

Az olvasási szokások alakulása hordozható eszközökön

**Az online platformok hatása a
szépirodalomra**

**Könyvolvasási és
könyvvásárlási szokások,
2023**

Budapest, 2023. május

A KUTATÁST A NEMZETI MÉDIA- ÉS HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG
MEGBÍZÁSÁBÓL AZ EKÖNYV MAGYARORSZÁG KFT. ÉS A
TÁRKI TÁRSADALOMKUTATÁSI INTÉZET ZRT. KÉSZÍTETTE

A kutatást készítették:

BERNÁT ANIKÓ
SALLAY GERGELY
SARNYAI BENEDEK
CSORDÁS-TAKÁCS ATTILA

eKönyv Magyarország Kft.
1086 Budapest, Dankó utca 4-8.
Internet: www.ekonyv.hu

TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt.
1112 Budapest, Budaörsi út 45.
Tel.: +36 1 309 7676
E-mail: tarki@tarki.hu
Internet: www.tarki.hu

Tartalom

1. Bevezetés: a kutatás célja és módszerei	4
2. Vezetői összefoglaló	5
3. Forgalmi adatok a szépirodalomra és egyéb kategóriákra vonatkozóan	13
3.1. A szépirodalom súlya a magyar elektronikus könyv (e-könyv) értékesítésben	123
3.2. A szépirodalom súlya a magyar elektronikus hangoskönyv (e-könyv) értékesítésben	14
4. Könyvszakmai szakértők meglátásai	15
4.1. Az olvasási szokások alakulása a hordozható eszközökön	15
4.2. Az e-könyvek piacának helyzete és lehetőségei.....	18
4.3. A hangoskönyvekkel kapcsolatos tapasztalatok	19
4.4. Az online platformok lehetőségei a szépirodalom népszerűsítésére.....	21
4.5. Mennyiben változik a szépirodalom helyzete az online térben? Az e-könyvben olvasott szépirodalom recepcióesztétikája	23
4.6. Új irodalmi műfajok megjelenésének lehetőségei az online platformok hatására.....	24
4.7. Szakpolitikai javaslatok.....	24
5. Könyvolvasási szokások	26
5.1. A könyvolvasók aránya a magyar társadalomban	26
5.1.1. A könyvolvasás gyakorisága	26
5.1.2. Mennyit és mit olvasnak a magyarok?	28
5.2. Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások a könyvkedvelő online válaszadók körében	33
5.2.1. Könyvolvasási szokások	33
5.2.2. Hány könyvet olvasnak egy évben az online válaszadók?.....	34
5.2.3. Olvasás gyakorisága formátumonként	37
5.2.4. Műfajok olvasása formátumonként	39
5.2.5. A különböző formátumok választásának indokai a könyvkedvelők között.....	43
5.2.6. Idegen nyelven olvasók az online kitöltők körében	45
5.2.7. Könyvvásárlási szokások a könyvkedvelők körében.....	46
5.2.8. E-könyv és hangoskönyv vásárlási szokások	47
5.2.9. Honnan vásárolnak e-könyvet és hangoskönyvet?	50
6. A fókuszcsoporthoz tartozók vizsgálat eredményei	54
7. Összefoglalás	58

1. Bevezetés: a kutatás célja és módszerei

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából az eKönyv Magyarország Kft. és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. 2023 tavaszán kutatást végzett az olvasás iránt érdeklődő és interneten elérhető felnőtt népesség, valamint a teljes felnőtt magyar lakosság könyvolvasási és könyvvásárlási szokásainak feltérképezésére. A rendszeresen olvasó népességet egy online kérdőív megválaszolására kértük, melyet a TÁRKI online platformjain tettünk közzé, valamint számos könyvpiaci szereplő által (könyvkiadók, könyvterjesztők weboldalán, hírleveleiben és Facebook-oldalain, valamint könyvolvasással kapcsolatos egyéb Facebook-csoportokban) terjesztettünk, hogy elérjük a kutatás célcsoportját. Az online kérdőívet 2023. április 5. és április 24. között 1156 fő töltötte ki. Közülük 1042 fő Magyarországon, 114 fő pedig valamely külföldi országban él.

A teljes felnőtt magyar népességet egy személyes kérdéssel készült országos reprezentatív kutatás keretében értük el és 1034 Magyarországon élő felnőtt válaszolta meg, amely minta a 18 éves és idősebb, nem intézményes háztartásban élő magyarországi magyar népességet nem, életkor, iskolai végzettség és lakóhelyének településtípusa szerint reprezentálja.¹

Módszertanunk az ún. többlépcsős rétegzett mintát alkalmazza személyes megkereséssel (tehát nem telefonos/online). Ez a következőt jelenti: első lépcsőben méretük (lakosság számuk) szerinti valószínűséggel településeket sorsolunk a mintába (Vannak települések, amelyeknek „fix” helyük van, mert méretük miatt nem megengedhető, hogy bármilyen kis valószínűségű véletlen okán kimaradjanak, ilyenek: Budapest kerületei illetve a vármegyeközpontok). Ezután a településeken ún. véletlen sétát alkalmazva keressük fel a válaszadókat (a sétának sorsolunk egy véletlen kezdőpontot a településen, onnantól egy instrukciós lap segíti kérdezőinket abban, hogy milyen bejárési úton keressék fel válaszadóinkat). Mindezzel biztosítjuk a random kiválasztást, ami a reprezentativitás kulcsa. Mivel a megvalósult nyers mintában előfordulhatnak kisebb torzítások (vannak társadalmi csoportok demográfiai jellemzők szerint általában jól azonosíthatóan, akiket nehezebb vagy

¹ A mintavételi eljárásból fakadó hibahatár $\pm 3,4$ százalékpont. Ez azt jelenti, hogy a teljes mintából becsült adatok 95%-os valószínűséggel ennél nagyobb mértékben nem térnek el azoktól, amelyeket a teljes felnőtt magyar népesség megkérdezése esetén kaptunk volna. A teljes hiba ennél nagyobb is lehet a kérdésekre adott érvényes válaszok arányának függvényében.

esetleg könnyebb elérni – pl. idősebb nők jellemzően szívesebben válaszolnak, mint a fiatalabb férfiak), ezért utólag súlyozással szoktuk korrigálni az esetleges eltéréseket az országos népességbeli arányoktól. Ezen módszerek a szakmában standard, bevett gyakorlatnak számítanak, ahogy a mintaméret is ekkora (1000 fő környéki) szokott lenni hasonló, reprezentatív kutatásokban. A válaszadókat semmilyen „különösebb” módszerrel nem vettük rá (nem intencionáltuk) a válaszadásra, akik nem érdeklődtek a téma iránt vagy a „nem tudom” vagy a „nem válaszolok” válaszlehetőségeket választották. Ezzel együtt a szakmánkban megfigyelhető, hogy a TÁRKI által is használt személyes megkereséseknél a megkeresett személyek szívesebben válaszolnak a közvéleménykutatók kérdéseire. Telefonos, vagy online megkereséseknél az ún. response rate lényegesen alacsonyabb szokott lenni, ami ronthatja a minta minőségét.

A személyes megkérdezéssel végzett reprezentatív adatfelvétel a TÁRKI negyedéves omnibusz kutatásai keretében zajlott 2023. április 17. és május 2. között. A személyes adatfelvétel során lekérdezett kérdőív kérdései teljes mértékben megfelelnek az online kérdőív egy részének, így a személyes és online kutatások eredményei összehasonlíthatók, azonban az online kutatás során egy részletesebb kérdőív került lekérdezésre, ezért az adatok többsége csak a kifejezetten könyvolvasó internethasználók csoportjára, és nem a teljes felnőtt népességre vonatkoztatva ismert.

A TÁRKI 2002-ben és 2005-ben és 2020-ban tartalmilag hasonló országos kutatásokat végzett², így tanulmányunkban az elmúlt két évtizedben végbement változásokról is beszámolunk. Tanulmányunkban részletesen bemutatjuk a 2023. évi kutatások eredményeit, a releváns társadalmi tényezők hatását és az egyes kérdésekre adott válaszok közötti összefüggéseket. A válaszadók számát csak azokban az esetekben tüntetjük fel, ahol csak a minta egy része, például csak a könyvvásárlók számára tettük fel a kérdést, minden más esetben a válaszadók száma a teljes mintaelemszám.

2. Vezetői összefoglaló

Forgalmi adatok a szépirodalomra és egyéb kategóriákra vonatkozóan

² A minta elemszáma a 2002-es vizsgálatban 3028 fő, 2005-ös kutatásban 1035 fő volt, 2020-ban 998 fő volt.

Az ehhez a vizsgálatához szükséges információk az eKönyv Magyarország Kft. ekonyv.hu weboldalon, illetve az anyacégei, a Líra Könyv Zrt.-hez tartozó lira.hu, illetve a Libri-Bookline Zrt.-hez tartozó bookline.hu és libri.hu 2022. január 1. és december 31. közötti e-könyv és e-hangoskönyv értékesítési adatain alapulnak.

Elektronikus könyv, azaz e-könyv alatt az elektronikus formában, epub, mobi vagy pdf formátumban forgalomba kerülő szövegeket értjük, elektronikus hangoskönyv, azaz e-hangoskönyv alatt pedig a fizikai adathordozó nélküli, kizárólag digitális, stream formájában hozzáférhető hangoskönyves tartalmakat, tehát pl. a CD-n értékesített hangoskönyv nem tartozik ide.

Ami az elektronikus könyveket illeti, látható, hogy a szépirodalom mind darabszám, mind érték tekintetében bekerült a legnépszerűbb öt kategória közé. A szépirodalom főkategória részét képező világirodalom alkatégória második a romantikus alkatégória után, a magyar irodalom alkatégória pedig darabszámban a negyedik helyezett lett. A szórakoztató irodalom alapvetően vezető pozíciója mellett tehát a szépirodalomnak erős a szerepe e-könyvek értékesítésekor.

Az elektronikus hangoskönyvek esetében egyértelműen megfigyelhető a szépirodalom dominanciája. Az alacsonyabb forgalmazott címszám ellenére is világosan látszik a tendencia, hogy darabszám tekintetében ebben a formában jóval szívesebben választják a vásárlók a szépirodalmat, és sokkal kevésbé a szórakoztató irodalmat, illetve sokkal erősebb a gyermek és ifjúsági kategória is, de még az ismeretterjesztő, non-fiction e-hangoskönyvek is több példányban kelnek el. A kutatás további része is alátámasztotta azt az előfeltevésünket, hogy az e-hangoskönyvek hallgatása nem csak az érzékszervek és a használati szokások tekintetében, de tartalomban is különbözik az e-könyvekétől.

