

Tóth Máté

A közösségi oldalak hatása a fiatalok olvasási aktivitására

Bevezetés

A '90-es években megalkotott világháló nagy virtuális játéktere napjainkra a mindennapi ügyintézésről, a munkán keresztül a szórakozásig az emberi tevékenységek széles skálájának a közegévé vált. A bevásárlástól az okmányirodai ügyintézésen és a könyvtári könyvek meghosszabbításán keresztül a szépirodalom olvasásáig nagyon sok lehetőséget kínál a world wide web, különösen annak Tim O'Reilly által újradefiniált második generációja. Mindezek mellett az emberek közötti interakciónak is az egyik legfontosabb közege mind a privát, mind pedig a hivatalos kapcsolatok vonatkozásában.

A világháló jelenségeinek kutatása egyre fontosabbá válik a társadalom- és a bölcsészettudományok területén is. Soha korábban nem volt még példa olyan technológiai forradalomra, amely ilyen mértékben befolyásolta volna mindennapjainkat. Talán ennek a következménye, hogy a humán tudományok is komolyan elkezdtek foglalkozni a technológia, a hideg bitek mögött megjelenő ember vizsgálatával. Az internet éppen a World Wide Webnek köszönhetően humanizálódott. Talán nem túlzás azt állítani, hogy paradox módon éppen a technológiának köszönhetően egyre kevésbé releváns a technológia oldaláról közelíteni Webhez. A technológia fejlődésével párhuzamosan veszítjük el a hitünket a technológia mindenhatóságában. Ennek a következménye, hogy az új technológiákkal kapcsolatos kutatásoknak is egyre inkább a folyamatokat spontán vagy akarattal irányító ember kerül a középpontjába.

A világháló fejlődése óriási befolyással van és volt a könyvtárak mindennapjainak alakulására is. A könyvtárak – legalábbis a közgyűjteményi szférát tekintve – mindig az elsők között reagáltak a technológiai változásokra. A web 2.0 technológiai paradigmájának megjelenését követően az elsők között született meg a szakmán belül sok vitát kiváltó könyvtár 2.0 fogalom. A szemantikus web elképzelésben leírt globális metaadat-birodalom esetében is a könyvtárak tettek a legtöbbet a közszférában azért, hogy az álomból valóság legyen, azzal, hogy a katalógusokban tárolt nagy tömegű strukturált adatot egyre több intézmény teszi közzé az intelligens világháló alapját képező RDF formátumban.

A web fejlesztése (és a némileg ettől függetlenül zajló fejlődése) töretlen, így célszerű számba venni a könyvtári világ szempontjából releváns változásokat, és értékelni az azok által generált kihívásokra adott válaszokat. Régóta ismert tény,

hogya a sok internetezés pozitív hatással van az olvasásra, de vajon mit mondhatunk a világháló ezen egyre nagyobb népszerűségnek örvendő szeletéről, a közösségi oldalak világról? Jelen kutatásban arra keressük a választ, hogy kifejezetten a közösségi oldalak milyen hatással vannak a fiatalok olvasási aktivitására.

A kérdéskör egy sokkal bővegebb kutatási adatokon alapuló, a jelenleginél sokkal mélyebb elemzést érdemelne. Erre sajnos sem időben, sem terjedelemben nem volt lehetőségünk. Jelen tanulmány célja tehát a szakirodalom és az eddigi kutatási eredmények eredményeinek szakszerű összegzése, kérdések felvetése, újabb kutatások serkentése.

Kutatási kérdés, módszer

A közösségi oldalak és az olvasás viszonyát ebben a tanulmányban két szempontból is meg fogjuk közelíteni.

1. Az általános célú, valamennyi internetező meg szólító közösségi oldalak (Facebook, Iwiw) használata nagyon jelentős méreteket öltött az elmúlt években. Értelmszerűen adja magát a kérdés, hogy vajon milyen hatással van az olvasásra az a tény, hogy a fiatalok jelentős része naponta több órát tölt a közösségi oldalakon.
2. A másik megközelítésnek az adja az alapját, hogy a közösségi média világában feltűnt a szolgáltatásoknak egy olyan csoportja, amely az olvasást támogatja, és amely kifejezetten a könyvmolyokat fogja össze. Magyarországon a legismertebb ilyen oldal a Moly.hu, de lényegében az amerikai LibraryThing magyar változata és a könyvtár.hu (Kardos 2009) is a magyar könyvmolyok gyűjtőhelye kíván lenni. Kérdés, hogy vajon ezen oldalak mennyiben képesek támogatni az egyén olvasási aktivitásának alakulását, milyen pluszt képesek nyújtani a könyvszeretők számára, és ami talán a legfontosabb, vajon több olvasásra sarkallják-e a használóikat. Vajon milyen hatással vannak az olvasómozgalmak, amelyekhez csatlakozva az egyén képes kifejezni vagy elmélyíteni elkötelezettségét egy-egy szerző, műfaj vagy téma irányába.

Az első megközelítésben elsősorban a szakirodalomra támaszkodhatunk, hiszen kifejezetten ilyen kutatás nem készült az elmúlt években, jóllehet óriási szükség lenne rá. Jelenleg csak közvetett következtetéseket vonhatunk le az adatokból, hogy kik használják a közösségi oldalakat, kik Magyarországon az olvasók és milyen összefüggés mutatható ki az internethasználat és az olvasási aktivitás között.

A második megközelítésben már konkrét, saját kutatási eredmények állnak rendelkezésre (Audunson, Tóth 2010; 2011; Tóth 2011a; 2011b), amelyek adataiból világosan kiolvasható a kutatási kérdésre adható válasz. Az olvasómozgalmakra

vonatközán Jávorka (2012) kutatásai adnak átfogó képet a hazai helyzetről. Mintaként itt a legjelentősebb hazai könyves közösségi oldalt, a Moly-t választottuk ki.

A háttér: a web 2.0 paradigma és a közösségi oldalak

2004. október 5-7 között a számítástechnikai könyveiről híres O'Reilly Media a San Francisco-i Nikko Hotelben megtartotta az első web 2.0 konferenciáját, amelynek nyomán a második generációs világháló ötlete futótűzként terjedt el a világban jelezve, hogy a virtuális világbirodalomban radikálisan új játékszabályok vannak kialakulóban. Eltérnek a vélemények arról, hogy a web 2.0 valóban annyi újdonságot hozott-e a webes tartalmak kezelésébe, hogy indokolt legyen azt új verziószámmal illetni. Kérdésként merült fel, hogy vajon a világháló új generációja vajon egy újabb divatszó, vagy valóban radikális változások hírnöke. A fogalom meghatározásához ekkor csupán annyi nyújthatott támpontot, hogy a rendezvényen azokat az új webes fejlesztéseket kívánták megvitatni, amelyek a háló platform jellegét adják. Szükségesnek tűnt tehát pontosítani az új, egyre népszerűbb fogalom jelentését.

O'Reilly először hosszas értelmezéssel, (O'Reilly 2005a) majd később egy tömör definícióval látta el a koncepciót. Meghatározása szerint „a web2 a hálózat, mint platform, amely magában foglalja valamennyi kapcsolódó eszközt. A web2 alkalmazások azok az eszközök, amelyek a leginkább érvényesíteni tudják e platform előnyeit: folyamatosan frissített szoftvereket kínál, amelyeket egyre jobba tesz a fokozott használat; sokrétű forrásokból származó adatokat vegyít és használ, bevon egyéni felhasználókat, akik adatokat és szolgáltatásokat nyújtanak olyan formában, amely megengedi, hogy mások felhasználják (keverjék), hálózat hatása van a „részvétellel való építkezés”-en keresztül, túlmegy a web 1.0 oldal metaforáján, hogy gazdag használói tapasztalatokat közvetítsen.” (O'Reilly 2005b)

A hosszas értelmezésben Tim O'Reilly (2005a) megadta a fogalomhoz köthető szolgáltatások legfontosabb jellemzőit adta meg, amelyekkel az megmondható, hogy mi web 2.0-ás és szolgáltatás és mi nem az. Olyan jellemzőket említett, mint a platform jelleg, az adatvezérelt rendszerek, a komponensalapú fejlesztés, a laza szervezeti struktúra vagy az állandó béta verzió a fejlesztésben. A tipikus web 2.0-ás szolgáltatások, avagy az új generációs világháló zászlóshajói pedig a Flickr képmegosztó, a YouTube video megosztó, a Facebook közösségi oldal vagy a Wikipédia bárki által szerkeszthető online enciklopédia. Mindegyik szolgáltatás közös jellemzője, hogy legfőbb értékét a felhasználók tömege jelenti, akik saját idejüket áldozzák fel, információikat osztják meg a közösség érdekében.

