

Szabó Dóra

DIGITÁLIS OLVASÓKÖZÖSSÉGEK ÉS KÖNYVES INFLUENZSZEREK: HAGYOMÁNY ÉS TREND AZ IRODALOMFOGYASZTÁSBAN

Absztrakt

Az online platformok és az influenszerek ma már nemcsak tartalmakat közvetítenek, hanem új olvasói közösségeket is formálnak, melyek az olvasási szokásokat és az irodalomfogyasztást is átalakítják. Kutatásunk ezen online olvasóközösségek szerepét vizsgálja, különös tekintettel két meghatározó magyar platformra: a moly.hu-ra és a Bookstry alkalmazásra. A kutatás célja, hogy feltárja, miként járulnak hozzá a moly.hu és a Bookstry közösségei, valamint a könyves influenszerek az olvasói attitűdök formálásához és az olvasás népszerűsítéséhez, illetve hogyan kapcsolódhatnak e folyamatokhoz a könyvtárak. Hipotézisünk szerint a moly.hu a hagyományos, közösségi olvasáskultúrát, míg a Bookstry a trendalapú olvasásmódot képviseli, ami eltérő lehetőségeket kínál a könyvtárak számára az olvasásnépszerűsítésben. A kvalitatív kutatás tartalomelemzésből, felhasználói profilok és interakciók vizsgálatából állt. Az eredmények alapján a moly.hu közössége erőteljes kulturális beágyazottsággal rendelkezik, tagjai a tartós olvasói kapcsolatok felé orientálódnak. Ezzel szemben a 2025-ben indult Bookstry elsősorban vizuális narratívákkal, gamifikációval és algoritmikus ajánlásokkal motivál, ezzel erősítve a dinamikus, de sokszor felszínesebb interakciókat. Emellett a könyves influenszerek saját, gyakran személyes márkára épülő közösségeikben hidat képeznek a két modell között, erősítve az olvasói utánpótlást és a gyorsan változó könyvpiaci trendek követését. A kutatásunk hozzájárul az online könyves közösségek tipológiájának formálásához, és gyakorlati szinten támogatást adhat az olvasásnépszerűsítés újragondolásához.

Kulcsszavak: könyves közösség; digitális olvasáskultúra, könyves influenszer

Bevezetés

A digitális kor beköszöntével számtalan jóslat született a nyomtatott könyvek és a Gutenberg-galaxis eltűnéséről. Sokan attól tartottak, hogy az online világ képernyőkultúrájának térhódítása végleg háttérbe szorítja az olvasás hagyományos formáit, és az internet elterjedésével elveszíti jelentőségét (Joó, 2020; Golnhofer, 2012). Az elmúlt évtized fejleményei azonban megcáfolták ezeket az előrejelzéseket. Az olvasás nem tűnt el, hanem átalakult, a technológia és a közösségi média új dimenziókkal gazdagította az olvasási kultúrát és annak közösségi vetületeit (Szabó, 2024; Gombos & Csima, 2019).

A rohamos technológiai fejlődés előnyeit a könyvtáraknak, a könyvtárosoknak és az olvasással foglalkozó más személyeknek is meg kellett tanulniuk kihasználni. Bár elsőre meglepőnek tűnhet, hogy az olvasás „vetélytársaként” számontartott számítógép jelentheti a megoldást, de az e-book olvasók korában a különböző online platformok és applikációk már felnőttek a feladathoz, hogy ne csak a digitális szövegek közvetítői legyenek, hanem olvasásra is motiválják a felhasználóikat (Jávorka, 2014; Jávorka, 2013). Ennek

egyik legfontosabb hazai példája a 2008 decemberében indult moly.hu könyves közösségi oldal, amely mára az olvasásszeretők legnépszerűbb online találkozási pontjává vált hazánkban (Ballagó, 2022). S 2025-ben hasonló céllal jött létre a Bookstry applikáció is, melyre egy hónap alatt 7000 felhasználó regisztrált be.

Az elmúlt években az olvasás közösségi élménye azonban túllépett a moly.hu keretein, és új szereplők jelentek meg: a könyves influenszerek. A könyves véleményvezérek különböző platformokon (főként a közösségi média oldalakon) olyan dinamikus, inspiráló közösségeket hoznak létre, amelyek hozzájárulnak az irodalom népszerűsítéséhez és az olvasási kultúra fejlesztéséhez az online térben. Bárki megoszthatja könyvekkel kapcsolatos gondolatait és véleményét a világgal, ezzel hozzájárulva az irodalmi élmények megosztásához és az olvasási szenvedély kultiválásához (Szabó & Dani, 2024; Szabó & Dani, 2023). Mindeközben a hagyományos könyvklubok is reneszánszukat élik, amelyek rendszeres offline vagy online találkozási lehetőséget biztosítanak az olvasóknak. A könyvklubok mellett a moly.hu felületén szerveződő „Molyklubok” is népszerűek, ahol a közösség tagjai sokszor városi szinten személyesen is találkoznak egymással.

