltak 17%-kal a vezetők, a nők csupán 14%-a olvas napi rendszerességgel. A kitöltők 49%-a kedvelte a zsánertudomány valamelyik zsánert, második helyen 12%-kal az önfejlesztő könyvek álltak. A komolyabb, szépirodalmi könyveket az olvasók 11%-a kedvelte (digitalhungary.hu, 2023).¹⁰

1.2 FIATALOK OLVASÁSI SZOKÁSAIK

2009-ben a National Literacy Trust felmérést végzett Anglia, Észak-Írország, Skócia és Wales 112 iskolájában azt vizsgálva, hogy a fiatalok mennyire szeretnek olvasni és írni; milyen típusú szövegeket olvasnak és írnak, és milyen gyakran; mennyire tartják magukat jó olvasónak és íróknak; és mit gondolnak az olvasásról és írásról. Jelen dolgozatomban én csak az olvasási szokásaikra fókuszáltam.

Az olvasás élvezete:

- A fiatalok 51%-a nagyon vagy eléggé szeret olvasni. Több mint egyharmaduk csak egy kicsit, míg 10% egyáltalán nem szeret olvasni.

⁸ Rhee, A. M. S. O. (2001). *Adult reading habits and patterns*. Reading psychology, 22(3), 175-203..

⁹ Bernát A. és Hudácskó Sz. (2020): *Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások*, file:///C:/Users/horva/Downloads/TARKI_olvasas2020_tanulmany.pdf, letöltés ideje: 2024.10.02.

¹⁰ digitalhungary.hu (2023): *Felmérés: A magyarok 15%-a naponta, negyede soha nem olvas*, <https://www.digitalhungary.hu/kultura/Felmeres-A-magyarok-15-a-naponta-negyede-soha-nem-olvas/20784/>, letöltés ideje: 2024.10.02.

- Lényegesen több lány mondja, hogy szeret olvasni, mint fiú: a fiúk 43%-a, míg 58%-a.
- Az olvasás élvezete az életkor előrehaladtával csökken.
- Etnikai hovatartozás tekintetében a fehér fiatalok élvezik legkevésbé az olvasást, míg az ázsiai fiatalok a leginkább.
- Az olvasás élvezete szignifikánsan összefügg az olvasási eredményekkel, és azok a fiatalok, akik az életkoruknak megfelelő vagy annál magasabb olvasási szinten vannak, jobban élvezik az olvasást, mint azok, akik az életkoruknak megfelelő, elvárt szint alatt vannak.

Olvasási gyakoriság:

- A legtöbb fiatal naponta (32%) vagy hetente kétszer-háromszor (29%) olvas a tanórákon kívül. Mindössze 7% nem olvas tanórán kívül.
- A lányok gyakrabban olvasnak órán kívül, mint a fiúk.
- Az ázsiai háttérű fiatalok gyakrabban olvasnak, mint a fehér, vegyes vagy fekete háttérű fiatalok. A fehér háttérű fiatalok olvasnak a legkevésbé gyakran tanórán kívül.
- Az olvasási gyakoriság és az olvasási teljesítmény között pozitív kapcsolat állt fenn, az olvasással küszködő fiatalok nagyobb valószínűséggel mondták azt, hogy ritkán vagy soha nem olvasnak tanórán kívül (Clark és Douglas, 2011).¹¹

1.3 FIÚK ÉS LÁNYOK OLVASÁSI SZOKÁSAIK

Egy 2011-es tanulmány alapján a nemek szerinti bontásban jelentősen nőtt az olvasni szerető fiúk és lányok közötti különbség: 2005-ben 10,7%-kal több lány olvasott szívesen, mint fiú, 2009-re ez a különbség 15%-ra nőtt. Hasonlóképpen, a legalább havonta egyszer olvasó lányok és fiúk közötti különbség is nőtt (6,5%-ról 9,9%-ra). A nemek közötti szakadék növekedése annak ellenére következett be, hogy ebben az időszakban számos nemzeti olvasásösztönző program a fiúkra összpontosított. A fiúk olvasásra való ösztönzésére irányuló stratégiák az időszak során két megközelítésre összpontosítottak: az olvasáshoz való hozzáállás megváltoztatására (olyan programokon keresztül, mint a National Literacy Trust Reading Champions projektje), valamint arra, hogy a fiúknak ingyenes olvasnivalók biztosításával lehetőséget ad-

¹¹ Clark, C., & Douglas, J. (2011). *Young People's Reading and Writing: An In-Depth Study Focusing on Enjoyment, Behaviour, Attitudes and Attainment*. National Literacy Trust.

janak az olvasásra (például a Boys into Books könyvajándékozási program). A programnak azonban lett jótékony hozadéka is annak ellenére, hogy a fiúk olvasási hajlandóság továbbra is csökkenő tendenciát mutatott: 17,4%-ról 12,5%-ra csökkent azoknak a fiataloknak a száma, akik úgy gondolják, hogy az olvasás csak a lányoknak való (Clark és Douglas, 2011).¹²

Egy 2015-ös cikk tanulmánya a 8 és 18 év közötti korosztályban zajlott. Eredményei a következőképpen alakultak. A lányok továbbra is megelőzik a fiúkat az iskolán kívüli olvasás iránti lelkesedésükben minden korosztályban. A tanulmány megállapította, hogy több lány mondta azt, hogy nagyon szeret olvasni, mint fiú (30% és 19%), 62% lány mondta azt, hogy eléggé élvezi az olvasást, míg fiúk közül csak 47%. Ezenfelül majdnem kétszer annyi fiú, mint lány mondta azt, hogy egyáltalán nem szeret olvasni (13% és 7%). Több lány, mint fiú mondta, hogy minden nap olvas szórakozásból a tanórákon kívül, míg a fiúk több mint egyötöde ritkán vagy soha nem olvas szórakozásból a tanórákon kívül (Adams, 2015).¹³

Áttérve egy 2020-as tanulmányra, a szakirodalmi részének feldolgozása után elmondható, hogy a korábbi kutatásokat alapjául véve fiúk és a lányok olvasási szokásai és preferenciái nagyon eltérőek, amelyek hasonlítanak a korábban kifejtett cikk eredményeihez. Ezek három állításban foglalhatók össze:

- a fiúk kevesebbet olvasnak, mint a lányok,
- a fiúk és a lányok különböző könyveket olvasnak,
- és a fiúk másképp olvasnak, mint a lányok (Cherland 1994; Millard 1997).

A serdülők olvasási szokásait azonban – nemtől függetlenül – a serdülőkor háttérében kell értelmezni, ahol a kutatások szerint az életkor előrehaladtával az olvasás csökken (Clark és Douglas 2011; Common Sense media 2014). A serdülők idejéért folyó növekvő verseny a sokféle tevékenységgel, különösen a képernyő előtt töltött idő növekedése és a magas követelményeket támasztó vizsgák nyomása az olvasás csökkenéséhez vezethet, ahogy a tanulók serdülnek (YouGov 2018). Ráadásul a nemek szerinti olvasási szokások és preferenciák is változhatnak az idők folyamán.

Szingapúrban egyre nagyobb aggodalomra ad okot a szingapúriak olvasási szokásai, ami miatt 2016-ban elindult a Nemzeti Olvasási Mozgalom, amely arra ösztönzi a szingapúriakat, hogy „olvassanak többet, olvassanak széles körben, olvassanak együtt” (National Reading

¹² Clark, C., & Douglas, J. (2011). *Young People's Reading and Writing: An In-Depth Study Focusing on Enjoyment, Behaviour, Attitudes and Attainment*. National Literacy Trust.

¹³ Adams, R. (2015): Girls like digital media while boys prefer print, finds study on reading habits, <https://www.theguardian.com/education/2015/may/20/girls-like-digital-media-while-boys-prefer-print-finds-study-on-reading-habits>, letöltési idő: 2024.10.04.

Movement n. d.) az élethosszig tartó tanulás szokásainak kialakítása érdekében. Bár a szingapúri diákok magasan szerepelnek az olyan nemzetközi olvasási teszteken, mint a Programme for International Student Assessment (PISA) (OECD 2016), aggodalomra ad okot, hogy ebben a technológiailag telített korban a diákok nem szívesen foglalkoznak az olvasással, vagy kevesebbet olvasnak, mint korábban. (Wolf és Bokhorst-Heng 2008; Loh 2015)

Az olvasással, különösen a serdülők olvasásával kapcsolatos aggodalom nem csak Szingapúrban jellemző. A közelmúltban a különböző országokban a serdülők olvasási szokásai kerültek a figyelem középpontjába (például Merga 2018 Ausztráliában; Zasacka és Bulkowski 2017 Lengyelországban) – ez egy gyakran elhanyagolt terület a gyermekkori olvasással kapcsolatos tanulmányokhoz képest. Az élet és a munka megnövekedett követelményei azonban azt jelentik, hogy az olvasás már nem egy olyan készség, amelyet kora gyermekkorban kell elsajátítani, hanem olyan készség, amelyet egész életünk során fejleszteni kell (Alexander 2012; Kirsch et al. 2002). Ráadásul a technológia elérhetősége (pl. e-könyvek és okostelefonok), az információhoz való hozzáférés különböző módjai (Wolf 2018), valamint a változó kiadói és marketinggyakorlatok (Brendlar 2014) hatással vannak a serdülők olvasási szokásaira és preferenciáira.

Az olvasási szokások tekintetében a korábbi tanulmányok arra utalnak, hogy a lányok a fiúkhoz képest inkább a szabadidős olvasást részesítik előnyben (Cherland 1994; Millard 1997; Zasacka és Bulkowski 2017), bár mindkét nem olvas, ha társaik az olvasást nem utasítják el (Millard 1997). A kutatók rámutattak, hogy ahelyett, hogy megkongatnák a vészharangot a fiúk olvasás terén mutatkozó alulteljesítésével kapcsolatban (Watson, Kehler és Martino 2010; Weaver Hightower 2003), a kutatóknak meg kell érteniük más tényezőkkel kapcsolatban, mint pl. társadalmi-gazdasági státusz (Moss 2007; Reay 2006), faji és etnikai hovatartozás (Love és Hamston 2003). Például a középosztálybeli fiúk nagyobb valószínűséggel tekintik magukat olvasónak (Loh 2013; Reay 2006), és különböző tanulmányok kimutatták, hogy a lelkes fiú olvasók ugyanannyit olvasnak, mint a lelkes lány olvasók (Coles és Hall 2002; Manuel és Robinson 2003; Merga 2017). Smith és Wilhelm (2002) a fiúk olvasásáról szóló tanulmányukban rámutatnak arra, hogy akkor olvasnak, ha az olvasást értelmes és élvezetes tevékenységnek tekintik.

Korábbi és jelenlegi tanulmányok azt mutatták, hogy a fiúk a nem-fikciós műveket, a lányok pedig nemcsak szépirodalmat olvasnak (Millard 1997; Hall és Coles 1997a; Topping 2015). Konkrétabban, Hall és Coles (1997b) azt találták, hogy a fiúk szívesebben olvasnak sporttal kapcsolatos tényirodalmat és képregényeket, más tanulmányok pedig azt állapították meg, hogy a lányok szívesebben olvasnak párkapcsolatokról szóló könyveket (Cherland 1994;

Millard 1997). Ugyanakkor Manuel és Robinson (2003) és Merga (2017) legújabb ausztrál kutatásai azt sugallják, hogy mindkét nem olvas szépirodalmat, ellentétben azzal a közkeletű tévhittel, hogy a fiúk csak tényirodalmat olvasnak. Merga (2017) fiúk és lányok körében végzett nagyszabású vizsgálatában azt találta, hogy bár a lányok a szépirodalmat, a fiúk pedig a nem-fikciót részesítik előnyben, az eltérés nem olyan nagy, mint azt általában gondolják. Coles és Hall (2002) 11-14 éves fiúk és lányok olvasási szokásait vizsgáló tanulmánya az Egyesült Királyságban azt találta, hogy bár a fiúk kevesebbet olvasnak, mint a lányok, nagyon kevés fiú olvas csak tényirodalmat. A fiúk fiatakorukban elsősorban szépirodalmat olvashattak, és idősebb korukban több nem-fikciót (Hall és Coles 1997b), ami arra utal, hogy a diákok ízlése az érettség során változik, és olvasási érdeklődésük bővül. Topping (2015) az online olvasásról szóló tanulmányában, amelyben 3243 iskola 852 295 diákjának adatait használta fel, azt találta, hogy bár a fiúk valóban több non-fiction művet olvastak, mint a lányok, bizonyos szerzők, például Roald Dahl népszerűek voltak a nemek között. Ezek a tanulmányok azt sugallják, hogy bár a könyvválasztás során figyelembe kell venni a mindkét nem számára vonzó könyveket, a fiúkat és a lányokat egyaránt arra kell ösztönözni, hogy széles körben, műfajok és témák között olvassanak.

Szó esett már arról, hogy a technológia elvonja a fiatalok figyelmét az olvasásról, azonban ez nem biztos, hogy igaz. A diákok szabadidős olvasását ösztönző fontosabb tényezői közé tartozik a családi és az iskolai háttér. Ráadásul a technológia jelentős fejlődése ellenére a nyomtatott könyvek még mindig népszerűbbek, mint a digitális formátumú könyvek (Loh és Sun 2019; Merga és Moon 2016; Pew Research Centre 2016; You Gov 2017).

A nemek tekintetében egyes tanulmányok szerint a lányok a nyomtatott, a fiúk pedig az online olvasást részesítik előnyben (Liu 2008), mások szerint azonban ez nem így van (National Literacy Trust 2015). Viszont Tveit és Mangen (2014) 143 tizedikes diákkal végzett vizsgálatában, akik egy narratív, irodalmi szöveget olvastak egy Sony e-olvasón és nyomtatott formában, azt találták, hogy a fiúk és a vonakodó olvasók inkább az eszközön, míg a lelkes olvasók inkább nyomtatott formában olvastak. Azt feltételezik, hogy a fiúk és a vonakodó olvasók újszerűnek találhatják az e-készüléken való olvasást, és ezért a képernyőn való olvasáson keresztül vonzódnak az olvasáshoz.