Könyvszakmai szakértők meglátásai

A következő blokkban könyvszakmai szakértőkkel készült informális beszélgetések alapján foglaltuk össze ezek legfontosabb tanulságait – ezt a szerződésen kívül vállalt, önkéntes feladatként azért végeztük el, mert így teljesebb képet kaphattunk az e-könyvek és e-hangoskönyvek helyzetéről.

Az általunk megkérdezett könyves szakemberek többsége azt tartja fontos akadállynak az e-könyv terjedésében, hogy az olvasók tárgyként is szeretik a könyveket, ragaszkodnak hozzájuk fizikailag is, így a fizikai, nyomtatott könyv dominanciája fennmaradt. Többen jelezték azt az észrevételüket is, hogy Magyarországon a vásárlók nagyon árérzékenyek, az e-könyvpiac növekedésének gátjaként jelenik meg, hogy nem tudják jelentősen alacsonyabb áron adni az e-könyveket a printhez képest, online tartalomért pedig főleg nem igazán szeretnek fizetni az emberek, magas az illegális letöltések száma.

Az e-könyvek piaca a Magyar Kiadók és Könyvterjesztők Egyesülése (MKKE) becslése szerint és több kiadó saját adata alapján is nagyjából 2%-át teszi ki a teljes könyvpiacnak, bár van ahol ez az arány kicsit alacsonyabb a kiadói bevételek tekintetében.

Többen úgy vélik, hogy a hangoskönyvet hallgatók és a nyomtatott vagy e-könyvet olvasók halmaza nem egybevágó. Vannak olyanok, akiket a papírkönyv nem ér el, de a hangoskönyv igen. Ugyanakkor egyértelmű, hogy a print vagy e-könyv olvasó lehet egyben hangoskönyv-hallgató is. Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője ördögi körként írja le a jelenlegi helyzetet: nincs forgalom, mert nincs tartalom és nincs tartalom, mert nincsen forgalom. Jó nemzetközi példa a hangoskönyv terjedésére az északi országokban, Skandináviában, elsősorban Svédországban bekövetkezett jelenség, ahol a hangoskönyv már a könyveladások több, mint felét teszik ki – mindez a magyarhoz képest óriási kínálattal és a dedikáltan hangoskönyv platformok elterjedésével magyarázható, amelyek előfizetési modellben működnek.

Az online platformoknak is vannak lehetőségei a szépirodalom népszerűsítésére: többen kiemelték a közösségi média, azon belül is a Facebook, mint alapvető csatorna és az Instagram, illetve főként a TikTok mint új csatorna fontosságát, emellett a podcasteket, mint promóciós lehetőséget rejtő audiotartalmakat. Azoknak a magyar szerzőknek magasabbak az eladásai, akik aktívak a különböző közösségi médiás platformokon. Tipikus marketinges forma a teaser videó egy könyv megjelenését megelőzően, de a könyves podcastok is felfutóban vannak.

Új műfajok tekintetében egy non-fiction profilú kiadó vezetője a rövidítések, absztraktok terjedését látja a kiadó piacán, ami a szépirodalmi műveknél nem igazán releváns. Ezek segítségével rövid időbefektetéssel egyfajta jól informáltságot vagy annak érzetét szerzi

meg az olvasó. Egy másik kölcsönhatás a könyvek és a digitális tér között a podcastokból, blogokból készített könyvekben rejlik.

Szakpolitikai javaslatok tekintetében minden szakmai szereplő az első és legfontosabb lépésnek a 27%-os ÁFA kulcs 5%-osra csökkentését tartja az e-könyvek és e-hangoskönyvek esetében. Többen kiemelték, milyen fontos a pályázati úton támogatott hangoskönyvgyártás, hogy fejlődni tudjon az e-hangoskönyvek piaca.

Könyv olvasási szokások a felnőtt magyar népesség körében

Először a teljes felnőtt magyar népességen belül vizsgáltuk meg a könyv olvasókat. 2020-ban a felnőtt magyar lakosság 13%-a, 2023-ban 15%-a olvasott rendszeresen (legalább hetente), ami hibahatáron belüli különbség, azaz lényegi változás nem történt. Bár a rendszeresen olvasók aránya 2 százalékponttal magasabb 2023-ban a 2020. évi eredményekhez viszonyítva, összességében a bármilyen gyakorisággal olvasók aránya 3 százalékponttal alacsonyabb a könyv olvasó felnőttek körében, de ezek is olyan kis ($\pm 3,4\%$ -os hibahatáron belüli) elmozdulások, amelyek alapján azt mondhatjuk, hogy nem változott az olvasó felnőttek aránya az elmúlt három évben. A vizsgált időszak (2002-2023) egészét tekintve 2020-ban volt a legalacsonyabb a rendszeresen olvasók aránya, a ritkábban olvasók aránya azonban 2023-ban volt a legalacsonyabb. Az országos átlagnál nagyobb arányban olvasnak rendszeresen a nők, a fiatal felnőttek (18-39 évesek) és a 60 évnél idősebbek, valamint a budapestiek. A könyvet valamilyen gyakorisággal olvasók átlagosan 12 könyvet olvasnak el bármilyen formátumban egy év alatt. Ennek értékelésénél azonban figyelembe kell venni az adataink jelentős mértékű szóródását is. A teljes felnőtt magyar népességet célzó kutatás megerősíti azt a korábbi eredményt, hogy a könyv olvasó felnőtt népesség körében a szépirodalmi művek és a szórakoztató irodalom a legnépszerűbb műfajok. 2020-hoz képest jelentősen nőtt az eleve legnépszerűbb szépirodalmi és szórakoztató irodalmi könyvek olvasottsága: a teljes népességen belül bármilyen rendszerességgel könyv olvasók körében 13 és 19 százalékponttal, összesen 89%-ra és 92%-ra nőtt azok aránya 2023-ban, akik ezeket a műfajokat olvassák, azaz az irodalom dominanciája tovább erősödött.

A mostani, teljes felnőtt népességre vonatkozó kutatásunkkal lehetőségünk volt az olvasási gyakoriságra formátum (nyomtatott könyv, e-könyv, hangoskönyv) szerint is részletesebben rákérdezni. A könyvforgalmi trendekkel összhangban ez a kutatás is megerősítette, hogy a nyomtatott könyvek dominálnak: a felnőtt magyar népesség 42%-a

olvas valamilyen gyakorisággal nyomtatott könyvet, ez az érték e-könyvek esetén 11%, míg a hangoskönyveknél 7%. A rendszeresen olvasók közt - akik legalább hetente olvasnak – is a nyomtatott könyv az elsősorú választás. A két másik formátum esetén a rendszeresen olvasók szinte elhanyagolható arányban képviseltetik magukat, de az alkalmoszerű olvasók is csekély mértékben vannak jelen (hangoskönyvnél 7%, e-könyvnél 8%). Minden vizsgált műfajban kiemelkedik a nyomtatott könyvek népszerűsége. Azt mondhatjuk, hogy a legnépszerűbb műfajokban (szépirodalmi, illetve szórakoztató irodalmi könyvek) mintegy 4-5-ször annyian olvasnak valamilyen gyakorisággal nyomtatottat, mint e-könyvet. Az e-könyveknél a nyomtatott könyvekhez hasonlóan a szépirodalmi és a szórakoztató irodalmi művek a legnépszerűbbek, azonban nem emelkednek ki annyival a többi műfajhoz képest, mint a nyomtatott formátum esetén. Hangoskönyvet bármely műfajt nézve csupán kevesebb, mint a válaszadók 4%-a hallgat.

Könyv olvasási szokások az online kitöltők körében

A könyvedvelő válaszadóink a teljes népességhez képest gyakrabban és többet olvasnak. A kitöltők 94%-a rendszeresen (legalább hetente) olvas valamilyen formátumban. Válaszóink több mint háromnegyede (77%) rendszeresen (tehát legalább hetente) olvas nyomtatott könyvet, míg az e-könyv formátum népszerűsége is 50% körül alakul ebben a válaszkategóriában. A hangoskönyv ugyanakkor a fogyasztási gyakoriságra kérdezve sem örvend akkora népszerűségnek, mint az előbbi két formátum. Az összességében könyvedvelőnek tekinthető válaszadóink körében is 67% azok aránya, akik soha vagy szinte nem hallgatnak hangoskönyvet.

Az online válaszadók legnagyobb részt, közel harmada (30%) évi 50-nél is több könyvet olvas. Az elolvasott könyvek számának eloszlása formátumonként azt mutatja, hogy a nyomtatott könyv kiemelkedik az e-könyvhöz és a hangoskönyvhöz képest. Bár az 1-10-ig tartó kategóriában nagyon hasonló számú válaszadó van a nyomtatott és az e-könyv esetén, az ennél magasabb kategóriákban már egyértelmű a nyomtatott formátum fölénye. Az összes válaszadónknak 62%-a olvas 10-nél is több nyomtatott könyvet egy évben, ez e-könyv esetén ez 39%. Hangoskönyveket az előző két formátumhoz képest jóval kevesebben hallgatnak még a könyvedvelőnek tekinthető online válaszadók között is. A válaszadóinknak 62%-a egyáltalán nem tekinthető hangoskönyv fogyasztónak.

A könyvedvelők között a nyomtatott könyv dominál minden műfajban, azonban az e-könyv kevésbé maradt le összehasonlítva az országos kutatás eredményeivel. Míg az országos

mintában nagyjából egyformán alacsony szinten mozgott az e-könyvet és hangoskönyvet fogyasztók aránya, a könyvkedvelőknél utóbbi két formátum is markánsabban elválnak minden műfaj tekintetében. Online válaszadóink mintegy 83%-a olvas nyomtatott könyvben szórakoztató irodalmat és 84%-a szépirodalmat, e-könyvnél ez a két arány 65% a szórakoztató irodalomnál, valamint 60% a szépirodalom esetében.

A válaszadók leginkább gyakorlatias előnyöket hoztak fel az e-könyv mellett. Az e-könyvet olvasó online válaszadók 78% szerint a hasznossága leginkább a tárolókapacitásában rejlik. A helyspórolásra való igény úgy látszik, az egyik legfontosabb gyakorlatias indok az e-könyvek mellett, mivel a második legtöbbet jelölt válaszkategória a „Nem foglal helyet, nem porosodik” volt 48%-kal.