Ezek együtt (a moly.hu, a Bookstry, a könyves influenszerek és a könyvklubok) egyszerűsítő módon alakítják át az olvasás közösségi dimenzióját. Az online és offline terek összefonódása, a formális és informális tanulás határainak elmosódása, valamint az olvasók közötti interakciók intenzívebbé válása olyan jelenségek, amelyek tudományos vizsgálata időszerű és szükséges. Különösen fontos kérdés, hogyan válnak az olvasók a digitális térben közösségekké, illetve miként járulnak hozzá ők maguk az olvasóvá neveléshez.

Tanulmányunk célja, hogy feltárja a könyvklubok, a moly.hu, a Bookstry közösségeit és könyvtári lehetőségeit. A kutatás célja annak feltárása, hogyan járulnak hozzá a moly.hu és a Bookstry digitális olvasóközösségei, valamint a könyves influenszerek az olvasási kedv növeléséhez, az olvasóvá neveléshez és az olvasói közösségépítéshez. Emellett cél a könyvtárak lehetséges szerepének és adaptációs stratégiáinak vizsgálata ezen új olvasási és közösségi formák tükrében. Hipotézisünk szerint a moly.hu közössége elsősorban a lokális, hagyományos és közösségi olvasásélményt erősíti, míg a Bookstry inkább a nemzetközibb, trendalapú és influenszerközpontú irodalomfogyasztási modellt képviseli. Feltételezhető, hogy a könyvtárak számára e két modell eltérő lehetőségeket kínál a közösségi részvétel és az olvasásnépszerűsítésre irányuló tevékenységekben.

A könyvek és az olvasás közösségi dimenziói

A hagyományos olvasóköri és könyvklubok az olvasás közösségi dimenziójának alapvető formái a 19. században terjedtek el széles körben Magyarországon is (Raphael et al., 1996). Az olvasóköri eredetileg olyan kisebb társadalmi egyesületek voltak, amelyek célja az ismeretterjesztő és szépirodalmi művek közös olvasása és megbeszélése volt, s melyek fontos szerepet játszottak a helyi művelődés előmozdításában, a tudásmegosztásban, a társadalmi mobilitásban és a közösségi identitás erősítésében. Nemcsak könyveket, hanem folyóiratokat, sajtótermékeket is gyűjtöttek, és gyakran kis könyvtárként is működtek, hozzájárulva a kulturális tőke bővítéséhez.

A könyvklubok mai napig a közös olvasás élményét, az eszmecserét és a személyes fejlődést helyezik előtérbe. A tagok többnyire előre egyeztetett könyveket olvasnak el, majd

rendszeres találkozókon osztják meg egymással gondolataikat, érzéseiket. Különlegességük, hogy a résztvevők egymás nézőpontjából ismerhetnek meg új értelmezéseket, és olyan művekre is felfigyelhetnek, amelyeket egyedül talán nem választottak volna. A közös olvasás során nemcsak az egyének irodalmi élménye gazdagodik, hanem a társas kapcsolatok, a kommunikációs készségek és az empátia is fejlődik (Tworney, 2011). De ezen kívül vannak olyan könyvklubok, amikor különböző könyveket olvasnak egy megadott tematika alapján, vagy az utóbbi években lett elterjedtebb a csendes könyvklub, amikor a résztvevők előre egyeztetett időpontban és helyszínen olvasnak más-más könyveket.

A könyvklubok és olvasóköriek által a magányos olvasásból közösségi élmény vált, amelyben a tagok egymást támogatva, együtt reflektálnak az olvasottakra, és közösen tanulnak, fejlődnek (Dobrova & Szivák, 2020). Az ilyen közösségek a társadalmi kohézió, a kulturális identitás és a tanulás fontos színterei. Mint már említésre került, az elmúlt évtizedben a közösségi média alapvetően alakította át az olvasás dimenzióit, és új, digitális olvasói kultúrát teremtett. A hagyományos olvasóköriek és könyvklubok mellett megjelentek az online olvasói közösségek, amelyek a fizikai távolságokat áthidalva, a virtuális térben szervezik meg a közös olvasás, eszmecsere és élménymegosztás új formáit (Tóth & Audunson, 2012).