Az általam feldolgozott tanulmány kutatásának résztvevői szingapúri középiskola 1. és 5. évfolyamának tanulói voltak (12-17 évesek), ami az Egyesült Államokban a 7-10. évfolyamnak felel meg). 2017 januárja és márciusa között zajlott a felmérés, hat szingapúri középiskolában. Az 5825 diákból összesen 4830-an töltötték ki az online kérdőívet, így a válaszadási arány 82,9% volt, ebből 2493 (51,7%) volt fiú, és 2332 (48,3%) lány.

Általánosságban elmondható, hogy mindkét nem inkább szórakozásból és kikapcsolódásból olvasott, mint funkcionális okokból. A lányok azonban nagyobb valószínűséggel olvastak azért, hogy javítsák az olvasási készségeiket, a nyelvtudás javítása miatt, a kikapcsolódásért, a szórakozásért, élvezetből, és azért, mert az olvasás a hobbijuk.

Bár a fiúk és a lányok olvasási preferenciái némileg eltérnek egymástól, a vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy vannak közös vonások mind a szépirodalmi, mind a nem szépirodalmi olvasás terén. Összességében a legnépszerűbb olvasott szépirodalmi könyvek a kalandregények, a krimik és a humoros történetek. És bár a lányok jobban kedvelik a párkapcsolatok és a meséket/ népmeséket, mint a fiúk, mindkét nemnél szinte azonos volt a többi regénytípus, kivéve a misztériumokat. Ez arra utal, hogy a fiúk és a lányok olvasási preferenciái műfajonként jobban egyeznek.

Mindkét nem esetében a legnépszerűbb nem szépirodalmi könyvek az állatokról és növényekről, a hobbiokról és a sportokról szólnak. A szépirodalmi könyvekhez képest azonban a nemek közötti különbségek a nem szépirodalmi könyvek esetében nagyobbak voltak. A fiúk nagyobb preferenciát mutattak a különböző témák, például a sport, a tudomány, a történelem és a földrajz iránt. A lányok a hobbiakkal és az utazáshoz kapcsolódó könyveket részesítették előnyben.

A fiúkhoz képest a lányok nagyobb arányban nyilatkoztak arról, hogy szinte naponta, minden másnap vagy hétvégén olvasnak (38,7-17,8% vs. 34,2-15,3%). Ezzel szemben a fiúk közel 17,5%-a azt állította, hogy egyáltalán nem olvas, míg a lányok 7,6%-a számolt be erről. Ami az olvasás időtartamát illeti, bár a fiúk és a lányok hasonló arányban számoltak be arról, hogy egy óránál rövidebb ideig olvasnak, a lányok a fiúknál többször olvasnak több mint egy órát (39,1% vs. 26,2%), és a fiúk többször olvasnak kevesebb mint 15 percet vagy 30 percet (Loh, Sun és Majid, 2020).¹⁴

1.4 MŰFAJ PREFERENCIÁK

Ebben az alfejezetben azt vizsgáltam, hogy korábbi kutatások alapján az olvasók melyik zsánereket kedvelik, mivel a dolgozatom fő témája az olvasók szegmentálása. Először egy 2018-as cikket dolgoztam fel, amely bár az e-könyv olvasási szokásokkal foglalkozott, kitért arra is, hogy az e-könyvek között milyen műfajt és zsánert olvasnak a fogyasztók. A 10 nagy könyvpiacra végzett országközi felmérés bebizonyította, hogy a szabadidős olvasás alkalmas az e-

¹⁴ Loh, C. E., Sun, B., & Majid, S. (2020). *Do girls read differently from boys? Adolescents and their gendered*

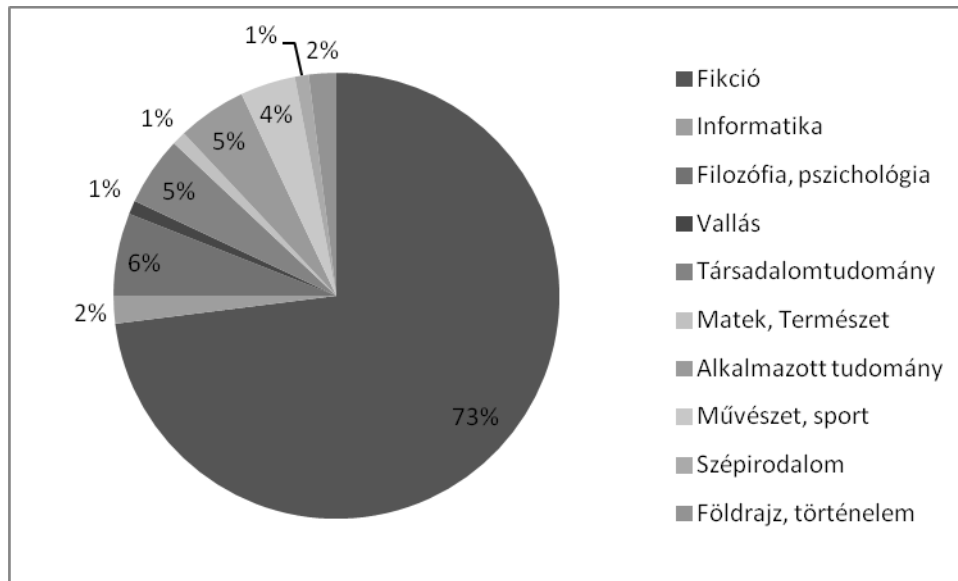
könyv formátumra. Öt piacon a krimi és a thriller regények voltak a legolvasottabb műfajok. A felmérés szerint az Egyesült Államokban a krimi/thriller a legnépszerűbb műfaj az e-könyv olvasók körében. Ezt olvassa az e-könyvet vásárlók 50%-a, ezt követi a sci-fi 36%-kal és a romantikus regény 34%-kal („Digital Media”, 2016). A szépirodalom folyamatosan a második legnagyobb termék kategória volt az Egyesült Királyság digitális könyvpiacán, mivel az első hely szilárdan a tudományos/szakmai e-könyveké volt. 2016-ban a szépirodalmi e-könyvek 31%-os részesedéssel (165 millió GBP) rendelkeztek a teljes brit digitális könyveladási bevételből („Digital Book Sales”, 2016). A krimi és thriller e-könyvek is nagyon népszerűek az Egyesült Királyságban - az Egyesült Királyságban az e-könyvet vásárlók 58%-a olvas ilyen típusú regényeket („Digital Media”, 2016). A műfaji preferencia nagyon hasonló Franciaországban. Egy 2017 elején készült felmérés szerint a három legolvasottabb regénytípus: klasszikusok - 34%, krimik - 31% sci-fi és horror - 23%. Az összes kategória közül a szépirodalom áll az élen az e-könyv olvasók 61%-ával („7° Baromètre”, 2017). Németországban a 2013-2016 közötti időszakban az e-könyvek piacának legnagyobb részesedése a szépirodalmi kategóriához tartozott, minden évben több mint 80%-kal („Books and the Book Trade”, 2017) (Alexandrov, 2018).¹⁵

2022-ben egy tanulmány keretein belül felmérték egy könyvtár használóinak olvasói szokásait. A kérdőívet 197-en töltötték ki. A műfajok megoszlása a következőképpen alakult. (1. ábra)

reading habits and preferences. English in Education, 54(2), 174-190.

¹⁵ Alexandrov, G. (2018). *Impact of Content Suitability and Reading Habits on E-book Consumption.* Проблемы на постмодерността, 8(2), 168-181.

1. ábra: A műfajok megoszlása



Saját szerkesztés

Forrás: Kulikauskienė, K., & Naujokienė, L. (2023). Reading Habits and Peferences: The context of reader's experience. professional studies: Theory And Practice, 27(1), 95-105.

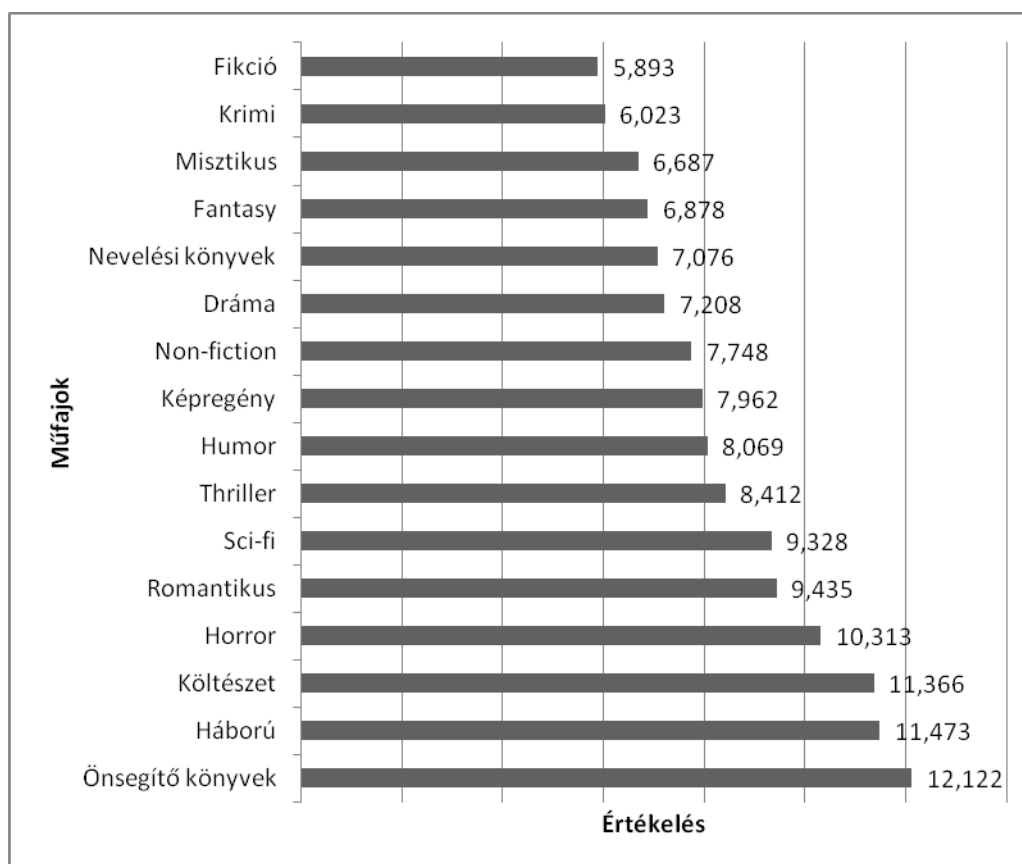
Ahogy az 1. ábrán is látható a kitöltők legnagyobb hányada (73%) olvas fikciót. A kutatásom főként arra irányul, hogy a fikción belül zsánerek alapján milyen szegmenseket tudok létrehozni, azonban az sem elhanyagolható tény, hogy vajon a kialakult szegmensek fikción kívül még mit olvasnak. Az ábrán az is látható, hogy a fogyasztók érdeklődése műfajok terén is széleskörű (Kulikauskienė és Naujokienė, 2023).¹⁶

Egy 2022-es tanulmány kutatását 136 résztvevő töltötte ki. 55 (40,44%) férfi, 72 (52,94%) nő, 3 (2,21%) nem bináris vagy harmadik nemű volt, 6 (4,41%) pedig azt mondta, hogy nem kívánta megmondani. Az átlagéletkor 41,78 év volt. A számomra releváns kérdést, hogy a kitöltők milyen zsánert kedvelnek, eredményét a következő diagram foglalja össze (2. ábra).

¹⁶ Kulikauskienė, K., & Naujokienė, L. (2023). *Reading Habits and Peferences: The context of reader's experience.* professional studies: Theory And Practice, 27(1), 95-105.

2. ábra: A zsánerek kedveltsége

(a legkevesebb érték a legkedveltebb, a legnagyobb érték a kevésbé kedvelt zsáner)



Saját szerkesztés

Forrás: Verbeke, I. (2022). Interpersonal Differences in Literary Genre Preference and Reading Behaviour (Doctoral dissertation, Ghent University).

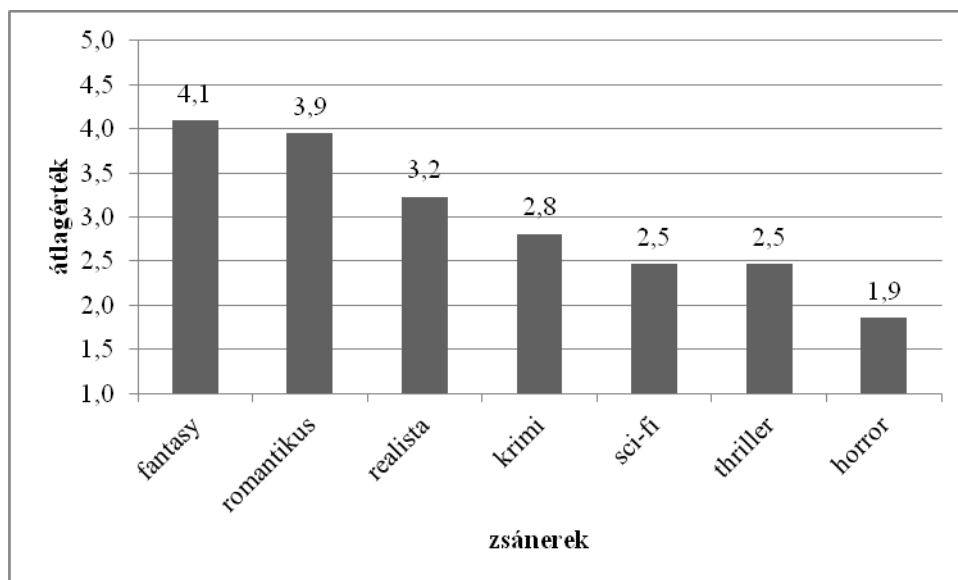
A 2. ábra alapján leolvasható, hogy a kitöltők a fikciókat jobban kedvelik a non-fictionnél. A fikción belül pedig a krimi, a misztikus és a fantasy volt a legkedveltebb zsáner, ami számomra azért meglepő, mert egy korábbi kutatásomnál (lásd 3. és 4. ábra) az általam megkérdezettek a fantasyn kívül a romantikus zsánert jelölték meg, mint legkedveltebb zsánert, itt pedig a romantika elég népszerűtlen lett. Ennek oka lehet, hogy ebben a kutatásban jobban eloszlott a férfi-nő arány, az én kérdőívemet inkább nők töltötték ki, és valószínűleg a nők között sokkal népszerűbb a romantikus zsáner, mint a férfiak között (Verbeke, 2022).¹⁷

2024 első felében egy másik kutatás keretében ugyanezt a kérdést már egyszer én is körbejártam, csak más megközelítésben. Akkor azt kutattam, hogy a fiatal felnőttek és a tiné-

¹⁷ Verbeke, I. (2022). Interpersonal Differences in Literary Genre Preference and Reading Behaviour (Doctoral

dzserek milyen zsánereket kedvelnek. A kérdőívet 204-en töltötték ki, amelyből 158 tartozott a célcsoporthoz, az ő válaszaikat dolgoztam fel. Az eredményt a következő grafikonokon (3. és 4. ábra) foglalom össze.

