

A Moly.hu mint virtuális találkozóhely

A web 2.0 és a nyomában megalkotott könyvtár 2.0 paradigmának az egyik nagy ígérete volt a könyvtárak számára, hogy virtuális térben a használók tömegeit lehet képes megszólítani, interakcióra bírni. A könyves közösségi oldalak fejlesztői a könyvtárak célközönségét szólítják meg. Ennek ellenére ezeknek az oldalaknak csak nagyon kis része jött létre a könyvtáros szakmán belül, a többi – kifejezetten könyvmolyok számára készített – virtuális közösségi tér magánszemélyek kezdeményezéseként indult.

A webes felület már legalább olyan fontos tere a könyvtárnak, mint az olvasóterem vagy a szabadpolcos böngésző. Az új szolgáltatások egyre kevésbé várják el a használatól, hogy fizikailag is megjelenjen a könyvtárban, ugyanakkor támogatják – és egyenrangú használatként ismerik el – a virtuális látogatást. Az online szolgáltatások egyre inkább túlmennek az információközvetítésen és a közösség élményét is nyújtó lehetőségeket kínálnak. A virtuális látogatások kényelmesebbé, élményszerűbbé tétele érdekében elterjednek a közösségi OPAC (SOPAC = Social OPAC) fejlesztések, a virtuális referenzpultok, a kétirányú kommunikációt is lehetővé tevő felületek, ahol a használat közvetlenül is részt vehet a tartalom létrehozásában.

A közkönyvtár a funkcióit tekintve már a kezdetek kezdetétől több mint információszolgáltató intézmény. A fizikai könyvtáráépületben és a virtuális terekben egyaránt egyre nagyobb hangsúlyt kap a közösségek kialakításának igénye. Célként fogalmazódik meg, hogy a könyvtár legyen több mint könyvkölcsönző hely: tér a tanuláshoz, helyszín a szórakozásra, kulturálódásra és rekreációra. Elvárás lesz a könyvtárral szemben, hogy váljon találkozóhellyé, ahol a fenti célok mindegyike teljesülhet a közösség tudásának, szellemének aktivizálása által.

A kutatás a *Moly.hu* és a *Bokelskere.no* könyves közösségi oldalak használói körében végzett kérdőíves felmérés Magyarországra vonatkozó adatai alapján arra keresi a választ, hogy ezek a felületek mennyiben funkcionálnak virtuális közösségi térként, ahol a legkülönbözőbb érdeklődésű, kulturális háttérű személyek találkozhatnak. Vizsgáltuk a használók összetételét, a használói szokásokat, az olvasói ízlésvilágukat és az olvasás motivációját is.

A Moly.hu 2008 decemberében alakult és pillanatokon belül hatalmas népszerűsége tett szert a magyar olvasók körében. [15] Nagy Bence, az oldal tulajdonosa képes volt felismerni a piaci rést, ami a hazai internetes piacon nyílt, és sokrétű szolgáltatásokkal megszólítani a könyvmolyok széles tömegét. Az oldal nagyon széles szolgáltatási palettát kínál, így a felhasználási lehetőségek köre is igen tág. A használó elkészítheti saját virtuális könyvespolcát, értékelheti az olvasott könyveket, figyelheti mások tevékenységét, tehet megjegyzéseket, írhat karcokat, csevegget ismerősökkel és ismeretlenekkel. Hasonlóan más web 2.0 szolgáltatásokhoz, az oldal csak a kereteket szabja meg, a tartalmat és a használat mikéntjét a felhasználók írják, illetve határozzák meg.

Az összehasonlítás alapjául szolgáló Bokelskere.no-t 2008-ban alapította két magánszemély, *André Nesse* és *Tore Renberg*. Ez az egyetlen jelentős norvég könyves közösségi oldal, amelynek a Moly.hu-hoz hasonló funkciói vannak (virtuális könyvespolc, csevegés, saját olvasói aktivitás regisztrálása, mások tevékenységének követése). A *webdetail.org* adatai szerint a Bokelskere.no-t naponta 937-en, a Moly.hu-t pedig 2846-an látogatják.

A kutatás elméleti háttere

Napjaink multikulturális társadalmaiban az eltérő kulturális értékek, identitást meghatározó tényezők mentén felsorakozó rétegeknek fokozódó igénye van olyan helyekre, ahol megismerhetik és megélhetik a különbözőségekből fakadó sajátosságokat. Különösen nagy jelentősége van ennek olyan országokban mint Norvégia, vagy általában a skandináv államok, ahol a bevándorlás miatt a többségi társadalom normái egyre gyakrabban kényszerül-

nek kiállni a különböző értékrendszerekkel való szembesülést. Az alacsony és a magas intenzitású találkozóhelyek elméleti keretrendszerét *Ragnar Audunson* dolgozta ki. Utóbbiak a jellemzően igen hasonló értékrendet, kulturális háttérrel magukénak valló személyek találkozóhelyei. Ebben az esetben a találkozások intenzíven, azaz hasonló érdeklődési körök, értékek mentén zajlanak. Ilyenek lehetnek a sportegyesületek, a kismamaklubok, a rétegzenei koncertek, ahol a résztvevőket az azonos érdeklődés, élethelyzet hozza össze. Az alacsony intenzitású találkozóhelyek ezzel szemben lehetőséget teremtenek arra, hogy a legkülönbözőbb háttérű emberek is megismerhessék egymást. Ilyen lehet a könyvtár is, hiszen a társadalmi rétegeknek igen széles spektrumát képes megszólítani. Az alacsony intenzitású találkozóhelyek egyrészt lehetőséget adnak a többségi társadalom értékeinek, normáinak a megismerésére és megértésére, a másik oldalról pedig segítenek az előítéletek lebontásában. Általánosabban a kulturális tőke fogalmi körében szokták leírni azokat a jelenségeket, amelyek erősítésében az alacsony intenzitású találkozóhelyeknek jelentős szerepe van. Ezekre a funkciókra nagy szükség van minden demokratikus alapokon szerveződő társadalomban. [1] [2] [4] A jelen kutatás ezt az elméleti keretet a virtuális terek vizsgálatában kívánja használni. Kérdés, hogy vajon az elektronikus szolgáltatások világában a könyves közösségi oldalak lehetőséget teremtenek-e a sokféle háttérrel bíró személyek találkozására, egymás megismerésére és megértésére.

A kutatás szakirodalmi előzményei

Kifejezetten könyves közösségi oldalokról a könyvtári szakirodalomban csak nagyon kevés kutatási eredmény látott napvilágot, mivel ezek az oldalak jellemzően nem szakmai berkekből, professzionális fejlesztés eredményeként, hanem magánemberek kezdeményezése nyomán indultak. Könyvtárosok, könyvtárak által működtetett kivételek a magyar Könyvtár.hu (*konyvtar.hu*) [13], a finn Kirjasampo.fi (*www.kirjasampo.fi*) [8] vagy a dán Litteratursiden.dk (*litteratursiden.dk*). Ez utóbbi használóinak demográfiai összetételét és használói szokásait vizsgálta kérdőíves formában *Nielsen* [11] [12]. Arra a következtetésre jutott, hogy a használók jellemzően fiatalabbak és iskolázottabbak a dán átlagnál, illetve a dán könyvtárhasználók átlagánál. A használók 28%-ának vagy a munkájából, vagy a tanulmányaiból adódóan az irodalom nemcsak hobbija, de szakmája is. Valamennyi

megkérdezett igényes olvasónak volt tekinthető: jellemzően a kortárs és a klasszikus szépirodalmi szerzőket olvassák, szemben a kevésbé népszerű krimikkel, szerelmes történetekkel, fantasyvel és sci-fivel. A megkérdettek többsége az oldalt információforrásként használta.