A válaszadók többsége legalább egy idegen nyelven olvas valamely formátumban. E téren is a nyomtatott könyvek szerepelnek kiemelkedően: az összes válaszadónknak mintegy 51%-a jelölte, hogy olvas nyomtatott könyvet idegen nyelven. 43% e-könyvet, 12% pedig hangoskönyvet olvas/hallgat valamilyen magyartól különböző nyelven. Az idegen nyelvek közül nem meglepő módon az angol a legszélesebb körben elterjedt, a teljes online válaszadói rétegnek mintegy 56%-a olvas ezen a nyelven, a második leggyakoribb a német 14%-kal.

Könyvvásárlási szokások az online válaszadók körében

Az online kérdőívet kitöltők vásárlási szokásaiból is a nyomtatott könyv dominanciája állapítható meg: míg nyomtatott könyvet 75%-uk vásárolt a válaszadást megelőző negyedévben, addig ez az arány az e-könyvek esetében csupán 39%, a hangoskönyveknél pedig mindössze 5%. Akkor is ez a kép rajzolódik ki, ha azokat vizsgáljuk, akik (szinte) soha nem vásárolnak az adott formátumból: nyomtatott könyvnél csak az online válaszoló könyvkedvelők 5%-a, e-könyvnél 37%-a, a hangoskönyvnél pedig már 79% számolt be arról, hogy soha vagy szinte soha nem vásárolja az adott formátumot. Legutóbbi nyomtatott könyv vásárlását a válaszadók négyötöde tette a 2023-as évre (mivel a kérdezés áprilisban történt, így ez lényegében 2023 első negyedévével jelenti), míg az e-könyv esetében ez alig haladja meg az egyharmados arányt (36%).

Az elköltött összeget is alátámasztja a fenti helyzetet a könyvformátumok közti rangsorról. Az online válaszoló könyvkedvelők jellemzően többet költenek nyomtatott könyvre, mint hangos vagy e-könyvre. E-könyvet csak a válaszadók 9%-a vásárolt a kitöltést megelőző egy évben legalább 50 ezer forint értékben, míg a nyomtatott könyveknél ez az

arány megközelíti az 50%-ot (45%). A hangoskönyv teljesített a legrosszabbul ebben az összehasonlításban is: az online válaszoló könyvkedvelőknek csak 8%-a költött legalább 10 ezer forintot hangoskönyvre egy év alatt.

Az online kitöltők körében az e-könyvet olvasók túlnyomó többsége (86%) letöltve olvas e-könyvet. Több mint kétharmaduk (69%) e-könyv beszerzési forrásként magyar webshopokat jelölt meg, de jelentősnek tekinthető két ingyenes (legális és illegális egyaránt) csatorna is, a Magyar Elektronikus Könyvtár és az nCore. Az e-könyvet olvasó kitöltők fele (51%) valamilyen legális elektronikus könyvtárat nevezett meg, és nem sokkal kevesebben, 44%-uk illegális platformokat (is) megjelölt. Az online válaszoló könyvkedvelők több, mint 80%-a e-könyvet csupán a nyomtatott könyvhöz képest némi diszkonttal lenne hajlandó vásárolni: az összes válaszadó közel egyharmada (32%) a nyomtatott ár maximum felét látná megfelelő összegnek egy e-könyv esetében. Közelítőleg ugyanennyien (31%) tartanának elfogadhatónak 2000 és 2500 forint közötti összeget az e-könyvek árának.

A hangoskönyvet hallgató online válaszadóink kicsivel több, mint fele az e-könyvhöz hasonlóan egyesével vásárolja a hangoskönyveket is. Előfizetésről csak 14%-uk számolt be. Az e-könyvet olvasókkal ellentétben a hangoskönyvet hallgatók az online platformokat vagy applikációkat preferálják. Az online platformok közül kettő emelkedik ki, a YouTube (55%) és a Spotify (47%). A hangoskönyvet applikáción keresztül hallgatók nagyjából fele használja ezt a két felületet. Az e-könyvhöz hasonlóan a hangoskönyvért sem fizetnének annyit a válaszadók, mint a nyomtatottért. Akik választ tudtak adni erre a kérdésünkre (N=662), 44%-uk válaszolta azt, hogy kevesebb, mint egy nyomtatott könyv árának a felét volna hajlandó fizetni egy hangoskönyvért. További egynegyed (25,4%) fizetne maximum 2500 forintot egy hangoskönyvért, ha annak nyomtatott párja 4000 forintba kerül. A válaszolni tudók túlnyomó többsége (85%) gondolja úgy, hogy maximum egy nyomtatott könyv árának a háromnegyedéért kellene kínálni egy hangoskönyvet.

Könyvolvasási és könyvvásárlási szokások a fókuszcsoportok alapján

A kérdőíves vizsgálattal egybehangzón a fókuszcsoport résztvevői is inkább az e-könyv technikai adottságait emelték ki: könnyebb hordozhatóság, nem foglal helyet. A résztvevők az illegális beszerzést is felvállalták, amit az online kérdőív is visszaigazolni látszott. Ennek kapcsán fontos indokként jelent meg, hogy az e-könyvek ára hasonló a nyomtatottakhoz, amelyet a válaszadók többen indokolatlannak éreztek. Ez egybecseng az online kitöltők álláspontjával. Ez a helyzet (hogy online is, és viszonylag „drága” is) többeket tölt az illegális platformok felé.

3. Forgalmi adatok a szépirodalomra és egyéb kategóriákra vonatkozóan

Az alábbi elemzés az eKönyv Magyarország Kft. ekonyv.hu weboldalán, illetve az anyacégei, a Lira Könyv Zrt.-hez tartozó lira.hu, illetve a Libri-Bookline Zrt.-hez tartozó bookline.hu és libri.hu 2022. január 1. és december 31. közötti e-könyv és e-hangoskönyv értékesítési adatain alapul.

Elektronikus könyv, azaz e-könyv alatt az elektronikus formában, epub, mobi vagy pdf formátumban forgalomba kerülő szövegeket értjük, elektronikus hangoskönyv, azaz e-hangoskönyv alatt pedig a fizikai adathordozó nélküli, kizárólag digitális, stream formájában hozzáférhető hangoskönyves tartalmakat, tehát pl. a CD-n értékesített hangoskönyv nem tartozik ide.

3.1. A szépirodalom súlya a magyar elektronikus könyv (e-könyv) értékesítésben

Ami az elektronikus könyveket illeti, látható, hogy a szépirodalom mind darabszám, mind érték tekintetében bekerült a legnépszerűbb öt kategória közé. A szépirodalom főkategória részét képező világirodalom alkategória mindkét szempontból második a romantikus alkategória után, a magyar irodalom alkategória pedig darabszámban a negyedik helyezett lett, érték tekintetében pedig az ötödik, ott már megelőzték a pszichológiai témájú könyvek, amelyeknek igen erős felfutása figyelhető meg az utóbbi években. A pszichológiai és önségítő könyvek árbeli előnye a magyar irodalomhoz képest valószínűleg annak is köszönhető, hogy a pszichológiai témájú könyvek nagy átlagban drágábbak a magyar irodalomnál.

Mindenképpen érdemes kiemelni még az e-könyvek esetében a szórakoztató irodalom dominanciáját, a top 10-ben négy ilyen alkategória is szerepel: romantikus; krimi; erotikus; illetve thriller, horror. Ennek egyik oka az, hogy emberek lektűrt sokkal szívesebben olvasnak elektronikusan, mert egy szórakoztató irodalmi művet nem feltétlenül akar az olvasó birtokolni és a könyvespolcára is kirakni, elég, ha e-könyvben elolvassa nyaraláskor vagy akár a tömegközlekedésen, ahogy az a későbbi adatokban is látszódni fog majd az online kérdőív és a személyes kérdezés eredményeiből. Nem beszélve arról, hogy egy erotikus könyv borítója pl. nem látszik buszon vagy metróon, utazás közben, így anélkül olvasható, hogy az utastársak látnák azt. (1. és 2. táblázat)

Helyezés	Kategória	Százalékos arány
1.	Romantikus	19%
2.	Világirodalom (Szépirodalom)	13%
3.	Krimi	11%
4.	Magyar irodalom (Szépirodalom)	10%
5.	Pszichológia	9%
6.	Erotikus	4%
7.	Ezotéria	3%
8.	YA, Ifjúsági regények és elbeszélések	3%
9.	Thriller, horror	3%
10.	Egyéb: ismeretterjesztő, szakkönyvek, tankönyvek stb.	24%

1. táblázat 2022-es e-könyv forgalom kategóriák szerint darabszám alapján

Helyezés	Kategória	Százalékos arány
1.	Romantikus	16%
2.	Világirodalom (Szépirodalom)	13%
3.	Krimi	12%
4.	Pszichológia	11%
5.	Magyar irodalom (Szépirodalom)	10%
6.	Erotikus	5%
7.	Ezotéria	4%
8.	Thriller, horror	3%
9.	YA, Ifjúsági regények és elbeszélések	3%
10.	Egyéb: ismeretterjesztő, szakkönyvek, tankönyvek stb.	24%

2. táblázat 2022-es e-könyv forgalom kategóriák szerint érték alapján

3.2. A szépirodalom súlya a magyar elektronikus hangoskönyv (e-könyv) értékesítésben

Az elektronikus hangoskönyvek esetében egyértelműen megfigyelhető a szépirodalom dominanciája. (3-4. táblázat) Ugyanakkor a forgalmazott címszám jelentős különbsége miatt a kategóriák száma is jóval limitáltabb az e-hangoskönyvek esetében: míg az e-hangoskönyvek összesen 4 fő kategóriára oszlanak (alkategóriák nélkül, így a világ- és magyar irodalom sem válik szét), addig az e-könyvek esetében csak főkategóriából 21 féle van. Jelenleg az eKönyv Magyarország Kft. több mint 33 000 féle e-könyvet forgalmaz, míg a kínálatban lévő e-hangoskönyvek száma alig haladja meg az 500-at.