A közösségi oldalak mellett a kifejezetten könyvszeretőknak létrehozott platformok (pl. moly.hu, Goodreads, LibraryThing, Bookstry) lehetőséget adnak arra, hogy az olvasók értékeljék, ajánlják, megvitassák az olvasott műveket, kihívásokban vegyenek részt, virtuális könyvespolcokat hozzanak létre, és közös eseményeket szervezzenek. Ezek a digitális közösségek támogatják az olvasási aktivitást, motiválják a tagokat, és segítik az olvasót új könyvek, szerzők, műfajok felfedezésében (Tóth, 2012). A közösségi média és az olvasás kapcsolata kettős: egyrészt a digitális kultúra előretörése megváltoztatta az olvasási szokásokat (többen olvasnak rövidebb, online szövegeket, posztokat, cikkeket és sokan inkább podcastet, hangoskönyvet hallgatnak), másrészt viszont a könyves influenszerek, tartalomgyártók új lendületet adtak az olvasás népszerűsítésének, különösen a fiatalabb generációk körében (Szabó & Dani, 2024). Az online olvasói közösségekben a tagok nemcsak fogyasztók, hanem aktív tartalomkészítők is, akik értékeléseikkel, ajánlásaikkal, videóikkal, bejegyzéseikkel formálják az olvasói kultúrát (Szabó & Dani, 2024).

A digitális olvasói kultúra elsősorban az interaktivitáson, a közösségi élményen, a sokszínűségen és a motiváción alapszik. Mit jelent ez? Az olvasók azonnal megoszthatják véleményüket, kérdéseiket és ajánlásaikat az online platformokon, ahol különböző korosztályok, hátterek, érdeklődési körök találkoznak. Ezek az online közösségek, az influenszerek és a kihívások ösztönzik az olvasást, segítenek fenntartani az érdeklődést. A közösségi média tehát nem helyettesíti, hanem újraformálja az olvasás dimenzióit, és lehetőséget teremt a könyvolvasás élményének szélesebb körű megosztására, népszerűsítésére a digitális korban (Dani & Szabó, 2024; Tóth, 2012). Ennek ad teret a moly.hu és a Bookstry is, melyeket a következő alfejezetekben érintünk.

moly.hu

A moly.hu egy magánkezdemenyezés eredményeként jött létre 2008 decemberében Nagy Bence újságíró vezetésével, azzal a céllal, hogy a magyar olvasóközönség számára egy olyan virtuális teret hozzon létre, ahol a könyvszeretők rendszerezhetik, értékelhetik és megoszthatják olvasmányaikat (Takács, 2011). A platform mára az egyik legnagyobb magyar nyelvű könyves közösségi platformmá vált, amelyet olvasók, szerzők, kiadók és könyvtárak is aktívan használnak. Az oldal központi eleme egy folyamatosan bővülő könyvadatbázis, amely minden regisztrált műhöz részletes bibliográfiai adatokat, borítóképeket, tartalmi leírásokat, felhasználói értékeléseket, véleményeket és idézeteket rendel hozzá, ezáltal elősegíti az információ strukturált kereshetőségét és feldolgozását.

A felhasználók saját profiljukhoz kapcsolódó virtuális könyvespolcokon rendszerezhetik olvasmányaikat aszerint, hogy mely műveket olvasták el, melyek várólistások vagy kívánságlistások, továbbá tematikus polcokat alakíthatnak személyes érdeklődésük mentén. Az olvasási előzmények és státuszok pontos rögzítésén kívül a művekhez felhasználói értékeléseket, csillagos besorolásokat és szöveges véleményeket is fűzhetünk. Továbbá a kiemelkedőnek tartott idézetek rögzítése is hozzájárul a platform tudásmegosztó funkciójához; ezek az adott könyv adatlapján is megjelennek, elősegítve a több szempontú értelmezést (Rácz, 2017).

A moly.hu közösségi interakciós felületei, a „karcok”, vagyis rövid bejegyzések, valamint a különféle tematikus fórumokat jelentő „zónák” a diszkurzív kommunikációt támogatják. Az előbbiek véleményezhetőek, kommentálhatóak, kedvencnek jelölhetőek, utóbbiakban pedig szervezett vagy spontán beszélgetések alakíthatók ki irodalmi, könyves, illetve kapcsolódó témák mentén. A közösségi együttműködés további elemét jelentik az olvasási kihívások, amelyek teljesítéséért digitális „plecsnik” járnak, ezek profilhoz kötötten látszanak. Kiemelendő ezeken kívül az utazókönyv-funkció, amely lehetővé teszi a könyvek fizikai körforgását az olvasók között. Az eseményszervező modul mind online, mind offline programok (könyvbemutatók, találkozók) szervezését is elősegíti, míg az „észlelések” funkció révén a felhasználók bejelenthetik, ha nyilvános helyen olvasási tevékenységet tapasztalnak valaki részéről egy adott könyvvel kapcsolatban (Tóth, 2011).

