

SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM
**APÁCZAI CSERE JÁNOS PEDAGÓGIAI, HUMÁN-
ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR**

Az olvasás mint közösségi élmény
Olvasásnépszerűsítő kezdeményezések Magyarországon napjainkban

Készítette:

Kovácsné Dávid Zsanett

Közösségszervezés szak / 1. évfolyam

Levelező tagozat

Konzulens: dr. Vehrér Adél

egyetemi docens

Lezárás dátuma: 2024.04.02.

Győr

2024

Az olvasás mint közösségi élmény - Olvasásnépszerűsítő kezdeményezések Magyarországon napjainkban

Dolgozatomban egy általános társadalmi jelenségre reflektálva tárom fel az olvasásnépszerűsítéssel kapcsolatos hazai trendeket. Minden évben születnek kutatások az olvasási szokásokról hazánkban és nemzetközi viszonylatban is. Az 1990-es évektől az olvasási kedv jelentősen csökkent, mára harmadára esett vissza a rendszeres olvasók száma. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság legfrissebb kutatása szerint 2020-ban a felnőtt magyar lakosság 13 %-a, 2023-ban 15 %-a olvasott hetente. Ez lassan növekvő tendenciát mutat, mely az elmúlt években indított olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseknek is köszönhető. Ezek az akciók a különféle platformokon igyekeznek elérni az olvasni nem szándékozó egyéneket, motivációt adva nekik az olvasáshoz. Dolgozatomban ezeket az olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseket vizsgáltam. Kiemelt figyelmet fordítottam a témában létrejött online és offline csoportokra, a mögöttük álló média személyiségekre és az új folyamatok nyomán kialakuló közösségekre. Munkámban a három (Szabados Ági, Vecsei H. Miklós és a Szendrői Csaba nevéhez kötődő) legismertebb mozgalmat vizsgálom. Azt vizsgáltam, hogy az olvasást népszerűsítő mozgalmak milyen mértékben és milyen hatékonysággal képesek elérni az embereket, illetve mekkora ezek közösségépítő szerepe. Kutatási céljaim között szerepelt a digitális platformok, illetve média személyiségek hatásának vizsgálata, valamint annak megismerése, hogy ezek a kezdeményezések hogyan hatnak az olvasási szokásokra, hogyan alakulnak ki közösségek mindezek nyomán. Munkámban bizonyítottam, hogy napjainkban kiváló lehetőség rejlik a virtuális világban az olvasásnépszerűsítés terjesztésével kapcsolatban, melyhez kapcsolódik egy jelentős közösségépítő hatás is. Kutatási módszereim között szerepel kérdőívezés, online csoportok bejegyzéseinek tartalomelemzése és a témában érintett média személyiségekkel készített interjú is.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
OLVASÓKÖZÖNSÉG RÉGEN	5
KÖNYVES INFLUENZEREK, MÉDIASZEMÉLYISÉGEK	6
OFFLINE ÉS VIRTUÁLIS/ONLINE KÖZÖSSÉGEK	7
OLVASÁSNÉPSZERŰSÍTŐ KEZDEMÉNYEZÉSEK, CSOPORTOK BEMUTATÁSA	9
NINCS IDŐM OLVASNI KIHÍVÁS! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #VANIDŐMOLVASNI (NIOK).....	9
POKET ZSEBKÖNYVEK PROJEKT ÉS #POKETKÖZÖSSÉG	11
#OLVASNISZABAD - A SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA.....	13
A KUTATÁS ELMÉLETI HÁTTERE, MÓDSZERE	14
A KITÖLTŐK DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI.....	14
A KITÖLTŐK OLVASÁSI SZOKÁSAI.....	16
AZ OLVASÁSNÉPSZERŰSÍTŐ KEZDEMÉNYEZÉSEK VIZSGÁLATA.....	18
EGYÉB VIZSGÁLATI MÓDSZEREK	28
SWOT ELEMZÉS	30
KUTATÁS ÖSSZEGZÉSE	31
ZÁRÓ GONDOLATOK.....	32
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS	32
FORRÁSJEGYZÉK	33
ÁBRAJEGYZÉK	36
MELLÉKLETEK.....	37
KÉRDŐÍV	37

„Olvasni ugyan egyedül szoktunk, de a könyv élménye közösséget teremt.” (Lázár, 2014.)

Bevezetés

Öt éve csatlakoztam egy közösséghez, a „Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni” (röviden NIOK) csoporthoz. A célom az volt, hogy az olvasást beépítem a mindennapjaimba és olyan emberekkel beszélgessek, akik hozzám hasonlóan szeretik a könyveket. A normál könyvklub nem fért volna bele az időbeosztásomba, így gondoltam, teszek egy próbát ezzel a csoporttal. A kihívásban minden hónapban el kell olvasnom egy könyvet, így az olvasás beépült a mindennapi életembe, ha csak öt perc szabadidőm van, akkor azt olvasással töltöm. A csoport számomra arra is szolgál, hogy kilépjek a komfortzónámból, ne csak olyan könyveket olvassak, amikről azt gondolom, tetszenének, hanem olyanokat is, amikről azt feltételeztem, hogy nem nekem valók. A közös könyvek kapcsán találtam rá Annie Ernaux – A hely / Egy asszony című könyvére, ami azóta a kedvenc könyvem lett.

A csoport nélkül lehet, hogy soha nem olvastam volna el ezt a művet. Ebből is látszik, hogy sok olyan könyv van, ami a NIOK-nak köszönhetően kap nagy figyelmet, pedig előtte nem sokan ismerték. Számomra fontos szempont, hogy míg a normál könyvklubokban a tagok hetente vagy inkább havonta egyszer tudnak beszélgetni a találkozások alkalmával, itt bármikor kezdeményezhetek beszélgetést a tagokkal, kérhetem a tanácsukat, véleményüket. A hó végi kibeszélőn pedig bárki, bárhonnan megoszthatja másokkal a közös témáról, könyvről szóló gondolatait, mert nem kell fizikailag ott lenni, elég, ha online bekapcsolódsz az otthonod kényelméből.

Ezen kívül tagja vagyok még két közösségnek, melyek szintén az olvasásnépszerűsítést tűzték ki célul. Az egyik a Vecsei H. Miklós és a Sztalker Csoport által életre hívott „POKET zsebkönyvek projekt” és „#poketközösség”, a másik pedig Szendrői Csaba mozgalma a „#olvasniszabad - A SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA”. Ez a két kezdeményezés is egyedi a maga nemében.

Ezzel a háttértörténettel indultam neki a kutatásnak, melyben ezeket az olvasásnépszerűsítő csoportokat és a mögöttük álló médiaszemélyiségeket vizsgáltam, és szerepüket a közösségépítésben. Kutatási módszereim között szerepel kérdőívezés, online csoportok bejegyzéseinek tartalomelemzése, és a témában érintett médiaszemélyiségekkel készített interjúk is.

Minden évben születnek kutatások az olvasási szokásokról Magyarországon és nemzetközi viszonylatban is. Az 1990-es évektől az olvasási kedv jelentősen csökkent és harmadára esett vissza a rendszeres olvasók száma. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) megbízásából, 2023-ban készült kutatásból az derül ki, hogy míg 2020-ban a felnőtt magyar lakosság 13 százaléka, 2023-ban 15 százaléka olvasott hetente. (Bernát, Sallay, Sarnyai, & Csordás-Takács, 2023.) Ez lassan növekvő tendenciát mutat, mely az elmúlt években indított olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseknek is köszönhető. Ezen kezdeményezések mögött álló médiaszemélyiségek a közösségi médián keresztül igyekeznek az olvasást népszerűsítve saját közösséget létrehozni.

A dolgozat elején egy rövid történeti ismertetővel, illetve a téma szempontjából releváns fogalmak áttekintésével a kutatás elméleti, értelmezési keretének kialakítása a cél. Bemutatom a három kezdeményezést, melyeknek magam is tagja vagyok. Ezután ismertetem a kutatás célját, jelentőségét és aktualitását, módszertanát, valamint felvetem a felmerülő kérdéseket és problémákat. Ezek után részletesen ismertetem a témában végzett kutatásom módszertanát és eredményeit. Végül összegzem a kutatásom főbb eredményeit és megállapításait.

Olvasóközönség régen

Hazai íróink már viszonylag korán felismerték az olvasók szerepét és fontosságát. Már a középkori kódexmásolók is megjegyzéseket írtak olvasóiknak a kézirat margójára, és későbbi íróink is gyakran szóltak az olvasókhoz műveik elő- vagy utószavában, néha segítségüket kérték, máskor pedig panaszkodtak az olvasói érdektelenség miatt. A XVIII. század végéig azonban az olvasók körét inkább szűk csoportnak tekinthetjük, amely eleinte az egyházi emberekből, majd a főúri és nemesi rétegből, valamint a lassan kialakuló világi értelmiség kezdetleges köréből állt.

A polgári jellegű olvasóközönség kialakulása párhuzamosan történt a magyar irodalom polgárosodásával a felvilágosodás idején és a reformkorban. Az írók, például Bessenyei és társai, tudatos közönség-szervező tevékenységet folytattak, hogy közönséget neveljenek maguknak. Kölcsey már dialektikus kapcsolatban látta az írók és olvasók közötti viszonyt. Kemény Zsigmond elemzéseiben nagy jelentőséget tulajdonított a közönségnek és differenciáltan vizsgálta az olvasóközönség társadalmi tagozódását, érdeklődését és műveltségi szintjét. A közönség nevelését fontos feladatnak tartotta a magyar irodalom támogatásában és a külföldi irodalmi művek megismerésében.

Az olvasás társadalmi méretűvé válását elősegítette a kor politikai és kulturális eseményeinek mozgalmas jellege és közéleti viszonyai, közönség-szervező ereje volt a politikának és a közéletnek. A közönség széles körű nevelésére és tájékoztatására már a felvilágosodás korában figyelmet fordítottak, és a reformkorban tovább folytatták ezt a törekvést, hogy a magyar társadalom teljes egészében részt vegyen az irodalom és tudomány fejlődésében. Kazinczy nyelvújítási harca hatékonyan szervezte az irodalom közönségét. Vitairatai és támadó pamfletjei nemcsak az írókat mozgatták meg, hanem az egész társadalmat. Felkeltették az érdeklődést a nyelv és irodalom ügye iránt, valamint olvasási vágyat ébresztettek a nemesi rétegek körében is.

A korabeli olvasóközönség legműveltebb részét az új értelmiségi réteg alkotta, akik részben nemesi, részben polgári származásúak voltak és egyébként radikális polgári álláspontot képviseltek. Egyesültek olvasókörökbe és klubokba fejlődtek, és aktívan részt vettek a politikai életben. Legjelentősebb közülük a Budai Olvasókör volt, amelyben az ország értelmiségi elitje és politikai vezetői vettek részt. A vidéki olvasókörök tagjai főként világi értelmiségiek voltak, de néhány intézmény vezetője és más társadalmi rétegek tagjai is csatlakoztak hozzájuk.

A reformkorban a közélet, az irodalom, a tudomány és a kultúra a felvilágosodás korában kialakult fejlett és fogékony közönségre támaszkodott. Ezt a közönséget a reformkor idején

nemcsak számszerűen növelték, hanem aktívabbá is tették, így még érdeklődőbbé vált az irodalom minden ága iránt. Emellett a közönségszervezés is intenzíven folyt.