Két évvel a San Francisco-i konferencia után arra a kérdésre, hogy jogos-e a web 1.0 és a web 2.0 közötti legalapvetőbb különbségnek azt tekinteni, hogy az első a számítógépek a második pedig az emberek összekapcsolásáról szolt, akkor a világháló atyjának is tekintett Tim Berners-Lee a következőképpen felelt. „Abszolút

nem. A web 1.0 az emberek közötti kapcsolatok létesítéséről szólt. Az egy interaktív tér volt, és én úgy vélem, hogy a web 2.0 nem más, mint egy zsargon, amelyről senki nem tudja, hogy mi is valójában. Amennyiben azonban nektek a blogok és wikik jelentik a web 2.0-át, akkor az az emberek közötti kapcsolatokat jelenti. De hát éppen ez az, amiről szándékaink szerint az egész web szól. És valójában ez a „web 2.0” azon szabványok használatát jelenti, amelyeket a web 1.0-án dolgozó emberek hoztak létre.¹ (Anderson 2006)

A legjelentősebb hazai közösségi oldalak

A web 2.0 körüli vita azóta elcsendesült, azonban a közösségi oldalak népszerűsége egyre inkább növekszik. A közösségi oldalak közül Magyarországon a legismertebbek az Iwiw (www.iwiw.hu), illetve a nemzetközi szinten is nagy jelentőségű Facebook (www.facebook.com). Előbbi, az első igazán sikeres magyar közösségi alkalmazás 2002-ben indult. A WiW az angol Who is Who rövidítése. 2005 és 2010 között – már IWIW néven (International Who is who) – ez volt a leglátogatottabb internetes oldal Magyarországon. Egyre inkább kezdi elveszíteni jelentőségét a nála fiatalabb, 2004-ben indult Facebook előretörésével.

A Google Trends folyamatosan méri a magyar felhasználók körében a látogatottságot. E szerint a Facebook népszerűsége 2010 októberében előzte meg a Iwiw-et. Ekkor mindkét közösségi oldalnak megközelítőleg 2 millió használója volt. Jelenleg a Facebook hazai használóinak száma meghaladja a 3,5 millió főt, az Iwiw használói köre érdemen nem nő, hanem lassú ütemben csökken, ahogyan az egykori lelkes fiatalok sorban hagyják magára vagy szüntetik meg az egykor nagy becsben tartott profiljaikat.

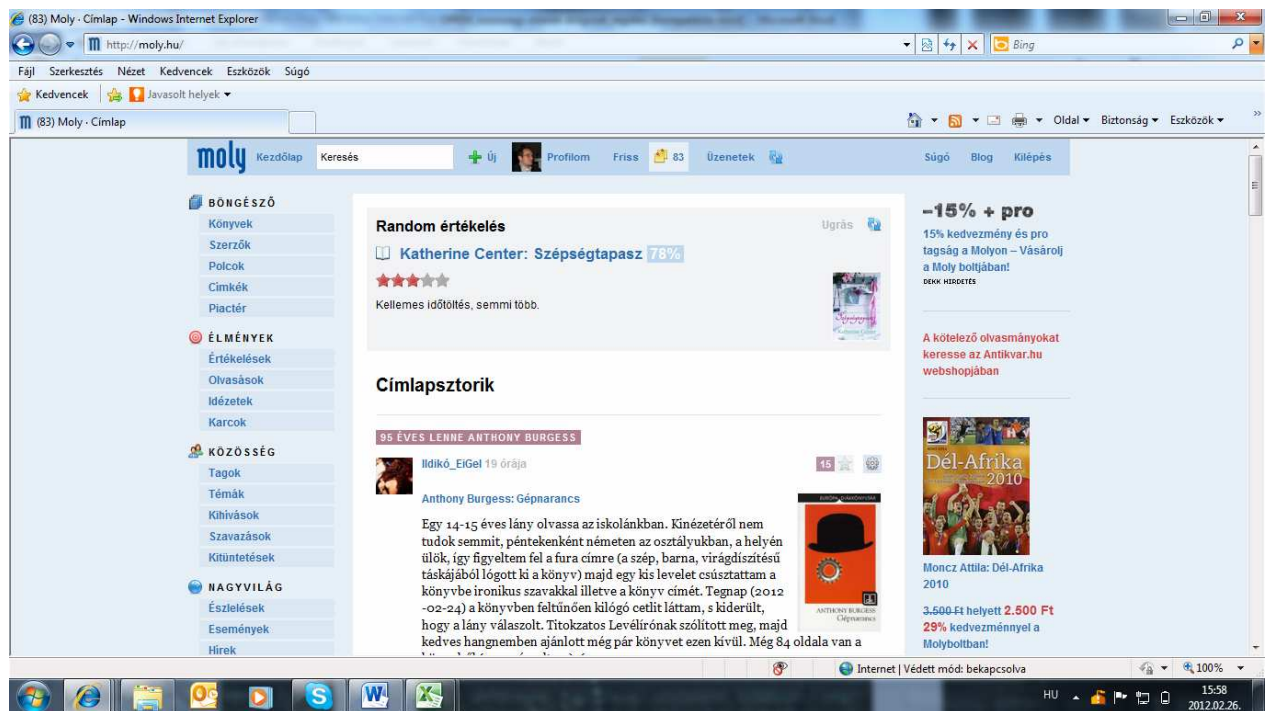
Kisebb jelentőségűek, de Magyarországon is jelen vannak a LinkedIn, a MySpace és a Twitter szolgáltatások.

Olvasást népszerűsítő hazai közösségi oldalak

A világháló és a web 2.0 világa új közeget teremtett az olvasás számára is. Egyrészt az új technikai eszközök megjelenésével lehetővé vált a művek térben és időben való korlátlan hozzáférése, másrészt pedig létrejött egy új generáció, amely mindezt természetesnek veszi. Mindezzel elvárásokat támaszt, diktál, miközben piacot teremt a tartalomszolgáltató szektornak.

¹ "Totally not. Web 1.0 was all about connecting people. It was an interactive space, and I think Web 2.0 is of course a piece of jargon, nobody even knows what it means. If Web 2.0 for you is blogs and wikis, then that is people to people. But that was what the Web was supposed to be all along. And in fact, you know, this 'Web 2.0,' it means using the standards which have been produced by all these people working on Web 1.0."