Ezzel együtt is világosan látszik a tendencia, hogy darabszám tekintetében ebben a formában jóval szívesebben választják a vásárlók a szépirodalmat, és sokkal kevésbé a szórakoztató irodalmat, illetve sokkal erősebb a gyermek és ifjúsági kategória is, ami a második helyezett lett 26%-os aránnyal, míg e-könyvben a top10-be csak az YA, Ifjúsági regények és elbeszélések kategória került be 3%-kal. (Ennek oka az is lehet, hogy a gyermekirodalom gyakran illusztrált és így nyomtatott könyvekben jobban illik a célcsoporthoz.) A szórakoztató irodalmat még az ismeretterjesztő kategória is megelőzte az e-hangoskönyvek esetében, méghozzá kétszeres darabszámban fogyott 2022-ben. (3-4. táblázat)

Értékben is hasonló megoszlás figyelhető meg, annyi különbséggel, hogy az olcsóbb gyerek e-hangoskönyvek miatt itt az ismeretterjesztés megelőzi a gyermek és ifjúsági kategóriát, de a szórakoztató irodalom itt is csak az utolsó helyre került, ami azért is érdekes, mert az e-könyvek esetében listavezető, a top 3-ból kettő ide sorolható. Az is látszik, hogy értékben a magasabb darabárak miatt még magasabb a szépirodalom százalékos aránya is, 40%-kal lett az első.

Ez is erősíti azt az előfeltevésünket, hogy az e-hangoskönyvek hallgatása nem csak az érzékszervek és a használati szokások tekintetében, de tartalomban is különbözik az e-könyvektől.

Helyezés	Kategóriák	Százalékos arány
1.	Szépirodalom	34%
2.	Gyermek és ifjúsági	27%
3.	Ismeretterjesztő	26%
4.	Szórakoztató irodalom	13%

3. táblázat 2022-es e-hangoskönyv forgalom kategóriák szerint darabszám alapján

Helyezés	Kategóriák	Százalékos arány
1.	Szépirodalom	40%
2.	Ismeretterjesztő	25%
3.	Gyermek és ifjúsági	23%
4.	Szórakoztató irodalom	12%

4. táblázat 2022-es e-hangoskönyv forgalom kategóriák szerint érték alapján

4. Könyvszakmai szakértők meglátásai

Az alábbiakban szakértőkkel készült informális beszélgetések alapján foglaljuk össze ezek legfontosabb tanulságait – ezt a szerződésen kívül vállalt, önkéntes feladatként azért végeztük el, mert így teljesebb képet kaphattunk az e-könyvek és e-hangoskönyvek helyzetéről. Kilenc szépirodalmi, szórakoztató irodalmi és non-fiction valamint az előbbieket egyaránt megjelentető, azaz vegyes profilú kiadó vezetőjével és egy kommunikációs könyves szakemberrel egyaránt beszélgettünk, hogy minél árnyaltabb és sokszínűbb képet kapjunk arról, hogy a szakma milyen véleménnyel van az e-könyvek és e-hangoskönyvek hazai helyzetéről, illetve milyen szakpolitikai javaslatik vannak.

4.1. Az olvasási szokások alakulása a hordozható eszközökön

„Aki azt mondta, hogy fölösleges könyvekről beszélni már, mert az e-könyv mindent el fog söpörni, mert olcsó és kényelmes, és egy könyv tetejére elfér tízezer, az nem számolt azzal,

hogy a könyvet meg akarom fogni. A könyv élményhez hozzátartozik a tapintása, a borító színezése, az elfestés, az illat.” (Egy vegyes profilú kiadó vezetője)

Az általunk megkérdezett könyves szakemberek többsége azt tartja fontos akadállynak az e-könyv terjedésében, hogy az olvasók tárgyként is szeretik a könyveket, ragaszkodnak hozzájuk fizikailag is, így a fizikai, nyomtatott könyv dominanciája fennmaradt. Magyarországon fontos tényező, hogy szeretjük fizikailag birtokolni a könyvet, mint tárgyat. Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője szerint a könyv még mindig egy fő ajándéktárgy Magyarországon, szeretünk fizikai könyvet ajándékba adni, amit a könyvpiac karácsonyi forgalma pontosan leképez. Az e-könyv hátránya ebből a szempontból, hogy a nyomtatottal ellentétben nem jön létre egy „könyvtárgy”, ami egyszerre több érzékére is képes hatni.

A megkérdezett szakemberekből többen kiemelték, mennyire megkönnyíti számukra idegen nyelvű szövegek (magyar kiadásra kandidáló külföldi könyvek) olvasását, hogy az e-könyvolvasókban van beépített idegennyelvi szótár és ez vélhetően sok olvasónak is fontos.

Szintén többen fontosnak tartják, hogy az idősebbek körében egyre népszerűbb az e-könyv formátum két komoly előnye miatt. Egyrészt sokkal könnyebb, mint egy nyomtatott könyv, másrészt pedig akkorára lehet a betűméretet állítani, amekkorára az olvasó szeretné, így nem kell olvasószemüveget használnia.

Többen jelezték azt az észrevételüket is, hogy Magyarországon a vásárlók nagyon árérzékenyek, online tartalomért pedig főleg nem igazán szeretnek fizetni. Ha mégis, akkor leginkább korlátlan hozzáférést szeretnének végtelennek tűnő tartalommenyiséghez („Netflix-hatás”). A többségben nem merül fel, hogy a kalózkodással az alkotókat károsítják meg, ezzel pedig akár a nyomtatott könyvek eladásait veszélyeztethetik is, aminek következményeként a kiadó fennmaradását és az adott könyvek, akár kedvenc sorozataik folytatásának kiadását is kockáztathatják. A kiadók próbálnak ez ellen tenni, kérvényezik a kalóz oldanál az adott könyv eltávolítását, de sokszor azt tapasztalják, hogy amint egy helyről eltűnik a jogsértő tartalom, felbukkan egy új felületen vagy akár ugyanazon a felületen (jellemzően az nCore-on).

A legegyszerűbb megoldás az nCore.pro és esetleges későbbi mutációi blokkolása lenne Magyarország területén, ha ugyanis nem tudnák elérni az emberek az interneten, akkor nem töltenének le onnan és nem okoznának kárt. Egyértelműen ez a legnagyobb hazai illegális tartalmat terjesztő felület.

A mási lehetőség a probléma orvoslására a lakosság edukációja olyan kampánnyal, ami a legális tartalomfogyasztást népszerűsíti.

Az e-könyvek kétségtelen előnyének tekinthető több kiadó vezetője szerint, hogy nyomtatási költség híján sokkal olcsóbban előáll, mint a nyomtatott könyv. Bizonyos régebbi címeket ezért lehet rendkívül kedvező áron árusítani. Ennek gátja azonban Magyarországon a 27%-os e-könyv ÁFA. Egy vegyes profilú könyvkiadó ezért csak csúsztatva jelenteti meg a nyomtatott könyv e-könyv verzióját, hiszen az illegális online platformokon az e-könyv megjelenése napjától megtalálható, ami az e-könyv vásárlás mellett az adott könyv nyomtatott verziójának eladását is lefékezi. Mindez különösen nagy kárt okoz olyan könyvek esetében, amelynek célcsoportja a 30 alattiak közül kerül ki. Összességében az illegális letöltés hatalmas probléma, minden kiadó küzd ellene és egyértelműen ez az egyik gátja az e-könyvek hazai terjedésének, mert a kiadókat inkább ellenérdekeltté teszi az illegális piac gyakorlatilag korlátlan virágzása.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője azt tapasztalja, hogy a fiatalok a nyomtatott könyveket preferálják. Hátrányként merül fel szerinte az e-könyv esetében az, hogy az ember kevésbé tudja, hogy hol tartott, nehezebb a visszakeresés, visszalapozás (nincsenek oldalszámok). Bár be lehet illeszteni jelölőket, jegyzeteket a szövegbe, ez bizonyos mennyiség felett követhetlenné válik.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője szerint az e-könyvek terjedésének egy korlátja, hogy a gyerekek is elsősorban papír alapon találkoznak a könyvvel, mint formátummal először. (lásd képeskönyv) így rögzülhet ez az összefüggés idősebb korra is. A sok folytatásból álló sorozatok esetében azonban komoly előny az e-könyv olcsósága. Az olvasó kíváncsi ugyan a 6. rész tartalmára, de egyrészt nem szeretne egy teljes árú print könyvet kifizetni, másrészt pedig fizikailag nincs helye ennyi könyvnek a lakóhelyén. Csak a neki fontos könyveket szeretné printben megvenni.

Egy könyves szakember szerint egyre inkább terjed - főleg a fiatalok körében - bizonyos műfajok esetében a telefonon történő olvasás. Bizonyos kutatások szerint digitális eszközön máshogy olvasunk, sokkal felületesebben, mint ha nyomtatott könyvet olvasnánk, kevesebb részletre emlékezünk. Ő leginkább a fókuszált olvasás kikopásától fél a felületes információszerzés rovására, nem attól, hogy egyre kevesebb olvasó van Magyarországon, hiszen a könyvek mellett számos digitális tartalmat (változó műfajban, hosszban, tartalommal) olvasunk, sok esetben tulajdonképpen jóval többet olvasunk így, mint a digitális korszak előtt.

4.2. Az e-könyvek piacának helyzete és lehetőségei

„Olyan érdekes, hogy rendszeresen kapjuk a külföldi, az amerikai és az angol sikerlistákat. És ott külön van e-book sikerlista, külön van print sikerlista, és nem feltétlenül egyeznek.” (Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője)

Az e-könyvek piaca a Magyar Kiadók és Könyvterjesztők Egyesülése (MKKE) becslése szerint és több kiadó saját adata alapján is nagyjából 2%-át teszi ki a teljes könyvpiacnak, bár van ahol ez az arány kicsit alacsonyabb a kiadói bevételek tekintetében.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője szerint a kiadó bevételeinek 1-2%-át képviseli az e-könyv eladás. Volt ugyan növekedés az elmúlt 6-8 évben, azonban ez a nagy egész tekintve elhanyagolható. Mivel nagyon kis szeletét képviseli a kiadó bevételeinek, ezért az e-könyvből befolyó összeget leginkább ajándékként kezeli. A könyv kiadásának költségeit szerinte a nyomtatott verzióknak kell kitermelnie (a legtöbb kiadó hasonlóan látja ezt, de vannak kivételek).

Egy másik, szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője szerint az e-könyvpiac növekedésének gátjaként jelenik meg, hogy nem tudják jelentősen alacsonyabb áron adni az e-könyveket a printhez képest. Ennek okaként azt jelöli meg, hogy a külföldi jogtulajdonos előre megszabja a kiadónak, hogy a print kiadvány minimum hány százalékaért kell azt árulnia, ez általában 70 százalékos alsó limitet jelent tapasztalatuk szerint. Ezt a probléma más, szépirodalmi profilú kiadó is említette, náluk az e-könyv minimum ára jogtulajdonostól függően 50-60-70%-a a nyomtatott könyvnek.