Magyarországon ilyen kutatások egyáltalán nem születtek, ugyanakkor egyre több cikk foglalkozik a könyvtár virtuális tereinek közösségi helyként való használatával. Mind elméleti megközelítésekben [10] [14], mind pedig gyakorlati példák bemutatásában bővelkedik a magyar könyvtári szakirodalom. [9] [16]

Empirikus módszerrel korábban elsősorban a könyvtárak által fenntartott virtuális közösségi tereket vizsgáltuk. A *Pécsi Tudományegyetem Felntt-képzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Karának* egyetemi hallgatóival arra kerestük a választ, hogy vajon kialakul-e bármilyen közösség a blog körül, képes-e aktivizálni a könyvtár potenciális olvasóit olyan mértékben, ahogyan azt a blogok széles körű térhódításakor előre jelezték. A kutatás arra a megállapításra jutott, hogy néhány egyedi kivételtől eltekintve csak nagyon ritkán sikerül „szóra bírni” a használókat ezeken a szolgáltatásokon keresztül. [6]

A kutatás módszere

A Moly.hu és a Bokelskere.no két egymáshoz nagyon hasonló könyves közösségi oldal, amelyek nyitólapján online kérdőívet tettünk elérhetővé három héten keresztül. A kérdőívet a Questback program segítségével készítettük el norvégul és magyarul. A nyitólapon nemcsak a regisztrált használók, hanem elvileg bárki megfordulhat. Ennek ellenére szinte kizárólag regisztrált használók töltötték ki a kérdőívet. Összesen 777 válasz érkezett, ebből a többség, azaz 436 személy Magyarországról, a Moly.hu felhasználói részéről. A kiértékelés során nemzeti hovatartozás és nemek szerint csoportosítottuk az adatokat. Az összehasonlító elemzés eredményeit már közzétettük [3], ezúttal csak a magyar adatokra koncentráltan mutatom be a piacvezető magyar könyves közösségi oldal használóinak és használatának a legfőbb jellemzőit.

A kutatásban való részvétel önkéntes volt, a mintát így nem tekinthetjük reprezentatívnak. A következtetések ugyanakkor adalékul szolgálhatnak a

könyves közösségi oldalakról készített könyvtári szempontú elemzésekhez. [3] [11] [12]

A használók összetétele

Vajon képes-e egy ilyen oldal olyan széles réteget megszólítani, mint egy olyan intézmény, ahová a legkülönbözőbb életkorú, származású, háttérű emberek látogatnak el rendszeresen? A könyvtárak fizikai tereiben a látogatók összetétele nagyon változatos. A könyvtár-szociológiai kutatások nyomán ugyan megadhatók azok a legfontosabb paraméterek, amelyek mentén leírható a tipikus könyvtárhasználó (nagyobb valószínűséggel nő, mint férfi; inkább magasabb, mint alacsonyabb iskolai végzettségű; inkább fiatal, mintsem idős [7] [17]); mégis elmondható, hogy a közkönyvtárak használói nem csak egy társadalmi, etnikai, életkori csoporthoz köthetők.

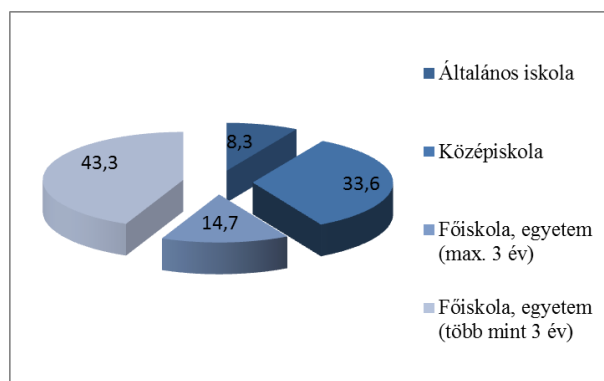
Ha virtuális térben is ilyen sokféleség jellemezné a használókat, akkor a könyvtár – egy Moly.hu-hoz hasonló szolgáltatással – az interneten is képes lehetne arra, hogy találkozóhelyként funkcionáljon, ahol a legkülönbözőbb értékrendű, háttérű emberek megismerhetik, megérthetik egymást, interakcióba léphetnek egymással. A kutatás adatai arra mutattak rá, hogy ez a sokféleség a közösségi könyves oldalakon megjelenő használókra egyáltalán nem jellemző.

Átlagéletkor, nemi megoszlás, iskolai végzettség

A nemi megoszlást tekintve a Moly.hu használóinak a többsége (83,4%-a) nő, az életkort tekintve pedig jellemzően fiatal. A női átlagéletkor 27,5, a férfi 27 év volt, az átlag 27,4. A legfiatalabb válaszadónk egy 11 éves kislány volt, a legidősebb pedig egy 65 esztendősről. Az abszolút legidősebb személy a norvég válaszadók közül került ki, ő egy 71 éves hölgy volt. A közösségi könyves oldalak használata tipikusan „fiatalos” jelenségnek tekinthető, ami kevésbé életkorhoz, inkább egy élethelyzethez kötődik. Ezt paradox módon éppen a norvég válaszadók magasabb átlagéletkorával (31,4 év) láttuk igazolni, hiszen a skandináv országokban a „felnőtté válás”, az egyetem befejezése és a családalapítás is jellemzően később következik be, mint hazánkban. [3]

A válaszadóink többsége az életkorának megfelelő legmagasabban kvalifikált réteghez tartozik. A kérdésben, hogy mindkét nemzet képviselői számára értelmezhetőek legyenek a lehetséges vála-

szok, igazodtunk az egységes európai felsőoktatási rendszer kategóriáihoz a felsőfokú végzettségek megadásánál. A válaszadóink többsége diplomás vagy egyetemista (1. ábra).



1. ábra Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?

Etnikai háttér

A fejlett világ egyik legfontosabb trendje a multikulturalizmus előretörése, a különböző kulturális és etnikai háttérű népek egymás mellett, illetve együttélése. A kultúrák párbeszédének előfeltétele, hogy a különböző háttérrel bírók képesek legyenek egymást megismerni, majd megérteni. Vajon ezek a virtuális helyek képesek-e teret adni a kultúrák közötti párbeszédnek is? Magyarországon elsősorban a cigánysággal, illetve az egyre nagyobb számú bevándorlóval való kölcsönös megértés, a kulturális integráció elősegítése miatt van igazán téje ennek a kérdésnek.