Kifejezetten az olvasás támogatására jöttek létre olyan közösségi szolgáltatások, mint a Moly.hu vagy a sokkal inkább könyvtári orientáltságú Könyvtár.hu. Előbbi 2008 decemberében indult. Alapítója és tulajdonosa, Nagy Bence a következőképpen jellemezte az oldal céljait egy vele készült interjúban. „Tematikus közösségi oldal, és ebben az esetben a könyvek köré gyűlnek azok az emberek, akik ezt a szívükhöz közel állónak érzik. Ezek a felhasználók pedig szeretnek ugyanolyan dolgokat csinálni, mint máshol, csak itt az olvasáshoz kapcsolódóan. Egy kis Facebook, egy kis Wikipédia, kicsit talán Twitter, ennél pontosabban nem tudom megfogalmazni én sem. Ez persze inkább hátrány, mert a webes szolgáltatásoknak erős fókusszal kell rendelkezniük. A Moly esetében ennek a megőrzése nagyon nehéz feladat, mert igen sokféle tevékenység zajlik az oldalon. Leginkább ugyanis egy olyan könyves világot csináltunk, ahol szimplán jól érezheted magad, ha szereted kibeszélni, hogy mit olvasol. Nem virtuális valóság ugyan, de rengeteg könyv, könyvhöz kapcsolódó dolog és könyvszerető ember van, és velük tudsz kapcsolatba kerülni itt. A Moly-nak az az erőssége, hogy elsősorban kommunikációs felület, és csak azután a Wikipédiára hasonlító lexikon.” (Szedlák, 2008)



A Moly.hu nyitóoldala

A Moly.hu a népszerű közösségi oldalak mintájára készült. A célja, hogy az olvasás szerelmeseinek kínáljon interaktív teret, ahol könyvekről, írókról, irodalomról cserélhetnek eszmét. A széles szolgáltatási paletta nagyon tág teret enged a használatnak. Létrehozhatók virtuális könyvespolcok, lehet könyveket értékelni, csevegni, észleléseket tenni, karcokat írni. A legérdekesebb szolgáltatás, hogy amikor valaki lát egy olvasó személyt az utcán vagy bármilyen köztéren, azt jelentheti, írhat róla egy bejegyzést ügyelve arra, hogy felismerhető legyen a szituáció. A könyvmolyok így gyakran fel is ismerik magukat, egymást a leírás

alapján. Az oldal népszerűsége nagyon jelentős, a használók száma és a tartalom mennyisége dinamikus nő. 2012 januárjában több mint 110.000 könyv, hozzá 115.000 könyvborító valamint 77.000 fülszöveg szerepelt a Moly adatbázisában. A tagok száma 41.000 fő volt, akik eddig összesen több mint 1.055.000 korábbi olvasást regisztráltak.

A könyvtár.hu részben átfedi a Moly.hu által kínált lehetőségeket. A különbség, hogy itt a kiindulási pont a könyvtár és a könyvtárhasználat. (Erre utal a név is.) A használó megjelölheti a saját könyvtárát, kereshet a könyvtári katalógusokban, virtuális könyvespolcot hozhat létre a könyveiből. (Kardos 2009) A profillal rendelkezők köre jelentős, a használat azonban – talán a közösségi jelleg kevésbé hangsúlyos volta miatt – nem közelíti meg a Molyét.

Említésre érdemes, hogy jelentős külföldi könyves közösségi oldalak is vannak. A dán könyvtárak hozták létre a Litteratursiden.dk (Irodalmi oldal) szolgáltatást, egy norvég magánszemély pedig a magyar Molyhoz nagyon hasonló Bokelskere.no-t (Könyvszeretők). A legnagyobb könyves oldal a LibraryThing.org (Könyvtári Dolog), amely 2012-re több mint másfél milliós tagsággal rendelkezett. Valamennyi ilyen szolgáltatás közös vonása, hogy a használók könyvespolcaikon rendezhetik, regisztrálhatják olvasmányaikat, ismeretségeket köthetnek, könyvekkel, szerzőkkel irodalommal kapcsolatos információkat oszthatnak meg egymással.

Közösségi oldalak, virtuális közösségek

Szemponunktól lényeges és megkerülhetetlen kérdés, hogy vajon a virtuális közösségi terek használói valóban közösséget alkotnak-e. Kétféle oldalt azonosítottunk. Egyrészt az általános célú nagy közösségi szolgáltatásokat, mint a Facebook. Ezen bárki megjelenhet és kapcsolatot létesíthet, kereshet azokkal, akikkel a fizikai térben is van kapcsolata. Sokszor nagyon eltérő háttérű, érdeklődésű emberek életének egy-egy szeletére nyílnak bepillantásunk, amennyiben aktívan használjuk ezeket az oldalakat.

A Moly vagy a Könyvtár.hu ezzel szemben a fizikai világban nem ismerős, de hasonló érdeklődésű emberek számára kínál virtuális találkozóhelyet.² Utóbbira egyébként a Facebookon is lehetőség van azzal, hogy bizonyos tevékenységek, termékek, események „lájkolásával” online közösséggé szerveződjenek hasonló érdeklődésű emberek.

Amit megállapíthatunk, hogy a közösségi oldalakon való jelenlét nem egyenlő a virtuális közösségben való részvétellel. Azok, akik egy felhasználói profillal kiterjesztik életüket, működésüket a virtuális térbe is, csak a lehetőségét kapják meg annak, hogy a közösség tagjaivá váljanak, de nem kerülnek automatikusan kapcsolatba másokkal.

² Természetesen a Facebookon is alakíthatók közösségek a leg

A közösségi oldalak hatása a fiatalok olvasási aktivitására

Ebben a részben a szakirodalom eredményeit felhasználva arra keressük a választ, hogy milyen összefüggés lehet a közösségi oldalak használata és az olvasási aktivitás között. A problémakör mögött egy olyan általánosabb kérdés húzódik, hogy milyen összefüggések vannak az olvasással és az internetezéssel eltöltött órák számát illetően. Szerencsére ezzel kapcsolatosan nagyon sok kutatást végeztek Magyarországon és külföldön, így igen jelentős mennyiségű és megbízható eredmény áll a rendelkezésünkre. Ez nem helyettesítheti azonban egy célirányos, közösségi oldalak és olvasás közvetlen összefüggéseit feltáró empirikus kutatás elvégzését. Jelen tanulmány célja így csupán az eddigi eredmények alapján levonható következtetések bemutatása, kérdések felvetése és ezzel újabb kutatások serkentése

Internethasználat és olvasási aktivitás összefüggései korábbi kutatások eredményei alapján

Az olvasásszociológiában már évekkel ezelőtt kimutatták, hogy az internetezés és az olvasás (valamint a könyvtárhasználat) egymást erősítik. Azt is gondolhatnánk, hogy akik sok időt töltenek internetezéssel, azoknak nem jut idejük az olvasásra és fordítva. A kutatások azonban ezzel szemben éppen azt bizonyították, hogy mind az internetezés, mind pedig az olvasás kultúrája sokkal mélyebb, az egyén szocializációjában gyökerező tényezők függvénye, amelyek a kulturális tőke fogalmi körében írhatók le leginkább.³

Az olvasásszociológia hazai műhelyeiben az olvasás és internethasználat összefüggéseit a számítógép-használat tömeges elterjedése óta folyamatosan vizsgálják. Először Gereben Ferenc (2002) végzett kutatásokat az internet-, illetve számítógép-használat és a könyvolvasás összefüggéseit illetően. „2000 végén a felnőtt népesség mintegy negyede használt különböző okokból számítógépet, az e-mail és internet-használók aránya pedig alig érte el a 10%-ot. Ráadásul – egyelőre – a számítógép-használók zöme a legalábbis közepes gyakorisággal olvasók közül rétegeiből kerül ki. (Néhány adat: a könyvet nem olvasóknak mintegy egytizede szokott – legalább hetente – számítógépet használni, a rendszeres olvasóknak viszont egyharmada. Vagy: az internet használói a könyvet nem olvasóknak 3%-át, a közepes gyakorisággal és rendszeresen olvasóknak pedig 15-15%-át tették ki.)” (Gereben 2002:28)

³ Némileg eltérő jellemzőkkel bír a tévénézéssel való összefüggés. „Az átlagosnál aktívabb olvasókkal főleg a „keveset” tévézők között, illetve a három középső gyakorisági fokozatban találkozhatunk; a nagyon sok és a nagyon kevés tévzés egyaránt „árt” az olvasásnak: mindkettő átlag alatti olvasási aktivitással jár együtt.” (Gereben 1998:57)

Később a Könyvtári Intézet és a Tárki által végzett közös felméréséből további adatokat nyertünk arra vonatkozóan, hogy a számítógép- és internethasználat valamint az olvasás és könyvtárhasználat egymást erősítő tényezők. (Nagy, Péterfi 2006; Péterfi 2006) Azok között, akik egy könyvtárban tagok, vagy több könyvtárnak a tagjai sokkal nagyobb arányban voltak az internethasználók (81,7% illetve 91,7%), míg azok közül, akik soha nem voltak könyvtári tagok, csak 58,2% szokott internetezni.