Az oldal esztétikai és ergonómiai szempontból is minden korosztály számára könnyen kezelhető, a felhasználói élményt különféle statisztikák, ranglisták és vizuális elemek teszi vonzóvá és informatívvá. A moly.hu tehát a hazai könyvpiac szinte teljes spektrumát átfogva komplex módon támogatja az olvasás egyéni és közösségi aspektusait, elősegíti az olvasói identitás és kulturális élmények dokumentálását, valamint az aktív, támogató olvasói közösség formálódását a digitális térben.

Bookstry

A Bookstry, egy új magyar fejlesztésű könyves közösségi platform, 2025 júniusában jelent meg Pánácz Csaba webfejlesztő és designer által. Az alkalmazás célja, hogy egy ingyenesen hozzáférhető, olvasásközpontú digitális közösségi teret hozzon létre, amely az olvasást, az olvasmányélmények megosztását és az olvasói közösségi kapcsolatok építését támogatja. A felhasználói érdeklődést jól mutatja, hogy a megjelenést követő első hónapban mintegy 7000 letöltést produkált.

Az alkalmazás jelenlegi funkciói az olvasási szokásokra fókuszálnak, tehát az olvasáskövetés alapvető elemeire épülnek. A felhasználók nyilvántartást vezethetnek olvasott, olvasandó, félbehagyott és aktuális olvasmányaikról, valamint egyedi listákat hozhatnak létre, ahogy a moly.hu oldalán is. A beépített olvasási napló és a naptáralapú funkciók heti és havi szokásokat megjelenítő statisztikákat, grafikonokat biztosítanak. Az értékelési rendszer ötcsillagos skálán, szöveges véleményekkel egészül ki, ugyanakkor az új könyvcímeket bármely felhasználó felviheti, amelyet mindig ellenőrzés, moderáció követ. Az applikációban újítként jelenik meg az ajánlaskérés funkció, amely lehetővé teszi, hogy a felhasználók konkrét szempontok alapján kérjenek személyre szabott könyvajánlást. Ezt egy mesterséges intelligencia alapú eszköz segíti, amely egyelőre korlátozott képességekkel rendelkezik, de a fejlesztői koncepció szerint a felhasználói aktivitás bővülésével pontosabbá és személyre szabottabbá válhat. A platform központi eleme a felhasználókörzpontú szemlélet, tekintve arra is, hogy újdonság a piacon. Ennek érdekében a felhasználók hírlevelet is kapnak, amelyben mindig értesülnek a legújabb funkciókról, újításokról, esetleges változásokról.

A Bookstry külön figyelmet fordít a közösségi biztonságra is, mivel beépített moderációs eszközökkel biztosítja a kulturált környezetet, s a problémás tartalmak jelentésekor 24 órán belül intézkedés történik. Újdonságként kezeli a könyvformátumok jelölését (pl. nyomtatott, e-könyv, hangoskönyv, könyvtári példány), amely tágabb lehetőséget biztosít az olvasási szokások vizsgálatához.

A platform piaci helyzetét tekintve egyelőre nem versenytársa a több mint másfél évtizede működő moly.hu-nak vagy a nemzetközi Goodreads-nek. Erőssége sokkal inkább az emberléptékű működésben, a modern és intuitív felhasználói felületben, valamint a közvetlen fejlesztői kapcsolatban rejlik. Ezzel olyan közösségi élményt kínál, amelyet a felhasználók kezdeti lelkesedéssel fogadtak, külön értékelve az indulási fázisban való aktív részvételi lehetőséget.

Könyves influenszerek szerepe

A digitális kultúra és a közösségi média megjelenésével a könyves influenszerek az olvasási kultúra alakításának egyik legjelentősebb szereplőivé váltak (Waldinger, 2020). A véleményvezérek rendszeresen osztanak meg könyvajánlókat, kritikákat és olvasási élményeket különféle platformokon, például Instagramon (Bookstagram), TikTokon (BookTok), YouTube-on (BookTube), Facebook-csoportokban, blogokon, podcastokban, illetve a moly.hu és immár a Bookstry felületén. Tevékenységük révén nemcsak az egyéni könyvválasztásokat befolyásolják, hanem interaktív, aktív részvételre építő közösségeket hoznak létre, ahol az olvasók tapasztalatot cserélnek egymással, könyveket ajánlanak, és különböző kihívásokban vagy eseményeken vesznek részt (Szabó & Dani, 2024).