Az egyesületi élet - különösen Széchenyi István kezdeményezésére - szervezett keretet biztosított az olvasóközönség nevelésének. A reformkori egyesületek és társulások tagjai érdeklődésüket megfelelő irodalomra irányították, és olyan intézmények is létrejöttek, melyek elsődleges célja volt a közönségnevelés és a társadalom, a közönség igényeinek kielégítése. (Fülöp, 1978)

Az olvasó közösségek, mint művelődő közösségek különböző társadalmi rétegek szerint szerveződtek, ideértve a polgári, egyházi és munkás - paraszt köröket is. Ezekben a csoportokban az újonnan megjelenő műveket, könyveket vitatták meg, beszélgettek az aktuális helyzetről a településen, az országban és a világban. A fő cél az volt, hogy ezek a közösségek a társas élet otthonai, klubjai legyenek, ahol az emberek szabad estéiken családjukkal együtt olvashattak és beszélgethettek. (Veres, 1953)

Az első világháború előtti olvasóköri művelődési szerepe nem korlátozódott kizárólag erre az olvasás területére. Ezek a közösségek együtt jártak a gazdasági, politikai és társadalmi törekvésekkel, és tevékenységüket és hatásukat ezek együttes jelenléte határozta meg. Különböző osztálybázisokon alakultak, például gazdakörök, 48-as, függetlenségi, Kossuth-párti körök és agrárszocialista olvasóköri. A két világháború közötti békeidőben számos új kör alakult a kapcsolódás és szórakozás céljából. (Gellér, 1980)

Manapság már nem olvasóközönségről, hanem olvasó közösségről és nem olvasókörről, hanem könyvklubról beszélünk. De a lényeg nem változott, ezek a közösségek igyekeznek az olvasást megszerettetni mindenkivel és alternatív kapcsolódást, közös időtöltést ajánlanak.

Könyves influenszerek, médiaszemélyiségek

Az influenszer szó eredetileg az angol „influence” szóból ered, melynek jelentése „befolyásolni vagy „hatással lenni”. Az influenszerek olyan személyek a közösségi médiában, akik jelentős követői bázissal rendelkeznek, ami már mérvadónak számít – gyakran több ezer követőjük van. Ezeket a személyeket kategorizálni lehet a nano influenszerektől kezdve egészen a celebekig. Rendszeresen megosztanak tartalmakat, aktívan kommunikálnak a médiafelületeken, és a nagyszámú követőjük révén jelentős befolyással bírnak az őket követők véleményére és bizonyos témával kapcsolatos döntéseikre. (Vágóné Ugró, 2023)

A modern marketingtevékenység egyik fontos eszközévé a felhasználók váltak, akik aktívan osztják meg véleményüket és gondolataikat különböző termékekről és szolgáltatásokról. Ehhez egyre több platformot használnak fel, legyen az egy blogposzt, Instagram-bejegyzés, videó

vagy podcast. Bár ez a szerep nem új keletű, az internet és a közösségi média elterjedésével szinte bárki lehet influenszer.

A cégek, könyvpiac esetében például a kiadók is kihasználják ezt a jelenséget, hogy olcsóbb reklámhoz jussanak és közelebb kerüljenek a célcsoportjukhoz.

A könyves influenszerek olyan személyek, akik a könyvekkel és az olvasással foglalkoznak, és vezető szerepet játszanak a könyvpiaci véleményformálásban. Ide tartoznak a könyves bloggerek, akik rendszeresen írnak könyvajánlókat és értékeléseket, valamint a könyves tematikájú Instagram-oldalak készítői, akik képeken és rövid leírásokban mutatják be az olvasmányaikat. Emellett vannak még vloggerek, vagyis videósok, akik videókon keresztül osztják meg olvasási élményeiket és véleményüket, valamint irodalmi témájú podcastok készítői, akik hangban teremtenek közösséget és vitákat az olvasmányok körül. Ezek az influenszerek kulcsfontosságúak a könyvpiaci marketingben és a könyvek népszerűsítésében. (Waldinger, 2020)

A tengerentúlon már nem számít újdonságnak, hogy egy ismert ember saját könyvklubjában gyűjti össze a hasonló értékrendű, gondolkodású embereket és olvasásra ösztönzi őket. Az első ilyen kezdeményezés Oprah Winfrey könyvklubja volt. Oprah Winfrey 1986-ban robbant be a köztudatba a saját nevével fémjelzett The Oprah Winfrey Show-val, ezzel egyike lett a 21. század legbefolyásosabb közszereplőinek. 10 évvel a Show elindítása után, a műsor részeként saját könyves blokkal lepte meg a nézőket. Havonta egy-egy általa választott közös könyvet tárgyal a show keretein belül. Az első 70 könyvet offline módon vitatta meg a közönséggel, viszont 2012-ben kilépett a digitális térbe és létrehozta a Book Club 2.0-t. Ezzel elindult online könyvklubja, melynek sikere azóta is töretlen. Oprah-t követve több híresség is saját könyvklubot alakított. Többek között Reese Witherspoon, Julia Roberts, Sara Jessica Parker is. (Hancz, 2020.) Magyarországon a NIOK könyvklub az első ilyen kezdeményezés.

Offline és virtuális/online közösségek

Az internet térhódítása vitathatatlan jelenség. Az okostelefonok, tabletek, e-könyvek és online jelenlét világában élünk. Az emberek számos online közösség, online hálózat tagjai, mindennapi ügyeiket, kapcsolataik jelentős részét online térben bonyolítják. Bár nem feltétlenül értik az online közösségek felépítését és összefüggéseit, részt vesznek azokban. Az online és offline közösségek között számos különbség van, például a kommunikációs csatornák és az anonimitás tekintetében. Ezért fontos újragondolni a hagyományos közösségfelfogást a modern technológia fényében. (Klement, 2016)

A "virtuális közösség" fogalmát Howard Rheingold alkotta meg az 1993-ban megjelent Virtuális közösségek című könyvében. Rheingold könyvében hangsúlyozza a virtuális közösségek fontosságát és azoknak a pozitív hatásait. Szerinte a virtuális közösségek lehetővé teszik az emberek számára, hogy összekapcsolódjanak, támogassák egymást és közösséget alkossanak az interneten keresztül. Rheingold szerint ezek a közösségek valós érzelmi és társadalmi kapcsolatokat teremtenek, amelyek segíthetik az embereket a tudás és az információk megosztásában, valamint az együttműködésben. Emellett hangsúlyozza, hogy a virtuális közösségek létrehozása és fenntartása fontos az egyéni és közösségi fejlődéshez (Rheingold, 2003.).

A virtuális, vagy más néven online közösség lényegében a digitális térben létezik és fejlődik, valós emberek alkotják, akiket közös érdekek vagy célok kapcsolnak össze. A jelentősége az információs társadalomban kiemelkedő, mivel ezek a közösségek lehetővé teszik tagjaik számára - bárhol is élnek a világon – hogy a virtuális térben közvetlen hatást gyakoroljanak. Több olyan vélemény is van, amelyek szerint a társadalmak és nemzetek hagyományos közösségei eltűnnek vagy gyengülnek a virtuális közösségek térhódítása miatt. Más vélemény szerint épp ellenkezőleg, inkább arra számíthatunk, hogy a virtuális közösségek gazdagítják és erősítik a társadalmakat, és új, természetesnek tűnő kapcsolatokat hoznak létre. Én ez utóbbi állítással értek egyet.

Az is közismert, hogy a virtuális térben kialakuló kapcsolatok gyakran megerősödnek, amikor a résztvevők személyesen is találkoznak egymással, ami tovább erősíti az online kapcsolatokat és a közösségi élményeket (Gáspár, 2004).

Az online közösségek népszerűségének egyik oka lehet az is, hogy talán sokszor könnyebb nyitottnak lenni olyan emberekkel, akiket az internet segítségével ismerünk meg egy közösségi oldalon keresztül, mint akiket személyesen ismerünk. A sikerének másik titka talán az, hogy a mai elfoglalt társadalomban egy kis kollektivitást csempésznek a hétköznapiakba. Az online közösségekben való részvétel az identitáskommunikáció egy igen meghatározó része lett.

Az interneten szerveződő "online közösségek" körüli vitákban gyakran felmerül, hogy ezek nem valódi közösségek, mivel nem reprodukálják az offline közösségek szerepét és jelentőségét. Más kutatások azonban más eredményeket mutatnak, és rámutatnak, hogy vannak alapvető hasonlóságok a két közösség között. Például mindkét esetben kialakulnak normák és szerepek, és ugyanolyan csoportdinamikai folyamatok játszanak le.

Az offline és az online csoportok között fontos különbségek vannak, melyek főleg a technológia közvetítéséből adódnak. Az online kommunikáció nyilvános és rögzített, nincs időbeli vagy térbeli korlátozás, és az azonnal jellemző. Az online közösségekben a kapcsolatépítésnél nem

a fizikai közelség a fő szervező elv, hanem a hasonló érdeklődés. Az online közösségekben a részvétel önkéntes, a személyes érdekek és szükségletek tartják össze az embereket, és a hierarchia helyett hálózati struktúra jellemzi őket.

Az online közösségekben a kommunikáció osztott szabályai alapján működnek, a nyelv határozza meg a csoport dinamikáját és tagjainak státuszát. Az online közösségekben a résztvevők lehetnek anonimak, míg a személyesen szerveződő közösségekben nem. Az anonimitásnak az a speciális esete, amikor a résztvevők csendesen figyelnek, ez jellemző az online csoportokra, akik gyakran olvassák a hozzászólásokat, de láthatatlanok maradnak. Ők alkotják a "csendes tömeget", és akár a csoport 90%-át is kitehetik. A csoport többi tagja tisztában van a jelenlétükkel, és ők is szerves részét képezik a közösségnek. (Klement, 2016)

Olvasásnépszerűsítő kezdeményezések, csoportok bemutatása

Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni (NIOK)

„A könyv legyen veletek!” (Szabados Ágnes NIOK jelmondat)

A „Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni” kihívást, csoportot 2017 januárjában hozta létre Szabados Ágnes műsorvezető, riporter, a facebook közösségi oldalon. Elsősorban saját tudatos olvasását szerette volna fejleszteni. Az ectopolis.hu oldalon így nyilatkozott: *„Bár az elején ez tényleg csak egy játék volt, szerencsére már egy fél év után látszott, hogy nagyobbá fejlődik, mint előzetesen gondoltam, így szép lassan én is beletanultam abba, hogyan kell egy közösséget építeni, és koordinálni.* (Benke, 2020.)”

A csoport a nevét azért kapta, mert ezzel a kifogással („Nincs időm olvasni”) éltek a legtöbben, amikor megkérdezte őket, miért nem olvasnak. A tagok feladata, hogy havonta egy könyvet elolvassanak az általa megadott témában. Sokan kíváncsiak voltak Ági olvasmányaira a témában, és amikor elárulta, hogy éppen mit olvas akkor vele együtt olvasták, így 2018 óta mindig van egy közös könyv is. Ez inspirálta a NIOK könyvklubot. A közös könyvet lehet együtt olvasni a csoporttal, de nem kötelező. A hónap végén a csapat összeül a digitális térben és online kibeszélőn tárgyalják meg a havi témát és a közös könyvet.

Fél év elteltével a tagok részéről felmerült az igény az élő találkozó szervezésére, így kilépett a csoport az online térből és egy találkozót szerveztek, ez lett az első NIOK találkozó. 2019-ben a csoport létszáma elérte a tízezer főt. 2020 novemberében nyílt meg a Libertine könyvesbolt és kiadó, ami zarándokhely és gyülekezési pont lett a NIOK közösség számára. Ahogy a

glamour.hu cikkében fogalmaz „*A Libertine korunk egy nagy problémájára, az óriási kínálat okozta döntésképtelenségre igyekszik megoldást találni.* (Csibra-Kaizler, 2020.)”

A Libertine rengeteg elszakíthatatlan szállal kötődik a NIOK csoporthoz. A boltban személyesen és a honlapján online többek között a közös könyvek is megvásárolhatók, illetve lehetőség van előfizetni a közös könyvekre. A budapesti könyvesbolt mellett 2022-ben Szegeden, 2023. augusztusában Debrecenben nyílt egy-egy Libertine.

2022-ben a NIOK találkozó már NIOK nappá nőtte ki magát, egész napos programokkal. A találkozókra ismert írókat hívnak meg, akiktől szabadon lehet kérdezni, de szerveznek még könyvbemutatókat, workshopokat, irodalmi játékokat, beszélgetéseket, könyvklubot, irodalomterápiát is. Remek hangulat jellemzi ezeket a találkozásokat, a tagok megismerkedhetnek, barátságokat köthetnek egymással.