Az internetező és könyvtárhasználó réteg lényegében ugyanazon demográfiai jellemzőkkel írható le.

Péterfi (2006) a következőképpen ismerteti, hogy az internet milyen szerepet tölt be az egyes emberek életében. „A rendelkezésünkre álló adatokból tudhatjuk, hogy melyek is azok a csoportok, amelyek számára információforrásként nagyobb jelentőséggel bír, amelyek számára fontosabb az internet, mint mások számára. De mely csoportokról is van szó, kik is ők? Leginkább fiatalabbak, magasabb iskolai végzettségűek, rendszeres könyv-, napilap- és hetilapolvasók, valamint rendszeres könyvtárlátogatók. A férfiak inkább, mint a nők. S minél nagyobb településen él a kérdezett, annál nagyobb jelentőséget tulajdonít a tájékozódás szempontjából az internetnek mint eszköznek saját életében.” (Péterfi 2006) Ez lényegében annak a rétegnek felel meg, akik nagyobb kulturális tőkével bírnak, így mind a könyvolvasás, mind a könyvtárhasználat, mind pedig az internetezés terén élen járnak.

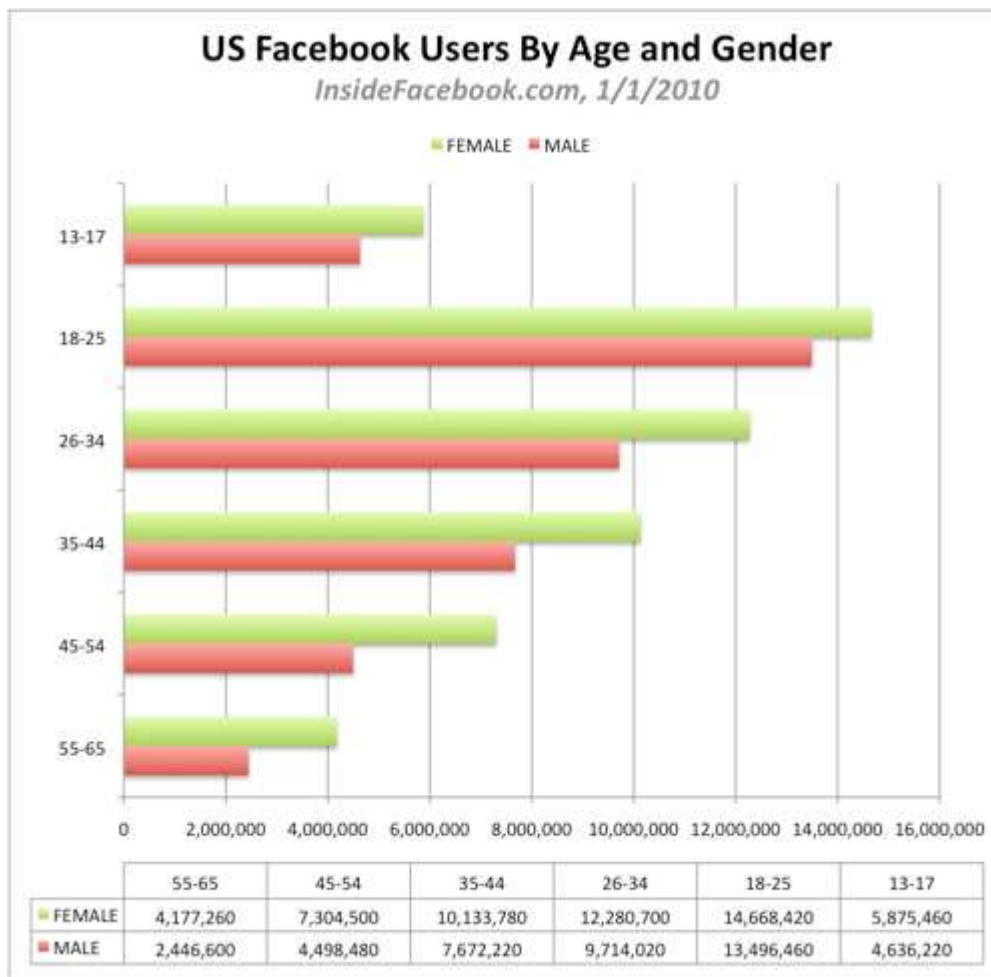
A Gereben Ferenc (1998) által bemutatott tendenciák szerint az életkor előrehaladásával csökken a könyvolvasók aránya és a könyvolvasás gyakorisága. A magasabb iskolai végzettségűek és a nagyobb településeken élők szintén jellemzően gyakrabban és többet olvasnak, mint az iskolázatlanabbak és a kisebb helységek lakói. A tipikus könyvtárhasználó tehát szintén jellemzően fiatal, iskolázott és nagyobb város lakója. Ezen jellemzők tekintetében tehát abszolút párhuzamba állíthatók a rendszeres könyvtárlátogatók, a gyakori olvasók és az internethasználók.

Egyetlen olyan vonás van, amiben a Péterfi (2006) által bemutatott tipikus internethasználó nem fedti a tipikus olvasót/könyvtárlátogatót. Ez pedig a nem kérdése. Az internet mint információforrás jellemzően a férfiaknak fontosabb, míg a nők azok, akik többet olvasnak, és gyakrabban jelennek meg a könyvtárakban. Ebben a tekintetben azonban van egy érdekes eltérés a közösségi oldalak és az internet használói között. A közösségi oldalak vizsgálata után többet erről is fogunk tudni mondani.

Internethasználat, közösségi oldalak és olvasás

Vajon az internethasználat mennyiben állítható párhuzamba a közösségi oldalak használatával? Ehhez meg kell néznünk a közösségi oldalak használóinak összetételét, és magatartását a kutatások fényében.

Az átlagos Facebook használó jól reprezentálja a közösségi oldalak tagjainak jellemzőit. 2010-ben Burbary az amerikai Facebook használók nemének és életkorának az összetételét is bemutatta egy cikkben. A legjellemzőbb a 18-25 éves korosztály az oldalon. Az életkor előrehaladásával a felhasználói profilok száma és a használat gyakorisága is csökken. Nemek tekintetében pedig egyértelműen a nők vannak többségben a Facebookon (Burbary 2010), azaz a tipikus internethasználónak (magasan iskolázott, városi környezetben élő, fiatal), az a rétege, aki egyébként rendszeres olvasó.



Az amerikai Facebook használók összetétele életkor és nemi arányok tekintetében Burbary (2010) alapján

A továbbiakban néhány kutatási eredményt idézve igyekszünk még pontosabban leírni a közösségi oldalak tipikus használóit.

A magyar közösségioldal-használók összetételéről a Marketing&Média megbízásából a Kutató Centrum végzett felmérést 2011 januárjában. Öt oldalt vizsgáltak (iWiW, Facebook, MyVIP, Myspace, Twitter). A 18-64 év közötti korosztály megkérdezéséből kiderült, hogy a legalább egy közösségi oldalon regisztrált internetezők több mint fele (56%) napi szinten használja ezen oldalak egyikét. Az iWiW-en és a Facebookon a nők, a MySpace-en és a Twitteren a férfiak voltak aktívabbak. A közösségi oldalak által kínált lehetőségek legszélesebb spektrumát (azonnali üzenetküldés, kisalkalmazások telepítése, csoportokhoz való csatlakozás) a fiatalok, a 18-24 éves korosztály tagjai használják ki. Az idősebbek megelégednek az ismerősök megkeresésével és a kapcsolattartás különböző formáival. A férfiak és a nők között jelentős különbség az is, hogy a kisalkalmazások telepítésében valamint a csoportokban való részvételben az utóbbiak aktívabbnak bizonyultak. A megkérdezettek 4%-a üzleti célokra is előszeretettel alkalmazta a közösségi médiát (hirdetések, céges profilok kezelése, ügyfélkörrel való kommunikáció). Időben változik az egyes oldalakon való aktivitás mértéke is. A kutatás időpontjában a leglátogatottabb oldal az iWiW volt, ez ma már kétségtelenül a Facebook, amely jelenleg a Google után a leglátogatottabb oldallá nőtte ki magát a hazai internetezők körében. (Brandtrend, 2011)