A probléma összetettségére való tekintettel két kérdést is feltettünk: az egyik arra vonatkozott, hogy valamely nemzetiséghez tartozónak vallja-e magát, a másik pedig arra, hogy milyen nyelven beszélnek otthon? Az első kérdésre kapott válaszaink nem lettek értékelhetőek, ugyanis nagyon sokan nem tettek különbséget a nemzethez és a nemzetiséghez tartozás között, amelynek eredményeképpen az első kérdésre a válasz 30%-ban igen volt. A második kérdésre adott válaszok (1. táblázat) fényében azonban látható, hogy valójában kizárólag olyanok használják ezeket az oldalakat, akik otthon magyarul beszélnek. Ez természetesen nem zárja ki, hogy más kulturális háttérrel (vagy azzal is) bírnak. Azért szerepel a norvég, mint lehetséges opció, mert – a feldolgozás hatékonysága érdekében – a norvég és a magyar válaszadók elé pontosan ugyanazt a kérdőívet kellett tennünk. Mivel a Moly.hu használói közül senki nem él Norvégiában, feltételezhetően tévedett

vagy csak viccelt az a két fő, aki a norvégot jelölte meg első nyelveként.

1. táblázat

Milyen nyelven beszélnek otthon?

Nyelv	Választások	%
Norvég	2	0,5%
Magyar	431	99,3%
Más európai nyelv	1	0,2%
Nem európai nyelv	0	0%
Összes válaszadó	434	100%

Érdekes tény, hogy annak ellenére, hogy a skandináv országokban a bevándorlók száma és aránya rendkívül magas, a norvég válaszadók körében sem akadt senki, aki nem európai nyelven beszél az otthonában. [3] Mindez arra enged következtetni, hogy a közösségi könyves oldalak látogatói származásukat tekintve, nemzetiségi értelemben a többséghez tartoznak.

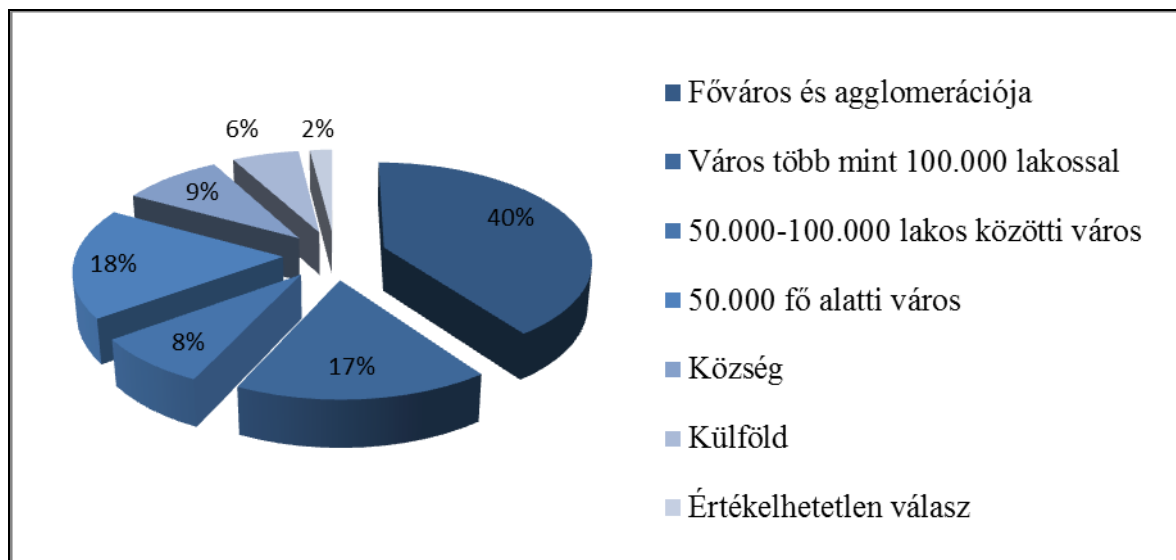
Földrajzi megoszlás

Az olvasásszociológiai vizsgálatokból tudjuk, hogy a fővárosban és a nagyobb városokban az emberek többet olvasnak [7]. Szintén világos volt előttünk, hogy az internethasználók is jellemzően a nagyobb városok lakói. Mindezek fényében nem

volt meglepő a városi lakosság kiemelkedően magas aránya a válaszadók körében (2. ábra).

A kérdőívben egy üres mezőbe kellett beírni a település nevét, amit utólag soroltunk be hét kategóriába. A főváros és agglomerációja dominál a mintában. A 40% akkor is igen magas arány, ha figyelembe vesszük, hogy az ország lakosságának körülbelül egynegyede él a fővárosban vagy annak közvetlen környékén. Meghatározóak a nagyobb városok is, ugyanakkor igencsak alulreprezentáltak a falvak és az elszórt vidéki települések lakói (9%). E mögött a szám mögött feltételezhetően két tényező is áll. Egyrészt az internet viszonylag alacsony elterjedtségi szintje lehetővé teszi az ilyen oldalak használatát. Másrészt az előregedő falvakban nincsenek is jelen azok a fiatalok, akik szívesen használják ezeket az oldalakat. Külön figyelmet érdemelnek a külföldi válaszadók. A 23-ból kilencen Nyugat-Európából, 14-en pedig a szomszédos országokból valók. Az előbbieket feltételezhetően külföldön tanuló diákok vagy vendégmunkások, az utóbbiak pedig az anyaországgal ezen a fórumon is kapcsolatot ápoló romániai (9 fő), szlovákiai (2 fő) és szerbiai (3 fő) magyarok voltak.

Az adatok alapján elmondható, hogy a Moly.hu tipikus használója fiatal, magyar etnikai hátterű, nagyvárosi, magasan iskolázott nő. A társadalom sokféleségét tehát nem tükrözi ennek a közösségi könyves oldalnak a használói köre.



2. ábra A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása

Információszerzés vs. közösségben való részvétel

A Moly.hu és a hasonló közösségi oldalak nagyon sokféle felhasználási lehetőséget adnak. Kérdés volt egyrészt, hogy a fejlesztők által kínált funkciókból a használók melyeket ítélik relevánsnak, másrészt pedig, hogy mi az az elsődleges cél, ami miatt felkeresik az oldalt. A használat megítéléséhez a válaszok két jól elkülöníthető attitűd mentén csoportosíthatók. Bizonyos funkciók és célok egyértelműen a közösségi térként, mások pedig az információforrásként való használatra utalnak.

A web 2.0 alkalmazások egyik legfontosabb jellemzője, hogy a tartalmat a közösség generálja, ami miatt összefügg a kétféle megközelítés: ahol sokan vannak, ott sok a tartalom is. Kérdés azonban, hogy a használó mit észlel mindebből, melyik attitűd dominál a könyves oldalak használatáról való gondolkodásban.

Az egyes funkciók vizsgálatához attitűdskálát használtunk, ahol az egyes állításokat kellett értékelni aszerint, hogy a használó mennyire ítéli őket fontosnak. Ötessel kellett értékelni azokat, amelyeket nagyon fontosnak tart, egyessel pedig azokat, amelyeket egyáltalán nem. Az információszerzésnek általában nagyobb jelentősége van a használók számára, mint a közösségi tevékenységeknek. A 2. táblázaton látható, hogy a könyvek keresését ítélték a legfontosabbnak. Az értékelések tekintetében is sokkal nagyobb a jelentősége az információszerzésnek a saját véleményünk megosztásánál. Az eszmecserékben való részvétel,

a más könyvmolyok tevékenységével való megismerkedés egyértelműen háttérbe szorulnak az információszerzéssel szemben csakúgy, mint a saját ízlésvilág kifejezése a karcokkal vagy a könyvespolcokkal.