Bár a magyar szerzők esetében nem érvényesül a fenti korlát, de így sem lehet az ő műveiket e-formátumban jelentősen olcsóbban adni. Egyrészt ekkor a szerző ellenérdekelte válik abban, hogy e-könyv formában vásárolják meg a könyvét. Másfelől pedig a könyv vagy a szerző presztízse is sérülhet ezáltal. Probléma még, hogy a magyar szerzők többségét nem igazán mozgatja meg az e-könyv, jelentéktelennek gondolják. Ennek az az oka, hogy ők is látják az alacsony e-könyvpiaci részesedést, és ez nem motiválja őket, szemben a nyomtatott könyv dominanciájával és presztízsével.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője szerint a kiadónál nem látnak különbséget a formátumok között abban, hogy mely címek sikeresek, azaz gyakorlatilag megegyezik a nyomtatott és az e-könyv sikerlista. Megjegyzi, hogy ez nem tipikus működés nemzetközi szinten. Érdekeltek az e-könyves piac fejlődésében, de nem igazán látják, hogy a kínálat bővítésén túl, illetve az akciókon kívül mit lehetne tenni a népszerűsítésért.

Próbálkoztak azzal, hogy bizonyos címeket csak e-könyv formában jelentettek meg. Azonban a tapasztalat az, hogy ha megjelenik printben is, akkor több példányt tudnak értékesíteni.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője növekvő, de csekély piacnak jellemzi az e-könyvek piacát. Nem vár már berobbanást az e-könyvtől Magyarországon. Sőt, azokon a fontos külföldi piacokon is egyfajta megtorpanást, visszafordulást lát, ahol nagyon magas szintre jutott az e-könyv penetrációja (pl. USA). Ennek az oka egyrészt az, hogy a korábban már említett nyomtatott könyv dominancia és a vonzódás a könyvhöz mint tárgyhoz általános jelenség a világon, csak más-más arányú volt az e-könyv penetrációja a különböző piacokon, pl. az USA-ban az Amazon nagyon erős támogatást adott a formátumnak, azért is érhetett el fiction kategóriában 20%-os részesedést.

Másrészt a kezdeti gyorsuló ütemű növekedés idején megijedtek a nyomdaipari dolgozók, de maguk a kiadók is, hogy visszavetheti, kannibalizálhatja az e-könyv előretörése a nyomtatott könyvek piacát, ezért valamelyest mesterségesen is visszafogták az e-könyvek forgalmát, pl. azzal, hogy az Amazonon sokszor (nagy általánosságban nagyobb kiadók esetében) drágább egy e-könyv mint az adott cím puhafedeles nyomtatott változata.

4.3. A hangoskönyvekkel kapcsolatos tapasztalatok

„Azért éri meg (a streamelt, előfizetéses opció), mert úgyse hallgatnak meg annyi könyvet. Az a tapasztalat. Keveset meghallgatnak, de inkább sokkal vonzóbb az előfizetés és a lehetősége annak, hogy korlátlan számú könyvet hallgathasson meg, mint hogy legyen egy olyan előfizetés, amiben három könyv van.” (Egy non-fiction profilú kiadó vezetője)

Többen úgy vélik, hogy a hangoskönyvet hallgatók és a nyomtatott vagy e-könyvet olvasók halmaza nem egybevágó. Vannak olyanok, akiket a papírkönyv nem ér el, de a hangoskönyv igen. Ugyanakkor egyértelmű, hogy a print vagy e-könyv olvasó lehet egyben hangoskönyv-hallgató is, aki akár a nyomtatott vagy e-könyvként olvasott könyvét vagy sorozatát hallgatná hangoskönyvként valamilyen más tevékenység közben (munka, házimunka, közlekedés), vagy más műfajú könyveket hallgatna olvasás helyett.

Egy non-fiction profilú kiadó vezetője úgy látja, a hangoskönyvnél nem merül fel elvárásaként az, hogy olcsóbb legyen a nyomtatott könyvnél. Azt gondolja, hogy az emberek hozzászoktak a korlátlanság tudatához pl. zenében, filmek terén, és a hangoskönyveknél is ezt várják el. Attól függően, hogy mihez viszonyít, eltérően vélekedik a hangoskönyvet hallgatók és az olvasók közötti átfedésről. Ha a teljes piacot vesszük alapnak, akkor nem ugyanazok

hallgatnak hangoskönyvet, mint akik olvasnak nyomtatottat vagy e-könyvet. Ezzel szemben a kiadó saját non-fiction műfajai esetében azt gondolja, hogy nincs különbség a két csoport között. Jelenleg profi, de kevésbé ismert felolvasókkal dolgoznak, de úgy látja, hogy az e-könyvek és az e-hangoskönyvek közötti falak a különböző felolvasó szoftvereknek köszönhetően le fognak omlani. Nem lesz a jövőben probléma a hangoskönyv tömeges legyártása, mert a megvásárolt e-könyvet az eszközünk könnyedén felolvassa majd – habár ez váltás épp a szépirodalmi szövegeknél nem biztos, hogy bekövetkezik, mert ott lehet, hogy a hallgatók továbbra is igényelni fogják a tökéletes hangsúlyozású, jó minőségű felolvasást. Ettől eltekintve azonban a két formátum egyfajta egységét prognosztizálja a jövőre nézve. Emellett párhuzamosan fognak futni a híres színészek által felolvasott, jellemzően szépirodalmi hangoskönyvek is.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője szerint, bár nagyon szeretné, hogy működjön a hangoskönyv piac, ördögi körként írja le a jelenlegi helyzetet. Nincs forgalom, mert nincs tartalom és nincs tartalom, mert nincsen forgalom. A hangoskönyv gyártása állítása szerint annyiba kerül, mint a nyomdaköltség a nyomtatott könyvek esetében. Ennek nagyobb részét nem a profi színész, hanem a gyártás technikai elemeinek költsége (stúdióidő, hangmérnök, vágás) teszi ki. A hangoskönyvet inkább a zene-/rádiós/podcast tartalomfogyasztás konkurenciájának látja, így azt jelentősen másképp kell kezelni, mint a másik két formátumot. A kiadó számára gát az is, hogy mivel műalkotásokként tekintenek az általuk kiadott művekre, ezért nekik a géphang, illetve az amatőr felolvasók nem felelnek meg. Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője azt mondta, hogy korábban már gyártott hangoskönyveket a kiadó, még CD formában. Ezeket elérhetővé tették az eKönyv Magyarország streaming felületén is, továbbá új könyvekből is születtek hangoskönyvek ezzel párhuzamosan. A várakozásokat ezek a hangoskönyvek messze alulteljesítették. A tetemes beruházási költséghez képest csupán néhány tucat példányt adtak el belőlük. Úgy gondolja, hogy a hosszabb műfajok esetében igenis számít, hogy profi színész olvassa fel az adott művet, a verseknél ennél megengedőbb. Magyarországon a hangoskönyv mint műfaj berobbanásának elmaradása mögött leginkább a szűkös kínálat és a platform hiánya áll. A kiadó szeretne jelen lenni ezen a piacon, de a korábbi negatív tapasztalatok miatt kívárnak. Nem szeretnék több saját forrást beletenni, állami pályázatokon szeretnék ennek érdekében elindulni. Jó nemzetközi példa a hangoskönyv terjedésére az északi országokban, Skandináviában, különösen Svédországban bekövetkezett jelenség, ahol a hangoskönyv már a könyveladások több mint felét teszik ki – mindez a magyarhoz képest óriási kínálattal és a dedikáltan hangoskönyv platformok elterjedésével magyarázható.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője nem gondolja, hogy a hangoskönyv vásárlói ugyanazok lennének, mint akik print könyvet fogyasztanak, inkább azt feltételezi, hogy egy új csoportot képeznek. Ugyanis álláspontja szerint nagyon sokan vannak, akik nem szeretnek olvasni, de történetekre kíváncsiak. Úgy véli, hogy a hangoskönyvnek, önmagában a történetek hallgatásának nagy jövője lesz. A hangoskönyv hallgatók véleménye szerint nincsenek teljes átfedésben az olvasókkal. Olyanok is célcsoportjának tekinthetők, akik nem igazán szeretnek olvasni, túl fáradtságosnak érzik az olvasást, de szeretik a történeteket. A hangoskönyv előnyeként említi, hogy más tevékenységgel párhuzamosan is lehet hallgatni, lehet közben a különböző rutinfeladatokat végezni.

Egy könyves szakember nem gondolja, hogy a hangoskönyv a könyvpiactól teljesen független terület lenne, de szerinte sok olyan fogyasztó van, aki elérhető hangoskönyvvel, míg nyomtatott vagy e-könyvvel pedig nem. A hangoskönyv sok esetben már nem csak pusztán felolvasás, hanem egyfajta rádiójátékként működik. Például mesekönyveknél már több mesélővel, zenével is kell játszani.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője véleménye szerint a hangoskönyv egy még gyerekcipőben járó forma Magyarországon. Ennek két fő okát látja. Az egyik az elérhető hangoskönyvek alacsony számában rejlik, aminek hátterében a hangoskönyv előállításának jelentős költsége áll. Becslései szerint ez az e-könyv költségének nagyjából százszorosa. A másik pedig, hogy jelenleg a vásárlók számára leginkább egyedi vásárlások formájában elérhetők hangoskönyvek. Abban lát potenciált, ha erről át tudnának térni valamilyen előfizetési modellre.

Egy vegyes profilú kiadó vezetője szerint a hangoskönyv egyáltalán nem indult el Magyarországon. A kiadónak is voltak próbálkozásai hangoskönyv terén, de teljes mértékben kudarcosnak, veszteségesnek bizonyult. Gyanúja szerint e mögött egy hangoskönyves platform hiánya lehet az egyik oka, ami kiadótól függetlenül összegyűjtené a hangoskönyveket egy felületen. A másik ok pedig, hogy nincsen értelmezhető mennyiségű hangoskönyv a piacon.