Kifejezetten a korosztályokra koncentrált az Ithaka Research Council felmérése Magyarországon, 2011 végén. Elsősorban az 50 év fölötti korosztály internetezési szokásaira, közösségi oldalakon való jelenlétére koncentráltak. Azt állapították meg, hogy ma már nem maradnak el érdemben az idősebbek a közösségi oldalakon való regisztráció tekintetében, ugyanakkor az ott kifejtett aktivitás mértéke sokkal szerényebb. Az 50 fölötti generáció tagjai tehát elsősorban passzív használói ezeknek az oldalaknak. (Ithaka 2011)

A fentiek alapján egy olyan összefüggés körvonalai sejlének, miszerint, aki sokat internetezik, az sokat használja a közösségi oldalakat is. Aki sokat internetezik, az pedig sokat olvas. Kérdés, hogy vajon ebből következik-e, hogy aki sokat használja a közösségi oldalakat, az sokat is olvas. Természetesen ez utóbbi nem egyértelmű, csak reprezentatív mintán elvégzett empirikus kutatások sora igazolhatná ezt a tételt. Sejthető, hogy közvetlen hatás nincs a két tényező között (azaz valaki nem azért olvas többet, mert a közösségi oldalak használata őt erre sarkallja), azonban az lehetséges, hogy ugyanaz a (fiatalabb, magasabban iskolázott, városi, jó anyagi körülmények között élő) réteg jár élen az olvasásban és a közösségi oldalak használatban is. Azaz nem azért olvas, mert közösségioldal-használó, hanem azért olvas és azért közösségioldal-használó, mert ennek a jól definiálható rétegnek a tagja.

Amennyiben továbbmegyünk ezen gondolatmenet útján, akkor az is felsejlik, hogy ez a számítógépet, internetet, közösségi oldalakat egyaránt intenzíven használó réteg

birtokosa annak a kulturális tőkének, amely alapvető szükséglet napjaink társadalmában való érvényesüléshez. Ez pedig ugyanúgy tartalmazza az olvasást, az internethasználatot és ez utóbbi részeként a közösségi oldalakon való aktív jelenlétet.

Iskolai teljesítmény és a közösségi oldalak használata

Az olvasás és a közösségi oldalak használatának összefüggéseihez nagyban hasonló jelenség az iskolai teljesítmény és a közösségi oldalak viszonya, különösen ha mindezt az egyén kulturális tőkéjének a viszonyrendszerébe helyezzük. Ezt a párhuzamos kérdéskört érdemes kicsit részletesebben is megismernünk, hiszen ebben a tekintetben is megbizonyosodhatunk a probléma összetett voltáról. A kérdést vizsgáló kutatók jellemzően egy-egy konkrét közösségi oldalt és a használat iskolai előmenetelre gyakorolt hatását vizsgálták.⁴

Ennek a problémának is két oldala van. Egyrészt kérdés, hogy akik aktívabban használják a közösségi oldalakat, azoknak jobb, illetve rosszabb-e az iskolai előmenetelük. Másrészt megvizsgálható, hogy a tanulás segítésére létrehozott oldalak a közösségi szíjakon vajon növelik-e az iskolai teljesítményt. Előbbire kevesebb, az utóbbira – oktatásmódszertani kérdés lévén – sokkal több kutatási eredmény áll rendelkezésre.

Az első kérdés, hogy az iskolai teljesítményt segíti vagy gátolja a közösségi oldalakon való aktív jelenlét. Kirschner és Karpinski (2010) a Facebook közösségi oldal egyetemi hallgatók körében történő használatának hatásait kutatta. Az adataik egyértelműen azt mutatják, hogy aki sokat lóg a közösségi oldalakon, annak rosszabb az iskolai teljesítménye és általában kevesebb időt is tölt tanulással. Más kutatások (Pasek et al. 2009) arra jutottak, hogy a kapcsolat a közösségi oldalak használata és az iskolai teljesítmény között semleges, megint mások szerint a fokozottabb részvétel egyenesen elősegíti a tanulási folyamatban való sikerességet. (Junco et al., 2011) Abban azonban minden kutató egyetért, hogy természetesen nem mindegy, hogy ki mire használja a közösségi oldalakat, hiszen gyakran éppen a közösségi oldalak használói jutnak olyan nagyon fontos – tanulással és iskolai kötelezettségekkel kapcsolatos – információk birtokába, amelyekkel az iskolai teljesítményük növekszik.

Több iskolában, mind a felső-, mind pedig a középfokú oktatásban, kísérleteztek azzal, hogy a közösségi oldalak felületein támogassák az oktatási folyamatokat. Kérdés, hogy ezzel elősegíthető-e az iskolai előmenetel.

Delmatoff (2010) a Portland-i George Middle School oktatója arról számolt be, hogy egy közösségi média oktatási program kidolgozásával igyekeztek támogatni az

⁴ A kérdéskör irodalmát mutatja be Soulbook a blogján: Iskolai teljesítmény és a közösségi oldalak, 2011.09.01. http://soulbook.blog.hu/2011/09/01/iskolai_teljesitmeny_es_kozossegi_oldal

iskolai munkát. A diákok a program keretében blogoltak, rövid szöveges üzenetek formájában konzultáltak egymással és a tanáraikkal. A fiatalok 57%-a számára érdemjegyekben is mérhető pozitív hatása volt annak, hogy a tanulási folyamat ezeken az ismerős felületeken zajlott.

Lényegében ugyanezen előnyök kiaknázásának szükségességét vetette fel Kolek és Saunders (2008). Szerintük a Facebook igen konstruktív módon használható az oktatásban és így óriási potenciált rejt mind a diákok, mind a tanárok, mind a karok adminisztratív dolgozói számára. A megfelelő felhasználási mód megtalálása a legfontosabb és akkor mind a diákok toborzására, mind a programok, események népszerűsítésére, a hallgatókkal végzett közvetlen kommunikációra kiválóan alkalmas lehet a legnagyobb közösségi oldal. Általánosságban szólva valamennyi szereplő (tanár, diák, adminisztratív dolgozók stb.) közötti kapcsolatok erősítésére használható. A Facebook bevonása az oktatási folyamatba segíti, hogy a diákok mélyebb elkötelezettséget érezzenek a tananyag és az iskolájuk iránt, valamint többet foglalkozzanak az iskolában felvetett témákkal, problémákkal. (Kolek, Saunders 2008) A tanulás a legújabb trendek szerint egyre inkább a jelentések konstruálása, újraalkotása párbeszédnek alapján, így a tanulási folyamat szereplői közötti kapcsolatok erősítése, az eszmecserék stimulálása mindenképpen nagy segítség lehet az iskolai előmenetel támogatásában.

Olvasást támogató közösségi oldalak használata

Az olvasást támogató közösségi oldalak, mint Moly vagy Könyvtár.hu elsősorban azzal a céllal jöttek létre, hogy azoknak kínáljanak egy online teret az eszmecserére, csevegésre, szórakozásra, akik szeretnek olvasni. Az ún. könyves közösségi oldalak az elmúlt években kerültek a kutatók figyelmének fókuszába. A kutatások célja nem elsősorban a jelen tanulmányban felvetett problémákra, hanem a virtuális közösségek természetére irányultak.

A könyves közösségi oldalakat vizsgáló kutatási projektek

A norvégiai PLACE (Public Libraries As Arenas for Citizenship) projektben az ún. alacsony intenzitású találkozóhelyek szerepét vizsgálták a társadalmi tőke növelésében. Az alacsony és a magas intenzitású találkozóhelyek elméletét Ragnar Audunson, az Oslói Főiskola professzora írta le. Utóbbiak a jellemzően igen hasonló értékrendet, kulturális háttért magukénak valló személyek találkozóhelyei. Ebben az esetben a találkozások intenzíven, azaz hasonló érdeklődési körök, értékek mentén zajlanak. Ilyenek lehetnek a sportegyesületek, a kismama-klubok, 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 szélesebb társadalmi rétegeket képesek megszólítani.