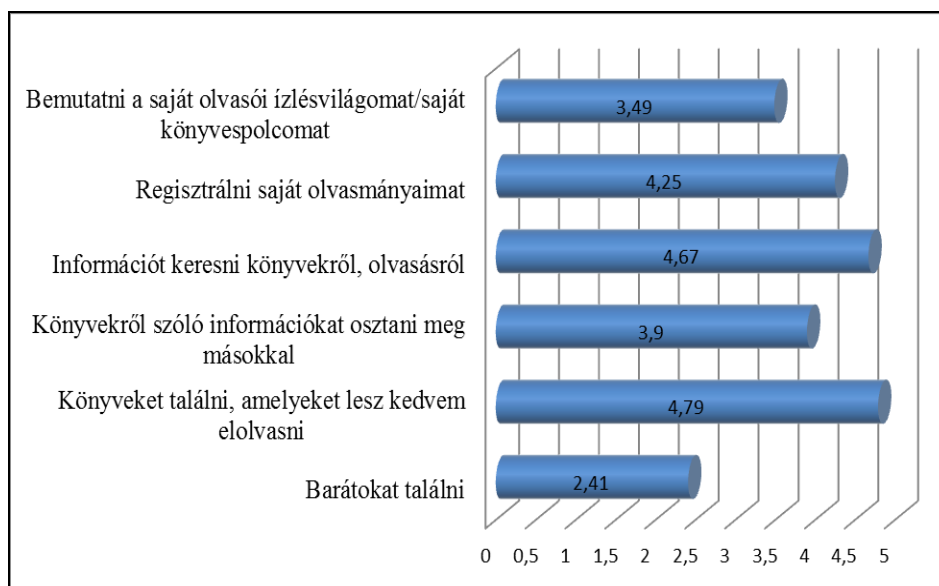
A fenti táblázatból különösen fontos kérdés az eszmecserékben való részvétel. Ebből következtethetünk arra, hogy a virtuális közösségi tér vajon aktív helye-e a véleményalkotásnak, a különböző értékrendszerek ütköztetésének. Erre külön is rákérdeztünk. 37,4% vett már részt aktívan eszmecserében, 44,5% állította, hogy csak passzív követője volt ilyeneknek, míg 18,1% nem is követett eszmecseréket. A legnagyobb arányban tehát a „nézelődők” voltak, akik adnak a közösség más tagjainak a véleményére, de nem hajlandók kinyilvánítani a sajátjukat.

A használat céljaira kérdezve újra az derült ki, hogy a legfontosabb tényező a könyvekről való információszerzés, a legkevésbé fontos pedig, hogy a használó barátokra leljen. A saját ízlésvilág bemutatása és a saját olvasmányok regisztrálása lényegében ugyanarra a tevékenységre, a virtuális könyvespolcok létrehozására vonatkozik. Az eltérő értékelések arra engednek következtetni, hogy ennek a tevékenységnek a célja elsősorban információs jellegű, a használók tudatos olvasóként szeretnének reflexív módon közelíteni a saját olvasmányaikhoz. Ezzel szemben háttérbe szorul az információmegosztás által megvalósuló közösségben való részvétel. A 3. ábra az 1-től 5-ig terjedő skálán történő értékelések átlagát mutatja állításonként.

2. táblázat

Mennyire ítéli fontosnak a Moly.hu egyes funkcióit?

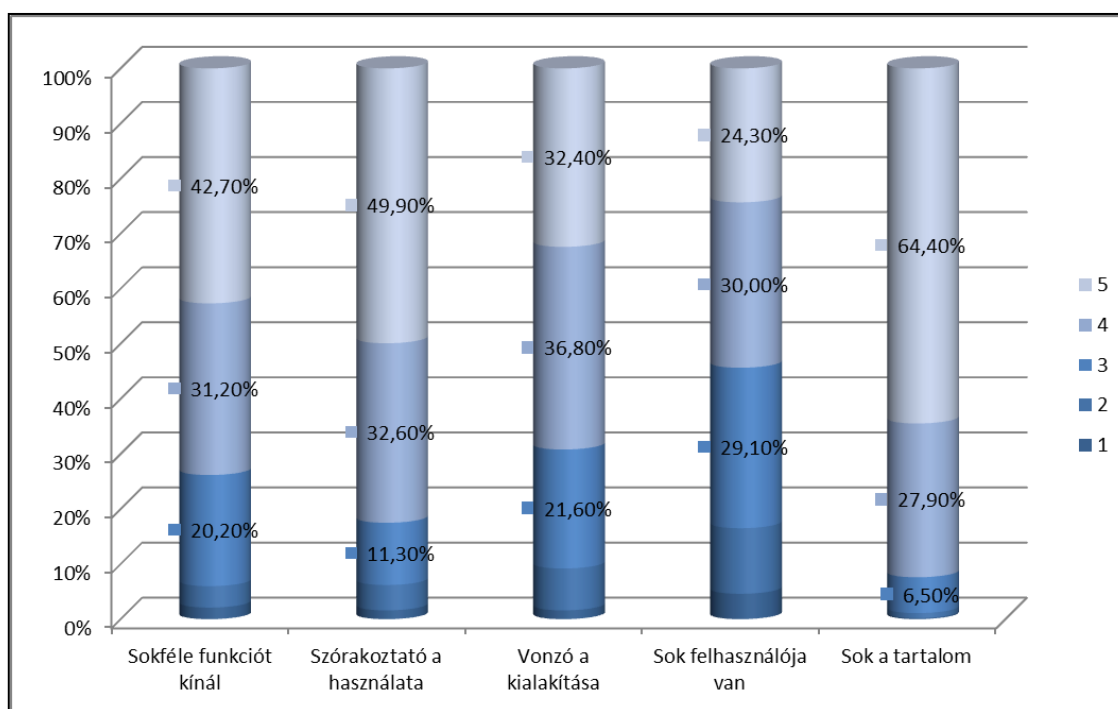
	1 Egyáltalán nem fontos	2	3	4	5 Nagyon fontos	N
Könyveket találni	1,1 %	1,1 %	3,2 %	15,6 %	78,9 %	436
Könyveket értékelni	3,0 %	9,0 %	22,3 %	30,3 %	35,4 %	435
Mások könyvekről írt értékeléseit olvasni	0,7 %	1,2 %	9,0 %	29,6 %	59,6 %	433
Követni, illetve részt venni eszmecserékben	8,1 %	16,8 %	32,9 %	26,7 %	15,4 %	434
Könyvszeretőket találni és követni a tevékenységüket	5,5 %	15,4 %	22,5 %	28,0 %	28,7 %	436
Polcokat készíteni, valamint megnézni a másokét	10,8 %	19,5 %	25,7 %	25,7 %	18,2 %	435
Karcokat készíteni, valamint másokét olvasni	12,5 %	19,2 %	30,3 %	23,3 %	14,8 %	433



3. ábra Milyen célból használja Ön a Moly.hu-t?