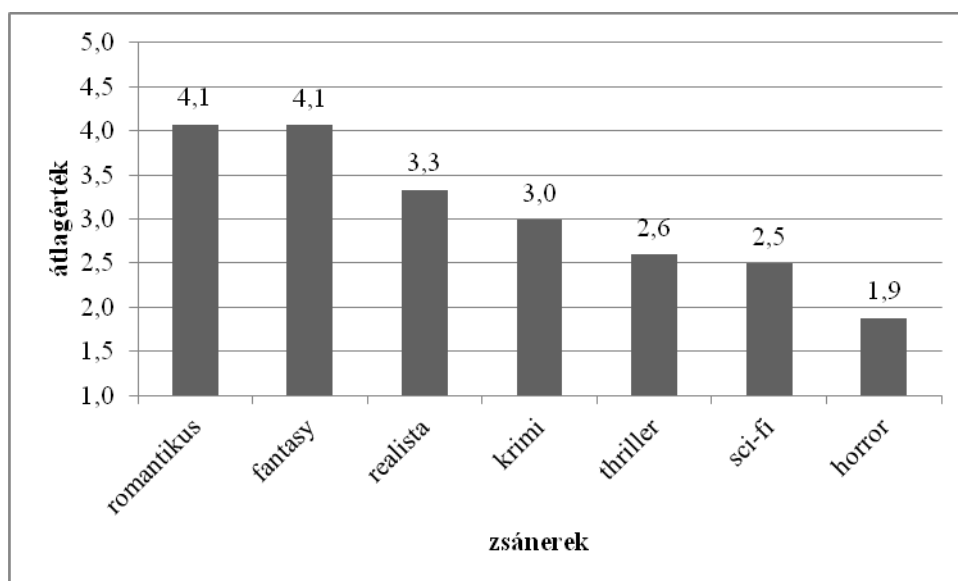
3. ábra: YA zsánerek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

A 3. ábrán jól látható, hogy a tinédzserek körében a fantasy és a romantikus zsáner a legkedveltebb. A legkevésbé kedvelt zsáner a horror lett.

4. ábra: NA zsánerek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

Az fiatal felnőtteken belül hasonlóan alakult a zsánerek átlagkedveltsége. Bár néhány érték eltér, ugyan úgy a romantika és a fantasy a legkedveltebb zsáner, míg a horror a legkevésbé olvasott. (4. ábra) (Horváth, 2024)¹⁸

Egy 2020-as cikk összegyűjtötte a legkedveltebb könyveket, amelyekből közvetetten szintén leszűrhető a zsánerek kedveltsége. A lista a következőképpen alakult:

- J. K. Rowling: Harry Potter-sorozat – *fantasy*
- Szerb Antal: Utas és holdvilág – *szépirodalom*
- Jane Austen: Büszkeség és balítélet – *történelmi romantikus*
- Antoine de Saint-Exupéry: A kis herceg – *mese*
- Delia Owens: Ahol a folyami rákok énekelnek – *szépirodalom*
- Szabó Magda: Abigél – *ifjúsági*
- J. R. R. Tolkien: A Gyűrűk Ura I-III. – *fantasy*
- Mihail Bulgakov: A Mester és Margarita – *szépirodalom*
- Orvos-Tóth Noémi: Örökölt sors – *pszichológia*
- Szabó Magda: Az ajtó – *pszichológiai fikció*
- Gabriel García Márquez: Száz év magány – *mágikus realizmus/misztikus*
- Ken Follett: A katedrális – *történelmi regény*
- Agatha Christie: Tíz kicsi néger – *krimi*

- Jojo Moyes: Mielőtt megismertelek – *romantikus*
- Michelle Obama: Így lettem – *önéletrajz* (Deszkavízió, 2020)¹⁹

Mint látható elég széles a paletta, hogy miket olvasnak szívesen az emberek. Valószínűleg ennek egyik oka az lehet, hogy a kor és a nem befolyásolja, mit olvasnak az emberek, amit korábbi tanulmányok igazoltak.

1.5 E-BOOK VAGY NYOMTATOTT KÖNYV

Az elektronikus könyvek iránti kezdeti érdeklődés után számos piacon lelassult az értékesítésük üteme, a piacának fenntartható növekedésére és a nyomtatott könyvek piacának erőteljes visszaesésére vonatkozó előrejelzések nem váltak valóra. Ráadásul az e-könyvek eladásai a vezető piacokon visszaestek. („Das E-Book”, 2017) Az eladások visszaesése azonban aligha magyarázható pusztán technológiai szempontból, mivel a legújabb innovációknak köszönhetően még könnyebbé vált az e-könyvek előállítása – és ami még fontosabb – terjesztése. Az önkiadás fellendülése bebizonyította, hogy az e-könyvek készítése és terjesztése milyen alacsony akadályokba ütközik. Új típusú olvasóeszközök jelentek meg, különösen a Kindle e-olvasó 2007-es bevezetése óta. Ezért az e-olvasók eladásának válsága az elmúlt néhány évben nem magyarázza az e-könyvek eladásának visszaesését, egyszerűen azért, mert más eszközök kielégítik a vásárlók olvasóeszköz iránti igényét. Az e-könyvek eladásának visszaesése és az e-olvasók használatának csökkenése közötti összefüggés külön kutatásokat igényel.

Az e-könyvek eladásának visszaesésére az árképzéssel kapcsolatos tényezőkben is magyarázatot lehetne keresni. A csökkenés másik oka lehet az interneten legálisan elérhető olcsó vagy ingyenes digitális tartalmak növekvő mennyisége és választéka. Az e-könyvek kalózfogyasztása árt az e-könyvek szabályozott értékesítését is.

Számos tanulmány foglalkozott az e-olvasás előnyeivel és hátrányaival. A nyomtatott könyvek olvasásának évszázados tapasztalatához képest az e-könyvek olvasásának legutóbbi húsz éve nagyon rövid időszakot jelent. Ezért hosszú távú tudományos vizsgálat alapján nem lehet következtetéseket levonni erről a viszonylag új médiajelenségről. A dinamikus technológiai fejlődés, különösen az e-olvasó eszközök használatában, szűkíti az olvasási szokásokra gyakorolt hatásukkal kapcsolatos kutatások időintervallumát.

¹⁸ Horváth R. (2024): A Skarlát kiadó marketingterve

¹⁹ Deszkavízió (2020): Kiderült, hogy mit olvasnak a magyarok, <https://deszkavizio.hu/kiderult-hogy-mit-olvasnak-a-magyarok/>, letöltési idő: 2024.10.04.

A Codex Group által az amerikai e-könyv-piacról készített felmérés két fő okot azonosított az e-könyvek eladásának visszaesésére: az e-olvasó eszközök korlátait és a „digitális fáradtságot” (Milliot, 2016). A Forbes magazin szintén a „digitális fáradtságot” jelölte meg az e-könyvek eladásainak visszaesésének egyik okaként, az áremelkedéssel és a máshonnan származó olcsó tartalommal együtt (Duffer, 2016). Egy két norvégiai általános iskolában végzett kutatás bebizonyította, hogy a képernyőn történő olvasás hatékonysága alacsonyabb a papíralapú olvasáshoz képest. (Mangen, Walgermo és Brønnick, 2013) Ezek mellett az e-könyvek visszaesésének oka lehet az is, hogy az olvasási szokások nagyon fenntarthatónak bizonyultak, és ezért a hagyományos nyomtatott könyvformátum iránti preferencia még az e-könyv eladások fellendülése után is szilárd maradt. A cikk az olvasási szokások elemzését követően a nyomtatott könyvek hagyományos olvasásának nagymértékű fenntarthatóságát állapította meg. A képernyőn történő kommunikációba és szórakozásba való korai bekapcsolódástól függetlenül a gyermekszegmens egyértelműen a nyomtatott könyvformátumot részesíti előnyben. A szépirodalmi és a tudományos/szakmai kategóriák bizonyultak a legsikeresebb e-könyv kategóriáknak. Az elektronikus formátumban megjelent műfajok közül a szabadidős olvasmányok, különösen a krimi és a thriller regények szerezték a legnagyobb részesedést. A tudományos és szakmai e-könyvek is nagy népszerűségnek örvendenek különböző gyakorlati okok miatt, mint például a megfizethető ár, a gyors hozzáférés, a célzott olvasás és a könnyű keresés (Alexandrov, 2018).²⁰

Egy 2022-es tanulmányban fókuszcsoportos vizsgálatot végeztek az e-könyvek és a nyomtatott könyvek közötti összefüggésekről és ellentétekről. A vizsgálat eredménye az mutatja, hogy az e-könyvek inkább kiegészítik, mint helyettesítik a nyomtatott könyveket. Egy kivétellel egyik résztvevő sem hagyta abba a nyomtatott könyvek olvasását, miután elkezdett digitális könyveket olvasni. Az e-olvasóval és különböző más digitális olvasóeszközökkel a könyvek olvasói ehelyett inkább bővítették olvasásukat a vásárlás, a választék, a mennyiség, a helyszínek és a körülmények tekintetében.

Az olvasók arról is beszámolnak, hogy az e-könyveket sokkal lineárisabban, egy menetben és egyszeri élvezetből olvassák, míg a nyomtatott könyveket gyakran nemlineárisabban (pl. lapozgatással, passzusok keresésével és ismételt olvasással), és gyakrabban olvassák újra. Az olvasáskutatás számára ezek a felismerések azt jelentik, hogy a különböző befogadási módokat nem lehet egyszerűen a különböző olvasási médiumoknak tulajdonítani, mivel a

²⁰ Alexandrov, G. (2018). *Impact of Content Suitability and Reading Habits on E-book Consumption*. Проблемы на постмодерността, 8(2), 168-181.

nyomtatott vagy digitális szövegeket különböző helyeken, különböző gyakorlatokkal és elvárásokkal olvassák. Az e-könyvek praktikus és egyszer használatos tárgyak, míg a nyomtatott könyveket egyedi és tartós értéktárgyaknak tekintik (Kosch, Stocker, Schwabe és Boomgaarden, 2021).²¹

Bár manapság úgy tartják, hogy az olvasás népszerűség csökkent, az olvasás még mindig kedvelt elfoglaltságnak számít. A magyar kutatások szerint, noha különböző eredmények születtek, elmondható, hogy a lakosság fele legalább alkalomszerűen olvas.

Arról is különböző értékek születtek, hogy a zsánერიrodalom mennyire kedvelt az olvasók körében, de az mindenképpen levonható következtetés, hogy manapság is olvasnak zsánერიrodalmat a fogyasztók.

A kutatások kitértek arra is, hogy a férfiak és nők, illetve fiúk és lányok olvasási hajlandósága mennyire eltérő. Bár kijelenthető, hogy több nő és lány olvas, az sem elhanyagolható, hogy a férfiak és fiúk körében is kedvelt elfoglaltságot jelent az olvasás. A kedvelt műfajok és zsánerek is mutattak átfedést, azonban ott látványosabb a különbség a két nem között.

Zsánerkutatást eddig még nem folytattak le olyan formában, amelyben én vizsgálom a zsánereket. A korábbi kutatásokban általánosságban foglalkoztak azzal, hogy az olvasók milyen műfajokat és zsánereket olvasnak szívesen. Ezek alapján elmondható, hogy a fogyasztók körében kedvelt zsánerek eltérőek, minden kutatásban másféle sorrend és eredmény született. Ennek oka lehet, hogy a kitöltők összetétele más volt korban és nemben egyaránt.

Összességében elmondható, hogy olyan kutatást még nem végeztek, amelyben megállapították, hogy a különböző zsánereket milyen fogyasztók olvassák, melyik zsánerek mi lehet a tökéletes buyer personája. Ennek következtében a dolgozatom igényli a primer kutatás lefolytatását, amelyben olyan kérdőívet állítok össze, hogy zsánerek lebontásban lehessen vizsgálni a fogyasztók összetételét, olvasói és vásárlási szokásait.

2. A KÉRDŐÍVES KUTATÁS

A dolgozatom primerkutatása részében kérdőíves megkérdezéssel szereztem meg a szükséges információkat. A kérdőívet Google Drive Űrlap formájában készítettem el, és 2024. október 19. és 23. között tettem elérhetővé különböző internetes felületeken. Olyan helyeket választot-

²¹ Kosch, L., Stocker, G., Schwabe, A., & Boomgaarden, H. G. (2021). *Reading fiction with an e-book or in print: Purposes, pragmatics and practices. A focus group study*. *Scientific Study of Literature*, 11(2), 196-222.