A különböző platformok eltérő kommunikációs módon kapcsolják össze az influenszereket közönségükkel. A BookTube hosszabb, elemzőbb videóformátumokkal, személyes hangvétellő könyvértékelésekkel működik, ahol a tartalomkészítők személyisége meghatározó a közösségépítésben. A BookTok ezzel szemben rövid, dinamikus és vizuálisan látványos tartalmakkal, könyves mémekkel és spontán, vicces reakcióvideókkal szólítja meg

elsősorban a fiatalabb generációkat, sőt mérhetően képes növelni egyes könyvek forgalmát. Az Instagram könyves közössége, a Bookstagram, esztétikus fotók, rövid ajánlók, olvasási projektek és élő beszélgetések révén elsősorban az olvasás vizuális népszerűsítését szolgálja. A Facebook egy tényközlőbb formátum, s az olvasással és a könyvekkel kapcsolatos tartalmak tekintetében inkább már csak a zárt csoportok szempontjából releváns platform. A blogok és a podcastok pedig inkább részletesebb értelmezéseket, mélyebb elemzéseket és közösségi olvasásokat kínálnak (Szabó & Dani, 2024).

A könyves influenszerek hatásmechanizmusa három fő területen ragadható meg; olvasásnépszerűsítés, közösségformálás és marketing. Közvetlen, személyes hangvétellű ajánlásaikkal és interaktív kihívásaikkal képesek olyan közönségeket is megszólítani, amelyeket a hagyományos könyvmarketing kevésbé ér el (Szabó, 2024). Az olvasás így szórákoztató, inspiráló és közösségi élményként jelenik meg, nem pusztán iskolai vagy kötelező tevékenységként. Az influenszerek által létrehozott online közeg hozzájárul az olvasói identitás formálódásához, a párbeszéd és a vitakultúra erősítéséhez, valamint új értelmezési perspektívák kialakításához. Kiemelt minta a BookTok, amely egész műfajokat vagy korábban kevésbé ismert könyveket helyezett vissza a bestsellerlisták élére, és jelentős hatással bír a fiatal generációk olvasási szokásaira. A kiadók előszeretettel építenek együttműködésre az influenszerekkel, gyakran biztosítanak előzetes példányokat, exkluzív eseményeket számukra, de rendszeresen még az influenszer-felkérések különböző kampányokhoz is (Szabó, 2025).

Mindemellett az utóbbi években a könyvtárak is felismerték a könyves influenszerek adta lehetőséget, s már effajta együttműködésekkel is lehet találkozni. A könyvtárak számára mindezeket túl érdemes az influenszerek eszköztárát is adaptálni, például bekapcsolódhatnak az influenszerek által indított olvasási kihívásokba, közösen szervezhetnek író-olvasó találkozókat, workshopokat vagy online beszélgetéseket. A közvetlen és interaktív kommunikáció kiegészítheti a hagyományos könyvtári marketinget, és szélesebb közönséget érhet el. Az influenszerek így hidat képeznek kiadók, könyvtárak és olvasók között, miközben hozzájárulnak egy élő és folyamatosan alakuló olvasási kultúra fenntartásához.

Ezeket a folyamatokat jól kiegészítik az olyan közösségi könyves platformok, mint a Goodreads és a moly.hu, vagy az újdonságértékű Bookstry, melyek nemcsak az olvasói aktivitás nyilvános megjelenítését és a közösségépítést teszik lehetővé, hanem releváns adatokkal is szolgálnak a könyvpiaci trendekről, hazai olvasási szokásokról.

A könyvtárak lehetőségei a moly.hu és a Bookstry közösségi olvasóplatformok tükrében

Az olvasásközpontú digitális platformok jelentős mértékben alakítják át a könyvtári szolgáltatások hagyományos keretrendszerét, s lehetővé teszik, hogy a könyvtárak a 21. századi tudásmegosztó és közösségépítő folyamatok élvonalába kerüljenek (Szabó & Dani, 2023). Ezen közösségi platformok révén a könyvtárak már nem csupán információszolgáltatók, hanem aktív diskurzusformálók és az olvasói identitás fejlesztésének motorjai lehetnek, az olvasási szokások feltérképezésével és a releváns, élményalapú szolgáltatások innovatív adaptációjával (Dani & Szabó, 2024).

A könyvtárak a moly.hu-n saját, intézményi profilokat alakíthatnak ki, ahol naprakész könyvajánlók, klubok, olvasóköri, tematikus beszélgetéssorozatok szervezhetők, lehetőséget teremtve a felhasználók közvetlen elérésére, motiválására és aktivitásuk fokozására. Az oldal funkciói mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a könyvtár presztízse, mint helyi tudásközpont és közösségi tér, a digitális korszakban is releváns és vonzó maradjon. Kiemelt szerepet kap a moly.hu adatbázis integrációjának lehetősége is, amely az ISBN-adatok, borítóképek és felhasználói vélemények átemelésével a könyvtári keresőrendszereket interaktívabbá, intuitívabbá és felhasználó-központúbbá teheti.