Azzal a kérdéssel, hogy vajon mi tesz egy olyan oldalt különösen vonzóvá, mint a Moly.hu, öt, olyan eltérő megközelítéseket hordozó válaszlehetőséget adtunk, amelyekből kirajzolódhat, hogy a használók elsősorban az információforrást, vagy pedig a közösségi teret keresik egy ilyen szolgáltatásban. A válaszokban (4. ábra) újra az információszerezés elsődlegességét vélhetjük felfedezni a

közösségi élmény megélésével szemben, hiszen a sok tartalom bizonyult a legfontosabb, a sok használó pedig a legkevésbé fontos tényezőnek. Ezt követően jött sorrendben a szórakoztató használat, a funkciók sokfélesége és az attraktív dizájn. Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy nagyon kevesen voltak, akik bármelyik állítást úgy értékelték volna, hogy egyáltalán ne lenne fontos.



4. ábra Mi tesz egy olyan oldalt különösen vonzóvá, mint a Moly.hu?

A használat kérdéskörét több szempontból is megvizsgáltuk, és egyértelműen kirajzolódott, hogy a Moly.hu-ban a használók elsősorban információforrást és nem olyan oldalt látnak, ahol lehetőség van a másokkal való együttlétre. Lényegében ugyanez volt megfigyelhető a dán [11] [12] és a norvég oldalak [3] esetében is.

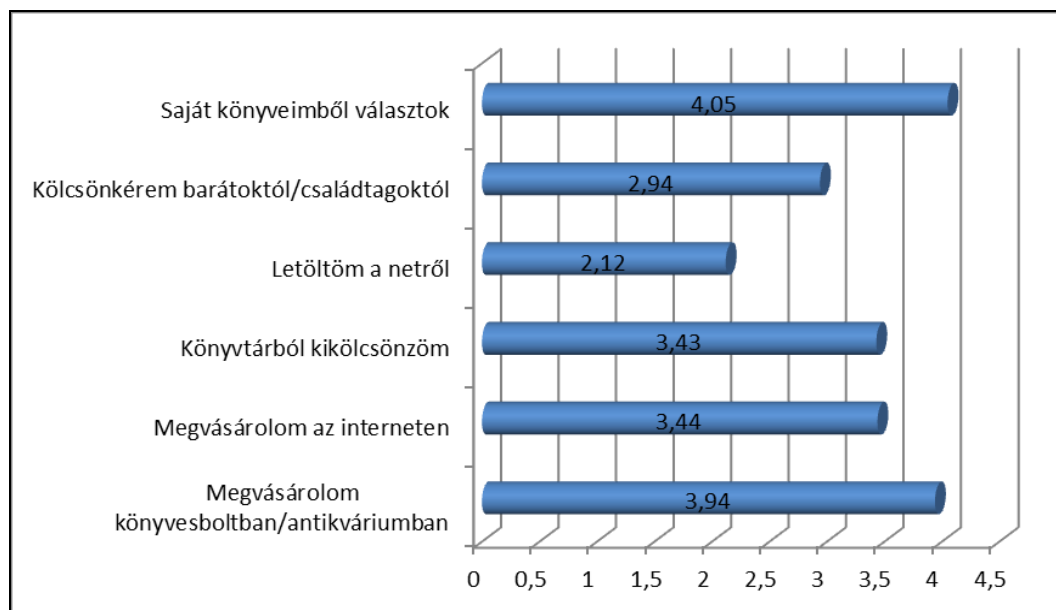
A Moly.hu más szolgáltatók viszonylatában

A vizsgálatban értelemszerűen csak olyan könyvrajongók tűntek fel, akik emellett rendszeres internethasználók is. Biztosak lehetünk benne, hogy valamennyi válaszadónk számára fontos szerepe van a Moly.hu-nak az olvasmányok kiválasztásában. Kérdés azonban, hogy milyen relatív fontossággal bírnak azok az egyéb szolgáltatók, akik vagy az olvasmányok ajánlásában, vagy azok beszerzésében játszanak szerepet. Erre vonatkozott a következő két kérdésünk. A könyvtár, amely számunkra különösen fontos, csak egy ezek közül a szolgáltatók közül. Érdekes tehát az is, hogy egy – a könyvek iránt ilyen mértékben elkötelezett – könyvmoly életében a könyvtár és a könyvtáros mennyire tölt be fontos szerepet.

A korábbiakhoz hasonlóan állításokat kellett értékelni egytől ötig terjedő attitűdskálán. A legfontosabb olvasmánybeszerzési forrás az internetes vagy könyvesbolti vásárlás, és az ezzel szoros

összefüggésben lévő saját könyvgyűjtemény. A könyvtár csak ezután következik. Ha rendszeres könyvtárhasználónak tekintjük azokat, akiknek „fontos” vagy „nagyon fontos” a könyvtár mint könyvbeszerzési forrás (54,5%), akkor megállapíthatjuk, hogy a Moly.hu használói magasan az országos átlag fölött veszik igénybe a könyvtári rendszer szolgáltatásait. Jóllehet gyakori (és gyakorlott) internethasználókkal állunk szemben, a hálózaton megjelenő könyváruházak jelentősége számukra kisebb, mint a hagyományos boltoké. A könyvek világhálóról való letöltésének csekély népszerűsége – legalább részben – a legálisan elérhető tartalmak hiányára vezethető vissza (5. ábra).

A kiválasztott könyvek beszerzésében tehát viszonylag fontos szerep jut a könyvtárnak. Kérdés ugyanakkor, hogy vajon a könyvtáros személye mennyire meghatározó a többi szolgáltatóhoz képest. Erre kérdeztünk rá indirekt módon azzal, hogy mely szereplők tanácsait veszik figyelembe akkor, amikor kedvet kapnak egy-egy könyv elolvasásához. Az már korábban világos lett, hogy az olvasás, mint magányos tevékenység jellemzően viszonylag ritkán kerül társas dimenzióba. A könyvekről, irodalomról, egyes szerzőkről szóló eszmecsere ugyanakkor kifejezetten közösségi, sőt közösségteremtő tevékenység. A kérdés csak az, hogy a válaszadóink kivel, kikkel alkotják meg ezt a közösséget, illetve kinek a véleményét ítélik relevánsnak (3. táblázat).



5. ábra Elsősorban honnan szerzi be az olvasmányait?

3. táblázat

Sokféleképpen találhatunk olyan könyvekre, amelyeket kedvünk lesz elolvasni. Melyek a legfontosabbak?