Multikulturális környezetben 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. (Audunson 2005; Audunson, Tóth 2010, 2011; Tóth 2011a, 2011b)

2010-ben a norvég Bokelskere.no és a magyar Moly.hu közösségi oldalakat hasonlítottuk össze azzal a céllal, hogy megtudjuk vajon a fentiekben ismertetett elmélet alkalmazható lenne-e virtuális közösségek vonatkozásában, illetve, hogy a könyves közösségi oldalak vajon alacsony intenzitású találkozóhelyként funkcionálnak-e hasonlóan a könyvtár fizikai tereihez. A kutatás adatai jelen tanulmányban is kiválóan használhatók, hiszen megtudtuk, hogy ezen oldalak használói milyen demográfiai jellemzőkkel írhatók le, milyen motivációjuk van arra, hogy a virtuális közösségek tagjai legyenek, milyen olvasási szokásaik vannak, és hogy a tagok hatással vannak-e egymás olvasói ízlésvilágára.

Jávorka Brigitta (2012) szintén a Moly.hu használóinak viselkedését kutatta, hogy kiderítse, vajon a különböző internetes oldalakon megjelenő olvasómozgalmak növelik-e az olvasási kedvet, és ezért a résztvevők ténylegesen többet is olvasnak-e, mint korábban tették. Megkísérelt leírni a választásokat befolyásoló tényezők közül néhányat, olyanokat mint például a baráti kapcsolatok jelentősége.

A könyves közösségi oldalak használói

Korábban megállapítottuk, hogy a közösségi oldalak használói jellemzően fiatalok, akik egyébként is több olyan jellemzővel bírnak, amelyek mentén nagyobb valószínűséggel tűnik fel a rendszeres olvasás (nők, magasabb iskolai végzettségűek, urbánus környezetben élők). De vajon milyen demográfiai jellemzők mentén írhatók le a könyves közösségi oldalak használói? A kérdőíves kutatásainkban rákérdeztünk a válaszadók nemére, iskolai végzettségére, lakhelyére és etnikai hovatartozására is. Abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy a norvég Bokelskere és a magyar Moly használói közül egy 777 fős mintán tudunk kutatást végezni, ami ugyan nem reprezentatív, de tekintve, hogy az eredmények reflektálnak az előző fejezetekben felvetett tendenciákra, okkal feltételezhetjük, hogy közel járunk a tipikus közösségioldal-használó és azon megjelenő tipikus olvasó jellemzéséhez.

A fent megjelenő változók mentén elindulva kezdjük a nem kérdésével. Mind a magyar, mind pedig a norvég válaszadók körében többségben vannak a nők (81%). A magyar Moly használói körében az arányuk ennél is kicsit magasabb (83%), a Bokelskere használói körében egy árnyalattal alacsonyabb (79%). Durván azt mondhatjuk, hogy a válaszadóinknak csupán egyötöde férfi.

Életkor tekintetében a közösségi könyves oldalak használói jellemzően fiatalok, többségükben az egyetemista korosztály tagjai. Az összes válaszadó átlagéletkora 28,9 év volt, a magyaroké kicsit alacsonyabb (27,4), a norvégoké kicsit magasabb (31,4).⁵ Iskolázottság tekintetében ugyan voltak eltérések a magyar és norvég közösségi könyves oldalak használói között, de az elsősorban az életkornak tudható be, hiszen mindenki az adott életkorban legmagasabb lehetséges végzettség birtokosa mind Magyarországon, mind pedig Norvégiában. Megállapíthatjuk tehát, hogy a magas iskolázottság jellemző vonás ezen oldalak használói körében.

Lakhely tekintetében jellemzően városi, azon belül is nagyvárosi lakosok járnak sokat a Molyon és a Bokelskerén. Itt minimális eltéréseket tapasztalhattunk a magasabb szinten polgárosodott nyugati társadalmi környezet és a hazai válaszadók között. A válaszadók eloszlása ugyanis egyenletesebb volt Norvégiában, mint Magyarországon. A Moly használóinak 40%-a a fővárosban vagy annak agglomerációjában, 17%-a pedig 100 ezer főnél nagyobb lélekszámú városban él (Norvégiában ugyanez 28, illetve 18%), és csupán 9%-a falvakban. Norvégiában a Bokelskere tagjainak 26%-a falusi lakos. Skandináviában internethasználat tekintetében is kisebb az eltérés a városok és a falvak között.

Ami tehát mindenképpen szembetűnő, hogy a közösségi könyves oldalakon rendszeresen megjelenő emberek fiatalok, jellemzően nők, magasan iskolázottak és nagy valószínűséggel városiak, hasonlóan a tipikus internetezőhöz és a tipikus olvasóhoz.

A kutatásunk szempontjából szintén kérdés volt, hogy etnikai értelemben a Moly, illetve a Bokelskere használói reflektálnak-e a társadalmi sokszínűségre. A válasz egyértelmű nem. Norvégiában a nagyszámú bevándorló ellenére is szinte kizárólag norvég anyanyelvű, vagy néhány esetben külföldi, de akkor is nyugati kulturális háttérrel bíró emberek töltötték ki a kérdőívünket. Magyarországon a kitöltők közül senki nem jelezte, hogy a magyartól eltérő nemzetiség vagy etnikum tagjának vallaná magát. (Audunson, Tóth 2010; 2011)

Jávorka (2012) kutatásában kifejezetten a Moly közösségi együtt olvasás eseményeinek résztvevőit szólaltatta meg, amivel tovább árnyalhatók a fenti adatok. Okkal feltételezhetjük, hogy akik ezeken a szervezett eseményeken is részt vesznek,

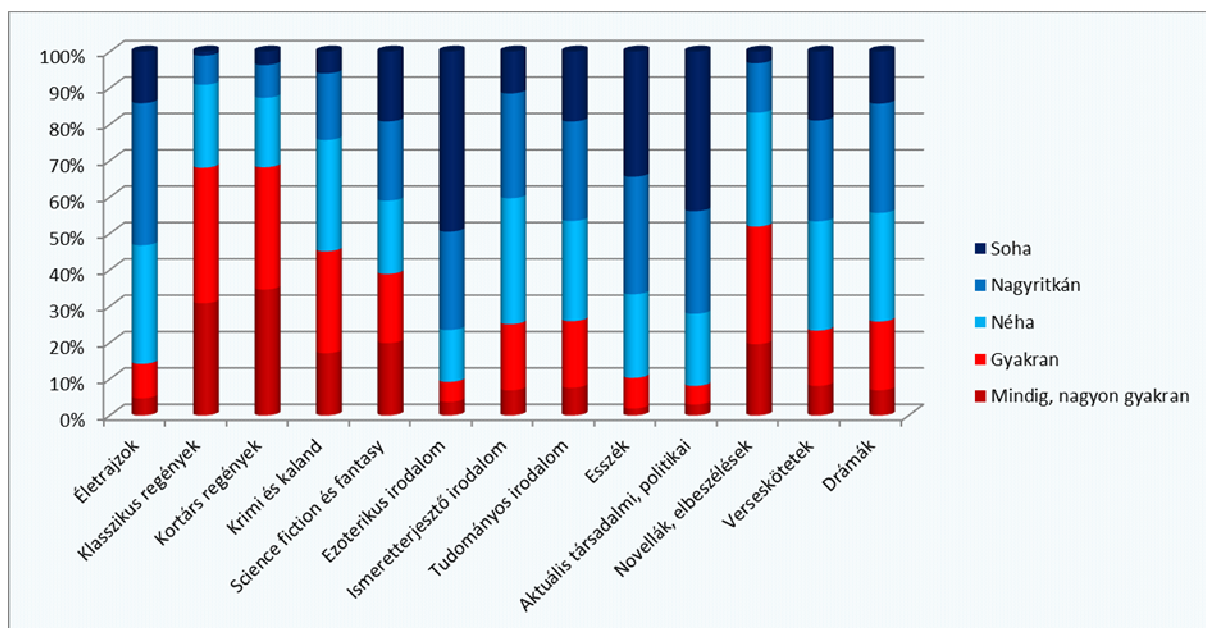
⁵ A legfiatalabb válaszadónk egy 11 éves magyar kislány volt, a legidősebb egy 71 esztendősné norvég hölgy. Az világos, hogy az ilyen oldalak használói döntően a fiatalok köréből kerülnek ki. Talán Norvégiában jobban kitolódhatnak az egyetemi tanulmányok, vele a fiatalos életvitel, és ez okozhatja a mintában is az eltérést az északi ország javára. Ha az életkort a nemek szerint tovább szűrjük, akkor még nagyobb a különbség. A legfiatalabbak a magyar (27 év), a legidősebbek pedig a norvég férfiak (34 év). (Tóth 2011b)