4.4. Az online platformok lehetőségei a szépirodalom népszerűsítésére

„(A könyves események, könyvbemutatók) egy része megmaradt a digitális térben, de azért költöznek vissza, és mi is próbálunk visszaköltözni könyvbemutatókkal, beszélgetésekkel a hagyományos térbe, mert a könyvvásárlás ezek után jobb, hiába mondjuk ötszázán vesznek részt egy (online) beszélgetésen, vesznek ötven könyvet, míg ha egy hagyományos eseménynél

200-an ott voltak, akkor biztos 100 fő felett fogyott. Tehát, (offline könyvbemutató után) sokkal inkább intenzívebb volt a könyvvásárlás.” (Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője)

Többen kiemelték a közösségi média, azon belül is a Facebook, mint alapvető csatorna és az Instagram, illetve főként a TikTok mint új csatorna fontosságát, emellett a podcasteket, mint promóciós lehetőséget rejtő audio tartalmakat.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője szerint azoknak a magyar szerzőknek magasabbak az eladásaik, akik aktívak a különböző közösségi médiás platformokon. Próbálkoztak influenszerek foglalkoztatásával, de minden különösebb eredmény nélkül. Azt gondolja, hogy az ő műveiket kellően rövid, frappáns kiragadott idézetekkel nem tudják hirdetni, kellően „lebutítani” (Instagramra). A Facebookot használják, de az algoritmus folyamatos változtatása miatt, félévente-évente újra kell tanulniuk, mi az, ami jól működik. Korábban az újságszerű tartalom működött, most inkább a személyes hangvételűek.

Egy non-fiction profilú kiadó vezetője már építi a TikTok csatornájukat, úgy látják, hogy ebből a platformból nem maradhatnak ki. Kiemeli a gyerekkönyves influenszereket, akik már használják a TikTOKot promóciós célra, és jó konverziós számokat produkálnak. Emellett rutinszerűen használják a Facebookot és az Instagramot. A Covid alatt a digitális térbe átvitt promóciós események szépen lassan visszaköltöznek fizikai térbe, főleg amiatt, mert sokkal magasabb könyveladást produkáltak ezek után, mint az online eseményeiken. De igyekeznek ezeknek az eseményeknek a felvételeit hirdetési célból újrahasznosítani a Youtube csatornájukon vagy podcast formájában.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője azt mondja, a TikTOKon saját tartalomgyártásuk, fiókjuk még nincs, de már szerződést kötöttek egy influenszerrel, aki havonta tartalmat fog gyártani a kiadónak, mivel most érzik azt, hogy a TikTok ténylegesen működik promóciós eszközként, amiről nem szabad lemaradni. A TikTOKot Magyarországon - bár a tartalomgyártók szélesebb rétege költözött már át ide - könyvek terén komolyabban a young adult kategóriában lehet alkalmazni.

Egy könyves szakember tipikus marketinges formának tartja a teaser videókat egy könyv megjelenését megelőzően. Facebookon és Instagramon látja aktívnak a magyar könyvszakmát, miközben haldoklik a könyvkritika, irodalomkritika a magyar sajtóban. Ezzel szemben a könyves podcastok felfutóban vannak, gombamód szaporodnak. Egyes kortárs magyar írók kísérleteznek rövidebb könyvrészletek, novellák, versek közösségi médiában való publikálásával, mégpedig nemcsak alkalmilag, hanem folyamatosan. Nem segíti az irodalom és az online felületek párbeszédét a közösségi médiában bekövetkező őrsgváltás. A

Facebook lenne a legalkalmasabb platform hosszabb szövegek közlésére, de ennek használói idősödnek, míg a videó/s/képes platformok törnek előre.

4.5. Mennyiben változik a szépirodalom helyzete az online térben? Az e-könyvben olvasott szépirodalom recepcióesztétikája

„Az e-bookolvasómon elolvastam a Jó estét nyár, jó estét szerelmet, ami jobban tetszett, mint az előző tizenöt olvasáskor, bármikor, amikor egyébként nem e-bookolvasón olvastam. Semmi értelme nincs különbséget tenni, ez egy szöveg. Az csak egy praktikus kérdés, hogy én azt a szöveget éppen hol látom, tehát attól nem lesz jobb vagy rosszabb.” (Egy vegyes profilú kiadó vezetője.)

Az e-könyvként olvasott szépirodalom kapcsán kifejezetten vegyes visszajelzéseket kaptunk, a fenti idézet csak egy (inkább kisebbségi) vélemény. Többen azt mondták, hogy nem gondolják, hogy lenne különbség élmény terén az e-könyv, és a nyomtatott könyv között, míg mások kifejezetten érzékelték ilyet, szerintük mindenképpen különbözik a nyomtatott és az e-könyv befogadás szempontjából. Az e-könyvbe lehet jegyzetelni, ki lehet emelni, ami a pl. tankönyveknél lehet kiemelten fontos (elvileg a nyomtatott könyve is lehet, de ez még sokaknál tabu, könyvrongálás)

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetője szerint a mélyolvasás terén a jelenleg tapasztalt különbség az e-könyv és a nyomtatott között idővel el fog tűnni. Az olvasók egyre tapasztaltabbak képernyőolvasás terén. Példaként hozza, hogy az e-könyves kollégák egyre kevesebb sajtóhibát találnak az elkészült tartalmakban, amiket e-könyvön keresztül szerkesztettek, holott a szakma szerint elvileg a könyvszerkesztés papíron működik a legjobban, legkevesebb hibával.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője a könyvélmény részének tartja a könyv fizikai formában való birtoklását, valamint a különböző író-olvasó találkozókat, dedikálásokat. Ezt pedig csak a nyomtatott könyv tudja produkálni.

Többen tapasztalták a megkérdezettek közül, hogy az olvasók közül sokan az e-könyvet és a hangoskönyvet egyenrangúnak tekintik.

Egy könyves szakember szerint a különböző (online, Facebookos) könyvklubok komoly hatással vannak arra, hogy az emberek éppen mit olvasnak (NIOK, Analóg olvasó). Ezekből Magyarországon jellemzően több kicsi is van. Versek terén is sok új és érdekes kezdeményezést lát kortárs magyar költőktől (pl. Költőmata, Lackfi János, Szabó T. Anna).

Egy vegyes profilú kiadó vezetője szerint az e-könyvek terjedésének gátja lehet, hogy túl sok időt töltünk egyébként is képernyő előtt muszájból, az olvasók nem szeretnék még ezután is valamilyen kütyüt használni.

4.6. Új irodalmi műfajok megjelenésének lehetőségei az online platformok hatására

„Nézd, az elmúlt tíz évben mi nagyon sok szakácsblogot vagy gasztroblognak a materializálását végrehajtottuk.” (Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője)

Egy non-fiction profilú kiadó vezetője a rövidítések, absztraktok terjedését látja a kiadó piacán, ami a szépirodalmi műveknél nem igazán releváns. Ezek segítségével rövid időbefektetéssel egyfajta jól informáltságot vagy annak érzetét szerzi meg az olvasó. Ezzel kapcsolatban szerinte az az igazi kérdés, hogy aki ilyen rövidített verzióban olvasott el egy könyvet, enélkül a lehetőség nélkül elolvasta volna-e a teljes verziót.

Egy másik kölcsönhatás a könyvek és a digitális tér között a podcastokból, blogokból készített könyvekben rejlik.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetőjének véleménye szerint a kiadó profiljából következően a potenciális extra tartalmak köre szűkös, és leginkább abban merül ki, hogy hanganyagot tudnak az e-könyvhöz mellékelni. Tapasztalataik szerint ezek iránt alacsony az érdeklődés, még kifejezetten exkluzív anyagok esetében is. Szerinte kibontakozni látszik nemzetközi szinten egy olyan trend – bár nagyrészt még csak elméleti síkon – amelyben a művet egyszerre fejlesztik könyvnek, filmnek, rádiójátéknak stb.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezető szerkesztője által a kiadó életéből beemelt példa: különböző blogok, leginkább gasztronómia tematikával nyomtatott könyvként piacra dobása. De ugyanígy felmerül az egyes közösségi média felületeken rajongótábort felépítő oldalak „lefordítása” is könyv formátumra.

Külföldi példaként jön elő, hogy már nem csak könyvek adaptációiból készülnek filmek vagy sorozatok, hanem pont fordítva: a mozgóképből kiindulva készítenek regényt, szakácskönyvet stb.

4.7. Szakpolitikai javaslatok

Minden szakmai szereplő az első és legfontosabb lépésnek a 27%-os ÁFA kulcs 5%-osra csökkentését tartja az e-könyvek és e-hangoskönyvek esetében. Ugyanakkor volt olyan

is, aki nem tartaná külföldi példa alapján (UK) elrugaskodottnak a 0%-os könyv ÁFA bevezetését sem minden formátumra.

Többen kiemelték, milyen fontos a pályázati úton támogatott hangoskönyvgyártás, hogy fejlődni tudjon az e-hangoskönyvek piaca.

Egy non-fiction profilú kiadó vezetője fontosnak tartja a digitális oktatás fejlesztését az iskolákban, ahol kurrens készségeket sajátíthatnak el a gyerekek. Így vezetve rá őket arra, hogy a digitális tartalom mennyire fontos és hasznos. Ebből az attitűdből következhet a fizetős tartalom fogyasztása is a jövőben, ami segítheti a kiadók fennmaradását a digitális tartalmak uralta világban.

Egy szépirodalmi profilú kiadó vezetőjének véleménye szerint hasznos lenne a könyvtárpolitika fejlesztése, akár norvég példa alapján, ahol az állam megvásárol 1000-1500 darabot minden kiadott könyvből a könyvtáraknak. Így a könyvtárakba is aktuális címek kerülnek, valamint nem lenne veszteséges könyv a piacon. Említett lehetőség még a Márai-program kiterjesztése világirodalmi művekre is.

Egy szórakoztató irodalmi profilú kiadó vezetője szerint fontos lépés lenne annak bevezetése, hogy legyenek állami pályázatok különböző könyvipari, digitalizációs fejlesztésekre is, hogy a könyvipari szereplők ki tudják próbálni, hogy az ötletük a valóságban miként működik, működik-e egyáltalán.

Egy vegyes profilú kiadó vezetője pedig hasznosnak látná a rögzített könyvár bevezetését a magyar piacra, azaz hogy egy frissen megjelent könyvet meghatározott ideig csak a borítóra nyomtatott teljes áron lehet árusítani.