A Bookstry újszerű, vizuálisan letisztult felülete, részletes olvasást monitorozó grafikonjai, olvasónapló-funkciói, valamint mesterséges intelligencia-alapú, személyre szabott könyvajánló rendszere kiemelten alkalmas arra, hogy az online aktív, elkötelezett, de változékony célcsoportokat vonzzon be a könyvtári térbe, különösen a fiatalabb digitális generációk esetében. Viszont mivel ez az applikáció az egyének olvasási szokásaira összpontosít, nem javasolt könyvtári profilt létrehozni. A platform felhasználói bázisa aktív, a fejlesztők nyitottak a közösségi együttműködésekre, a könyvtárak akár pilot projektekkel, akár kutatási együttműködésekkel is illeszkedhetnek a fejlesztési folyamatba, így valós igényeken alapuló, könyvtári specifikus digitális fejlesztések is elindíthatóak.

Mindkét platform hozzájárulhat a könyvtárak digitális jelenlétének erősítéséhez úgy, hogy a moly.hu elsősorban a közösségi kapcsolatok építésére és a közös olvasói élmények kialakítására fókuszál, míg a Bookstry inkább az egyéni olvasói preferenciák támogatására és az olvasási motivációk személyre szabására alkalmas. A könyvtárak ezek alapján a moly.hu-t használhatják elsősorban közösségépítésre, olvasói aktivitás ösztönzésére, míg a Bookstry alkalmazást inkább olyan eszközként értelmezhetik, amely segítségével az egyéni olvasók személyes ízléséhez és olvasási szokásaihoz igazított szolgáltatásokat nyújthatnak, így egy komplexebb olvasásnépszerűsítő stratégiát alakíthatnak ki. Ez a két platform együttesen lehetőséget kínál arra, hogy a könyvtárak a digitális térben mind a közösségi, mind a személyre szabott olvasási élményekre építve hatékonyan növeljék olvasóközönségüket és bővítsék szolgáltatásaikat.

Hogyan nézhet ez ki a gyakorlatban? A könyvtárak saját, helyi vagy országos szintű olvasási kihívásokat indíthatnak a moly.hu-n, amelyek tematika, évforduló, híres szerző vagy kortárs problémák köré szerveződhetnek. Ezekhez digitális „plecsnik” vagy jelvények társulhatnak, amelyek a profilokon elérhetők. Továbbá élőben is közvetíthetők a platformon a könyvtári események (író-olvasó találkozók, könyvbemutatók, közös felolvasás), megosztva a rendezvény digitális élményét azokkal is, akik nem tudnak jelen lenni személyesen. Ezen kívül gamifikált könyvtári foglalkozásokba is be lehet építeni a moly.hu oldalt, például „keress meg egy könyvet a moly.hu segítségével”, így a platformhasználat élményszerűen épül be a könyvtárlátogatásba. A könyvtárak a moly.hu vagy Bookstry trendadó listáit és felhasználói visszajelzéseit rendszeresen beépíthetik az állománygyarapításba, ezáltal rugalmasabban és gyorsabban reagálhatnak a valós olvasói igényekre. Továbbá kutatási platformként is tekinthetnek a könyvtárak ezekre az oldalakra, olvasási szokások, trendek vizsgálatához.

Ezek alapján a moly.hu és a Bookstry eltérő történeti és technológiai karakterük mentén mind a könyvtári szolgáltatásfejlesztés, mind a társadalmi, kulturális közvetítés modern eszközeivé válhatnak, elősegítve az olvasási kultúra újszerű, közösségi és digitális alapú újraértelmezését.

Tartalom- és profilelemzés a moly.hu és a Bookstry felületeken

Kutatásunk során azt vizsgáljuk, hogy a moly.hu és a Bookstry platformok milyen módon járulnak hozzá az olvasói közösségépítéshez, az olvasói attitűdök formálásához, illetve milyen szerepet töltenek be az olvasásnépszerűsítésben. Felmerül a kérdés, hogy valóban eltérnek-e a két platform működési és tartalmi jellemzői a hagyományosabb, lokális olvasásélményt kínáló moly.hu, valamint a trendalapú, influenszerközpontú Bookstry között, és hogy ezek az eltérések milyen lehetőségeket nyújtanak a könyvtári olvasástámogatás számára.

A moly.hu weboldal tartalomelemzése során a felhasználói bejegyzések, könyvértékelések, listák és fórumok interakcióit vizsgáltuk, amelyek leginkább a személyes élménymegosztást és a közösségi olvasás támogatását tükrözik. A tartalmak jellemzően mélyebb, elkötelezett olvasói véleményeket és könyvismertetőket tartalmaznak, melyek a hagyományos, lokális olvasási kultúra folytatására épülnek. A profilvizsgálat eredményei szerint a moly.hu közösségi tagjai elsősorban magyar nyelvű, aktív olvasók, akik értékelik a közösségi visszajelzéseket és olvasmányajánlásokat. Az influenszerek szerepe itt főként hiteles, olvasói véleményformáló, közösségépítő karakter, akik hagyományosabb olvasási értékeket képviselnek és támogatják az olvasói identitás kialakulását.