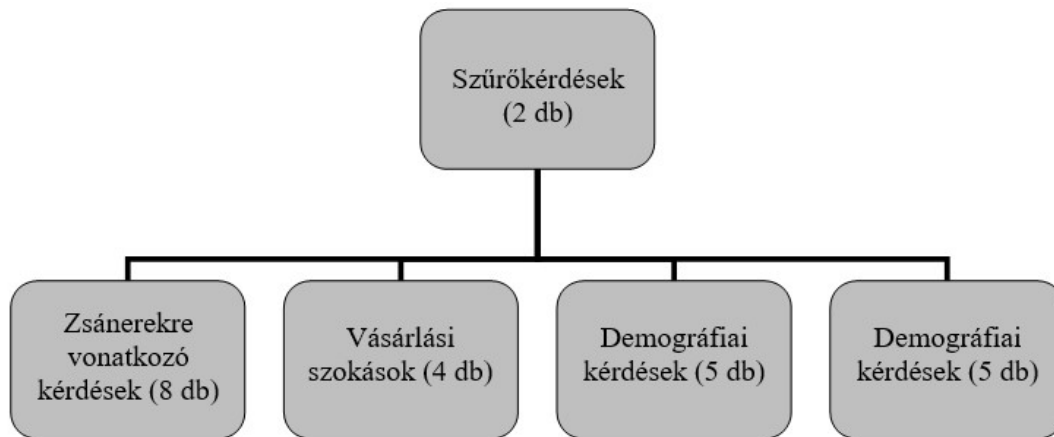
tam, ahol a kérdőívem célcsoportjai, tehát az olvasók megtalálhatók. Ilyen felületek voltak a különböző Facebook csoportok, például Watterpadosok vagy a Tinta és Papír Írói csoport, illetve a Moly.hu különböző zónái, például a Fantasy zóna, vagy A retteges zónája, ahol a horror kedvelők találhatók meg. Ez idő alatt 300 válasz érkezett, és mind a 300 kitöltő megfelelt az első szűrőkérdésnek, miszerint mindenki olvas regényt. Ám mivel nem értem Magyarország összes olvasóját, a minta nem reprezentatív. A kutatásom, mivel olvasói szokásokat kutatok, feltáró kutatás és leíró jellegű (Malhotra, 2009).²²

A kutatásom célja, hogy meghatározzam az egyes zsánerek (fantasy, romantika, sci-fi, krimi, történelmi regény, thriller, horror és kalandregény) fogyasztói rétegét, olvasási és vásárlási szokásait. Ennek következtében külön-külön fogom vizsgálni az egyes zsánerek válaszait, majd következtetéseket vonok le az egész mintára vonatkozóan is. A kérdőívemet, amely látható az 1. mellékletben, éppen ezért nem szakaszonként, hanem blokkonként építettem fel. Először két szűrőkérdéssel találkoztak a kitöltők. Az egyik kiszűrte azokat, akik nem olvasnak, a második pedig, hogy az olvasóknak melyik a kedvenc zsánerük, amelyben a legtöbbet olvasnak. A második szűrőkérdés mindenkit a saját zsánere blokkjába vezette, ahol három kérdéskörben válaszolhattak: olvasói szokások, vásárlási szokások, és demográfia.

Az olvasói szokások témakör többnyire attitűdállításokat tartalmaz, amelyeket Likert-skálával mértem. A kitöltők egy 5-ös Likert-skálán jelölhették be, hogy mennyire igazak rájuk az alábbi állítások. Itt főként arra voltam kíváncsi, hogy milyen körülmények között olvasnak, mennyire igazak rájuk általános attitűdállítások, amelyek egy nemzetközi kutatás (Verbeke, I., 2022) alapján lettek megállapítva, milyen alzsánerekben olvasnak a saját zsánereiken belül, illetve milyen más zsánereket olvasnak a saját zsánerükön kívül.

²² Malhotra, N. K. (2009): Marketingkutatás, Akadémiai Kiadó, Budapest, 3. fejezet

5. ábra: A kérdőív felépítése



Forrás: Saját összeállítás

A kérdőív 300 kitöltője többnyire nő volt (nő: 71,7%, 215 kitöltő, férfi: 28,3%, 85 kitöltő), ami betudható annak, hogy a nők szívesebben töltenek ki online kérdőívet, mint férfiak, ez nem bizonyítja azt, hogy a férfiak lényegesen kevesebben olvasnának a nőknél. A válaszadók főként a középkorú korosztályból kerültek ki (165 kitöltő, 55%), de a fiatal felnőttek közül is sok kitöltő akadt (111 kitöltő, 37%), az idősebb (19 kitöltő) és a fiatalabb (5 kitöltő) korosztályból került ki a legkevesebb kitöltő. A válaszadók többnyire diplomával rendelkeznek (58%), és értelmiségi munkát végeznek (68,7%) (1. táblázat).

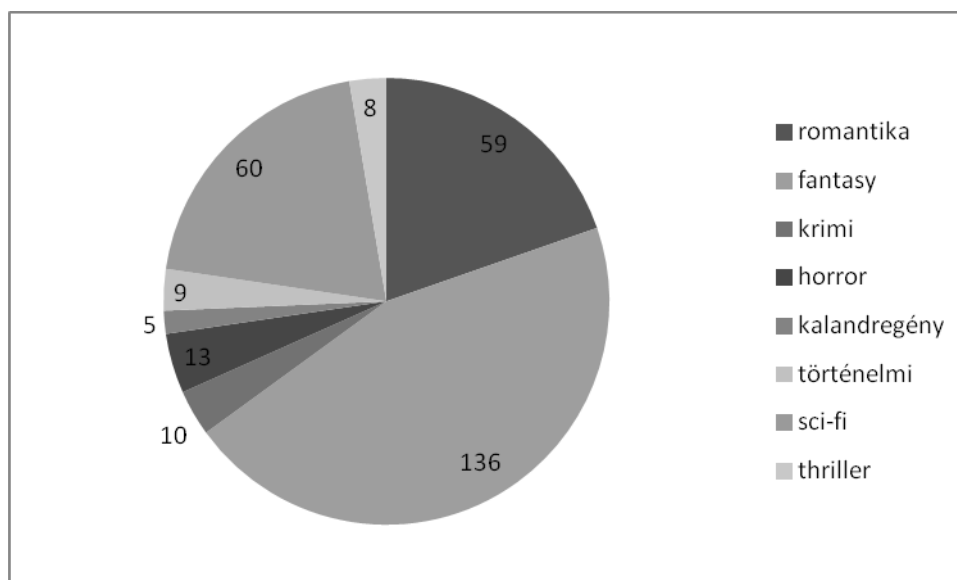
1. táblázat: A minta demográfiai összetétele

Nem	Nő	Férfi			
	71,7%	28,3%			
Életkor	18 év alatt	18-30 év	31-50 év	50 év felett	
	1,7%	37%	55%	6,3%	
Lakóhely	főváros	megyeszékhely	város	falu	
	34,7%	22,7%	29%	13,7%	
Végzettség	8 osztály	érettségi	szakmunkás	diploma	
	3,7%	34,3%	4%	58%	
Foglalkozás	Tanuló	Egyetemista	Értelmiségi munkát végző	Fizikai munkát végző	Munkanélküli
	3%	14,3%	68,7%	7,3%	6,7%

Forrás: Saját szerkesztés, n=300 fő

A zsánermegoszlás a következőképpen alakult a felmérés során (6. ábra):

6. ábra: Zsánermegoszlás (db)



Forrás: Saját szerkesztés

A 6. ábrán jól látható, hogy néhány zsánerből egész szép számú kitöltés érkezett (fantasy 136 db, romantika 59 db, sci-fi 60 db), viszont néhány zsánerből alig érkezett kitöltés. Ez nem

azt jelenti, hogy azokat a zsánereket egyáltalán nem olvasnák a fogyasztók, a kevés kitöltés szám két okkal magyarázható. Az egyik, hogy nem sikerült elérni azokat a fogyasztókat, akik szeretik az adott zsánert. A másik, hogy ennél a kérdésnél a kitöltők csak egy zsánert választhattak, mivel arra voltam kíváncsi, melyik az a zsáner, amelyet a legszívesebben olvasnak. Valószínűleg a kevés kitöltésű zsánerek nem a főkedvencek, inkább más zsánerekkel együtt olvassák a fogyasztók.

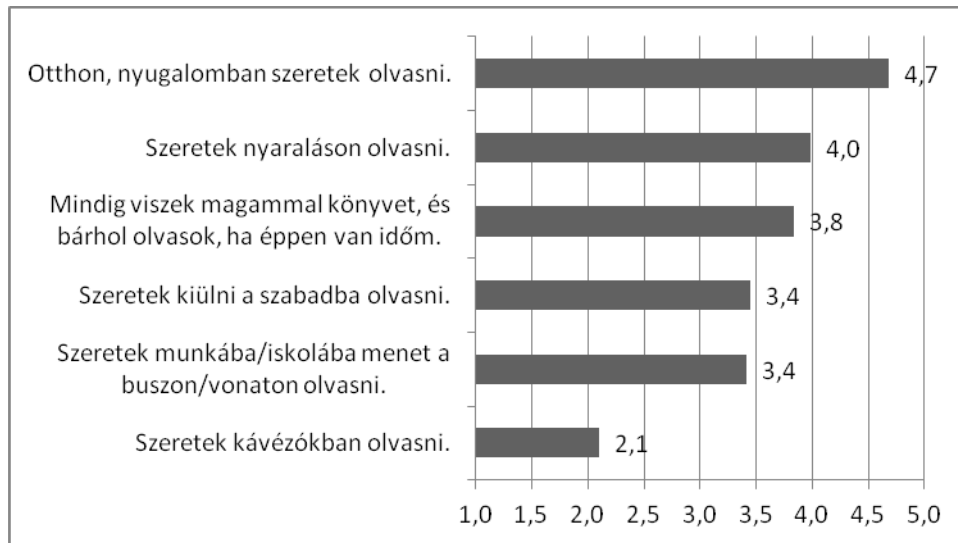
A kevés kitöltésszám miatt néhány zsánernél nem lehet messzemenő következtetéseket levonni, és megállapítani a tökéletes buyer personát, mivel már néhány további adat is torzíthatja az eredményt. Ennek ellenére feltételezéseket fogok tenni a következőkben ezekre a zsánerekre, viszont azok nem kezelhetők tényként, csupán irányadók egy lehetséges következő kutatáshoz.

2.1 FANTASY OLVASÓK

A fantasy zsánerhez érkezett a legtöbb kitöltés, így az ő elemzésükkel kezdem meg a kutatás feldolgozását. A demográfiai összetétel a következőképpen alakult. Az 136 kitöltésből 104 volt nő és 32 férfi. Ez nem jelenti azt, hogy a férfiak körében ez kevésbé kedvelt zsáner lenne, inkább azzal magyarázható, hogy az internetes kérdőíveket többnyire nők töltik ki. Korösszetételben többnyire a fiatal felnőttek (18-30 év között 56 kitöltés) és középkorúak (31-50 év között 72 kitöltés) körében népszerű zsáner. Végzettség szerint leginkább a diplomások (83 kitöltés) és az érettségivel rendelkezők (43 kitöltés) szeretik olvasni, és a legtöbben (94 kitöltés) értelmiségi munkát végeznek.

Mivel olyan internetes felületeket kerestem, ahol többnyire a könyvmolyok találhatók meg, nem meglepő az eredmény, hogy a legtöbben naponta (69 kitöltés) vagy legalábbis majdnem naponta (49 kitöltés) olvasnak. Sokkal érdekesebb kérdéskör, hogy hol, milyen körülmények között szeretnek olvasni. (7. ábra)

7. ábra: Fantasy fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség



Forrás: saját szerkesztés

A 7. ábrán a kitöltők 1-5ig értékelhették, hogy mennyire igazak rájuk a feltett állítások. Az állítások a következők voltak:

- Otthon, nyugalomban szeretek olvasni.
- Szeretek kávézókban olvasni.
- Szeretek munkába/iskolába menet a buszon/vonaton olvasni.
- Szeretek kiülni a szabadba olvasni.
- Szeretek nyaraláson olvasni.
- Mindig viszek magammal könyvet, és bárhol olvasok, ha éppen van időm.

Jól leolvasható az ábráról, hogy a fantasy fogyasztók leginkább az otthoni, nyugalmas olvasást preferálják, amikor senki sem zavarja meg őket, ellenben a zajos kávézókkal, amelyre a legtöbb nagyon nem jellemző rájuk állítás érkezett. Viszont az is megfigyelhető, hogy nagyon sokan mindig visznek magukkal könyvet, hogy bármikor olvashassanak, illetve még a nyaralás elengedhetetlen kellékének is számít egy jó regény.

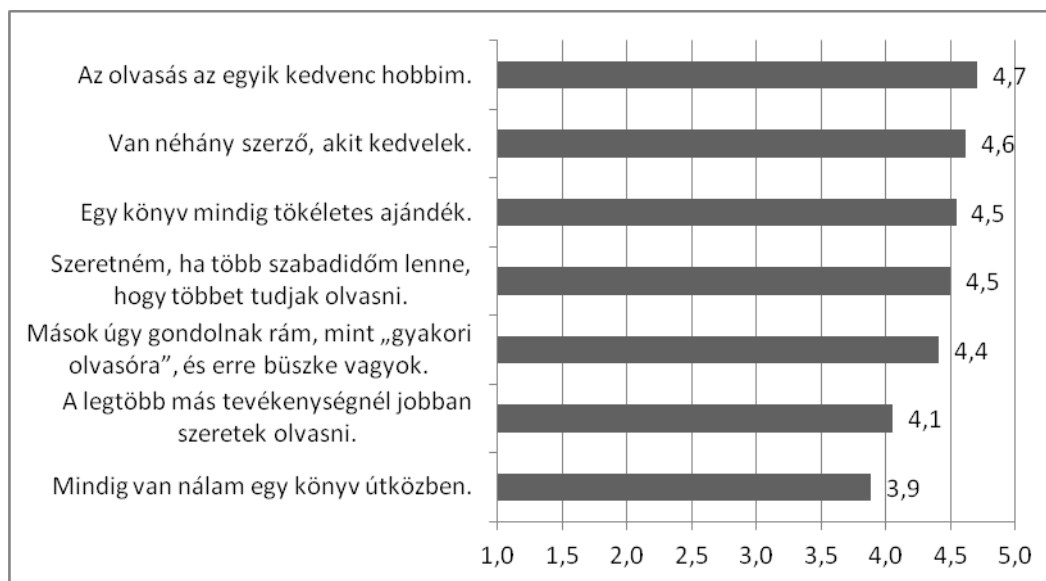
A kitöltőknek nem csak az olvasási körülményeikkel kapcsolatban kellett kitölteniük egy 1-5ig terjedő Likert-skálát, feltettem nekik néhány attitűdállítást is, amelyek a következők voltak:

- Az olvasás az egyik kedvenc hobbim.
- Szeretném, ha több szabadidőm lenne, hogy többet tudjak olvasni.
- Egy könyv mindig tökéletes ajándék.