Ami pedig az illegális letöltéseket illeti, a legkézenfekvőbb megoldás az nCore.pro és esetleges későbbi mutációi blokkolása lenne Magyarország területén (külföldön gyakorlat az internetszolgáltatók kötelezése a torrentoldalak blokkolására, pl. Olaszországban, az Egyesült Királyságban, Ausztráliában vagy Indiában), ha nem tudnák elérni az emberek az interneten, akkor nem töltenének le onnan és nem okoznának kárt. Egyértelműen ez a legnagyobb hazai illegális tartalmat terjesztő felület.

Másik lehetőség a lakosság edukációja olyan kampánnyal, ami a legális tartalomfogyasztást népszerűsíti, de ennek várhatóan lassabb és kevésbé kézzelfogható hatása lenne.

5. Könyvolvasási szokások

5.1. A könyvolvasók aránya a magyar társadalomban

5.1.1. A könyvolvasás gyakorisága

A felnőtt magyar társadalom könyvolvasási szokásainak legalapvetőbb mutatója az, hogy mennyien olvasnak valamilyen rendszerességgel könyvet. Már a nyolcvanas évek elejétől kezdve rendelkezünk olyan adatokkal, amelyek összehasonlíthatók³ az idei országos reprezentatív, személyes, illetve a könyvkedvelőket célzó online kutatásban feltett kérdéssel, azaz, hogy a kérdezett milyen gyakran szokott könyvet olvasni, de a jelen tanulmányban csak 2002-ig nyúlunk vissza a könyvolvasás gyakorisága kérdésében.

A reprezentatív kutatás alapján 2023-ban a felnőtt magyar lakosság 15%-a olvas rendszeresen (legalább hetente), kicsivel kevesebb, mint egyharmada (29%) alkalmi olvasó, míg több mint fele (56%) saját bevallása szerint egyáltalán nem szokott olvasni. A kétezres években felvett adatokkal összevetve az látható, hogy 2023-ban kisebb arányban vannak a rendszeres és az alkalmi könyvolvasók is a felnőtt lakosság körében, mint bármely korábbi adatfelvételnél. A 2020-as eredményekhez viszonyítva 3 százalékponttal, azaz épp még a statisztikai hiba határán belül csökkent a bármilyen rendszerességgel könyvolvasó felnőttek aránya, ami így lényegében nem jelent változást 2020-hoz képest, de ha csak az idősort vizsgáljuk, azt mondhatjuk, hogy a vizsgált időszak (2002-2023) egészét tekintve 2023-ban a legalacsonyabb az alkalmi olvasók aránya. (1. ábra).

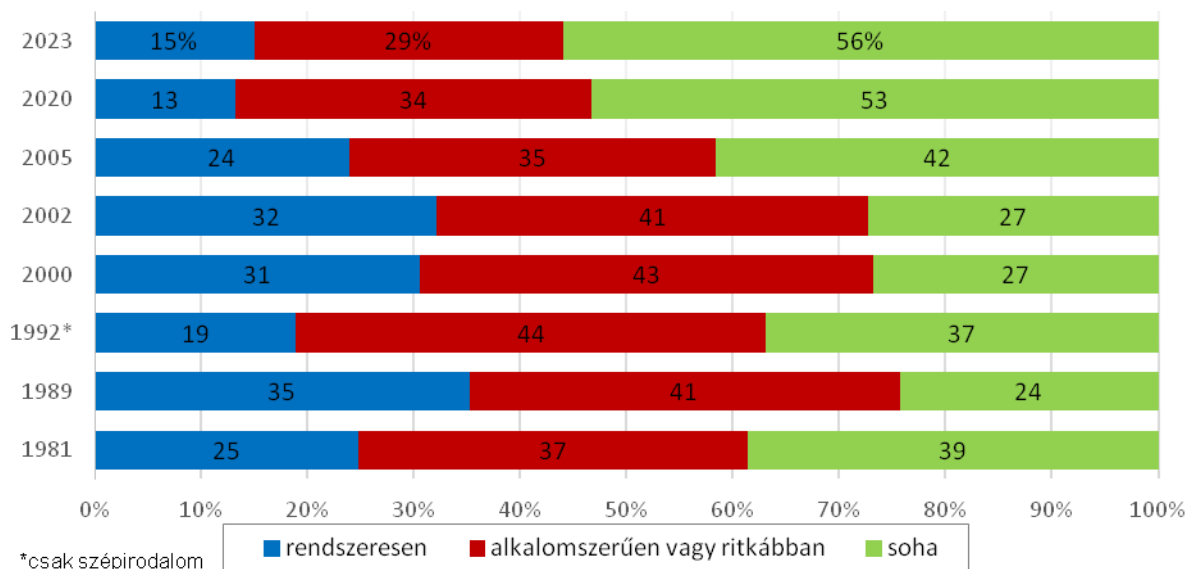
A könyvolvasás gyakorisága eltérően alakul a különböző társadalmi-demográfiai csoportokban:

- A 2020-as eredményekhez hasonlóan 2023-ban is az országos átlagnál magasabb arányban olvasnak rendszeresen a nők (18%), a fiatal felnőttek (19%), a diplomások (44%), a budapestiek (22%) és a megyeszékhelyen élők (18%). Ugyanakkor az idősek, azaz a 60 év feletti és nyugdíjasok az átlagnál kisebb arányban olvas legalább heti rendszerességgel (14%), míg 2020-ban az

³ A könyvolvasás gyakoriságát vizsgáló különböző kérdéseket három csoportba vontuk össze. A különböző években végzett kutatások eredeti válaszkategóriái a következő címkék alatt találhatóak meg: naponta, hetente többször, hetente = rendszeresen; havonta többször, havonta egy-két alkalommal, havonta, kevesebbszer, mint havonta = alkalmi olvasó vagy ritkábban.

idős népesség kismértékben ugyan, de az átlagosnál inkább magasabb arányban olvasónak bizonyult.

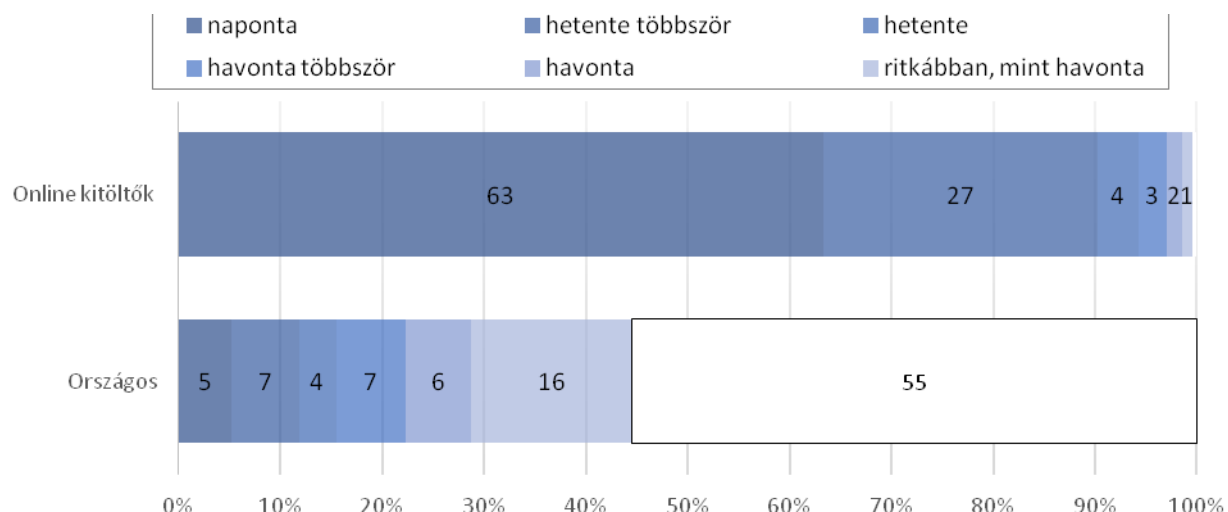
- Az alkalmoszerűen vagy ritkábban olvasók körében átlagon felüli a középfokú végzettségűek (32%), a megyeszékhelyen élők (33%), az észak-alföldiek (41%) és a nyugat-dunántúliak (40%) aránya.
- Még az átlagosnál is magasabb arányban soha nem olvasnak (szinte) soha könyvet a férfiak (63%), az alacsonyan iskolázottak (76%), a megyeszékhelyeknél kisebb városokban élők (62%), valamint a dél-alföldiek (65%) és a dél-dunántúliak (61%).



1. ábra A könyvolvasás gyakoriságának változása 1981-2023 között a felnőtt magyar társadalmon belül (százalékos megoszlás)

Az online kérdőív válaszadóinak végső összetétele egybeesik az előzetes várakozásainkkal: az online kutatás során nem az volt célunk, hogy a résztvevők reprezentálják a teljes magyar lakosságot, hanem hogy minél mélyebben megismerjük a legaktívabb könyvolvasók és könyvvásárlók csoportját. A minta speciális összetételét a 2. ábra is mutatja: az országos átlaghoz képest körülbelül 12-szer nagyobb arányban vannak az online mintában olyanok, akik napi rendszerességgel olvasnak és négyszer annyian azok, akik hetente többször is olvasnak, míg az online kérdőívet kitöltő ún. „könyvedvelők” között nincs olyan, aki (szinte) soha nem olvas. Ezáltal elmondható, hogy az online minta olyan személyeket foglal magában, akiknek kiemelt hobbi vagy nagyon gyakori elfoglaltsága az olvasás, és ez teljesen egybevág azzal, hogy a kutatás tervezésekor ezt a célcsoportot kijelöltük, azaz a tervezett és az elért minta az olvasási

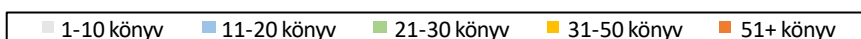
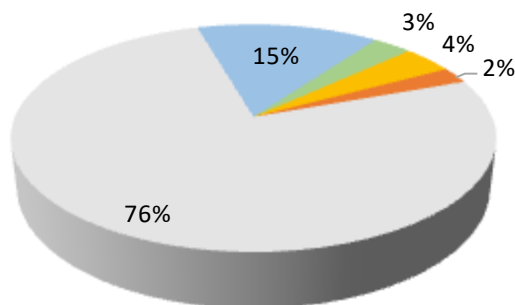
gyakoriság mentén egybeesik. A további fejezetekben azoknak a válaszait mutatjuk be, akik valamilyen gyakorisággal olvasnak, mivel nem tettük fel könyvolvasással és vásárlással kapcsolatos kérdéseket azoknak, akik (szinte) soha nem olvasnak, hiszen esetükben nem relevánsak ezek a témakörök.