2022. májusában a NIOK öt éves évfordulójára megjelent az első NIOK magazin, mely a Libertine könyvkiadó első bookazine-ja. Ebben megtalálhatók kulisszatitkok, könyves cikkek, könyvajánlók, interjúk, illetve NIOK-os tagok mesélnek, hogy mit jelent nekik a csoport. Azóta még három lapszám jelent meg.

Szabados Ágnes az évek során több díjat is kapott, melyek hivatalosan őt illetik, viszont több felületen is hangsúlyozta, hogy ezek a díjak a mögötte álló közösséget is méltatják.

Több felület, honlap is kapcsolható szorosan a NIOK közösséghez. A facebook közösségi oldalon jelenlévő „Nincs időm olvasni kihívás! / Van időm olvasni csoport! #vanidőmolvasni” elnevezésű csoport, mely a közösség tagjait összefogó felület, ez maga a közösség. A csoport nyilvános, bárki csatlakozhat. Rengeteg könyvajánlóval találkozhatunk itt, többen tanácsot kérnek, bizonyos témában keresnek könyveket, vagy egyes korosztálynak. Ági többször élőben is bejelentkezik és a hónap végén a kibeszélő is ezen a felületen zajlik élőben. A csoportnak jelenleg több mint 83ezer tagja van.

Ezenkívül a Libertine könyvesbolt és kiadó honlapja, melyen megvásárolhatók a közös könyvek is. A szabadosagnes.hu honlap, ami Ági személyes honlapja. A „község” fülön lehet olvasni magáról a csoportról, illetve innen érhető el a kihívás facebook oldala, Ági személyes blog-ja, podcast-je melyekben szintén sokszor felmerül a NIOK. Illetve a Youtube felület, ahol bárki megnézheti az eddigi összes NIOK Könyvklub kibeszélőt, illetve minden hónap végén érkezik a legújabb „NIOK könyvklub extra”, valamint a hetente jelentkező „Mutasd a könyvespolcod”.

Poket zsebkönyvek projekt és #poketközösség

„A POKET nemcsak könyv, hanem egy egymásra figyelő közösség jelképe, ahol hiszünk az elmélyülésben, a minőségi időtöltésben és az őszinteségben. Ha változtatnál a világon, először te változz!”

Mi veled vagyunk.” (jelmondat poketonline.hu)

A POKET Zsebkönyvek egy 2018 áprilisában indult kezdeményezés Vecsei H. Miklós ötlete alapján, melynek célja a minőségi irodalom terjesztése automatából, elérhető áron (jelenleg 1500 Ft), tömegközlekedési eszközökön is könnyen olvasható, okostelefon méretű zsebkönyv formájában. A POKET Zsebkönyv formában megjelenített könyvek klasszikus és kortárs alkotások.

A kezdeményezést a Sztalker Csoport indította el 2018. április 11-én, a magyar költészet napján. Hét frekventált budapesti ponton helyeztek el könyvautomatákat - melyek átalakított italautomaták voltak - az első öt kiadvánnyal, melyeket 990 forintért lehetett megvásárolni. Egy mikrobusz is járta a nyári fesztiválokat, ahol szintén lehetőség volt a könyvek vásárlására. A tesztüzem rendkívül sikeres volt, az első könyvek - noha a tervben fél év volt - két hét alatt elfogytak.

2019. januárjában bejelentették, hogy a könyvautomaták elhelyezése Budapesten kívülre is kiterjed, először az ország keleti majd a nyugati régiójában. A következő év során összesen tizenhét automata került felállításra országszerte, beleértve a budapesti helyszíneket is. 2020-ban további tíz automata csatlakozott a hálózathoz. A közösségi finanszírozás is segített több automata felállításában. A POKET finanszírozásához színházi előadások bevétele, önkormányzati és kulturális támogatások is hozzájárultak. Azonban a 2020-as koronavírus-járvány miatt ezek a források csökkentek, és ennek következtében 2020. áprilisától a könyvek árát 1500 forintra kellett emelni. A POKET Zsebkönyvek online is megvásárolhatóak a poketonline.hu oldalon.

Minden könyv egy híres ember ajánlásával került be a programba.

A POKET-könyvek megjelenésekor időnként különleges rendezvények kísérik a könyvek bemutatását. Például a Nagy Gatsby bemutatóját összekötötték a regényből készült darab előbemutatójával, míg Murakami könyvének megjelenésekor futóversenyt rendeztek. Ezen események segítenek még élménydúsabbá tenni az olvasók számára a könyvekkel kapcsolatos élményeket és a kulturális eseményeket.

A projekt célja az olvasásnépszerűsítésen túl, hogy a zsebkönyvből kilógó színes könyvek tulajdonosai akár csak egy összenézés erejéig társak lehessenek egy színesebb, egymásra figyelőbb városi közösség kialakításában (<https://poketonline.hu>, 2024).

A POKET legnagyobb értéke a közösség. A hűségprogram keretein belül az elkötelezett tagok minden hónapban megkapják a legújabb POKETET, eseményeken vehetnek részt, kedvezményeket és ajándékokat kaphatnak, illetve exkluzív elérésekkel is meglepik a közösség tagjait. A program alapja egy telefonszámhoz rendelt profil. Emellett lehetőség van POKET bérlet váltásra is, amelynek keretében a tagok 12 havi előfizetés után a 13. könyvet ajándékba kapják, és minden évben kisorsolnak néhány különleges, dedikált POKETET. Az automatákból való vásárlás során bankkártyával és POKET egyenleggel (ez a profilhoz rendelt egyenleg, be kell hozzá jelentkezni) is lehet fizetni.

Rendezvények tekintetében minden évben megrendezésre kerül a POKET karácsony, melynek helyszíne az Akvárium Klub, amely Budapest legmodernebb rendezvényhelyszíne. Idén a POKET-automaták, új és régi POKET-ek mellett a Márék-műhely kerámiai, Merchandising termékek, POKET-kvizek, POKET bemutató, koncert és előadás várták a közösség tagjait.

Illetve a Művészetek Völgyének, az ország legnagyobb összművészeti fesztiváljának minden évben van egy POKET Zsebkönyvek Udvara. Ez a POKET mozgalom főbb értékei mentén kialakított programsorozat, mellyel a #poketközösség élményét szeretnék eljuttatni a Völgybe is. A helyszínen elérhetők a POKET zsebkönyvek sorozat kiadványai, nagykövetei, valamint távozva ruhákon vagy lemosható tetkó formájában bőrünkön is viselhetjük kedvenc költőnk vagy éppen a 30Y zenekar idézeteit.

A POKET csapata igyekszik eljutni más városokba is, a veszprémi Holszsezon Irodalmi Fesztiválnak például állandó előadói.

A közösség a facebookon csoport formájában található meg, #poketközösség néven. A csoportnak több mint 5,5 ezer tagja van. A tagok bejegyzései általában adott automatában való kötet elérésekkel, eladó POKET példányokkal kapcsolatosak.

A POKET események hirdetése általában a POKET zsebkönyvek facebook oldalán történik, melynek több mint 38 ezer követője van. A könyvek bemutatása szintén itt a facebook oldalon és a hozzá tartozó Instagram oldalon történik.

A POKET nemcsak könyv, hanem egy egymásra figyelő közösség jelképe, ahol a tagok hisznek az elmélyülésben, a minőségi időtöltésben és az őszinteségben (<https://poketonline.hu>, 2024).

#olvasnyszabad - A SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA

„Hozz magaddal olvasnivalót!” (Szendrői Csaba)

Keveset olvasnak a fiatalok – hallani sokszor. Egy csoport fiatal azonban minden hónapban rácáfol erre. Összejárnak Budapesten, hogy együtt merüljenek el a könyvekben. Az #olvasnyszabad mozgalom eseményein mindenki az általa hozott könyvet olvassa, aztán megbeszéli az általuk fontosnak tartott, jó részeket. A cél több mint egy könyvklubban, itt közösséget építenek és az önfejlesztésen van a hangsúly.

Az #olvasnyszabad mozgalmat Szendrői Csaba, költő, Artisjus díjas szövegíró, az Elefánt zenekar frontembere hozta létre 2020-ban. Az esemény állandó helyszíne a K11 Művelődési és Kulturális Központ Budapesten. Nyáron a szabadban gyűlnek össze, például a Filozófusok kertjében és a Margit szigeten is tartottak már találkozót.

A mozgalom célja az olvasás népszerűsítése, az önfejlesztés, valamint az olvasás hatásainak feltárása az egyén személyiségére és gondolkodására. Bár nem kínálnak valós terápiát, azonban eszközöket kívánnak nyújtani az olvasóknak, amelyek segítik őket abban, hogy saját módon és úton hozzák ki magukból a legtöbbet.

Az #OlvasniSzabad sikere a rendkívüli egyszerűségében rejlik. A közösség tagjai havonta gyűlnek össze, hogy együtt, egy térben olvassanak. 90 percen keresztül mindenki a saját maga által hozott, kedvelt könyvet olvassa, aláfestésnek általában élő zene szól (például cselló). Az esemény végén megosztják egymással az aznap olvasottakból azokat a mondatokat és bekezdéseket, amelyek a leginkább megmaradtak bennük. Az est további részében, egy kis szünet után Csaba és az est aktuális vendége tartanak egy előadást egy adott témában, és közös beszélgetésre invitálják a résztvevőket.

A közös olvasáson a részvétel ingyenes, az előadás jelképes összegért hallgatható meg. A mozgalom eseményeire főleg fiatalok járnak, azt mondják a közös olvasás közösségi élmény is. A mozgalom a könyvklubhoz nem hasonlítható, mert a könyvklubba mindenki ugyanazt a könyvet olvassa és arról a könyvről zajlik a beszélgetés (Deutsche, 2022).

A közösség a facebookon #olvasnyszabad - SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA nevű csoport formájában található meg, a csoportnak több mint 1,4 ezer tagja van. A közösségi hálón is látható, hogy a közösség, bár online is jelen van, az online felületen nem annyira aktív. Bár a mozgalom nagyon egyedi, kreatív kezdeményezés és Budapesten nagy népszerűségnek örvend a fiatalok körében, a vidéki városokba sajnos még nem jutott el. Illetve hátránya például a NIOK könyvklubbal szemben, hogy a havi személyes találkozásra épít, így a vidéki városokban, falvakban élők nem tudnak a közösség tagjaivá válni.

A kutatás elméleti háttere, módszere

Munkám során az alábbi kutatási kérdéseket tettem fel:

1. Saját tapasztalataimból kiindulva, vajon a vizsgált olvasásnépszerűsítő mozgalmak pozitív hatással vannak-e az olvasási szokásokra?
2. Ezek kezdeményezések vajon a mögöttük álló médiaszemélyiségek miatt ilyen közkedveltek?
3. A vizsgált mozgalmak nyomán létrejött csoportok átalakulnak-e közösségekké?

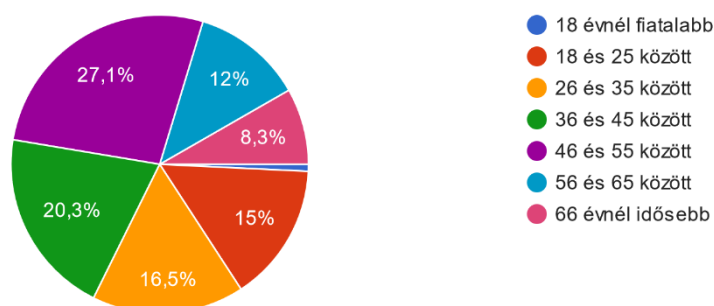
Úgy vélem, hogy az olvasásnépszerűsítési mozgalmak és a mögöttük álló médiaszemélyiségek együtt nagyobb hatékonysággal képesek elérni az embereket.

A kérdőív, mellyel kutatásomat végeztem 2024. február 22.-től március 04 napjáig volt elérhető a Google Űrlapok online felületen, melyet a Facebook és az Instagram közösségi oldalakon való megosztással terjesztettem. Mivel a kérdőívben az olvasási szokásokat és a különböző olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseket is vizsgáltam, így több olyan kérdés is volt, melyek bizonyos kitöltőkre vonatkozólag nem voltak relevánsak. Ezért a kérdéssort úgy állítottam össze, hogy a kérdések megválaszolása nem volt kötelező. Mivel a kitöltés önkéntes volt, a minta nem tekinthető reprezentatívnak, az eredmények sem általánosíthatók.