azok általában a könyves közösségi oldalak legaktívabb használói. Ebből az derül ki, hogy a férfiak nem csak kisebb arányban vannak jelen a Molyon, de ott kevésbé aktívan vesznek részt a közösségi programokon.

Mit olvasnak és miért?

Kérdés, hogy ezen virtuális könyves közösségi oldalak használói milyen irodalmi ízléssel rendelkeznek és saját örömeikre milyen típusú irodalmat szoktak olvasni. A kérdésben műfajokat neveztünk meg, ezeket kellett értékelni egy ötös – a „mindig/nagyon gyakran”-tól a „soha” válaszokig terjedő – skálán, hogy ilyen műveket milyen rendszerességgel vesznek kézbe.

A következő ábráról leolvasható, hogy a klasszikus és kortárs regények, valamint a novellák, elbeszélések a leggyakoribb műfajok amelyet a közösségi könyves oldalak használói kedvelnek. Igényes olvasókról van tehát szó az esetükben, amennyiben a preferált műfajokat vetjük vizsgálat alá.



Milyen műfajokat olvasnak a szabadidejükben?

Igényes olvasókat sejtetnek a miért olvas kérdésre adott válaszok is. Itt a számok a felső sorban osztályzatokat jelentenek, amelyekkel értékelték, hogy mennyire jellemző rájuk az adott motívum.

	1	2	3	4	5	Összesen
Szórakozás, pihenés céljából olvasok.	1,30%	0,80%	2,70%	12,10%	83,10%	774
Érdekelnek az új irodalmi trendek.	15,80%	16,30%	26,50%	24,10%	17,30%	773
Fejleszti a személyiségemet.	5,70%	8,90%	20,00%	30,90%	34,50%	771
Új tudásra szeretnék szert tenni.	1,70%	4,80%	16,40%	35,30%	41,80%	773
Jobban meg akarom érteni az embereket/ az emberi viselkedést	7,00%	13,90%	20,00%	27,90%	31,20%	770
Érdekel a nyelv és az irodalmi kifejezési formák.	8,20%	16,60%	18,30%	27,80%	29,10%	770
A kollégákkal, barátokkal meg tudjam beszélni az új irodalmi, társadalmi, politikai kérdéseket.	22,60%	23,10%	25,30%	17,40%	11,60%	770

Az olvasás motivációja

Mivel szórakozási célú olvasásról kérdeztük, értelemszerű, hogy a legelső motívum szinte mindenki esetében meghatározó volt. Csaknem 60% azért is olvas, mert érdeklődik a nyelvi és irodalmi kifejezési formák iránt, míg 41%-nak komoly motivációs tényező a legújabb irodalmi trendek megértése. A könyvekről szóló beszélgetés lehetősége nagyon kevesek számára jelentett motivációt. Az utolsó állítást csak 29% tartotta fontos, vagy nagyon fontos tényezőnek. Az olvasás motivációja tehát jellemzően egyéni és nem közösségi indíttatású: egyéni szórakozás, egyéni tanulás, személyiségfejlesztés. (Tóth 2011b; Audunson, Tóth 2010; Audunson, Tóth 2011)

Ha viszont a közösségi oldalak használata elsősorban egyéni motivációk által vezérelt, akkor van-e egyáltalán hatása annak, hogy egy virtuális közösség tagjaként olvasnak és osztják meg egymással az információkat a Moly.hu, illetve a Bokelskere.no látogatói.

Virtuális olvasóközösség?

Vajon tekinthetjük-e egyáltalán közösségnek ezeket az online terekben kialakuló csoportokat? A norvég-magyar összehasonlító kutatás eredményei azt sugallják, hogy eltérő mértékben tulajdonítanak jelentőséget a használók annak, hogy mások is jelen vannak az oldalon. Az információszerzés vágya, a sok tartalom azonban szinte mindenkinek igen fontos. (Tóth 2011b; Audunson, Tóth 2010; Audunson, Tóth 2011) Ez némileg paradox helyzet, hiszen ezeken az oldalakon a közösség és a tartalom egymást feltételező tényezők. Akkor van nagy mennyiségű tartalom az oldalon, ha azt széles közösség generálja. Leegyszerűsítve tehát minél többen vannak a közösség tagjai, annál több olyan információ lesz az oldalon, amiért érdemes odamenni.

Jávorka (2012) az olvasó kampányok hatását vizsgálva szintén érdekes adalékokat szolgáltatott a fenti „virtuális közösség” kérdéskörhöz. Ő a Moly együtt olvasós eseményeit vizsgálta. Ilyet bárki indíthat egy ún. „kihívás”-sal. Ebben leírja, hogy mi a program lényege, majd bárki csatlakozhat a kezdeményezéshez. Egy közös pont van ezekben, valamennyi az olvasásról szól. Kapcsolódhat szerzőhöz (pl. Agatha Christie összes műveinek elolvasása, Janikovszky Éva művei stb.), egy-egy műhöz (pl. Biblia) vagy helyzethez (olvasás tömegközlekedési eszközökön), elolvasandó könyvmennyiséghez (egy év alatt 100 könyv), témához (pl. Olvassunk Kínáról, állatos könyvek stb.) vagy bármi másához.

Jávorka kutatásai azt mutatták, hogy a használók közül ugyan nem mindenki csatlakozik ezekhez a kihívásokhoz, és még kevesebben indítanak ilyet, akik részt vesznek, azok általában több könyvet olvasnak a közösségi kezdeményezés hatására. Az olvasómozgalmak, kihívások segítenek az addig ismeretlen irodalom felfedezésében. Sokan számoltak be arról is, hogy az irodalmi ízlésük is változott ezen események hatására. (Jávorka 2012)

A közösség olvasásra inspiráló és ízlésformáló hatásáról a norvég –magyar összehasonlító kutatásban is bizonyosságot nyerhettünk. (Audunson, Tóth 2010; 2011)

Összegzés

A közösségi oldalak szerepe egyre nő a fiatalok életében. A szabadidejük nagyon jelentős részét tölti ki a másokkal való virtuális együttlét. A tanulmányban azt vizsgáltuk, hogy ez milyen hatással van az olvasási aktivitásra. A kérdéskört két szempont mentén foglaltuk össze. Egyrészt a szakirodalom, és korábbi felmérések eredményei alapján kíséreltünk meg következtetéseket levonni arról, hogy általában a közösségi oldalak használata milyen hatással van az olvasásra, másrészt pedig kifejezetten a könyves közösségi szájtok hatását mutattuk be saját kutatások alapján.

A következtetések érvényessége korlátozott, hiszen nem egy célzott empirikus kutatás eredményei alapján tettünk állításokat. A téma szélesebb körben elvégzett kutatásokon alapuló, a jelenleginél nagyobb terjedelmű tanulmányt igényel.