- Van néhány szerző, akit kedvelek.
- Mások úgy gondolnak rám, mint „gyakori olvasóra”, és erre büszke vagyok.
- Mindig van nálam egy könyv útközben.
- A legtöbb más tevékenységnél jobban szeretek olvasni.

Az átlageredményt a következő ábra foglalja össze (8. ábra):

8. ábra: Fantasy fogyasztók attitűd állításainak átlagértéke



Forrás: saját szerkesztés

A 8. ábráról jól leolvasható, hogy szinte minden állítás nagyon is igaz a fantasy olvasókra, egy kivétellel mindegyik érték 4 felett van. Az egyáltalán nem jellemző állítás csupán három kérdésnél merült fel válaszként, akkor is elenyésző számban. Egyedül a Mindig van nálam egy könyv útközben jelölték meg 10-en, hogy egyáltalán nem jellemző rájuk. Ennek oka lehet, hogy egy regényt nem mindig könnyű magunkkal cipelni, vagy éppen tudjuk, hogy bárhova megyünk, nem megfelelő a körülmény az olvasáshoz. Viszont 64-en jelölték, hogy mindig van náluk egy könyv, nem bízzák a véletlenre, hogy ne tudjanak olvasni.

Ezért sem meglepő, hogy annál a kérdésnél, hogy hány könyvet olvasnak évente, a fantasy olvasók fele (50,3%, 72 kitöltés) évente több mint 50 regényt olvas, és csak 11 kitöltő jelölte meg, hogy évente kevesebb, mint 10 könyvet olvas el.

Többnyire a nyomtatott könyveket preferálják. 29-en jelölték meg, hogy csak nyomtatott könyveket olvasnak, legnagyobb százalékban (47,1%) 64-en jelölték, hogy bár olvasnak e-könyvet is, a nyomtatott könyveket szereti. Ami számomra érdekes megállapítás volt, hogy 3-

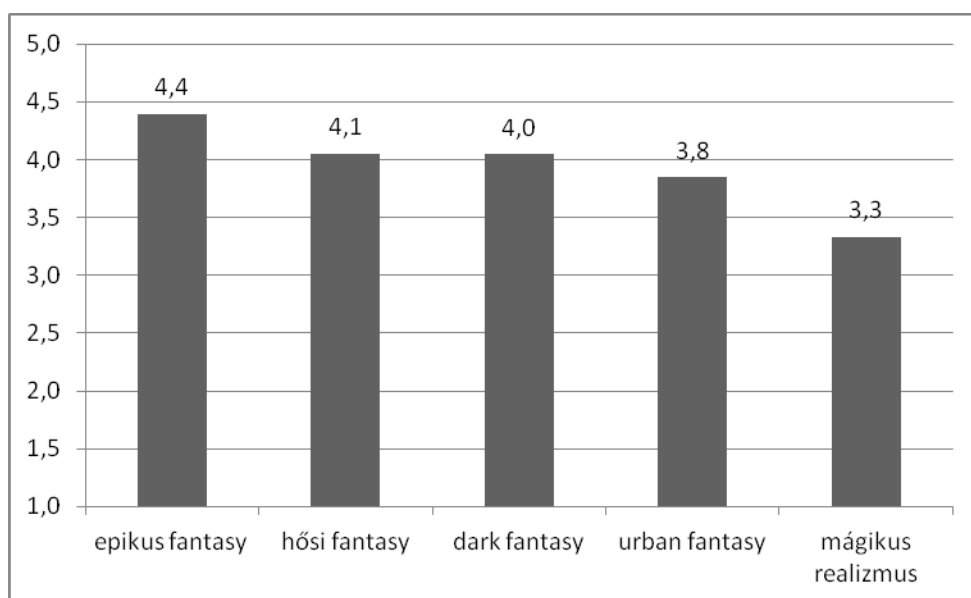
an megjelölték, hogy ők csakis kizárólag e-bookot olvasnak, és 13-an bár olvasnak nyomtatott könyveket is, az e-könyveket preferálják.

A zsánereken belül alzsánáreket is megkülönböztetünk. A fantasy alzsánerei a következők:

- mágikus realizmus
- urban fantasy
- epikus fantasy
- hősi fantasy
- dark fantasy

Az előzőekhez hasonló Likert-skálán lehetett bejelölni, hogy a kitöltők mennyire szívesen olvassák az alzsánereket.

9. ábra: Fantasy alzsánerek átlagkedveltsége



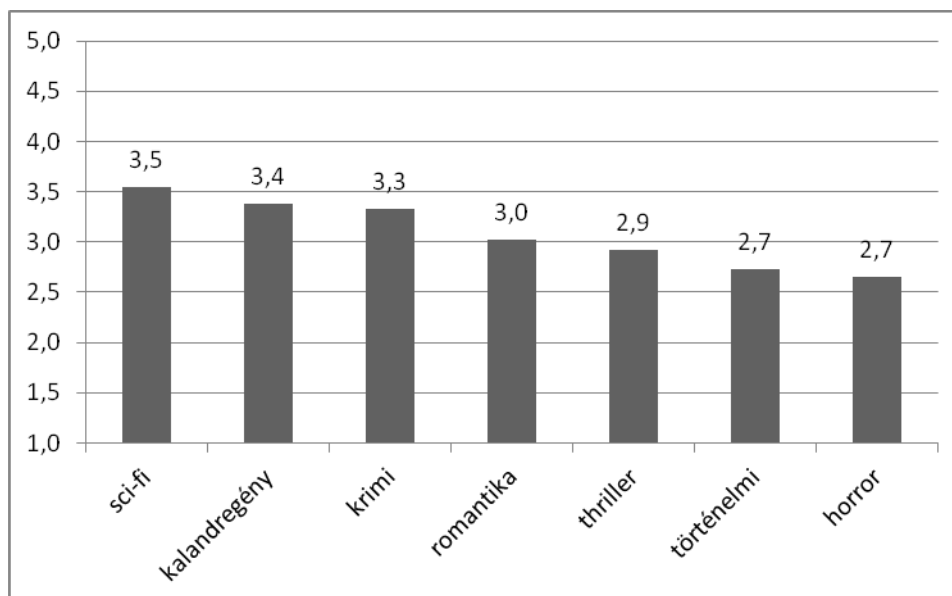
Forrás: saját szerkesztés

A fantasy alzsánereinek kedveltségénél nincsenek túlságosan kiugró értékek. Egyedül a mágikus realizmus maradt le a többi alzsánertől, amelynek oka lehet, hogy a mágikus realizmus az, amelyik a legjobban eltér a többitől, és más hangulatot ad a történeteknek. (9. ábra)

Arra is választ kerestem, hogy a zsánerfogyasztás mennyire keveredik az egyes fogyasztóknál, jelen esetben, hogy a fantasy olvasók milyen más zsánerben olvasnak még. 5-ös Likert-skálán kellett bejelölniük, hogy mennyire jellemző rájuk, hogy olvasnak az adott zsánerben. Ez alapján kijelenthető, hogy nincs olyan zsáner, amelyet ne olvasnának a fantasy ol-

vasók, viszont több zsánernél elég sokan jelezték azt is, hogy ők abban a zsánerben egyáltalán nem olvasnak. A zsánerek átlagkedveltsége a következőképpen alakult (10. ábra):

10. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

A 10. ábráról leolvasható, hogy nincs túlzott eltérés a zsánerek között, többnyire mindegyik más zsánerben is olvasnak a fantasy fogyasztók. Legkedveltebb zsánernek a sci-fi, a kalandregény és a krimi számított, míg legkevésbé kedveltnek a történelmi és a horror.

A kérdőívem második részében felmértem a fantasy olvasók vásárlási szokásait is. Az eredmények alapján elmondható, hogy a kitöltők többnyire havonta vásárolnak regényt (84 kitöltés), évente több mint 15 regényt vásárolnak (85 kitöltés), és akár évi 50.000 Forint felett is költenek könyvvásárlásra (40 kitöltés 50.001-100.000 Forint, 45 kitöltés 100.000 Forint felett). 47%-uk szívesen vásárol könyvesboltban és online egyaránt is, míg 43%-uk inkább online, és csupán 10% szeret könyvesboltban vásárolni.

A kérdőív adatai alapján elkészítettem a dolgozatom egyik célját, a tökéletes buyer personát a fantasy fogyasztókhoz.

11. ábra: Fantasy fogyasztók Buyer Personája

Buyer Persona

Ügyfél profilja ✕



Olivia, 32

Családi állapot	Egyedülálló
Nem	Nő
Havi bevétel	500.000 Ft
Végzettség	Tervezőgrafika
Foglalkozás	Grafikus
Lakhely	Budapest

Ügyfél olvasási szokásai ✕

Kedvenc zsáner	fantasy
Kedvenc alzsáner	epikus és urban fantasy
Kedvelt más zsáner	romantika, krimi
Kedvenc olvasási hely	otthon
Kedvenc könyvformája	nyomtatott

Miért fantasyt olvas?

“Egy jól felépített világban kalandozni segít kiszakadni a hétköznapiakból, és akár így sokkal hatékonyabban lehet eljuttatni az emberekhez akár kényesebb üzeneteket, témákat.”

Ügyfél vásárlási szokásai ✕

Milyen gyakran vásárol regényeket	havonta
Évente hány regényt vásárol	30
Mennyit költ évente regényvásárlásra	120.000 Ft
Hol vásárol szívesebben könyveket	online és könyvesboltban is

Forrás: saját szerkesztés

A fantasy fogyasztók tökéletes buyer personája egy fiatal/középkorú nő, aki viszonylag magas bérezéssel rendelkezik, így van elkölthető jövedelme a hobbjára. Kedvenc zsánere a fantasy, azon belül az epikus és urban fantasyt is szívesen olvassa, de emellett a romantikát és a krimit sem veti meg. A nyomtatott könyveket jobban preferálja, más hangulatot kölcsönöz az olvasásnak, amikor hideg, téli estéken az otthon nyugalmaiban a kezébe vesz egy regényt, hogy kikapcsolódjon. Számára azért a fantasy a kedvenc zsánere, mert ezáltal tud teljesen kiszakadni a hétköznapiakból, és szerinte a fantasy által könnyebben lehet kényesebb üzeneteket is eljuttatni a fogyasztóknak. (11. ábra)

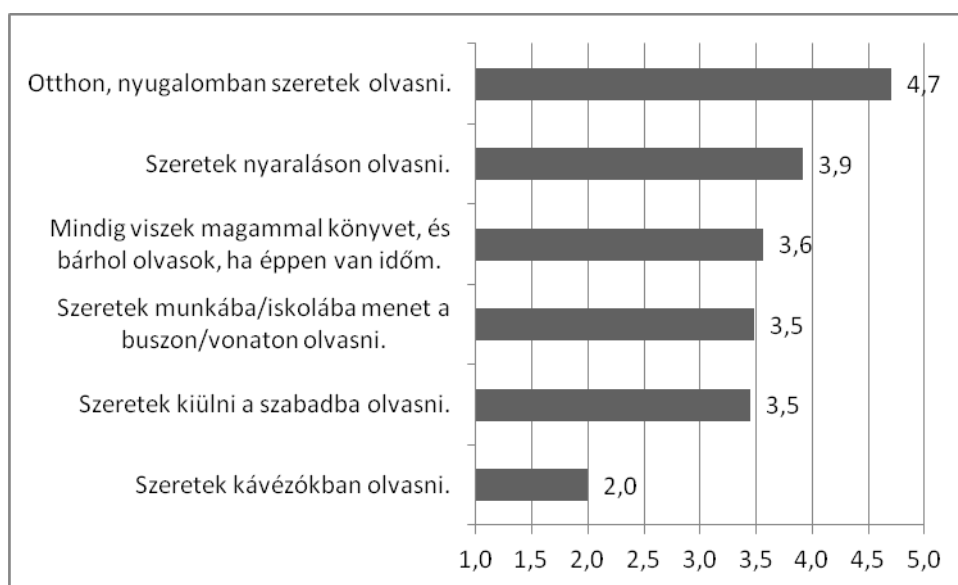
2.2 SCI-FI OLVASÓK

Az űrlappal 60 sci-fi olvasót értem el, amelyből 38 volt férfi, és 22 nő. Mivel alapjáraton a netes kérdőíveket többnyire nők töltik ki, így a számok alapján leszűrhető, hogy a sci-fi egy férfiasabb zsáner, de jól látható, hogy nem csak ők kedvelik. A középkorú olvasók között

népszerű zsáner, a kitöltők 73%-a ebbe a korcsoportba tartozik, viszont 18 év alatt egy kitöltő sem akadt, így kijelenthető, hogy a felnőttek zsánere. Végzettség szempontjából szintén a diplomások olvassák leginkább (68%), és az értelmiségi munkát végzők (82%).

A sci-fi olvasók körében szintén elmondható, hogy a kitöltők nagy része legalább majdnem naponta (32%), de inkább naponta (52%) olvas. Az, hogy hol szeretnek olvasni, az is hasonlóan alakult a fantasy olvasókhoz hasonlóan (12. ábra).