A kitöltők demográfiai jellemzői

Összesen 133 személy töltötte ki a kérdőívet. A válaszadók között minden generáció képviselteti magát. Bár a 18 éven aluliak korosztályából 1 személy töltötte ki a kérdőívet. A 1. ábra a különböző korcsoportok elosztását ábrázolja. A 133 kitöltő 27,1%-a 46 és 55 év közötti.

Életkora
133 válasz

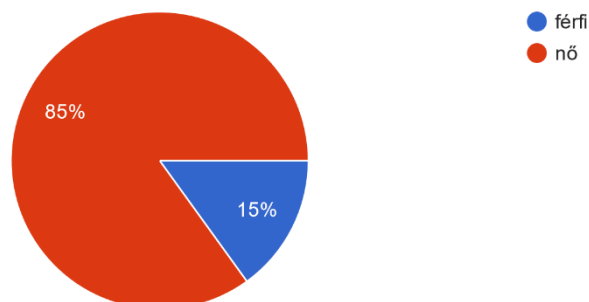


1. ábra - A kitöltők nemek szerinti eloszlása

A válaszadók nemek szerinti elosztása nagyon aránytalan. A kitöltők mindössze 15%-a volt férfi (2. ábra). Ennek véleményem szerint az lehet az oka, hogy a nők nagyobb hajlandósággal vesznek részt hasonló kérdőíves vizsgálatokban.

Neme

133 válasz

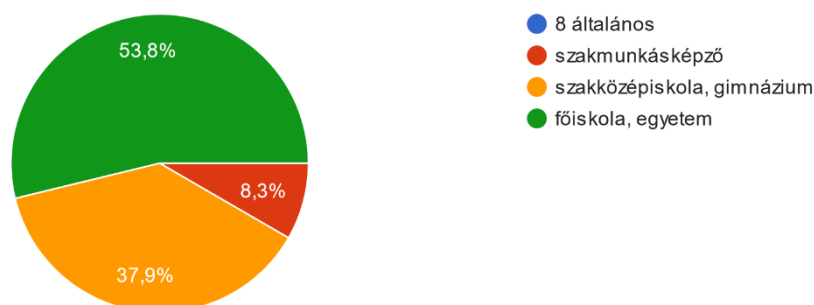


2. ábra - A kitöltők életkori eloszlása

A kitöltők többsége főiskolát, egyetemet végzett, 71 fő (53,8%); 50 fő (37,9 %) jelölte meg a középfokú végzettséget, szakközépiskola, gimnázium lehetőséget; szakmunkásképzőben 11 fő (8,3%) végzett. (3. ábra) Elmondhatjuk tehát, hogy a kitöltők legnagyobb része a számára elérhető legmagasabb iskolai végzettséggel rendelkezik. (3. ábra)

Legmagasabb iskolai végzettsége

132 válasz

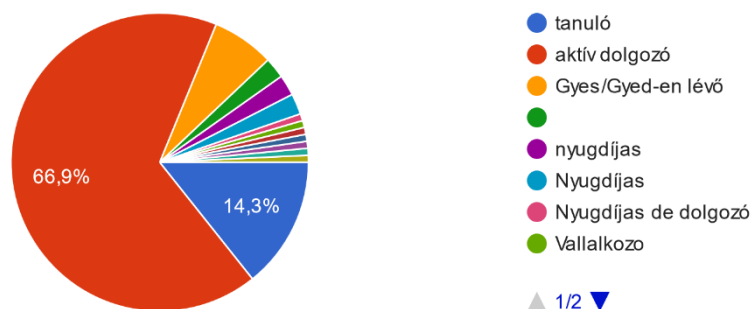


3. ábra - A kitöltők megoszlása iskolai végzettség szerint

A kitöltők 66,9 %-a aktív dolgozó, 14,3 %-a tanuló, 9%-a pedig Gyes/Gyed-en lévő. Ahogy a 4. ábrán is jól megfigyelhető, a kitöltők legnagyobb része aktív dolgozó.

Foglalkozása

133 válasz



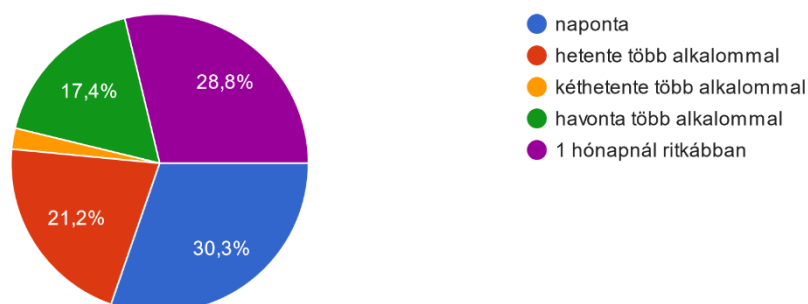
4. ábra - A kitöltők megoszlása foglalkozás szerint

A kitöltők olvasási szokásai

A kérdőív első részében konkrétan az olvasással kapcsolatban négy kérdést tettem fel. Az első kérdés a könyv olvasás gyakoriságát vizsgálja. (5. ábra) A válaszokból kiderül, hogy 40 fő (30,3 %) naponta; 28 fő (21,2 %) hetente több alkalommal; 3 fő (2,3 %) kéthetente több alkalommal; 23 fő (17,4 %) havonta több alkalommal; végül 38 fő (28,8 %) 1 hónapnál ritkábban olvas könyvet. Erre a kérdésre 132 válasz érkezett, így csak 1 fő volt, aki erre a kérdésre nem kívánt válaszolni.

Milyen gyakran szokott könyvet olvasni?

132 válasz

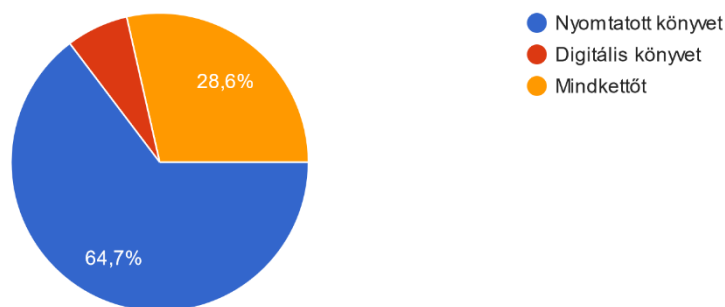


5. ábra - Könyv olvasási szokások gyakoriság szerint

A következő kérdésnél azt vizsgáltam, hogy az olvasók a nyomtatott vagy a digitális könyveket részesítik előnyben. A kérdésre a kérdőívet kitöltő mind a 133 fő válaszolt. A többség, 86 fő (64,7 %) a nyomtatott könyvet részesíti előnyben, 38 fő (28,6 %) mindkettőt és mindössze 9 fő (6,8 %) kedveli jobban a digitális könyvet. (6. ábra)

A nyomtatott könyvet vagy a digitális könyvet részesíti előnyben?

133 válasz

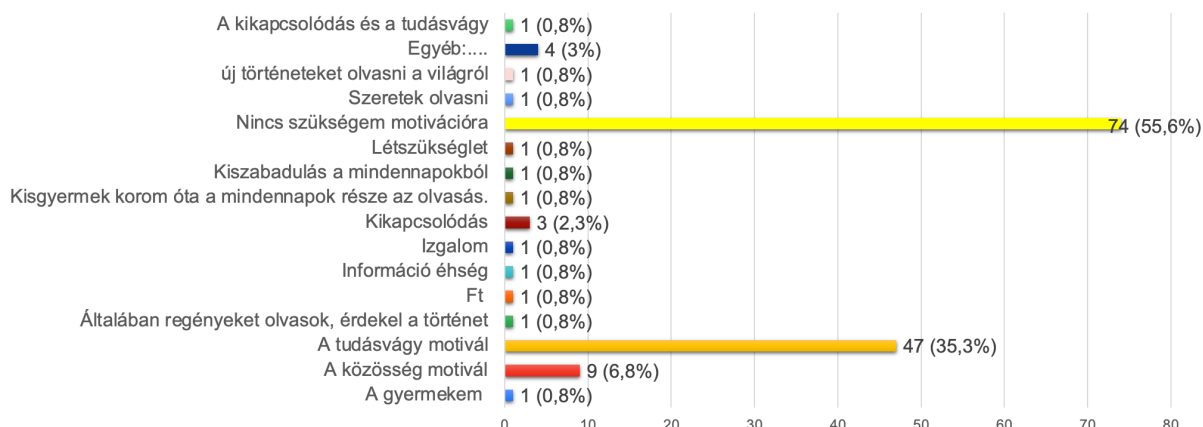


6. ábra - Nyomtatott könyv vs. digitális könyv

Arra a kérdésre, hogy mi motiválja az olvasásra az összes kitöltő (133 fő) válaszolt. (7. ábra) A kitöltésnél lehetőség volt több választ is jelölni. Ennél a kérdésnél kaptam először olyan válaszokat, amelyek nem voltak értelmezhetőek. Mivel az „Egyéb: ...” lehetőségnél szöveges válasz írására volt lehetőség, itt fordult elő először, hogy a válasz értelmezhetetlen volt. A válaszokból kiderül, hogy 74 fő (55,6 %) jelölte a nincs szüksége motivációra lehetőséget; 47 fő (35,3 %) a tudásvágy motivál lehetőséget; 9 fő (6,8 %) a közösség motivál lehetőséget; 4 fő (3 %) jelölte az egyéb, meg nem nevezett dolgok lehetőséget; 3 fő (2,3 %) jelölte a kikapcsolódás lehetőséget. 11 fő írt szöveges választ az egyéb lehetőséghez, ők a motivációjukként a következőket emelték ki: „a gyermekem”; „izgalom”; „általában regényeket olvasok, érdekel a történet”; „szeretek olvasni”; „kisgyermek korom óta a mindennapok része az olvasás.” „kiszabadulás a mindennapokból”; „a kikapcsolódás és a tudásvágy”; „Információ éhség”; „új történeteket olvasni a világról”; „létszükséglet”. A válaszokból az derül ki, hogy a legtöbb válaszadónak nincs szüksége motivációra az olvasás tekintetében.

Mi motiválja az olvasásban?

133 válasz

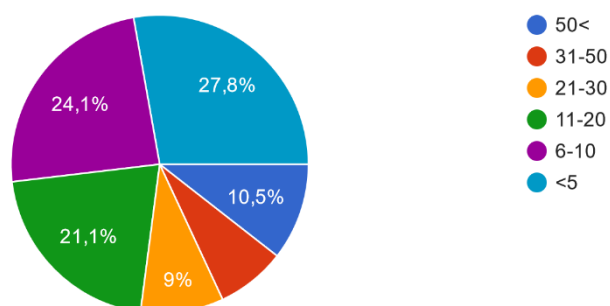


7. ábra - Olvasási motiváció

Nagyon nagy az eloszlás a tavaly, 2023-ban elolvasott könyvek mennyiségének tekintetében, ez a 8. ábrán jól látható. A 133 válaszadó közül 14 fő (10,5 %) olvasott 50 db-nál több könyvet. 10 főnek (7,5 %) volt az olvasott könyvek száma 31 és 50 db között, 12 főnek (9 %) 21 és 30 db könyv között, 28 főnek (21,1 %) 11 és 20 db könyv között, 32 főnek (24,1 %) 6 és 10 db könyv között. Ahogy a 8. ábrán is látszik a legmagasabb érték az 5 könyvnél kevesebbet olvasók tábora 37 fővel (27,8%). A válaszokból kiderül, hogy a tavalyi év során olvasott könyvek mennyisége arányosan eloszlik. Talán egy nagyon minimálisan vannak többen azok, akik ötnél kevesebb könyvet olvastak el az év során.

Hány könyvet olvasott el a tavalyi (2023-as) évben?