A korábbi kutatások eredményei azt sugallták, hogy létezik egy olyan nagyobb kulturális tökével bíró réteg, akik az átlagnál többet olvasnak, többet interneteznek és jellemzően a közösségi oldalak használói körét jelentik. Ezek az átlagnál fiatalabb, jobb anyagi körülmények között élő, városi, magasabban iskolázott nők. Sejthető, hogy közvetlen hatás nincs a közösségi oldalak használata és az olvasás között (azaz valaki nem azért olvas többet, mert a közösségi oldalak használata őt erre sarkallja). Az viszont tény, hogy ugyanazon jellemzőkkel bíró réteg jár élen az olvasásban és a közösségi oldalak használatban is. Azaz nem azért olvas, mert közösségioldal-használó, hanem azért olvas és azért közösségioldal-használó, mert ennek a jól definiálható rétegnek a tagja.

A kifejezetten könyvszeretőknak létrehozott közösségi oldalak használói az olvasók és az internetezők metszéspontján helyezkednek el, így értelemszerűen ugyanezen jellemzők (magas iskolai végzettség, városi lakhely, fiatal, nő) dominálnak. Igényes olvasóknak tekinthetők. A könyves közösségi oldalak használata nyomán a legaktívabb használók intenzívebben és többet olvasnak.

Sejthetjük, hogy a könyvolvasás mint közösségi aktus is szerepet játszhat ezen oldalak használóinak az életében, hiszen a közösség tagjai aktívan befolyásolják egymás ízlését, és hatással vannak egymás olvasási szokásaira.

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozom a fenti adatok rendelkezésemre bocsátásáért és a közös kutatásokért az Oslói Főiskola professzorának, Ragnar Audunsonnak, valamint Jávorka Brigittának, a Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Kar harmadéves alapszakos informatikus könyvtáros hallgatójának.

Irodalom:

Anderson, N (2006) Tim Berners-Lee on Web 2.0: "nobody even knows what it means" = Ars Technica, 2006. 9. sz. <http://arstechnica.com/business/news/2006/09/7650.ars> [letöltve: 2012. február 26.]

Audunson, R (2005) 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. 429-441. p.

Audunson, R. – Tóth M. (2010) Social websites for booklovers – how are they taken into use? A case study and comparison of Bokelskere.no and Moly.hu = European Public Libraries Today and in a Historical Context, Nordic conference on public library research – Oslo December 9, 2010

Audunson, R. – Tóth M. (2011) Social websites for readers – a challenge to libraries? = Finding New Ways. Proceedings of the 19th BOBCATSSS Symposium, Szombathely, Nyugat-Magyarországi Egyetem Savaria Egyetemi Központ.

Brandtrend (2011) Napi szintű a közösségi oldalak használata = Brandtrend, 2011. március 3.

http://www.brandtrend.hu/hir/5076/napi_szintu_a_kozossegi_oldalak_hasznalata.htm [letöltve: 2012. február 26.]

Burbary, K. (2010) Dispelling the Youth Myth – Five Useful Facebook Demographic Statistics, January 13, 2010 <http://www.kenburbary.com/2010/01/dispelling-the-youth-myth-five-useful-facebook-demographic-statistics/> [letöltve: 2012. február 26.]

Delmatoff, E. (2010) Thinking Differently How Social Media Transformed Our School Community = Today's OEA, 2010. April, 26-27. p. http://www.oregoned.org/atf/cf/%7B3F7AF7EC-F984-4631-A411-148CD1FB8421%7D/2010-04_Perspective.pdf [letöltve: 2012. február 26.]

Gereben, F. (1998) Könyv, könyvtár, közönség (A magyar társadalom olvasáskultúrája olvasás- és könyvtárszociológiai adatok tükrében) Országos Széchényi Könyvtár, Budapest <http://lhc.uw.hu/E/gereben.pdf> [letöltve: 2012. február 26.]

Gereben, F. (2002) Olvasás és könyvtárszociológiai vizsgálatok Magyarországon = Könyvtárosok kézikönyve, 4. kötet Határterületek. Szerk. Horváth Tibor – Papp István, Budapest, Osiris kiadó, 2002. 17-50. p.

Ithaka (2011) Ami összeköt, és ami elválaszt. Generációs hidak és szakadékok az internet használatában, Ithaka Research Council, Digital Media Report 2011.
http://www.intergeneracio.hu/wp-content/uploads/2011/12/UPC_ITHAKA_Gener%C3%A1ci%C3%B3s-hidak.pdf
[letöltve: 2012. február 26.]

Jávorka, B. (2012) Olvasómozgalmak megjelenése közösségi oldalakon. Szakdolgozat, Pécs, PTE-FEEK. Kézirat.

Junco, R. – Heiberger, G. – Loken, E. (2011) The effect of Twitter on college student engagement and grades = Journal of Computer Assisted Learning (27. köt.) 2. sz. 119–132. p.
<http://blog.reyjunco.com/pdf/JuncoHeibergerLokenTwitterEngagementGrades.pdf>
[letöltve: 2012. február 26.]

Kardos, A. (2009). Könyvtár.hu = Könyv, könyvtár, könyvtáros. (18. évf.) 5. sz. 18-21. p.

Kirschner P. A. – Karpinski, A. C. (2010) Facebook and academic performance = Computers in Human Behavior (26. évf.) 1237–1245. p.
<http://personal.denison.edu/~matthewsn/facebook%20and%20academic%20performance.pdf> [letöltve: 2012. február 26.]

Kolek, E. A. – Saunders, D. (2008) Online Disclosure: An Empirical Examination of Undergraduate Facebook Profiles = NASPA Journal (45. köt.) 1. sz.
http://journals.naspa.org/cgi/viewcontent.cgi?context=jsarp&article=1905&date=&mt=MTMzMDI2MjQ0NQ==&referer=http%3A%2F%2Fjournals.naspa.org%2Fjsarp%2Fvol45%2Fiss1%2Fart2%2F&access_ok_form=Continue [letöltve: 2012. február 26.]

Nagy A. – Péterfi R. (2006) Olvasás, könyvtár- és számítógép-használat : gyorsjelentés a tárki és az OSZK 2005-ös vizsgálatáról = Könyvtári figyelő (52. évf.) 1. sz. 31-44. p. <http://ki.oszk.hu/kf/kfarchiv/2006/1/nagy.html> [letöltve: 2012. február 26.]

O'Reilly, T. (2005a) What is web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, O'Reilly Media, 30 September 2005
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
[letöltve: 2012. február 26.]

O'Reilly, T. (2005b) Web 2.0: Compact Definition? = O'Reilly Radar blog, 1 October
http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/web_20_compact_definition.html [letöltve: 2012. február 26.]

Pasek, J., More, E. és Hargittai E. (2009) Facebook and academic performance: Reconciling a media sensation with data = First Monday (14. köt.) 5. sz.
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2498/2181>
[letöltve: 2012. február 26.]

Péterfi R. (2006) A könyvtárhasználati szokások alakulása a számítógép- és az internethasználat tükrében = Könyvtári Figyelő (52. évf.) 4. sz. 468-483. p.
<http://epa.oszk.hu/00100/00143/00061/peterfi.html> [letöltve: 2012. február 26.]

Soulbook (2011) Iskolai teljesítmény és a közösségi oldalak, 2011.09.01.
http://soulbook.blog.hu/2011/09/01/iskolai_teljesitmeny_es_kozossegi_oldal [letöltve: 2012. február 26.]

Szedlák Á. (2010) 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: 2012. február 26.]

Tóth M. (2011a) A Moly.hu mint virtuális találkozóhely = Tudományos és műszaki tájékoztatás (58. évf.) 8. sz. 327-338. p.
http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?sid=7d51bea823af9de6fb4c90812ea2b774&issue_id=529&id=5534 [letöltve: 2012. február 26.]

Tóth M. (2011b) Virtuális irodalmi találkozások norvég-magyar összehasonlításban = A kultúra anatómiája, a kultúra anatómusa Tanulmánykötet a 65. éves Agárdi Péter tiszteletére, Pécs, FEEK. 266-282. p.