Emellett a Bookstry jelenlegi tartalmi működése inkább az egyéni profilokra és az olvasói értékelésekre koncentrál, ahol a felhasználók főként az általuk elolvasott könyvekről osztanak meg rövidebb véleményeket és értékeléseket, valamint saját olvasásukat vezetik. A platform közösségi aktivitása és interakciói még nem alakultak ki erőteljesen, így nem beszélhetünk jelentős közösségépítő mechanizmusokról vagy dinamikus, influenszerközpontú tartalomról. A profilok alapján a Bookstry felhasználói egyéni olvasási naplóikat vezetik, kevésbé fókuszálva a közösségi kapcsolatokra vagy intenzív interakciókra. Az influenszerek szerepe is még visszafogottabb, még ha jelen vannak is, inkább egyéni olvasási szokások és naplók inspirátoraként, könyvajánlóként a közösségi felületen, de nem vezetőként.

A kutatási hipotézisünk részben igazolódik. A moly.hu közösségi struktúrája és használati mintái erőteljesen alátámasztják a hagyományos, lokális és közösségalapú olvasásélmény erősítését, amely megfelel a hipotézis első felének. Az aktív felhasználók interakciói, személyes olvasmánymegosztásai és hiteles olvasói véleményei világosan tükrözik a platform közösségépítő szerepét, amely hozzájárul a magyar olvasók digitális közösségi jelenlétének erősítéséhez. Ezzel szemben a Bookstry elemzése arra utal, hogy a platform jelenlegi működése inkább az egyéni olvasói profilokon és értékeléseken alapul, közösségi aktivitásban és közösségépítésben kevésbé markáns, az influenszerek szerepe pedig korlátozottabb. Ez a megfigyelés arra enged következtetni, hogy a Bookstry még nem teljesen valósítja meg a nagyobb trendorientált, nemzetközi irodalomfogyasztási modellt, amit a hipotézis második részében fogalmaztunk meg. Így ezen a ponton a hipotézis csak részben

teljesül. A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a moly.hu a hagyományos közösségi olvasáskultúra digitális kiterjesztésének modelljeként működik, míg a Bookstry inkább jelenleg egy fejlődő, egyéni fókuszú olvasói tér, amelynek potenciálisan még ki kell bontakoztatnia teljes szerepét. Ez az eredmény fontos kiindulópontként szolgálhat további kutatások és a könyvtári olvasásnépszerűsítő stratégiák kialakítása szempontjából, különösen figyelembe véve a digitális platformok eltérő működési és közösségi sajátosságait.

Összegzés

A digitális olvasóközösségek és a könyves influenszerek jelensége radikális szemléletváltást hozott az irodalomfogyasztásban, amelynek során a közösségi platformok, legyen szó könyvklubokról, moly.hu-ról vagy közösségi média oldalakról, a hagyományos olvasási mintázatokat interaktívvá, reflektívvá és demokratizálttá alakítják. Míg a könyvklubok strukturált párbeszédet és rendszeres szellemi diskurzust kínálnak, addig a moly.hu, a Bookstry applikáció és a különböző közösségimédia-felületeken aktív könyves influenszerek mozgósítani tudják az olvasók sokrétű, korosztályokon és földrajzi régiókon átívelő közösségeit, s segítenek az olvasás aktuális trendjeinek formálásában.

A könyves influenszerek személyes márkát és bizalmi hidat építenek a könyvtárak, a kiadók és a fiatalabb olvasói generációk között, közvetlen és vizuálisan is vonzó megosztási formákat kínálva. Tevékenységük új, részvételi mintázatokat teremt, hiszen a könyvek nem csupán esztétikai vagy tudásbéli értékrenddel, hanem közösségi élménnyel is gazdagodnak: recenziók, ajánlók, viták, élő események és közös olvasási kihívások révén. A könyves influenszerek ma a globális és hazai olvasási kultúra egyik legfontosabb motorjai: egyszerre népszerűsítik az irodalmat, közösségeket építenek, és közvetlen kapcsolatot teremtenek a könyvpiac, a könyvtárak és az olvasóközönség között.

A könyves influenszerek kiemelt szerepe abban áll, hogy az irodalomhoz való hozzáférést könnyen értelmezhető, személyes és hiteles módon közvetítik, miközben kulturális, társadalmi vagy aktuális kérdések iránt érzékenyítenek. Ez a dinamizmus serkenti a tanuló közösségek fejlődését, pozitívan hat a nyilvános olvasási diskurzusra, és elősegíti, hogy a digitális korban is megmaradjon és újraértelmeződjön az olvasás, hangsúlyt fektetve egyszerre a közös élményre és az egyéni fejlődésre is (Szabó & Dani, 2024).