133 válasz



8. ábra - Olvasott könyv mennyiség 2023-as évben

Az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések vizsgálata

A kérdésre 81 fő válaszolt, melyből arra következtetnek, hogy mivel a válaszok között nem szerepelt olyan, hogy „egyiket sem ismerem”, így akik nem jelöltek, azok egyik

kezdeményezést sem ismerik. A kitöltésnél lehetőség volt több választ is jelölni. 51 fő (63 %) ismeri Szabados Ágnes NIOK Nincs időm olvasni kihívását, 47 fő (58 %) ismeri Vecsei H. Miklós és a Sztalker csoport POKET zsebkönyveit és 18 fő (22,2 %) ismeri Szendrői Csaba #olvasnizabad mozgalmát. (9. ábra) A válaszokból kitűnik, hogy a NIOK és a POKET hasonló ismertségnek örvend, viszont az #olvasnizabad mozgalmát jóval kevesebben ismerik.



9. ábra - Olvasásnépszerűsítő kezdeményezések ismertsége

Arra a kérdésre, hogy tagja-e bármelyik olvasásnépszerűsítő csoportnak 132 fő válaszolt, akik közül a kimagasló többség 109 fő (82,6%) egyik általam megjelölt csoportnak sem tagja, 20 fő (15,2 %) tagja a Szabados Ágnes NIOK Nincs időm olvasni kihívásának, 8 fő (6,1 %) tagja a Vecsei H. Miklós és a Sztalker csoport POKET zsebkönyvek csoportjának és mindössze 1 fő (0,8 %) tagja Szendrői Csaba #olvasnizabad mozgalmának. (10. ábra) Az arányokból jól látható, hogy a legismertebb ilyen kezdeményezés egyértelműen Szabados Ágnes csoportja, ezután a POKET közösség. Viszont a #olvasnizabad mozgalomnak a kitöltők közül csak egy tagja akadt. Az eredményt én a közösségi médiában való jelenlét szintjére vezettem vissza. Szabados Ágnes minden felületen hangot ad a NIOK-kal kapcsolatos gondolatainak, minden interjúban megemlíti a kezdeményezést és az egész média jelenlétének egy alap eleme a NIOK, viszont fizikailag csak Budapesten, Szegeden és Debrecenben van jelen könyvesbolt formájában. A POKET esetében sokkal kevesebb a média jelenlét viszont ők több városban, vidéken is jelen vannak POKET automata formájában. Viszont elgondolkodtató, hogy médiában való jelenlét a meghatározóbb az eredmények alapján. A #olvasnizabad mozgalom esetében a média jelenlét nagyon gyenge és területileg is csak Budapesten működik ez a kezdeményezés, így az eredmény nem meglepő.

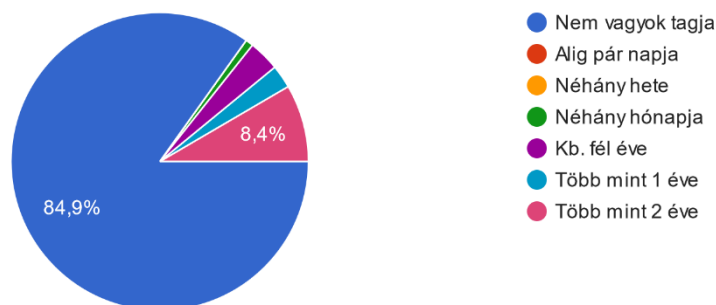


10. ábra – Tagság olvasó csoportokban

Szabados Ágnes NIOK Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni csoportja esetében 119 válasz érkezett. Ebből 101 fő (84,9 %) nem tagja, 1 fő (0,8 %) néhány hónapja, 4 fő (3,4 %) kb. fél éve, 3 fő (2,5 %) több mint egy éve, 10 fő (8,4%) több mint 2 éve tagja a csoportnak. (11. ábra)

Mennyi ideje tagja a Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni – Szabados Ágnes csoportjának?

119 válasz

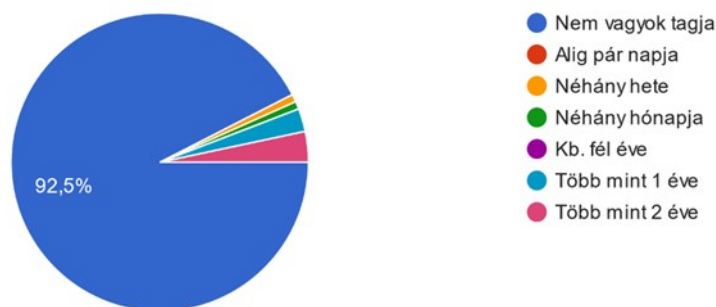


11. ábra - NIOK csoport tagság ideje

A POKET közösség esetében 120 válasz érkezett. Ebből 111 fő (92,5 %) nem tagja, 1 fő (0,8 %) néhány hete, 1 fő (0,8 %) néhány hónapja, 3 fő (2,5 %) több mint egy éve, 4 fő (3,3%) több mint 2 éve tagja a csoportnak. (12. ábra)

Mennyi ideje tagja a #poketközösség – Vecsei H. Miklós, Sztalker csoport közösségének?

120 válasz

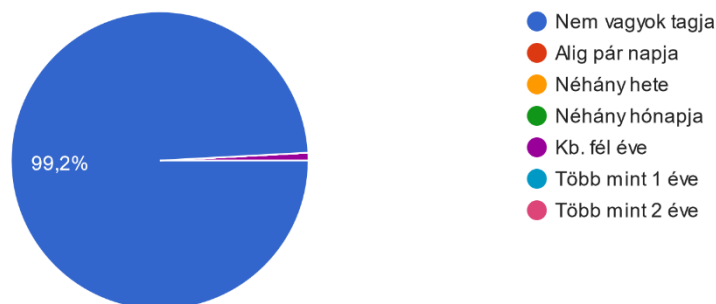


12. ábra - POKET közösség csoport tagság ideje

Szendrői Csaba #olvasnieszabad - A SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA esetében 118 válasz érkezett. 1 fő (0,8 %) kb. fél éve tagja, 117 fő (99,2 %) nem tagja a csoportnak. (13. ábra)

Mennyi ideje tagja a #olvasnieszabad - A SZABADON OLVASÓK TITKOS SZEKTÁJA – Szendrői Csaba csoportjának?

118 válasz



13. ábra - #olvasnieszabad csoport tagság ideje

A dolgozat szempontjából az egyik legfontosabb kérdésre, amely arról szólt, hogy ha tagja bármilyen olvasásnépszerűsítő kezdeményezésnek, akkor miért ezt választotta nagyon vegyes válaszok érkeztek. (14. ábra) A kérdésre 45 válasz érkezett. A legtöbben, 15 fő (33,3 %) a csoport mögött álló közösség miatt tagja, 7 fő (15,6 %) a csoport mögött álló személy miatt tagja a csoportnak. 1 fő (2,2 %) jelölte, hogy mindkettő (a személy és a közösség) motiválta a csoporthoz való csatlakozásban.

Erre a kérdésre viszonylag sokan választották az „egyéb” lehetőséget. 8 fő (17,8 %) csak jelölte az egyéb lehetőséget, de nem írt konkrét választ. 6 fő (13,3 %) írta be válaszként, hogy nem

tag. 3 fő (6,6 %) a könyvajánlók miatt, 1 fő (2,2 %) a kezdeményezés célja miatt, 1 fő (2,2 %) ismerősi meghívásra csatlakozott.

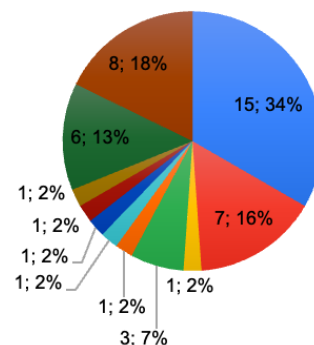
A kitöltők közül 2 fő volt, aki negatívan értelmezte az olvasásnépszerűsítő csoportokat, 1 fő nem is hallott még az olvasásnépszerűsítő csoportokról és szerinte ezeknek semmi értelme, 1 fő jelezte, hogy nincs szüksége ilyen csoportokra. 1 fő nem tudta értelmezni a kérdést.

Ennél a kérdésnél sokat mondó, hogy a többség a csoport mögött álló közösség és a csoportot létrehozó személy miatt csatlakozott a csoporthoz.

Amennyiben tagja bármelyik magyar olvasás népszerűsítő csoportnak, akkor miért ezt/ezeket választotta?

45 válasz

- A csoport mögött álló közösség miatt
- A csoportot létrehozó személy miatt
- A kezdeményezés célja miatt.
- A könyvajánlók miatt
- Én csak olvasok. Ehhez nincs szükségem semmi csoportra. Szeretek. Ennyi.
- Ezeknek a csoportoknak semmi értelme! Ha akarok olvasok, ha akarok nem olvasok! Nem is hallottam ilyenről hogy olvasás népszerűsítő csoport!
- Ismerős meghívott
- Magam választom ki, hogy mit olvasok.
- Mindkettő.
- Nem vagyok tagja
- Egyéb: ...

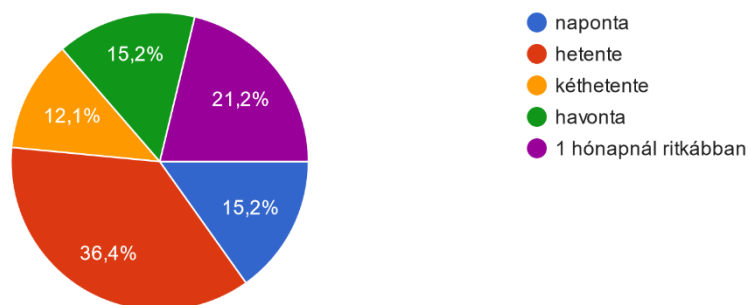


14. ábra - Olvasásnépszerűsítő csoport kiválasztása

A következő kérdésre, amelyben azt vizsgálom, hogy a csoportok tagjai milyen gyakorisággal látogatják a csoport felületeit 33 válasz érkezett. 5 fő (15,2 %) naponta, 12 fő (36,4 %) hetente, 4 fő (12,1%) kéthetente, 5 fő (15,2 %) havonta, 7 fő (21,2 %) 1 hónapnál ritkábban látogatja a csoport felületeit. Legnagyobb számban azok vannak, akik hetente látogatják a csoport platformjait. (15. ábra)

Amennyiben tagja bármelyik magyar olvasás népszerűsítő csoportnak, akkor milyen gyakran látogatja a csoport felületeit?

33 válasz

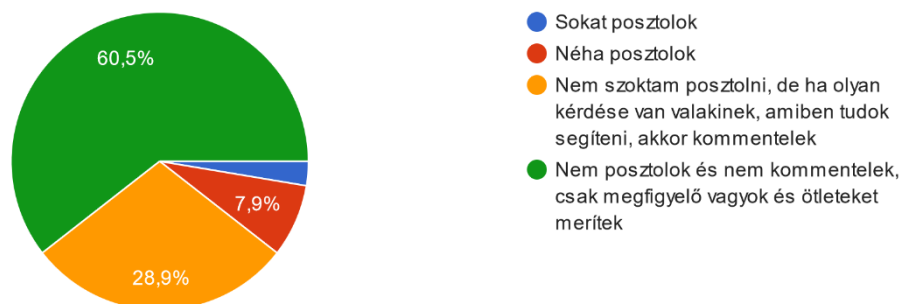


15. ábra - Csoport felületek látogatásának gyakorisága

Arra a kérdésre, hogy mennyire aktív tagja a csoportjának 38 válasz érkezett. A többség 23 fő (60,5 %) nem posztol és nem kommentel, csak megfigyelőként van jelen a csoportban és ötleteket merít. (16. ábra) 11 fő (28,9 %) ugyan nem szokott posztolni, de ha olyan kérdése van valakinek, amiben tud segíteni, akkor szívesen kommentel. 3 fő (7,9%) válaszolta, hogy néha posztol és csupán 1 fő (2,6 %) posztol sokat a csoport felületein.

Mennyire aktív tagja a csoportjának/csoportjainak?