	1 Egyáltalán nem fontos	2	3	4	5 Nagyon fontos	N
Könyvtáros ajánlja	23,0 %	20,3 %	25,6 %	21,4 %	9,7 %	434
Könyvkereskedő ajánlja	26,6 %	33,0 %	26,8 %	11,1 %	2,5 %	433
Internetes könyvesboltok ajánlatai (pl. Amazon.com)	16,9 %	27,1 %	33,1 %	17,1 %	5,8 %	432
Családtagok vagy barátok ajánlják	0,9 %	1,6 %	7,8 %	30,6 %	59,1 %	435
TV, rádió, újságok	10,1 %	15,4 %	38,7 %	29,0 %	6,7 %	434
Tanár ajánlja	11,2 %	10,5 %	25,8 %	31,4 %	21,2 %	430
Olyan oldalak, mint a Moly	0,7 %	1,6 %	8,7 %	36,9 %	52,1 %	436
Más internetes oldalak	4,2 %	7,6 %	24,9 %	43,4 %	19,9 %	433
Más	19,2 %	9,8 %	36,6 %	17,4 %	16,9 %	396

A felkínált válaszlehetőségek közül a válaszadóink a családtagok és barátok véleményére adnak leginkább. Ez az opció szinte mindenki számára vagy „fontos” vagy „nagyon fontos”. Az várható volt, hogy a könyves közösségi oldalak használói nagy jelentőséget fognak tulajdonítani az olyan oldalaknak, mint a Moly.hu. A legkevésbé fontos források a könyvkereskedelem intézményrendszere által felkínált csatornák: a könyvkereskedők és az internetes könyvárúházak ajánlói. Míg a könyvtár, mint az olvasmányok beszerzési forrása viszonylag nagy jelentőséggel bír, addig a benne dolgozók annál kisebbel. Alig több mint a válaszadóink 30%-a állította, hogy ez számára „fontos” vagy „nagyon fontos” információforrás.

Olvasói ízlésvilág és annak változása

Az már a válaszadók összetételéből világossá vált számunkra, hogy egy viszonylag homogén réteg használja a virtuális könyves közösségi oldalakat, így nincs lehetőség arra, hogy nagyon különböző társadalmi, etnikai háttérű emberek ütköztessék véleményüket, folytassanak eszmecsereket ebben a közegben. Az olvasói ízlésvilág és az olvasás motivációja szempontjából azonban jelentős eltérések lehetnek, illetve továbbra is kérdés, hogy vajon az olvasók képesek lehetnek-e befolyásolni egymás ízlését. Van-e bármiféle további hatása annak, hogy a könyves közösségi oldalak használói egymással folyamatos interakciót folytatnak?

Olvasói ízlés

Először azt próbáltuk kideríteni, hogy milyen ízlésvilágú emberek gyűlnek össze virtuálisan a Moly.hu-n. Ehhez úgy kellett csoportosítanunk az irodalmat, hogy a norvég és a magyar válaszadók számára egyaránt releváns és értékelhető kategóriák jöjjenek létre. A válaszadóknak az egyes kategóriákba tartozó műveket aszerint kellett értékelni, hogy milyen gyakorisággal veszik kézbe őket. Mivel a megadott kategóriák nincsenek fedésben a hazai olvasáskutatásban használt csoportosítással [7], nem tudjuk teljes bizonyossággal megmondani, hogy milyen eltérések regisztrálhatók az átlagos magyar olvasók és a közösségi könyves oldalak használóinak olvasói szokásai között.

Természetesen nem célunk értékítéletet mondani műfajok fölött, azonban az, hogy csak alig páran állították, hogy soha nem olvasnak klasszikus vagy kortárs regényeket, illetve elbeszéléseket, novellákat, arra enged következtetni, hogy a válaszadóink szinte egytől egyig igényes olvasók. Lényegében ugyanerre a megállapításra jutott Nielsen [11] [12] és Audunson [3] is a dán, illetve a norvég oldalak vizsgálata során. Mivel kifejezetten a szabadidős olvasásra kérdeztünk rá, nem meglepő, hogy a tudományos irodalom vagy az esszék olvasása nem jellemző. Érdekes ugyanakkor, hogy néhány olyan műfajt, amely gyakran felbukkan az eladási listák élén (életrajz, ezoterikus irodalom, aktuálpolitikáról, társadalmi trendekről szóló művek) szinte alig olvasnak a Moly.hu válaszadói.

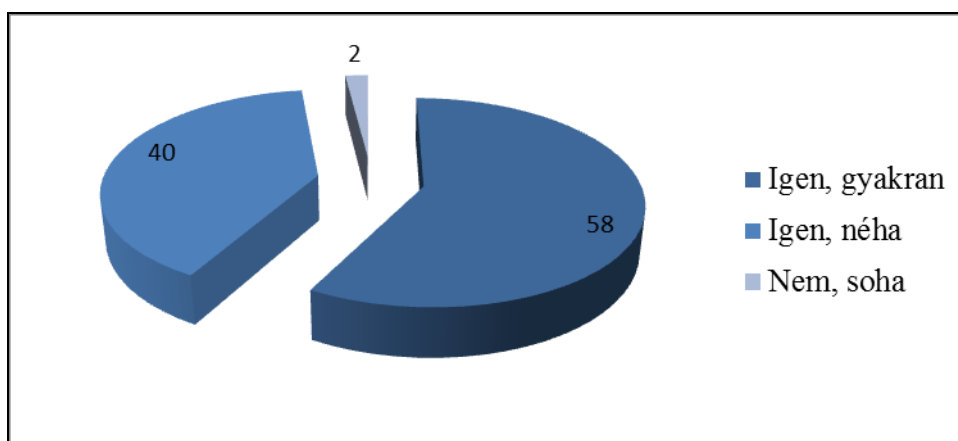
A 4. táblázat alapján látható, hogy ez a társadalmi, etnikai hovatartozás tekintetében nagyon homogén réteg nagyon sokféle olvasói ízléstípust rejt. Ebben a tekintetben tehát létrejöhet az, hogy az egyes műfajok kedvelői hatást gyakoroljanak egymásra. Az a kérdés fogalmazódott meg bennünk, hogy vajon a különböző ízlésű olvasók mennyire vannak hatással egymásra, ezért megkérdeztük tőlük, hogy előfordult-e már velük, hogy új és ismeretlen irodalmat (műfajt, szerzőt) fedezzenek fel a Moly.hu-n (5. ábra).

Mindössze 2% állította, hogy ez még nem fordult vele elő. Ez azt is jelenti számunkra, hogy annak ellenére, hogy a használók tudatában a találkozóhely-jelleggel szemben az információforrás felhasználási mód dominál, a legtöbben átértékelték már, hogy a közösség segítségével találjanak rá valami újra és ismeretlenre. Ezen a ponton érdemes újra utalni a norvég könyvmolyok válaszáira is, hiszen az esetükben azok aránya, akik még soha nem szembesültek új és ismeretlen irodalommal, 21% volt! [3]

4. táblázat

Milyen műfajokat olvas szívesen a szabadidejében?

	Mindig, nagyon gyakran	Gyakran	Néha	Nagyritkán	Soha	N
Életrajzok	4,7 %	9,5 %	32,6 %	39,1 %	14,2 %	430
Klasszikus regények	30,8 %	37,2 %	22,8 %	8,0 %	1,1 %	435
Kortárs regények	34,6 %	33,6 %	19,1 %	9,0 %	3,7 %	434
Krimi és kaland	17,1 %	28,0 %	30,6 %	18,3 %	6,0 %	432
Science fiction és fantasy	19,9 %	19,0 %	20,1 %	21,8 %	19,2 %	432
Ezoterikus irodalom (alternatív gyógyászat, vallás, életmód)	3,7 %	5,5 %	14,3 %	27,0 %	49,5 %	434
Ismeretterjesztő irodalom	6,9 %	18,2 %	34,6 %	28,8 %	11,5 %	434
Tudományos irodalom	7,6 %	18,3 %	27,5 %	27,3 %	19,2 %	432
Esszék	1,9 %	8,4 %	23,0 %	32,3 %	34,4 %	430
Könyvek aktuális társadalmi problémákról, napi politikáról	3,0 %	5,1 %	19,8 %	28,2 %	43,8 %	429
Novellák, elbeszélések	19,6 %	32,3 %	31,3 %	13,6 %	3,2 %	434
Verseskötetek	8,1 %	15,2 %	30,0 %	27,7 %	18,9 %	433
Drámák	6,9 %	18,9 %	29,8 %	30,0 %	14,3 %	433



5. ábra Elő szokott-e fordulni Önnek, hogy új és ismeretlen irodalmat fedez fel a Moly.hu-n?