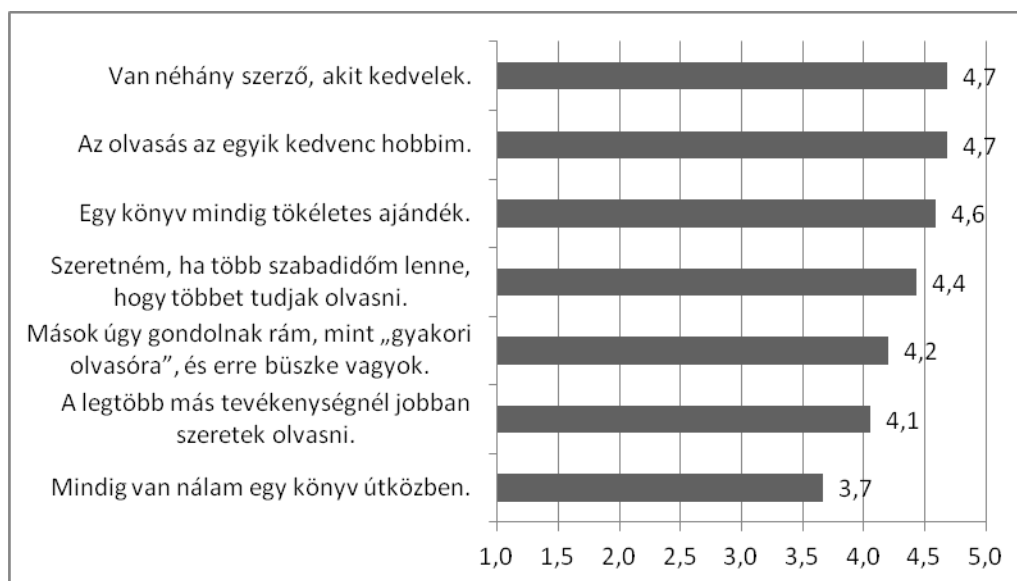
12. ábra: Sci-Fi fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség



Forrás: saját szerkesztés

Nem csak a sorrend, de legfeljebb egy-két tizedes eltéréssel az eredmények is ugyanazok, mint a fantasy olvasóknál. Ennek oka lehet, hogy a könyvmolyok a zsánerkedveltség eltéréseinek ellenére hasonló preferenciákkal rendelkeznek. (12. ábra)

13. ábra: Sci-Fi fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke



Forrás: saját szerkesztés

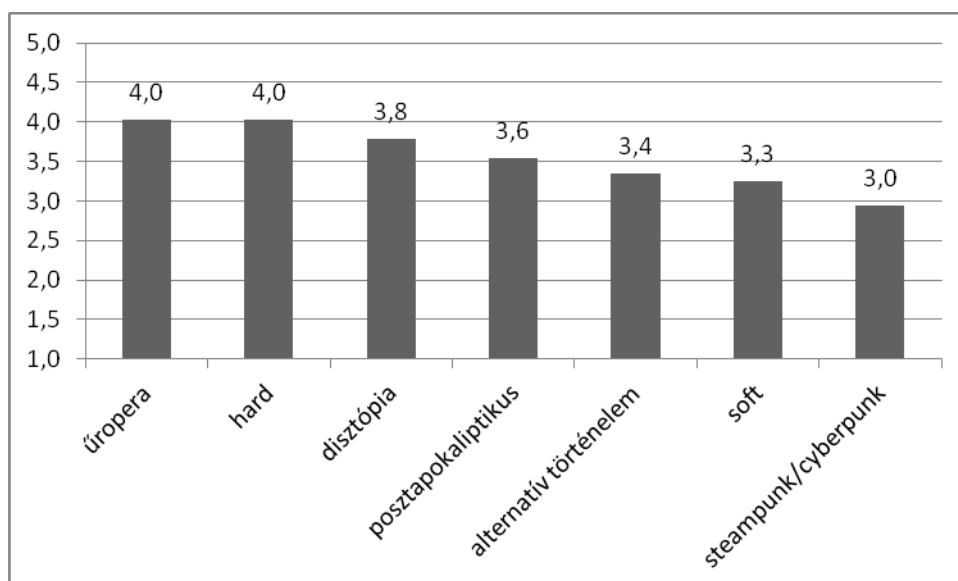
A sci-fi kitöltők körében szintén elmondható, hogy mindegyik állítás igaz rájuk, itt is csupán a mindig van nálam egy könyv útközben értéke csúszott 4 alá. (13. ábra) Ennek oka lehet, hogy olyan állításokat tettem fel, amelyek feltételezhetően igazak egy könyvmolyra, az általam elért csoportokban pedig főként könyvmolyok találhatók meg.

Ezért sem meglepő itt sem, hogy évente legalább több mint 10 könyvet olvasnak (több mint 50 könyvet 38%, 21-50 könyvet 33%, 11-20 könyvet 22%), az alatti értékeket csak négyen jelölték meg. A sci-fi olvasók viszont jobban preferálják a nyomtatott könyveket. 32-en jelölték meg, hogy nyomtatott és e-könyvet is olvasnak, de a nyomtatott könyveket jobban szeretik, míg 13-an megjelölték, hogy csak nyomtatott könyvet olvasnak.

A sci-fin belül szintén megkülönböztetünk alzsánereket:

- soft sci-fi
- űropera
- disztópia
- steampunk/cyberpunk
- posztapokaliptikus
- alternatív történelem
- hard sci-fi

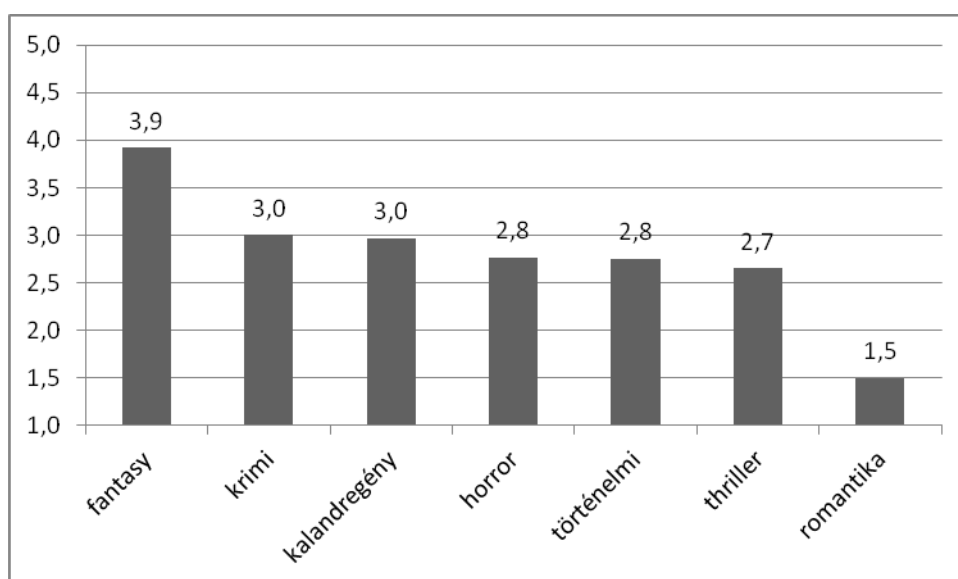
14. ábra: Sci-Fi fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke



Forrás: saját szerkesztés

Az alzsánerek átlagkedveltségét tekintve az értékek hasonlóan alakultak. A hard sci-fi és az űropera lett a legkedveltebb, míg a steampunk/cyberpunk egy egész értékkel lemaradt. Oka ennek az lehet, hogy a sci-fit többnyire az űroperával azonosítják, míg a steampunk/cyberpunk valamilyen szinten akár a fantasy közé is besorolható lenne, habár ténylegesen a sci-fi zsánerhez tartozik. Így előfordulhat, hogy akik kedvencnek jelölték a sci-fi zsánert, az űropera regények miatt tették. (14. ábra)

15. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

A sci-fi olvasók többi zsánerkedveltsége egészen érdekes alakult. A fantasy kimagaslóan kedvelt zsáner lett a körükben, míg a romantika nagyon alacsony értékelést kapott. (15. ábra) A fantasy nagy kedveltségének háttérében az állhat, hogy a sci-fi és a fantasy hasonló háttérrel rendelkezik, többnyire kitalált világban játszódó történetek, és mint korábban említettem a steampunk/cyberpunk nagyon is hasonlít a fantasyhoz. A romantika nem kedveltségének háttérében pedig nem az állhat, hogy ezek a fogyasztók nem kedvelnék, ha egy regényben romantika is szerepet kap, de legtöbbször az olvasók a romantikus regényeket azokkal a történetekkel azonosítják, amelyek a jelen korban állnak, és nincs más szál bennük, csak a romantikus szál, és egy sci-fi olvasónak ez unalmas lehet. Ha olvasnak olyan regényeket, amelyekben helyet kap a romantika, valószínűleg nem ez a főszál, így többnyire ezt már nem romantikus zsánerként azonosítjuk.

A sci-fi olvasók vásárlási szokásaik a következőképpen alakultak:

- 55% havonta, 35% legalább negyedévente, 10% pedig évente vásárol könyvet.
- 43% több mint 15 könyvet vásárol évente, de 45% legalább 11-et.
- Nagyrészt 25 és 100 ezer Ft költenek évente regényvásárlásra (64%).
- Többnyire (53%) online és könyvesboltban is szívesen vásárolnak, 42%-uk viszont az online vásárlást preferálja.

16. ábra: Sci-Fi fogyasztók Buyer Personája

Buyer Persona

Ügyfél profilja ✕



Tibor, 43

Családi állapot	Házas
Nem	Férfi
Havi bevétel	800.000 Ft
Végzettség	Építésmérnök
Foglalkozás	Saját vállalkozás
Lakhely	Budapest

Ügyfél olvasási szokásai ✕

Kedvenc zsáner	sci-fi
Kedvenc alzsáner	űropera
Kedvelt más zsáner	fantasy
Kedvenc olvasási hely	otthon
Kedvenc könyvformája	nyomtatott

Miért sci-fit olvas?

“ Segít kilépni a szürke hétköznapiakból, és a legtöbb sci-fi elgondolkodtató témákról szól.”

Ügyfél vásárlási szokásai ✕

Milyen gyakran vásárol regényeket	havonta
Évente hány regényt vásárol	16
Mennyit költ évente regényvásárlásra	80.000 Ft
Hol vásárol szívesebben könyveket	online

Forrás: saját szerkesztés

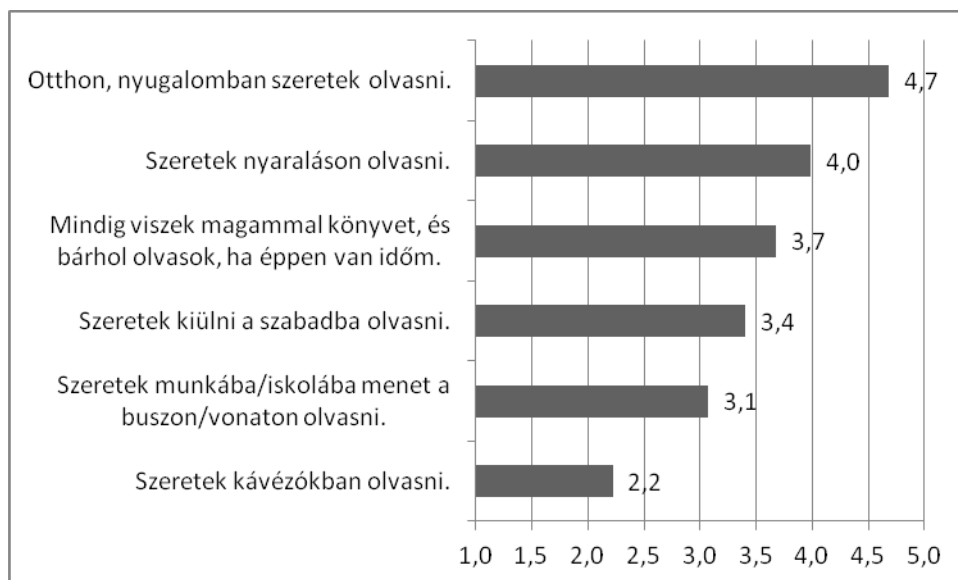
A sci-fi olvasók tökéletes buyer personája egy középkorú férfi, aki biztos jövedelemmel rendelkezik, hogy tudjon regényeket vásárolni, viszont tudatos a pénzével, így évente nem szán rá többet, mint 100.000 Forint. Kedvenc zsánere azért a sci-fi, mert elgondolkodtató témákról olvashat úgy, hogy közben kilép a hétköznapiok szürkeségéből, és pontosan ezért a másik zsáner, ami érdekli, a fantasy. Többnyire az űroperát kedveli, mert érdekli az űrben játszódó történetek. A hagyományos nyomtatott könyvet preferálja, viszont időhiány miatt inkább online rendeli meg őket, ahelyett, hogy bemenne egy könyvesboltba. (16. ábra)

2.3 ROMANTIKUS OLVASÓK

A kitöltők közül 59-en voltak a romantikus zsáner olvasói, és bár arra számítanánk, hogy ez a női zsáner, amely igaz is, volt egy férfi kitöltő. Korösszetételben szintén a fiatal felnőttek (32 kitöltő) és a középkorúak (25 kitöltő) voltak túlsúlyban. Végzettség tekintetében azonban nem csak a diplomások (49%) körében kedvelt zsáner, de az érettségivel rendelkezők (46%) is szí-

vesen olvassák. Munka tekintetében szintén főként értelmiségi munkát végeznek (59%), viszont az egyetemisták (25%) körében is kedvelt. Nagyobb részben naponta olvasnak (33 kitöltő), vagy legalábbis majdnem naponta (14 kitöltő).