38 válasz

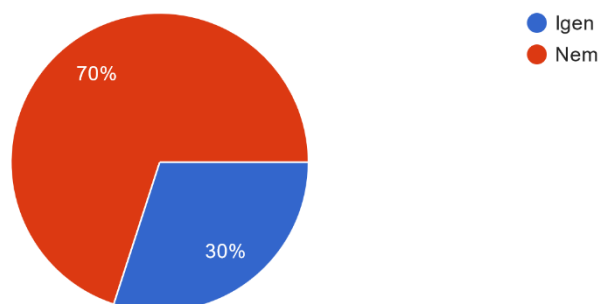


16. ábra - Aktivitás vizsgálata

A válaszokból látható, hogy a kitöltők 30%-a (12 fő) több könyvet olvas mióta a csoport tagja, 28 fő (70%) válaszolt a kérdésre nemmel. (17. ábra)

Több könyvet olvas mióta tagja a csoportjának/csoportjainak?

40 válasz

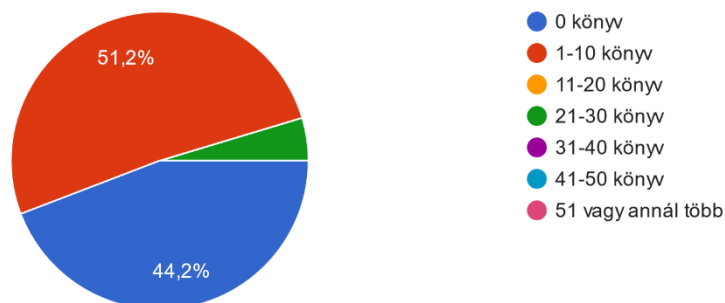


17. ábra - Olvasott könyv mennyiség változásának vizsgálata

A csoport ösztönzésére olvasott könyvek számából arra lehet következtetni, hogy a csoport valóban képes ösztönözni az embereket arra, hogy olvassanak. A kérdésre 43 fő választott, ebből 22 fő (51,2 %) 1-10 db, 2 fő (4,7 %) 21-30 db könyvet olvasott el a csoport ösztönzésére. (18. ábra)

Hány olyan könyvet olvasott idén amire a csoportja/csoportjai ösztönözték?

43 válasz

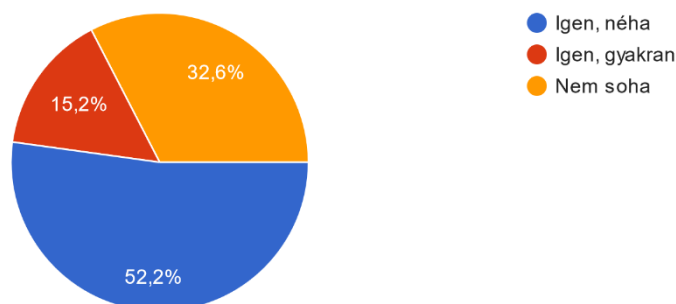


18. ábra - Csoport ösztönzésére olvasott könyvek mennyisége

Szintén érdekes, hogy a válaszadók 67,4 %-a válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy előfordult-e már hogy új és ismeretlen irodalmat fedezett fel a csoportja/csoportjai által. 24 fő (52,2 %) válaszolta erre a kérdésre azt, hogy „igen, néha”. 7 fő (15,2 %) válaszolta azt, hogy „igen, gyakran” és csupán 15 fő (32,6 %) válaszolt nemmel. (19. ábra)

Előfordult, hogy új és ismeretlen irodalmat fedezett fel a csoportja/csoportjai által?

46 válasz

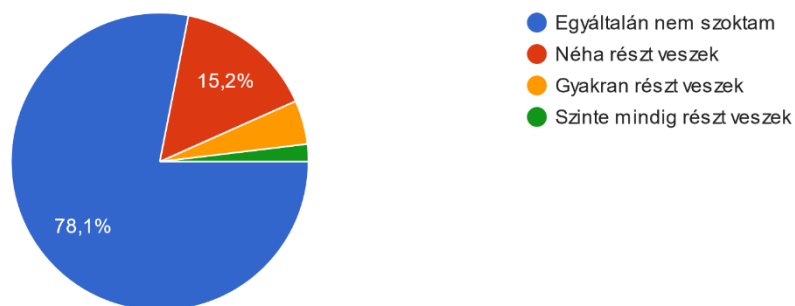


19. ábra - Ismeretlen irodalom felfedezése a csoport által

Egy közösség működését jelentősen meghatározzák az általuk rendezett események, így ezek látogatására vonatkozóan, az együtt olvasós események tekintetében vizsgáltam. Eléggyé egyértelmű eredmény született. (20. ábra) A 105 válaszadó közül 82 fő (78,1 %) egyáltalán nem szokott ilyen eseményeken részt venni. 16 fő (15,2 %) vesz részt néha, 5 fő (4,8 %) vesz részt gyakran és csupán 2 fő (1,9 %) az, aki mindig részt vesz ilyen eseményeken.

Szokott-e rendszeresen részt venni különböző együtt olvasós eseményeken?

105 válasz



20. ábra - Részvétel vizsgálata együtt olvasós eseményeken

A válaszokból az is kiderül, hogy a személyes találkozót jobban szeretik. (21. ábra) 37 válaszból 26 fő (70,3 %) szereti jobban a személyes találkozót és csupán 11 fő (29,7 %) kedveli jobban az online találkozót.

Ha igen, akkor az online vagy a személyes találkozókat kedveli jobban?

37 válasz

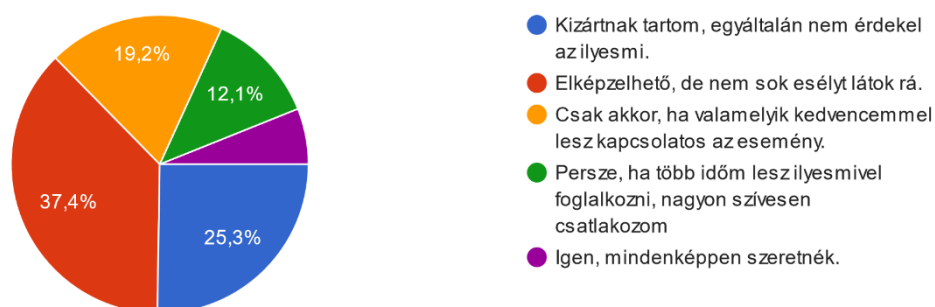


21. ábra - Online esemény vs. személyes találkozó

A következő két kérdéssel a jövőre nézve igyekeztem feltárni, hogy mekkora az érdeklődés, késztetés a válaszadókban a jövőre nézve. Először az online eseményeket vizsgáltam. (22. ábra) 99 válaszadó közül 37 fő (37,4 %) elképzelhetőnek tartja, hogy részt vegyen a jövőben online eseményeken. 19 fő (19,2 %) csak akkor tartja elképzelhetőnek, ha valamelyik kedvencével lesz kapcsolatos az esemény. 12 fő (12,1 %) igennel válaszolt, ha több ideje lesz ilyenekkel foglalkozni, 6 fő (6,1 %) viszont mindenképpen szeretne több ilyen eseményen részt venni. Csupán a válaszadók 25,3 %-a, 25 fő mondta azt, hogy kizártnak tartja és egyáltalán nem érdekli az ilyesmi.

Elképzelhetőnek tartja, hogy a jövőben több online eseményen vegyen részt?

99 válasz



22. ábra - Online esemény

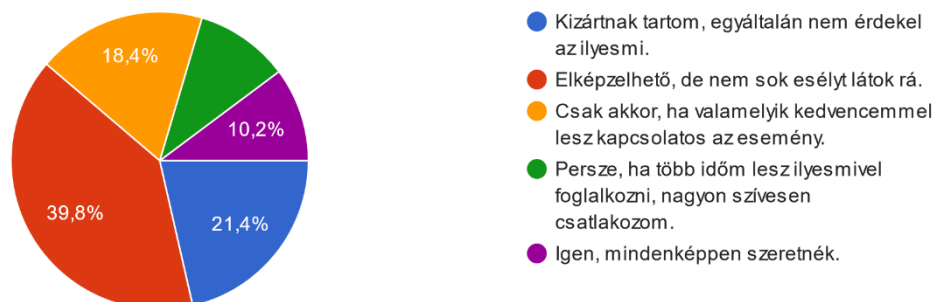
A személyes találkozások vizsgálata során 98 válaszadóból 39 fő (39,8 %) elképzelhetőnek tartja, hogy részt vegyen a jövőben online eseményeken. 18 fő (18,4 %) csak akkor tartja elképzelhetőnek, ha valamelyik kedvencével lesz kapcsolatos az esemény. 10 fő (10,2 %) igennel válaszolt, ha több ideje lesz ilyenekkel foglalkozni, 10 fő (10,2 %) viszont

mindenképpen szeretne több ilyen eseményen részt venni. Csupán a válaszadók 21,4 %-a, 21 fő mondta azt, hogy kizártnak tartja és egyáltalán nem érdekli az ilyesmi. (23. ábra)

Ezek az eredmények mind az online, mind a személyes találkozásra nézve biztató eredmény.

Elképzelhetőnek tartja, hogy a jövőben több személyes találkozón vegyen részt?

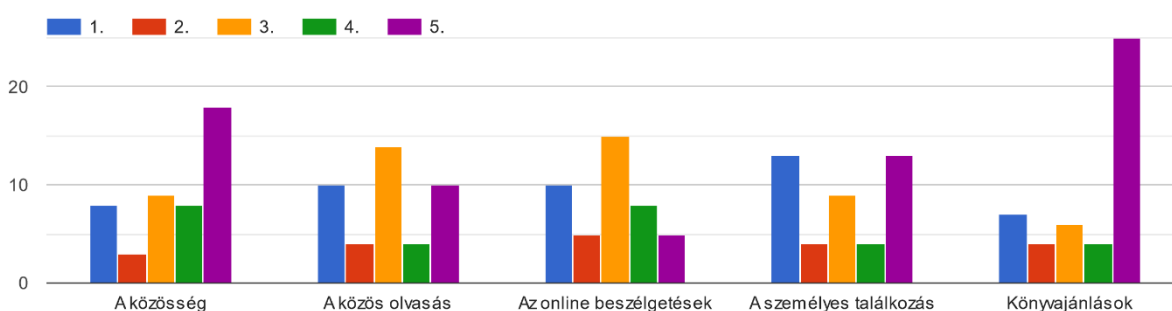
98 válasz



23. ábra - Személyes találkozó

A csoport kiválasztásának vizsgálatát azért tartottam fontosnak, mert érdekelt, hogy mi az a dolog, ami csatlakozásra ösztönzi az embereket ezekhez a közösségekhez. A közösséget 18 fő, a közös olvasást 10 fő, az online beszélgetéseket 5 fő, a személyes találkozást 13 fő, a könyvajánlásokat 25 fő jelölte a legfontosabbnak. Így a válaszadók véleménye alapján a könyvajánlások voltak a legmeghatározóbbak a csoport kiválasztásánál. (24. ábra)

A csoport kiválasztásánál mennyire voltak fontosak Önnek a következők? (kérem jelölje 1-5-ig, az 5 a legfontosabb)



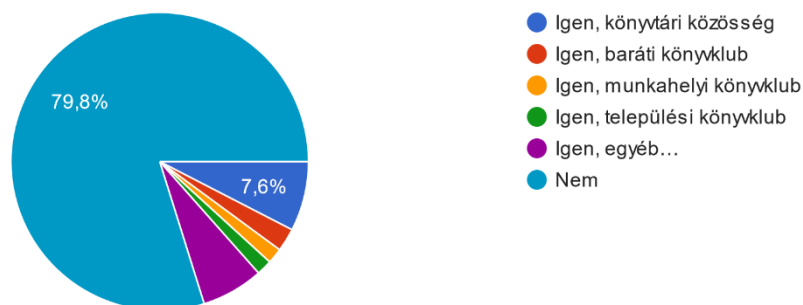
24. ábra - Csoport kiválasztása során legfontosabb tényezők

Más olvasóközösségi tagsággal kapcsolatban elég egyértelmű eredmény született. (25. ábra) A kérdésre 119 válasz érkezett. A válaszadók 79,8 %-a (95 fő) nem tagja semmilyen másik olvasóközösségnek. 9 fő (7,6 %) könyvtári közösség tagja. 3 fő (2,5 %) baráti könyvklub, 2 fő

(1,7 %) munkahelyi könyvklub, 2 fő (1,7%) települési könyvklub tagja. 8 fő (6,7%) szintén tag, az „egyéb” lehetőséget jelölte meg.