Az olvasás motivációja

A szabadidős olvasásnak is sokféle motivációja lehet, ezért megkértük őket, hogy a szabadidős olvasás miértjére adható lehetséges válaszokat értékeljenek a korábbiakhoz hasonló skálán (5. táblázat). Ez tovább árnyalta a válaszadóinkról, mint olvasókról kialakított képünket. Abban minden válaszadó véleménye egyezik, hogy a szórakozás nagyon fontos motiváció. A többi válasz tekintetében már jobban megoszlának a vélemények. A többség számára jelentősége van az ismeretszerzés lehetőségének és az olvasás személyiségfejlesztő hatásának is. A nyelvi és az irodalmi megformáltság, az emberek jobb megértésének képessége és az új irodalmi irányok, trendek iránti érdeklődés következnek ezek után. Egyetlen olyan állítás van, amelyet többen tartanak lényegtelennek, mint fontosnak: ez pedig az olvasott könyvek alapján a barátokkal, kollégákkal való beszélgetés.

Az olvasás motivációja is arra enged következtetni, hogy a Moly.hu-n jellemzően igényes olvasók töltik az idejüket.

Összegzés, következtetések

A Moly.hu vizsgálatával újabb adatokat szolgáltatunk a könyves közösségi webhelyek könyvtári szempontú értékeléséhez. Hasonlóan a korábbi, könyves közösségi oldalakkal kapcsolatos kutatásokhoz, az általunk vizsgált népességben is döntően fiatal, magasan iskolázott, etnikai értelemben a társadalmi többséghez tartozó nők találhatók. Tekintve, hogy demográfiai jellemzők szempontjából a minta igencsak homogén, a Moly.hu nem funkcionálhat úgy alacsony intenzitású találkozóhelyként, ahogyan egy fizikai könyvtárépület. Egy ilyen virtuális találkozóhelyen a könyvszeretők jellemzően az olvasmányélményeik másokkal való megosztása, az élmény „kiterjesztése” céljából gyűlnek össze, míg fizikai térben ezen túl is számtalan motivációja lehet a könyvtárhasználatnak.

A válaszadóink ízlésüket tekintve igényes olvasók, akik között azonban mind a kedvelt műfajok, mind pedig az olvasás motivációja tekintetében jelentős különbségek regisztrálhatók. Ha a különböző társadalmi rétegek között nincs is, de a változatos ízlésvilágú olvasók között van lehetőség a párbeszédre, véleménynyilvánításra, valamint egymás véleményének formálására. Ezt bizonyítja, hogy a többség fedezett már fel új és ismeretlen irodalmat az oldalon.

5. táblázat

Miért tölti szabadidejének egy részét olvasással?

	1. Egyáltalán nem fontos	2.	3.	4.	5. Nagyon fontos	N
Szórakozásból olvasok	1,2 %	0,5 %	2,1 %	9,0 %	87,3 %	434
Érdeklődöm az új irodalmi irányok iránt	15,0 %	14,3 %	23,8 %	25,6 %	21,2 %	433
Azért olvasok, mert fejleszti a személyiségemet	6,7 %	9,0 %	19,9 %	28,0 %	36,3 %	432
Azért olvasok, hogy új ismeretekre tegyek szert	2,3 %	3,7 %	17,6 %	35,8 %	40,6 %	433
Azért olvasok, hogy jobban megértsem az embereket	9,8 %	16,5 %	19,5 %	28,6 %	25,6 %	430
Érdeklődöm a nyelvi és irodalmi megformáltság iránt	12,3 %	15,7 %	17,4 %	27,3 %	27,3 %	432
Azért olvasok, hogy a kollégáimmal és barátaimmal tudjak beszélgetni a társadalom és az irodalom aktuális kérdéseiről	29,9 %	22,2 %	24,1 %	13,9 %	10,0 %	432

Hasonlóan a korábbi kutatások eredményeihez, kiderült, hogy a használat elsősorban az információszerezést célozza. A közösségi együttlétnek ezen a fórumon való megélése ezek szerint nem cél, hanem sokkal inkább eszköz, amely a bőséges tartalom létrehozását szolgálja, hiszen a tartalom mennyisége egyenes arányban van a használók számával. A kutatás könyvtárosi szempontból levonható egyik legfontosabb tanulsága, hogy a könyvtár célközönsége számára is létre lehet hozni a virtuális térben egy élő és aktív közösséget, meg lehet szólítani a könyvek és az olvasás szerelmeit. Sajnos azonban ezt az ötletet ezúttal nem a könyvtári szakma, hanem egy magánkezdeményezés vitte sikerre.