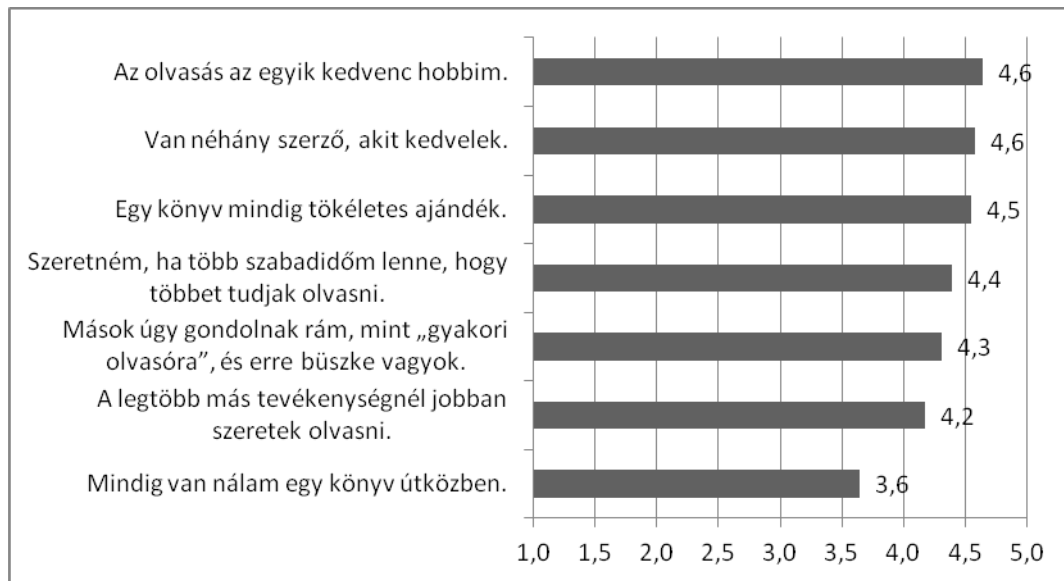
17. ábra: Romantika fogyasztók olvasási körülményei, átlagkedveltség



Forrás: saját szerkesztés

Az olvasási körülmények sorrendje a romantikus olvasóknál sem változott, az értékek is hasonlóan alakultak. (17. ábra) Ez alapján leszűrhető, hogy a korábbi feltételezés, mi szerint ezek az állítások zsánerkedveléstől függetlenül hasonlóak a könyvmolyoknál, bizonyosságot kezd nyerni.

18. ábra: Romantikus fogyasztók attitűdállításainak átlagértéke



Forrás: saját szerkesztés

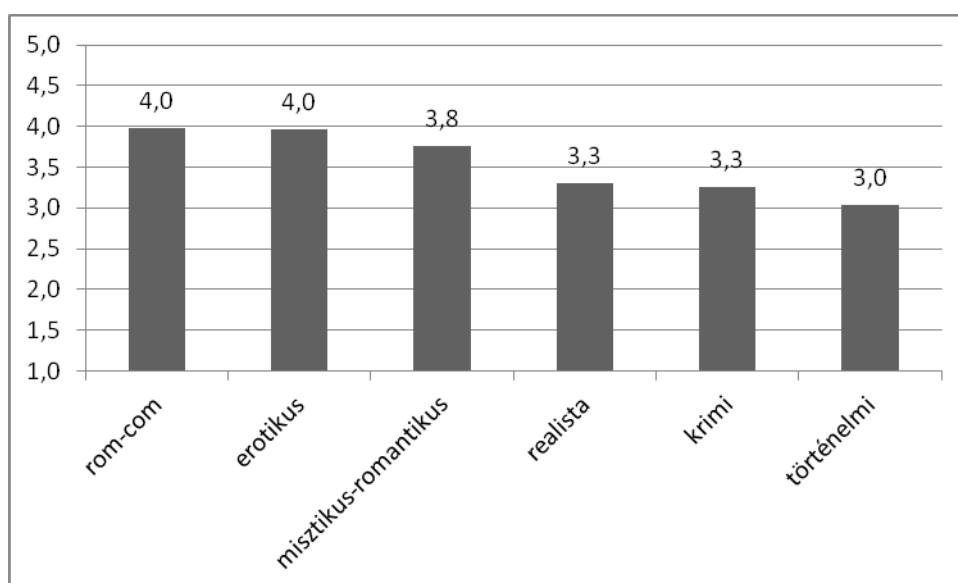
Az attitűdállítások szintén hasonlóan alakultak a romantikus olvasók körében, mint az eddig elemzett két zsánernél. (18. ábra) Ebből szintén azt következik, hogy ezek az állítások inkább általánosságban jellemző minden könyvmolyra zsánerkedveltségtől függetlenül.

Viszont az eddigi elemzésekhez képest a romantikus zsáner kedvelői azok, akik a legtöbb könyvet olvassák évente. 59%-uk jelölte meg, hogy ők évente több mint 50 regényt elolvasnak. A többihez hasonlóan, többnyire nyomtatott és e-könyvet is olvasnak, viszont a nyomtatott könyveket preferálják. 12 kitöltő csak nyomtatott könyvet olvas, 26 kitöltő mindkettőt, de a nyomtatott jobban szereti.

A romantikus zsáner alzsánerei:

- történelmi
- erotikus
- misztikus-romantikus
- realista
- rom-com
- krimi

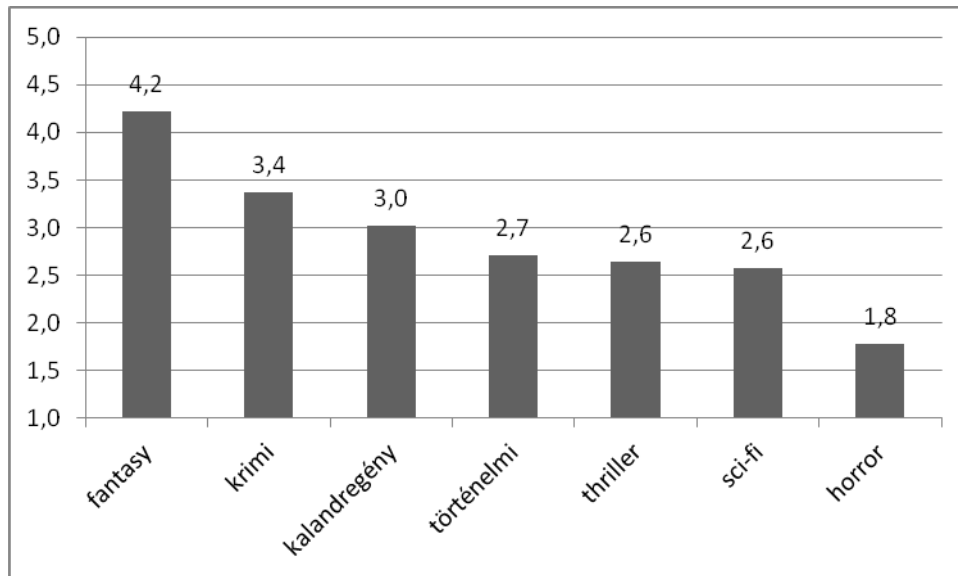
19. ábra: Romantika alzsánereinek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

Alzsánerek tekintetében a romantikus fogyasztók főként a rom-com és erotikus történeteket kedveleik, viszont nem annyira szeretik keverni ezt a zsánert krimivel vagy történelemmel. Ennek oka lehet, hogy a fogyasztók jobban szeretik az olyan történeteket, amelyek ők magukkal is megtörténhetnek, és bár kiszakadni a valóságból, mégis a realitás talaján maradni, mint olyant történetekről ábrándozni, amelyek biztosan nem történhetnek meg velük. (19. ábra)

20. ábra: Zsánerek átlagkedveltsége



Forrás: saját szerkesztés

A romantikus olvasók messzemenően jobban szeretnek fantasy zsánerben olvasni, mint más zsánerben, aminek oka az is lehet, hogy sok fantasy történetben van romantikus szál, így úgy olvashatnak romantikáról, hogy közben sokkal kalandosabb útra tévednek, és misztikus vidékeket fedezhetnek fel. (20. ábra)

Ami meglepő, hogy bár romantikus-krimiket a romantikus olvasók nem annyira szeretnek olvasni, mégis a krimi zsánere szerepelt második helyen a zsánerek listáján. Azonban ha jól megfigyeljük a romantikus-krimik átlagkedveltsége 3,3 lett, míg a krimi zsáneré 3,4, így a két érték között nincs nagy különbség. (20. ábra)

A vásárlási szokások a romantikus olvasók körében a következőképpen alakult:

- 48% havonta vásárol regényt, 36% negyedévente, 17% évente.
- 32 kitöltő 15 darab könyv felett vásárol évente, 4 kitöltő 11-15 darab között, 13 kitöltő 5-10 darab között, 10 kitöltő 10 darab között.
- Az évente regényvásárlásra költött összeg megoszló. 14% 10.000 Ft alatt, 15% 10.000-25.000 Ft között, 25% 25.001-50.000 Ft között, 22% 50.001-100.000 Ft között, 24% 100.000 Ft felett.
- 31 kitöltő online és könyvesboltban is szívesen vásárol, 24-en inkább az online vásárlást preferálják, és csupán 4-en jelölték meg, hogy könyvesboltban szívesen vásárolnak.

21. ábra: Romantikus fogyasztók Buyer Personája

Buyer Persona

Ügyfél profilja ✕



Anna, 28

Családi állapot	Kapcsolatban
Nem	Nő
Havi bevétel	300.000 Ft
Végzettség	Érettségi
Foglalkozás	Hotelben recepció
Lakhely	Sopron

Ügyfél olvasási szokásai ✕

Kedvenc zsáner	romantika	
Kedvenc alzsáner	rom-com	
Kedvelt más zsáner	fantasy	
Kedvenc olvasási hely	otthon	
Kedvenc könyvformája	nyomtatott	

Miért romantikát olvas?

“Szeretek olvasás közben kikapcsolódni, és a romantikus könyvekben legtöbbször nincsenek világmegváltó problémák.”

Ügyfél vásárlási szokásai ✕

Milyen gyakran vásárol regényeket	havonta
Évente hány regényt vásárol	18
Mennyit költ évente regényvásárlásra	80.000 Ft
Hol vásárol szívesebben könyveket	online és könyvesboltban is

Forrás: saját szerkesztés

A romantikus zsáner tökéletes buyer personája egy fiatal/középkorú nő, akinek a kedvenc alzsánere a rom-com. Szeret a munkája után egyszerű történetekben elmerülni, ahol nincsenek világmegváltó problémák, csak el kell merülni egy szerelmi történetben, miközben jókat lehet nevetni a vicces szituációkon. Viszont szereti a fantasyt is, azon belül is azokat a történeteket, amelyekben van romantika, így néha komplexebb mesékben felejtheti el a hétköznapi szűrkességét. (21. ábra)

2.4 A TÖBBI ZSÁNER

Mivel a többi zsánernél nem érkezett elég kitöltés az elemzéshez, akár egy további válasz torzíthatja az eredményt, így csak néhány következtetést vonok le ebben az alfejezetben a beérkezett válaszok alapján, azonban ezek csak spekulációnak felelnek meg, tényként nem kezelhetők.

- A többi zsánerben is hasonlóan alakultak az olvasói és vásárlási szokások, mint a korábban vizsgált zsánerekben.
- Meglepő módon a krimi kitöltők csak nők voltak, de ez inkább tudható be annak, hogy a kérdőív nem jutott el férfi krimiolvasókhoz. Az nem szűrhető le, hogy férfi vagy női zsáner inkább. A krimi inkább a középkorú fogyasztók körében kedvelt, de fiatal felnőttek is olvassák. A bűnügyi krimi a legkedveltebb alzsáner, de a detektív történetek is olvasottak, és a thriller a másik kedvelt zsáner.
- Nők és férfiak is kedvelik a horrort, szintén a középkorúak és a fiatal felnőttek körében kedvelt. A természetfeletti és a gótikus alzsáner a legkedveltebb, és kedvelt zsánernek számít a fantasy, a sci-fi és a thriller.
- A kalandregénynél is csak női kitöltők voltak, de ez nem jelenti azt, hogy férfiak nem olvasnák. 50 év alatt minden korosztályból volt kitöltő. A történelmi és a krimi a legkedveltebb más zsáner.
- Nők és férfiak is olvasnak történelmi regényeket, 18 év felett minden korosztályból volt kitöltő. A realista történelmi regény a legkedveltebb alzsáner, és a kalandregény a legkedveltebb más zsáner.
- Férfiak és nők is olvasnak thrillert, 18 év felett minden korosztályból volt kitöltő. A bűnügyi alzsáner a legkedveltebb, de kedvelt a pszichológiai thriller is. Szeretnek krimi és horrort olvasni.

2.5 KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kérdőíves kutatás során az egyes zsánerek fogyasztói szokásait vizsgáltam, és célom volt megállapítani hozzájuk a tökéletes buyer personát. A fantasy, a sci-fi és a romantikus zsánerhez elegendő kitöltés érkezett, hogy el tudjam végezni a részletes elemzést, és elkészíteni hozzájuk a buyer personát.

A három zsáner elemzését követően megállapítható, hogy a zsánerfogyasztók olvasói és vásárlási szokásai nem térnek el lényegesen egymástól. Az általam vizsgált kérdéskörök inkább jellemzik a könyvmolyokat, mint egy nagy csoportot, sem mint zsánerek szerinti lebontásban a fogyasztói csoportokat. Ezt megtámogatta a többi zsánernél érkező válaszok, amelyek a kevés kitöltés szám miatt nem kerültek bele részletesen a dolgozatba. Az olvasói és vásárlási szokásaik is hasonló eredményeket mutattak, mint a dolgozatba bekerült három zsáner.

Következtetésképpen elmondható, hogy ha olvasói és vásárlási szokásokat szeretnék vizsgálni, nem feltétlenül szükséges a fogyasztókat zsánerek szerint szegmentálni, célszerű lehet

egy csoportként kezelni az ilyenfajta kutatások alkalmával, és azt vizsgálni, hogy a zsánerek olvasottsága hogyan alakul, ha a kitöltők nem csak egy főzsanert jelölhetnek meg.

Viszont kiadók szempontjából nem mindegy, hogy kik alkotják az olvasói csoportjukat, így ha szeretnék látni a fogyasztók összetételét, és megállapítani, hogy számukra hogyan néz ki a tökéletes buyer persona, az ilyenfajta kutatás hasznos lehet nekik. Pontosan tudják, kiknek kell eladni a terméket, hol érik el ezeket a fogyasztókat, és miként kalkulálhatnak a vásárlási szokásaikkal.