Tagja Ön az előzőekben felsoroltakon kívül olyan olvasó közösségnek, akik csak személyes találkozókat szerveznek?

119 válasz

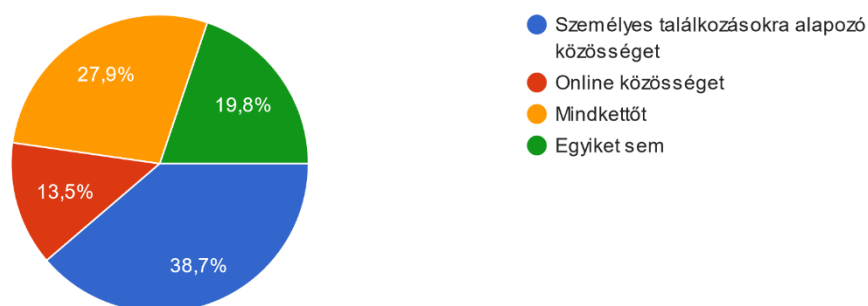


25. ábra - Személyes találkozásra alapozó közösség

Hogy melyik közösséget tartja kedvezőbbnek megosztó, mégis kedvező válaszok érkeztek. 43 fő (38,7 %) a személyes találkozásokra alapozó közösséget tartja kedvezőbbnek, 15 fő (13,5 %) az online közösséget tartja kedvezőbbnek, 31 fő (27,9) mindkettőt kedvezőnek tartja, és csupán 22 fő (19,8 %) az, aki egyiket sem tartja kedvezőnek. (26. ábra) Ez nagyon biztató eredmény.

Ön melyik közösséget tartja kedvezőbbnek?

111 válasz



26. ábra - Kedvezőbbnek tartott közösség

Egyéb vizsgálati módszerek

A kérdőívezés mellett igyekeztem körbejárni a könyvekkel összefüggő szakmákat az olvasásnépszerűsítés és a hozzá kapcsoló közösségépítés témakörével kapcsolatban.

Felkerestem a Berzsenyi Dániel Könyvtár könyvtárosát Waldinger Dórát. Dóra ismert blogger, hivatalos blogja a Dóri Online Olvasónaplója 2009-ben indult. Ezenkívül a témám szempontjából jelentős kutatást végzett, eredményeit 2019 októberében osztotta meg „Könyves influenszerek módszereinek adaptálása könyvtári környezetben” címmel. Munkájában kitért az általam is vizsgált két olvasásnépszerűsítő kezdeményezésre (NIOK, POKET) is. Bár ő a könyvtárak szemszögéből vizsgálta ezeket a kezdeményezéseket, véleménye szerint ezen mozgalmak az olvasás szeretetét közvetítik, így egyes könyvek általuk reklámot kapnak, illetve az olvasás közösségi élményét is erősítik író-olvasó találkozókkal. (Waldinger, 2020)

Dórát az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések hatásáról kérdeztem. Arról, hogy könyvtári környezetben milyen hatásait érzékelik ezeknek a mozgalmaknak.

Zs: Hogyan hatnak a könyvtár látogatók olvasási szokásaira az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések? Ha egy könyv közös könyv lesz a NIOK-ban mennyire keresik, jegyzik előtöbben? Láttam, hogy a Berzsenyi Dániel Könyvtár is követi, hogy a NIOK-ban mi a közös könyv és a közös témához is adtok ajánlásokat. Erről is mesélnél kicsit?

D: „A NIOK közös könyveket rendszeresen keresik bizonyos olvasók, ezért is készítünk az adott havi témához könyvajánló polcot, amelyen a közös könyv, illetve a témába illő olvasmányok is megtalálhatóak. A közös könyvet jellemzően előjegyzik / foglalják az online katalógusunkon keresztül. A kihíváshoz azért is csatlakoztunk, mert az adott havi témánál olyan könyveket is tudunk ajánlani az állományunkból, amelyeket lehet, hogy maguktól nem választanának az olvasók. A polcot folyamatosan frissítjük az adott hónapban.

A kölcsönzésekben, keresésekben azt is észre szoktuk venni, ha egy nagy újságcikk, videós anyag vagy színházi előadás készül az adott könyvből - volt olyan, hogy egy napon egymás után kereste több olvasó ugyanazt.”

Zs: A POKET zsebkönyvek kapcsán például egy új megjelenés befolyásolja a könyvtár látogatók olvasási szokásait?

D: „POKET Zsebkönyveknél nem vettem észre ilyen trendet, több POKET könyv nálunk is kölcsönözhető amúgy, de ennél nem láttam olyan tendenciát, hogy kifejezetten ezeket a műveket (akár más kiadásban) keressék.”

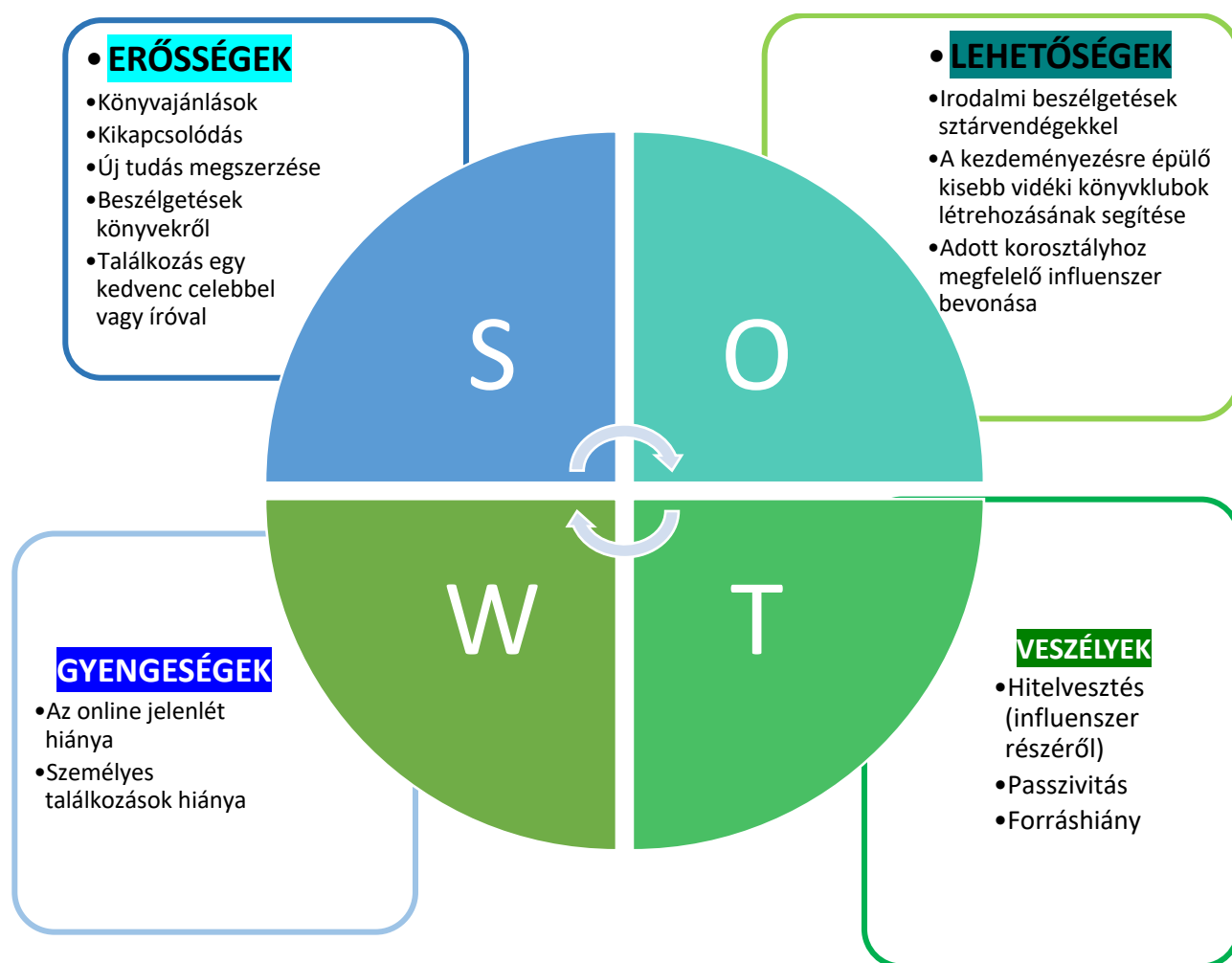
Zs: Tapasztaltál esetleg olyat, hogy egy olvasásnépszerűsítő kezdeményezés egy közösséget összekovácsolt?

D: „A könyvtárak legtöbbszörében működnek olvasókörök, klubok, amik természetesen közösséget kovácsolnak helyi szinten. A Berzsenyi Dániel Könyvtárban is működik Olvasókör, havi közös könyvvel.”

Megpróbáltam felvenni a kapcsolatot több íróval (Greco Krisztián, Kiss Edina, Szántó Dániel). Azzal kapcsolatban érdeklődtem, hogy íróként mit gondolnak az olvasásnépszerűsítésről és ők maguk tudatosan építik-e a közösségüket. Felkerestem Magyarország két vezető könyvesboltjának (Libri, Líra) vezetését és az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések boltokban érezhető hatásáról kérdeztem őket. Valamint Szabados Ágit is próbáltam elérni, mivel a témával kapcsolatban ő tudott volna leghitelesebben nyilatkozni. Sajnos a megkereséseimre egyikük sem reagált.

SWOT elemzés

Kutatásom alapján arra következtetek, hogy nagyon nagy lehetőség van az olvasásnépszerűsítő kezdeményezésekben, ha az elérni kívánt korosztályhoz a megfelelő influenszer / celeb szól. Illetve az ezek nyomán kialakuló közösségekben is nagy potenciál rejlik. A kérdőíves vizsgálat során feltett kérdések, a közösségi médiában való megjelenés, a csoportok tagjainak száma és aktivitása alapján készítettem egy SWOT analízist, mely segítségével az olvasásnépszerűsítésben és a közösségfejlesztésben rejlő lehetőségeket mutatom be.



27. ábra - SWOT elemzés

A kérdőívben erősségként legtöbbször a könyvajánlásokat jelölték meg, sokan ezért csatlakoztak a csoportokhoz. Többször a kapcsolódás, az új tudás megszerzése miatt, illetve a könyvekről való beszélgetés és kedvenc celebbel / íróval való találkozás is fontos sokaknak.

Gyengeségként a megfelelő mennyiségű és minőségű online jelenlétet emelném ki, sok kitöltő nem ismeri egyik kezdeményezést sem, ezen a fokozottabb online jelenléttel javítani lehetne. Illetve a személyes találkozások gyakoriságának növelésével és a találkozók megfelelő lokalizációjával (több vidéki városban) a közösség is tovább fejleszthető.

Lehetőségként azokat a főbb opciókat emeltem ki, melyekben a legnagyobb véleményem szerint a potenciál. Ezek közé tartozik az irodalmi beszélgetések rendezése sztárvendégekkel, a kezdeményezésekre épülő vidéki könyvklubok létrehozásának a segítése és az adott korosztályhoz megfelelő influenszer bevonása. Ezek elősegítenék olvasásnépszerűsítést és a közösségfejlesztést is.

Legfőbb veszélyekként a kezdeményezésbe bevont influenszer/celeb hitelvesztését, a közösség passzivitását és a forráshiányt jelöltem meg.