Irodalom

- [1] AABØ, Svanhild – AUDUNSON Ragnar – VÅRHEIM, Andreas: How do public libraries function as meeting places? = *Library & Information Science Research*, 32. köt. 1. sz. 2010. p. 16–26.
- [2] AUDUNSON, Ragnar: The public library as a meeting-place in a multicultural and digital context: the necessity of low-intensive meeting-places. = *Journal of Documentation*, 61. köt. 3. sz. 2005. p. 429–441.
- [3] AUDUNSON, Ragnar – TÓTH Máté: Social websites for readers – a challenge to libraries? = *Finding New Ways. Proceedings of the 19th BOBCATSSS Symposium*, Szombathely, Nyugat-Magyarországi Egyetem Savaria Egyetemi Központ, 2011.
- [4] AUDUNSON, Ragnar – VÅRHEIM, Andreas – AABØ, Svanhild – HOLM, Erling Dokk: Public libraries, social capital, and low intensive meeting places. = *Information Research*, 12. köt. 4. sz. 2007. <http://informationr.net/ir/12-4/colis/colis20.html> [letöltve: 2011. április 5.]
- [5] BALLING, Gitte – KANN-CHRISTENSEN, Nanna: What we talk about, when we talk about digital literature Promotion. = *Bridging the digital divide: libraries providing access for all. Proceedings of the 18th BOBCATSSS Symposium*, Parma, University of Parma, 2010. http://dspace.unjpr.cilea.it/bitstream/1889/1243/1/Balling_KannChristensen.pdf [letöltve: 2011. április 5.]
- [6] BOGNÁR Noémi Erika – KOZMA Zsófia – TORMÁSI Gabriella – TÓTH Máté: A könyvtári blogok mint virtuális közösségi terek. = *Könyvtári Figyelő*, 57. köt. 1. sz. 2011. p. 61–76.
- <http://ki.oszk.hu/kf/2011/04/a-konyvtari-blogok-mint-virtualis-kozossegi-terek/> [letöltve: 2011. április 5.]
- [7] GEREBEN Ferenc: *Könyv, könyvtár, közönség*. Budapest, Országos Széchényi Könyvtár, 1998. <http://mek.nif.hu/01700/01742/01742.pdf> [letöltve: 2011. április 5.]
- [8] HYPÉN, Kaisa – IMPIVAARA, Antti: Read, describe and share! Building an interactive literary web service: an article about Kirjasampo. = *Collection Building*, 30. köt. 1. sz. 2011. p. 61–67.
- [9] KUKOR Ferenc: *Könyvtár 2.0 a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtárban*. = *TMT*, 55. köt. 9. sz. 2008. p. 403–414. http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=4983&issue_id=497 [letöltve: 2011. április 5.]
- [10] LÁDI László: 2.0 – a weben és a könyvtárakban. = *TMT*, 55. köt. 9. sz. 2008. p. 415–423. http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=4981&issue_id=497 [letöltve: 2011. április 5.]
- [11] NIELSEN, Hans Jørn: New media and new roles of librarianship. = *New Library World*, 106. köt. 1218/1219. sz. 2005. p. 510–518.
- [12] NIELSEN, Hans Jørn: *Litteratursiden.dk – nettbibliotek og litterært magasin. Dansk bibliotekforskning – Tidsskrift for informations og kulturformidling*. 2006. Elektronisk skriftserie nr. 1. <http://www2.db.dk/dbf/E-serie/Nr.%201-HJN.pdf> [letöltve: 2011. április 5.]
- [13] KARDOS András: *Könyvtár.hu = Könyv, könyvtár, könyvtáros*, 18. köt. 5. sz. 2009. p. 18–21.
- [14] SZALÓKI Gabriella: Virtuális együttlét, valós siker: az online közösségek. = *TMT*, 53. köt. 9. sz. 2006. p. 409–421. http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=4503&issue_id=475 [letöltve: 2011. április 5.]
- [15] SZEDLÁK Ádám: *Moly.hu: könyves közösségi oldal saját zenekarral*. = *Origo*, 2010. április 10. <http://www.origo.hu/techbazis/internet/20100410-molyhu-konyves-kozossegi-oldal-sajat-zenekarral.html> [letöltve: 2011. április 5.]
- [16] TÓTH Máté: Online közösségi terek a felhasználóknak és a könyvtárosoknak. = *Könyvtári Figyelő*, 54. köt. 2. sz. 2008. p. 265–280. http://www.ki.oszk.hu/kf/e107_plugins/content/content.php?content.120 [letöltve: 2011. április 5.]

[17] VIDRA SZABÓ Ferenc: A könyvtárhasználati szokások változásai az utóbbi tíz évben. = Könyvtári Figyelő, 43. köt. 1. sz. 2007. p. 59–71.
<http://epa.oszk.hu/00100/00143/00021/vidra.html>
[letöltve: 2011. április 5.]

Beérkezett: 2011. VI. 9-én.



Tóth Máté

a Könyvtári Intézet Kutatási és szervezetfejlesztési osztályának munkatársa,
a Pécsi Tudományegyetem Könyvtár-tudományi Intézetének adjunktusa.
E-mail: toth.mate@oszk.hu

Lemarad Európa a digitális versenyben

Az *Európai Bizottság (EB)* két évvel ezelőtt elfogadott keretszabályozását a tagállamoknak idén május végéig kellett volna implementálniuk, azonban a bizottság nem lehet elégedett az eddigi eredményekkel. Az EB a digitális menetrend megvalósulásáról május végén kiadott értékelésében úgy vélte, hogy az infokommunikációs ágazat kutatás–fejlesztés és innovációs (k+f+i) tevékenysége továbbra is alulfinanszírozott Európában: a közkiadásból finanszírozott beruházások 2010-ben nem haladták meg az előző évi 5,7 milliárd eurót, így évente 6 százalékos növelésre lesz szükség a 2020-ra kitűzött 11 milliárd eurós cél eléréséhez.

A helyzet összetett – mondta *Belényesi Pál* versenyjogász, a firenzei *Európai Egyetemi Intézet*, a *Florence School of Regulation* média- és kommunikációs részlegének kutatója. Míg a k+f+i befektetésekhez tökéletes vállalkozások kellene, egy különlegesen szabályozott – Magyarországon pedig az adózási oldalon is terhelt – szektorban nehéz elvárni, hogy nagy összegeket fektessenek be. Ezenkívül a szakértő úgy látja: a telekomcégek a klasszikus értelemben már nem tudnak megújulni. A kutatás–fejlesztési tevékenység más jelent e cégeknek, mint a hagyományos, gyógyszeripari vagy szoftverpiaci szereplőknek. A távközlési vállalatok számára mindez digitális tartalom- és szolgáltatásfejlesztést jelentene, amelyre azonban csak időnként látszik érettnak a piac.

A bizottsági beszámoló szerint a k+f célú beruházások hiánya a teljes európai gyártó és szolgáltató ipart veszélyezteti. A szakértő szerint Európa már most is lemaradásban van a globális infokommunikációs-piaci versenyben; sem a legnagyobb, sem a legerősebb vállalatok között nincsenek európai vállalatok. Az elkényelmesedett, nyereségüket felélő európai cégeknek meg kell újulniuk: új cégstruktúrára és üzleti modellekre van szükség, ha Európa fel akarja venni a versenyt a vezető innovációs hatalmakkal.

Szükség van olyan szolgáltatásra is, ami egyfajta „európai unikum” lehet a világban, a szektor kitorési pontjai az adatpiacon, a digitális tartalommal kapcsolatos területen lehetnek. A lehetőségeket ugyanakkor „használni is tudni kell”, vagyis a felhasználói és fogyasztói tudatosságot erősíteni, az oktatással kapcsolatos fejlesztéseket ösztönözni, a digitális írástudást javítani kell. A keresleti oldal élénkítésével lehet értelmet adni a kínálati oldalon végrehajtott befektetéseknek.

Az egységes európai digitális piac kialakulásának legnagyobb akadályát jelenleg az eltérő tagállami szabályozás jelenti olyan kérdésekben, mint például a roamingdíjak, a digitális átállás megvalósítása, az e-kereskedelemmel kapcsolatos jogsegélyek. Ha az európai szabályozási folyamatban valamennyi résztvevő, vagyis a tagállamok, illetve azok szakipari és versenyhatóságai időben elvégzik a feladatukat, és a cégek is a harmonizált szabályoknak megfelelően működnek, akkor az európai digitális menetrend valódi versenyt jelenthet az átlagember számára. A fogyasztónak ugyanis már középtávon is nagyobb választási lehetősége lesz, de olcsóbban juthat szolgáltatásokhoz is.

Az egy évvel ezelőtt közzétett digitális menetrend 101 cselekvési tervet tartalmazott, amelynek egyötöde tagállami intézkedés, mintegy harminc terv pedig konkrét jogszabály-alkotási javaslat volt Európa digitális felzárkóztatása érdekében. A tervezett, határidős intézkedések egyharmadát már el kellett halasztani.

/SG.hu Hírlevél, 2011. július 29., <http://www.sg.hu>

(SzP)