A korábbi, 2024-es tavaszi TDK alkalmával vizsgáltam Magyarország nevesebb kiadóit. Az általuk elérhető buyer personák, amelyeket meghatároztam:

- **fantasy:** Álomgyár, Kossuth Kiadó, Anassa Könyvek, 21. század kiadó, Rainy Days, Művelt Nép Könyvkiadó, Könyvmolyképző Kiadó, Maxim Könyvkiadó, Cartaphilus Könyvkiadó, Menő könyvek, Fairbooks, NewLine Kiadó, Bookdreams Kiadó, Libri Kiadó, Alexandra
- **sci-fi:** Álomgyár, Kossuth Kiadó, Anassa Könyvek, 21. század kiadó, Könyvmolyképző Kiadó, Cartaphilus Könyvkiadó, Libri Kiadó, Alexandra
- **romantika:** Álomgyár, Kossuth Kiadó, Anassa Könyvek, 21. század kiadó, Pioneer books, Művelt Nép Könyvkiadó, Könyvmolyképző Kiadó, Maxim Könyvkiadó, Cartaphilus Könyvkiadó, Menő könyvek, Magnólia, Fairbooks, NewLine Kiadó, Bookdreams Kiadó, Libri Kiadó, Dopamin, Alexandra

Korábbi kutatásomban nem vizsgáltam, de érdemes még megemlíteni az ismertebb kiadókat a fantasy piacon is: Gabo Kiadó (foglalkozik romantikával és sci-fivel is), Agave (foglalkozik romantikával és sci-fivel is), Fumax (foglalkozik sci-fivel is), Delta Vision (foglalkozik romantikával és sci-fivel is).

Mint látható rengeteg kiadó nem csak egy zsánerral foglalkozik, aminek oka, ami a kutatásomból is jól látszik, hogy az olvasói réteg nem csak és kizárólag egy zsánerekben olvas, ki szélesebb, ki keskenyebb palettán mozog a zsánerek tekintetében. A tökéletes buyer persona tehát nem kifejezetten egy-egy kiadónak összességében segít, hanem a zsánerspecifikus termékek reklámozásában és értékesítésében, hiszen nagy eséllyel egy középkorú férfinak a sci-fi regényt nem úgy tudjuk eladni, mint egy huszonéves fiatal lánynak a romantikus regényt. Ahhoz, hogy tudjuk, kinek és hogyan reklámozzuk az adott regényt, tudnunk kell, hogy kik olvassák az adott zsánert.

ÖSSZEGZÉS

A TDK dolgozatomban zsánerkutást végeztem a könyvpiacra. Arra kerestem választ, hogy az eltérő zsánerben olvasó fogyasztóknak eltérnek-e az olvasási és vásárlási szokásaik, illetve a zsánereknek mi a tökéletes buyer personája.

A dolgozatomat szekunderinformációk feldolgozásával kezdtem, amelyek főként olvasási szokásokra tértek ki bizonyos szegmenseknél, viszont zsánerirodalommal konkrétan egyik sem foglalkozott. Az eredmények alapján elmondható, hogy bár manapság úgy tartják, hogy az olvasás népszerűség csökkent, az olvasás még mindig kedvelt elfoglaltságnak számít. A magyar kutatások szerint, noha különböző eredmények születtek, elmondható, hogy a lakosság fele legalább alkalmanként olvas. És noha a zsánerirodalommal konkrétan egyik kutatás sem foglalkozott, az eredményekből az leszűrhető, hogy az olvasók körében kedveltnek számít a zsánerirodalom. Az általam feldolgozott kutatások kitértek arra is, hogy a férfiak és nők, illetve fiúk és lányok olvasási hajlandósága mennyire eltérő. Bár kijelenthető, hogy több nő és lány olvas, az sem elhanyagolható, hogy a férfiak és fiúk körében is kedvelt elfoglaltságot jelent az olvasás. A kedvelt műfajok és zsánerek is mutattak átfedést, azonban ott látványosabb a különbség a két nem között.

Mivel olyan kutatást még nem folytattak le, amely konkrétan lefedte volna az én kérdéskörömet, ezért a dolgozatomat primerkutatással folytattam. Kérdőíves felmérést végeztem, ahol az űrlapot 2024. október 19. és 23. között tettem elérhetővé különböző online felületeken. Ez idő alatt 300 kitöltés érkezett, viszont csak három zsánerben értem el érdemleges kitöltés számot. Ennek következtében a fantasy, a sci-fi és a romantikus zsánert elemeztem részletesen, és alkottam meg hozzájuk a tökéletes buyer personát. A többi zsánerhez csak feltételezéseket tettem, mivel a kevés kitöltésszám következtében akár egy további kitöltés is torzíthatná az eredményt.

Az elemzésem során kiderült, hogy olvasási és vásárlási szokásokban nem beszélhetünk érdemleges eltérésekről az egyes zsánerek fogyasztói között. Ezek a szokások inkább jellemzik magát az olvasói szegmenst, mint sem külön az egyes zsánerek fogyasztóinak csoportját. Összességében mindegyik zsáner fogyasztóiról elmondható, hogy majdnem napi szinten olvasnak, a kitöltők közel fele évente több mint 50 regényt elolvas, és a válaszadók nagy részénél az olvasás a kedvenc hobbijuk. A kitöltők nagyobb része havonta vásárol regényt, évi több mint 15 könyvet vesz, és online és könyvesboltokban is egyaránt szívesen vásárol.

A dolgozatom gyakorlati hasznossága, hogy a fantasyval, sci-fivel és/vagy romantikával foglalkozó kiadók láthatják, hogy számukra kik a tökéletes vásárlók, milyen a demográfiai

összetételük, mik a fogyasztói szokásaik. Ezeket az információkat felhasználhatja stratégiaalkotásra, kommunikációs terv készítésére, ami támogatja a hatékony marketingmunkát. A kutatásomban azonban nem teljes körű, mivel a legtöbb zsánerekben nem értem el érdemleges ki-töltésszámot. Későbbi kutatásként javasolt lehet a téma folytatása, és meghatározni a fennma-radó zsánerek tökéletes buyer personáját.

IRODALOMJEGYZÉK

- Adams, R. (2015): Girls like digital media while boys prefer print, finds study on reading habits, <https://www.theguardian.com/education/2015/may/20/girls-like-digital-media-while-boys-prefer-print-finds-study-on-reading-habits>, letöltési idő: 2024.10.04.
- Alexandrov, G. (2018). *Impact of Content Suitability and Reading Habits on E-book Consumption*. Проблеми на постмодерността, 8(2), 168-181.
- Bauer A., Berács J., Kenesei Zs. (2014): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest, 4. fejezet
- Bernát A. és Hudácskó Sz. (2020): *Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások*, file:///C:/Users/horva/Downloads/TARKI_olvasas2020_tanulmany.pdf, letöltés ideje: 2024.10.02.
- Clark, C., & Douglas, J. (2011). *Young People's Reading and Writing: An In-Depth Study Focusing on Enjoyment, Behaviour, Attitudes and Attainment*. National Literacy Trust.
- Deszkavízió (2020): Kiderült, hogy mit olvasnak a magyarok, <https://deszkavizio.hu/kiderult-hogy-mit-olvasnak-a-magyarok/>, letöltési idő: 2024.10.04.
- digitalhungary.hu (2023): Felmérés: *A magyarok 15%-a naponta, negyede soha nem olvas*, <https://www.digitalhungary.hu/kultura/Felmeres-A-magyarok-15-a-naponta-negyede-soha-nem-olvas/20784/>, letöltés ideje: 2024.10.02.
- Horváth R. (2024): A Skarlát kiadó marketingterve
- Keszey T., Gyulavári T. (2016): Marketing tervezés, Akadémiai Kiadó, Budapest, 5. fejezet
- Kosch, L., Stocker, G., Schwabe, A., & Boomgaarden, H. G. (2021). *Reading fiction with an e-book or in print: Purposes, pragmatics and practices. A focus group study*. Scientific Study of Literature, 11(2), 196-222.
- Kulikauskienė, K., & Naujokienė, L. (2023). *Reading Habits and Preferences: The context of reader's experience*. professional studies: Theory And Practice, 27(1), 95-105.

- Loh, C. E., Sun, B., & Majid, S. (2020). *Do girls read differently from boys? Adolescents and their gendered reading habits and preferences*. *English in Education*, 54(2), 174-190.
- Malhotra, N. K. (2009): *Marketingkutató*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 3. fejezet
- Patten, M. (2016). *Questionnaire research: A practical guide*. routledge.
- Pervez G., Kjell G. (2011): *Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban* Akadémiai Kiadó, Budapest, 7. fejezet
- Pickens, J. (2005). *Attitudes and perceptions*. *Organizational behavior in health care*, 4(7), 43-76.
- Rhee, A. M. S. O. (2001). *Adult reading habits and patterns*. *Reading psychology*, 22(3), 175-203.
- Verbeke, I. (2022). *Interpersonal Differences in Literary Genre Preference and Reading Behaviour* (Doctoral dissertation, Ghent University)
- Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á. (2016): *Bevezetés a piackutatásba*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2. fejezet

MELLÉKLETEK

KÉRDŐÍV

SZŰRŐKÉRDÉSEK

1. Szokott olvasni regényeket?

- ☐ igen
- ☐ nem → demográfiai kérdésekhez ugrik

2. Az Ön által legkedveltebb zsáner, ami az olvasásai legnagyobb részét teszik ki

- ☐ romantika → mindegyik zsáner külön blokkhoz ugrik
- ☐ fantasy
- ☐ krimi
- ☐ horror
- ☐ kalandregény
- ☐ történelmi
- ☐ sci-fi
- ☐ thriller

A ZSÁNER BLOKKOK KÉRDÉSEI

OLVASÓI SZOKÁSOK

3. Milyen gyakran olvas?

- ☐ naponta
- ☐ majdnem naponta
- ☐ legalább hetente egyszer
- ☐ havonta egy-két alkalommal
- ☐ évente pár alkalommal

4. Kérem, jellemezze, hogy mennyire igazak Önre az állítások. (likert skála)

- ☐ Otthon, nyugalomban szeretek olvasni.
- ☐ Szeretek kávézóknál olvasni.
- ☐ Szeretek munkába/iskolába menet a buszon/vonaton olvasni.
- ☐ Szeretek kiülni a szabadba olvasni.
- ☐ Szeretek nyaraláson olvasni.
- ☐ Mindig viszek magammal könyvet, és bárhol olvasok, ha éppen van időm.

5. Kérem, jellemezze, hogy mennyire igazak Önre az állítások. (likert skála)

- ☐ Az olvasás az egyik kedvenc hobbim.
- ☐ Szeretném, ha több szabadidőm lenne, hogy többet tudjak olvasni.
- ☐ Egy könyv mindig tökéletes ajándék.
- ☐ Van néhány szerző, akit kedvelek.
- ☐ Mások úgy gondolnak rám, mint „gyakori olvasóra”, és erre büszke vagyok.
- ☐ Mindig van nálam egy könyv útközben.
- ☐ A legtöbb más tevékenységnél jobban szeretek olvasni.

6. Nyomtatott vagy E-Bookot olvas szívesebben?

- ☐ csak nyomtatott könyvet olvasok
- ☐ mindkettőt, de a nyomtatott könyveket jobban szeretem
- ☐ csak e-bookot olvasok
- ☐ mindkettőt, de e-bookot szívesebben
- ☐ mindkettőt szívesen olvasom

7. Évente hány könyvet olvas?

- ☐ kevesebb mint 5
- ☐ 5-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-50
- ☐ több mint 50

8. Miért az Ön által választott zsánert olvassa a legszívesebben?

rövid kifejtős válasz: _____

9. Zsánerspecifikus kérdés

A megjelölt zsánereken belül milyen alzsánert olvasnak, likert skála

10. A (megjelölt zsánereken) kívül mennyire jellemző Önre, hogy az alábbi zsánereket is olvassa? (likert skála)

- ☐ romantika
- ☐ fantasy
- ☐ krimi
- ☐ horror
- ☐ kalandregény
- ☐ történelmi
- ☐ sci-fi
- ☐ thriller

VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

11. Milyen gyakran vásárol regényeket?

- ☐ havonta
- ☐ negyed évente
- ☐ évente

12. Évente hány regényt vásárol?

- ☐ 5 alatt
- ☐ 5-10
- ☐ 11-15
- ☐ 15 felett

13. Mennyit költ évente regényvásárlásra?

- ☐ 10.000 Ft alatt
- ☐ 10.000 – 25.000 Ft
- ☐ 25.001 – 50.000 Ft
- ☐ 50.001 – 100.000 Ft

- 100.000 felett

14. Hol vásárol szívesebben könyvet?

- online
- könyvesboltban
- mindkét helyen szívesen vásárol

DEMOGRÁFIAI KÉRDÉSEK

15. Nem

- férfi
- nő

16. Kor

- 18 év alatt
- 18-30
- 31-50
- 50 felett

17. Lakóhely

- főváros
- megyeszékhely
- város
- falu

18. Végzettség

- 8 osztály
- Érettségi
- Szakmunkás
- Diploma

19. Jelenlegi foglalkozás

- Még középiskolában tanulok
- Egyetemista vagyok
- Értelmiségi munkát végzek
- Fizikai munkát végzet
- Munkanélküli vagyok

AKIK NEM OLVASNAK A SZŰRŐKÉRDÉSNEEL

Nem

- férfi
- nő

Kor

- 18 év alatt
- 18-30
- 31-50
- 50 felett

Lakóhely

- főváros
- megyeszékhely
- város
- falu

Végzettség

- 8 osztály
- Érettségi
- Szakmunkás
- Diploma

Jelenlegi foglalkozás

- Még középiskolában tanulok
- Egyetemista vagyok
- Értelmiségi munkát végzek
- Fizikai munkát végzet
- Munkanélküli vagyok