Kutatás összegzése

Dolgozatomban egy rövid történeti áttekintés után az olvasásnépszerűsítés szempontjából jártam végig az influenszerekhez és az online/offline közösségekhez kapcsolódó fogalmakat. Három olyan olvasásnépszerűsítő kezdeményezést mutattam be, melyeknek magam is tagja vagyok. Kérdőíves kutatást végeztem, melyben az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések ismertségét és a hozzájuk való hozzáállást vizsgáltam. A kérdőívemben kitértem a demográfiai adatokra, olvasási szokásokra és az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések elemzésére. Megvizsgáltam a kapott válaszokat, adatokat és összegeztem az eredményeket. Kutatási kérdéseimre is választ kaptam.

A kérdőíves kutatásból megállapítható, hogy az olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseket sokan ismerik, és pozitív hatásuk van az olvasási szokásokra.

Kíváncsi voltam arra, hogy ezek az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések a mögöttük álló médiaszemélyiségek miatt ilyen közkedveltek-e. A kérdőív alapján megállapítható, hogy nem így van, csak a válaszadók 15,6%-a válaszolta, hogy a csoport mögött álló médiaszemély miatt választotta a csoportot, míg 33,3 % jelölte meg a közösséget a csatlakozás okaként. (14. ábra)

Kutatási kérdéseim között szerepelt az is, hogy a vizsgált mozgalmak nyomán létrejött csoportok átalakulnak-e közösségekké? A kérdőív válaszai alapján egyértelműen igennel válaszolhatunk erre. (14. ábra, 24. ábra)

A csoportok vizsgálata (például tagok létszáma, aktivitása stb.) és a kérdőívre adott válaszok alapján az is megállapítható, hogy az olvasásnépszerűsítési mozgalmak és a mögöttük álló médiaszemélyiségek együtt nagyobb hatékonysággal képesek elérni az embereket. Illetve, hogy minél nagyobb a médiajelenlét, annál ismertebb az adott kezdeményezés. Azok a mozgalmak, melyek nagyobb részt a személyes találkozásra alapoznak, és csak egy adott városban vannak jelen, nem annyira ismertek, mint amelyek online is szerveznek eseményeket. Például az #olvasisabad mozgalom csak személyes találkozásokat szervez Budapesten, így a vidéken élők számára nem ismert ez a kezdeményezés. Fokozottabb online jelenléttel, több online eseménnyel és a személyes találkozók vidéki városokba való szervezésével tovább növelhető ennek a kezdeményezésnek a közössége.

Dolgozatomban bizonyítottam, hogy napjainkban kiváló lehetőség rejlik a virtuális világban az olvasásnépszerűsítés terjesztésével kapcsolatban, melyhez kapcsolódik egy jelentős közösségépítő hatás is.

Megállapítottam, hogy ezek a kezdeményezések azért ennyire sikeresek, mert a közösségre építenek. Fenntartják és fejlesztik a közösségüket, néha hagyományos, néha egészen rendkívüli módszerekkel.

Záró gondolatok

Célom az volt, hogy a digitális világ árnyoldalai helyett - amikről rengeteget hallunk - felhívjam a figyelmet arra, hogy milyen óriási fegyver lehet a kezünkben a technika az olvasásnépszerűsítés érdekében vívott harcban és „melléktermékére”, a közösségépítésre, ami talán a mai elidegenedő társadalomban még az olvasásnépszerűsítésnél is nagyobb kincs.

Szándékom volt, hogy bemutassam a hazánkban legötletesebb és legsikeresebb olvasásnépszerűsítő kezdeményezéseket, melyek médiaszemélyiségekhez köthetők. A dolgozatom további kutatások alapját képezheti. Vizsgálatomban fontos szerepet játszott, hogy az online világ, a közösségi média mennyire tudja elősegíteni a könyvek és az olvasás népszerűsítését és az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések nyomán létrejövő csoportok közösségekké formálódását.

Köszönetnyilvánítás

Köszönetemet szeretném kifejezni Dr. Vehrer Adél egyetemi docensnek a Tudományos Diákköri dolgozatom elkészítésében nyújtott segítségért, tanácsaiért és támogatásáért.

„A világnak égető szüksége van egy kis jóságra - és aki a könyveket szereti, rossz ember nem lehet.” (Szerb, 2021)

Forrásjegyzék

- Benke, É. (2020.. augusztus 7.). *Ectopolis Magazin*. Forrás: Szabados Ágnes: Teljesen mindegy mit olvasunk, csak olvassunk!: <https://ectopolis.hu/interju/szabados-agnes-teljesen-mindegy-mit-olvasunk-csak-olvassunk/>
- Bernát, A., Sallay, G., Sarnyai, B., & Csordás-Takács, A. (2023.). *Online platformok - kutatásaink*. Forrás: Az olvasási szokások alakulása hordozható eszközökön: <https://onlineplatformok.hu/cikk/az-olvasasi-szokasok-alakulasa-hordozható-eszkozokon>
- Csibra-Kaizler, T. (2020.. november 30.). *Glamour*. Forrás: Szabados Ági megnyitotta első könyvesboltját, a Libertine-t: <https://www.glamour.hu/monitor/szabados-agi-megnyitotta-elso-konyvesboltjat-a-libertine-t/11mhrzf>
- Deutsche, W. (2022. december 24.). *Youtube*. Forrás: Olvasás együtt, egy helyen | „Az anonim olvasók titkos klubja”: <https://www.youtube.com/watch?v=5NXanotLJ-Y>
- Fülöp, G. (1978). *A magyar olvasóközönség a felvilágosodás idején és a reformkorban*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Gáspár, M. (2004). *Teleházország*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Gellér, F. (1980). Hajdú megyei könyvtárak és olvasóköri körök a két világháború között. . In I. Gazda, *Hajdú-Bihar Megyei Levéltár évkönyve 7. kötet* (old.: 59-71). Debrecen.
- Hancz, P. (2020.. július 13.). *Ectopolis Magazin*. Forrás: Közösségépítés, mint stratégia – Az amerikai könyvklubok sikerének titka: <https://ectopolis.hu/irodalom/kozossegepites-mint-strategia-az-amerikai-konyvklubok-sikerenek-titka/>
- <https://poketonline.hu>. (2024. február 21). Forrás: <https://poketonline.hu/rolunk>
- Klement, M. (2016). *Online és offline közösségek szerveződésének sajátosságai egy kutatás tükrében* In: *Az IKT eszközök szociálpedagógiai vonatkozásai*. Eger: Eszterházy Károly Egyetem Líceum Kiadó.
- Lázár, Z. (2014.. augusztus 8.). *Cultura a kulturális magazin*. Forrás: Könyves ez a sokadalom: <https://cultura.hu/aktualis/konyves-sokadalom/>
- Rheingold, H. (2003.). *Virtuális közösségek*. Budapest: Typotex Kiadó.
- Szerb, A. (2021). *A világirodalom története*. Budapest: Magvető Kiadó.
- Vágóné Ugró, S. (2023). Az influenzazárkó is befolyásolja a kamaszok személyiségfejlődését. *Új Köznevelés*, 79. évf.(8.), 24-26.
- Veres, P. (1953). Legyenek az olvasóköri körök a társas élet otthonai. *Művelt Nép*, 4. évf.(9.), 22-23.
- Waldinger, D. (2020). Könyves influenzazárkó módszereinek adaptálása könyvtári környezetben. *3K Könyv, Könyvtár, Könyvtáros*, 29.évf.(3.), 3-13.

Egyéb források:

<https://www.libertinekonyvesbolt.hu/annie-ernaux-nobel-dij-a-hely-egy-asszony>

<https://forbes.hu/a-jo-elet/szabados-agi-konyvpiac-libertine-women/>

<https://www.libertinekonyvesbolt.hu/az-aranyletras-konyvesbolt-egy-darabka-parizs-budapesten>

II. NIOK nap 2022. október videó:

<https://www.youtube.com/watch?v=UYXIaufNvLE>

<https://www.youtube.com/watch?v=8JoXqKG26ZY>

III. NIOK nap 2023. április videó:

<https://www.youtube.com/watch?v=6-EY751vslc>

<https://kepesvagyokdij.instyle.hu/nominee/szabados-agi/>

<https://sma.marquardmedia.hu/nominee/szabados-agi/>

Videó a díj átadásról, ahol kiemelik a NIOK közösséget:

<https://www.facebook.com/szabadosagi1/videos/203644369149830/?idorvanity=1766617253661346>

<https://poketonline.hu/>

https://www.instagram.com/poket_zsebkonyvek/

<https://www.instagram.com/poketkozosseg/>

<https://www.facebook.com/groups/258868591490016>

<https://www.facebook.com/poketzsebkonyvek>

<https://index.hu/kultur/2022/10/18/mezga-csalad-poket-automata-konyvek/>

<https://kultura.hu/dalszovegek-a-poket-uj-kiadvanyaban/>

<http://www.zakkantolvas.hu/2018/05/mi-az-poket-zsebkonyv-es-hol-tudsz-te.html>

<https://nemzetisinhaz.hu/magazin/2018/03/sztalker-csoport-kik-ok-mit-csinalnak-mit-akarnak-es-hogyan>

https://hu.wikipedia.org/wiki/POKET_Zsebk%C3%B6nyvek

<https://semmelweis.hu/hok/2019/02/17/poket/>

<https://adjukossze.hu/szervezet/poket-nonprofit-kft-16577>

<http://civildij.hu/wp-content/uploads/2019/02/POKET-Nonprofit-Kft..pdf>

<https://fidelio.hu/konyv/vecsei-h-miklosek-fantasztikus-otlettel-nepszerusitik-az-olvasast-3400.html>

<https://fidelio.hu/konyv/kozossegi-olvasas-1063.html>

<https://www.instagram.com/olvasniszabad/>

<https://www.instagram.com/explore/tags/olvasniszabad/>

<https://www.facebook.com/groups/548078403002777/media>

https://www.facebook.com/elefantofficial/videos/az-olvas%C3%A1s-szek%C3%A1j-v%C3%A1r-minden-h%C3%ADv%C5%91t-olvasniszabad-olvasniszabad-szendroi_csaba/220231806654411/

<https://www.facebook.com/dw.magyar/videos/567832684847243/>

<https://www.k11.hu/programok/2022-10-20/szendroi-csaba-olvasniszabad/>

https://m.mupa.hu/program/irodalom-film-kiallitas/olvasniszabad-hozz-magaddal-olvasnivalot-2024-05-02_18-30-fesztivalszinhaz

<https://www.vaol.hu/helyi-kozelet/2019/12/blogger-konyvtaros-es-mindenevo-olvaso-waldinger-doraval-beszeltunk>

Ábrajegyzék

1. ábra - A kitöltők nemek szerinti eloszlása	14
2. ábra - A kitöltők életkori eloszlása.....	15
3. ábra - A kitöltők megoszlása iskolai végzettség szerint.....	15
4. ábra - A kitöltők megoszlása foglalkozás szerint.....	16
5. ábra - Könyv olvasási szokások gyakoriság szerint	16
6. ábra - Nyomtatott könyv vs. digitális könyv	17
7. ábra - Olvasási motiváció.....	18
8. ábra - Olvasott könyv mennyiség 2023-as évben.....	18
9. ábra - Olvasásnépszerűsítő kezdeményezések ismertsége	19
10. ábra – Tagság olvasó csoportokban	20
11. ábra - NIOK csoport tagság ideje	20
12. ábra - POKET közösség csoport tagság ideje	21
13. ábra - #olvasnizabad csoport tagság ideje	21
14. ábra - Olvasásnépszerűsítő csoport kiválasztása.....	22
15. ábra - Csoport felületek látogatásának gyakorisága.....	23
16. ábra - Aktivitás vizsgálata	23
17. ábra - Olvasott könyv mennyiség változásának vizsgálata	24
18. ábra - Csoport ösztönzésére olvasott könyvek mennyisége	24
19. ábra - Ismeretlen irodalom felfedezése a csoport által	25
20. ábra - Részvétel vizsgálata együtt olvasós eseményeken.....	25
21. ábra - Online esemény vs. személyes találkozó	26
22. ábra - Online esemény	26
23. ábra - Személyes találkozó	27
24. ábra - Csoport kiválasztása során legfontosabb tényezők.....	27
25. ábra - Személyes találkozásra alapozó közösség	28
26. ábra - Kedvezőbbnek tartott közösség	28
27. ábra - SWOT elemzés	30