Felhasznált irodalom

- Ballagó, J. (2022). A tematikus weboldalak hálózatos szerveződése. In Sz. Tátrai & G. T. Nagy (Eds.), *A magyar mondat és kontextuális környezete* (pp. 331–354). Eötvös Loránd Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar.
- Dani, E., & Szabó, D. (2024). Online olvasás- és szolgáltatásnépszerűsítés a könyvtárakban: a közösségi média és a könyves influenszerek. *Könyv és nevelés*, 25(1), 48–67.
- Dobrova, Z., & Szivák, J. (2020). A szakmai könyvklub mint a pedagógusképzés sajátos tanulási környezete. *Pedagógusképzés*, 19(47), 5–17. <https://doi.org/10.37205/TEL-hun.2020.1-2.01>
- Golnhofer, E. (2012). Olvasásélmények. *Könyv és nevelés*, 14(4), 60–67.
- Gombos, P., & Csima, M. (2019). A digitális bennszülöttek olvasási kedve, olvasáshoz való viszonya a 2017-es és 2019-es felmérések tükrében. *Anyanyelvi Kultúrákövetítés*, 2(2), 45–57. <https://doi.org/10.33569/akk.2391>
- Jávorka, B. (2013). Olvasómozgalmak a Moly.hu könyves közösségi oldalon. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 60(1), 4–18.
- Jávorka, B. (2014). Olvasók online közössége = e-olvasás? *Könyvtári Figyelő*, 24(2), 195–204.
- Joó, A. (2020). Saecula lectionis. Az olvasás örök? Kitekintés az olvasás tér-idő dimenziójára. *Mediárium: társadalom-egyház-kommunikáció*, 14(1-3)
- Rácz, B. (2017). *A YouTube, a blogok és a Moly hatása a könyvolvasási szokásokra* (Szakdolgozat, Debreceni Egyetem). DEA. <https://dea.lib.unideb.hu/items/a7027269-d83c-472d-9725-b0b71844b956>
- Raphael, T., Pardo, L., Highfield, K., & McMahon, S. (1996). Book Club: A Literature-Based Curriculum. *The Reading Teacher* 48(2), 102–116. DOI: 10.1598/RT.48.2.1
- Szabó, D., & Dani, E. (2023). A könyvtárak médiatudatossága és olvasóvá nevelés stratégiái a közösségi média hozzájárulásával. *Közösségi Kapcsolódások*, 1, 91–100.
- Szabó, D., & Dani, E. (2024). Book influencers in the library? *Canadian Journal of Information and Library Science*, 47(2), 18–29.
- Szabó, D. (2024). Könyves influenszerek és könyvtárak: Lehet-e együttműködni az olvasóvá nevelésért? In E. Márkus, J. Boros, E. Bucher, & T. Kozma (Eds.), *Innovációk és innovátorok: Tanuljunk együttműködni az innovációkban = Innovations and innovators learning for innovative partnership* (pp. 98–112). Debreceni Egyetemi Kiadó. (Régió és oktatás, 16)
- Szabó, E. (2024). A 21. századi olvasó útvesztője és a mágikus segítők. *Sociology of Literature*, 3, 72–79.
- Takács, B. (2011). Magyar könyves közösségi oldalak. *Nyelv és tudomány*. (https://www.nyest.hu/hirek/magyar-konyves-kozossegi-oldalak?force_desktop)
- Tóth, M. (2011). A Moly.hu mint virtuális találkozóhely. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 58(7), 289–293.
- Tóth, M. (2012). A közösségi oldalak hatása a fiatalok olvasási aktivitására. *Könyv és Nevelés*, 14(3).
- Tóth, M., & Audunson, R. (2012). Websites for booklovers as meeting places. *Library Hi Tech*, 30(4), 655–672. <https://doi.org/10.1108/07378831211285112>
- Tworney, S. (2011). Reading “Woman”: Book Club Pedagogies and the Literary Imagination. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 50(5), 398–407. DOI: 10.1598/JAAL.50.5.6
- Vogl, Á. J. (2015). *Közösségi oldalak és olvasásnépszerűsítés* (Szakdolgozat, Debreceni Egyetem). DEA. <https://dea.lib.unideb.hu/items/163410ca-7455-439b-81f0-1acec3a0bebd>
- Waldinger, D. (2020). Könyves influenszerek módszereinek adaptálása könyvtári környezetben. *Könyv, könyvtár, könyvtáros*, 29(3), 3–13.