2. ábra A könyvolvasás gyakorisága a felnőtt magyar társadalom és az online kitöltők körében (2023, százalékos megoszlás)

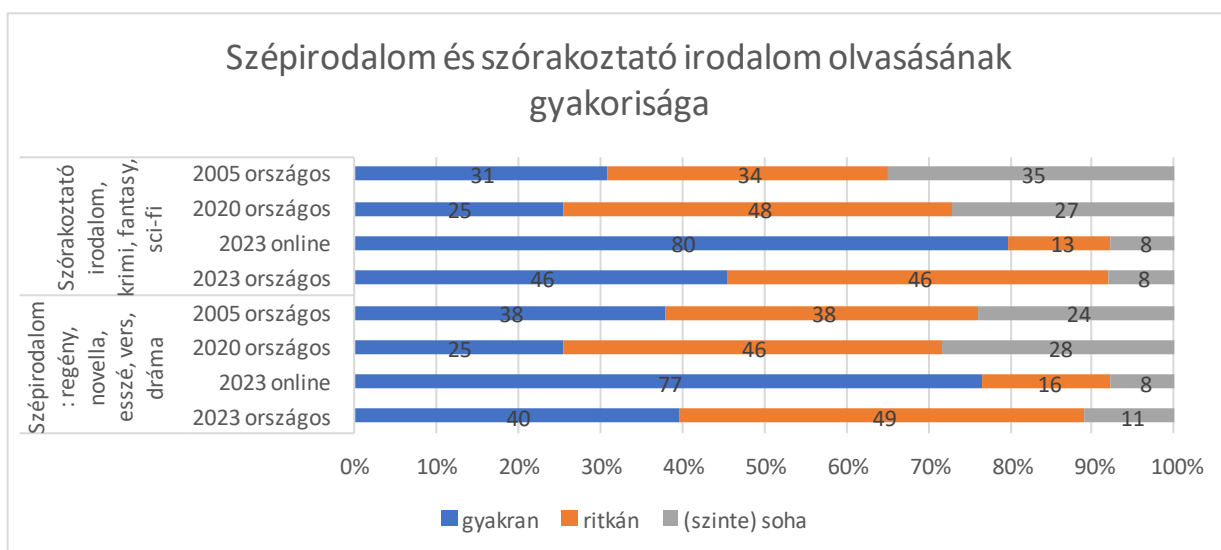
5.1.2. Mennyit és mit olvasnak a magyarok?

Míg az online kitöltőknél, azaz a könyvedvelőknél a legkisebb csoportot az évi 1-10 könyvet olvasók tették ki, addig a reprezentatív lakossági kutatásban a bármilyen rendszerességgel könyvet olvasók között ez a legnépesebb csoport (76%), ahogy ez a 3. ábrán is látszik. Ugyanezt tapasztalhatjuk, hogy ha a legtöbbet olvasókat vizsgáljuk. Az országos reprezentatív kutatás alapján évi több mint 50 könyvet csak a könyvolvasók 2%-a olvas, míg az online válaszadó könyvedvelő csoport esetében ez volt a legnagyobb csoport 31%-kal. Országosan jelentősen kevesebbet olvasnak a magyarok, mint ha csak a könyvedvelő online kitöltőinket vizsgáljuk. Azok, akik a felnőtt magyar népességből legalább valamilyen gyakorisággal olvasnak könyvet, átlagosan csak 12 könyvet olvasnak el egy évben.



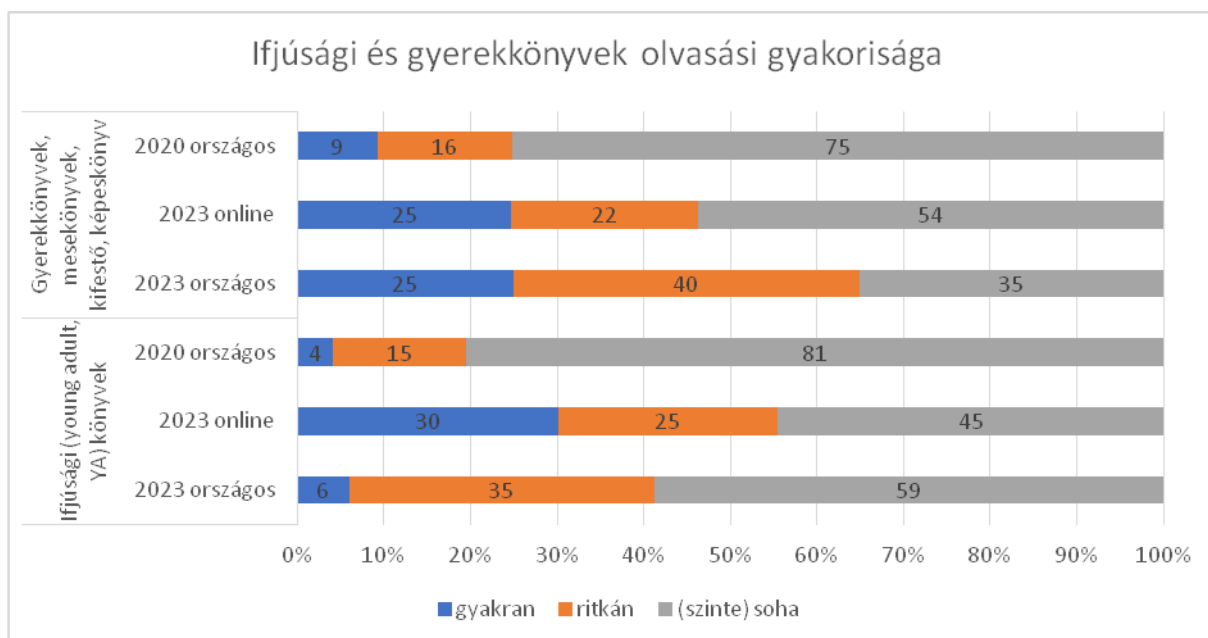
3. ábra Hány könyvet olvas el Ön egy évben átlagosan (százalékos megoszlás a felnőtt magyar olvasók körében)

Az országos teljes körű kutatásban azonosított könyvolvasók körében továbbra is a szépirodalmi művek (regények, novellák, esszék, versek és drámák) valamint a szórakoztató irodalom (krimi, fantasy, sci-fi) a legnépszerűbbek. 2005-ben összességében a könyvolvasó népesség 76%-a olvasott szépirodalmat (38% gyakran, és további 38% alkalmanként), 2020-ban is hasonló volt ezeknek a műfajoknak a népszerűsége: a könyvolvasók 72%-a olvasott szépirodalmat, ugyanakkor többségben voltak az alkalmanként olvasók. A legfrissebb, 2023-as országos kutatásunk alapján, az olvasók túlnyomó többsége olvas szépirodalmat (89%) vagy szórakoztató irodalmat (92%). Ez 13 százalékpontos növekedés a szépirodalmat olvasók esetében, és 19 százalékpontos emelkedés a szórakoztató irodalomnál. Megjegyzendő azonban, hogy a 2023-as adataink alapján is a szépirodalmat olvasók körében inkább az alkalmanként olvasók vannak többségben (4/a. ábra).



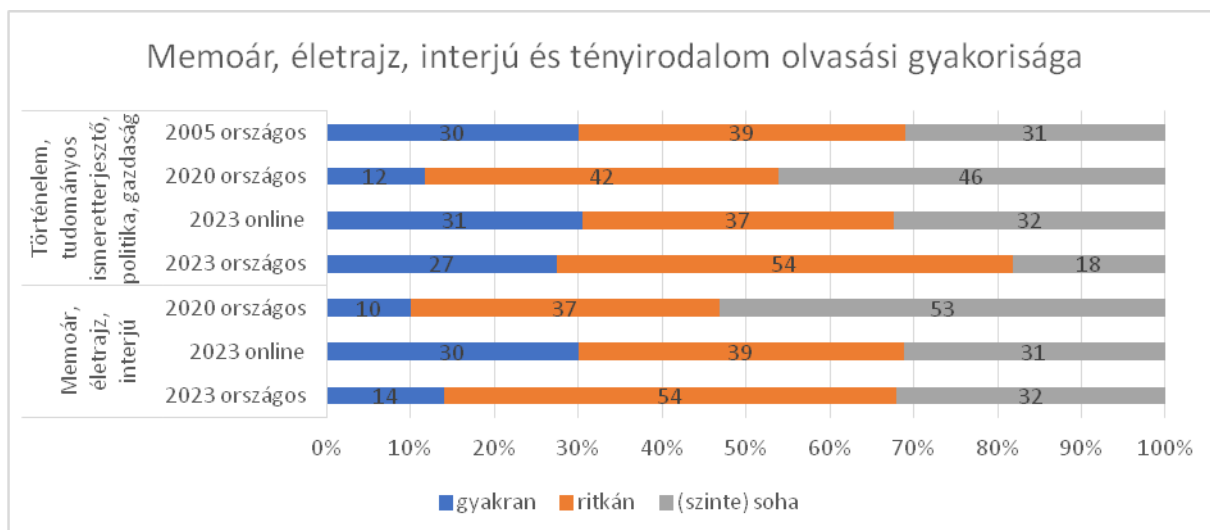
4/a. ábra Szépirodalom és szórakoztató irodalom olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

Ami az ifjúsági és gyermekkönyveket illeti, ezekre 2005-ben egy kérdéssel kérdeztünk rá, és ekkor a felnőtt magyar lakosságon belül a könyvolvasók közel egyharmada (31%) említette ezeket, míg 2020-as országos kutatásunk eredményei szerint az ifjúsági könyveket 19%-uk, a gyerekkönyveket pedig 25%-uk választotta (szintén a könyvolvasók körében). 2023-ban a 2020-as módszertannál maradva megint csak külön kérdeztük a két kategóriát. Ifjúsági könyveket a könyvolvasók 41 százaléka jelölte meg, és a 2020-as állapothoz képest figyelemreméltó változás a műfajt ritkán olvasók körében következett be. Míg korábban az olvasók 15%-a, addig 2023-ban már 35%-a válaszolt azt, hogy legalább valamilyen gyakorisággal szokta olvasni ezt a műfajt. (4/c. ábra). A gyerekkönyvek olvasótáborában is komoly bővülésről számolhatunk be. Az olvasók közel kétharmada (65%-a) legalább valamilyen gyakorisággal szokta ezt a műfajt választani. Ez a korábbi országos eredményünkkel összevetve 40 százalékpontos növekedés (4/b. ábra).



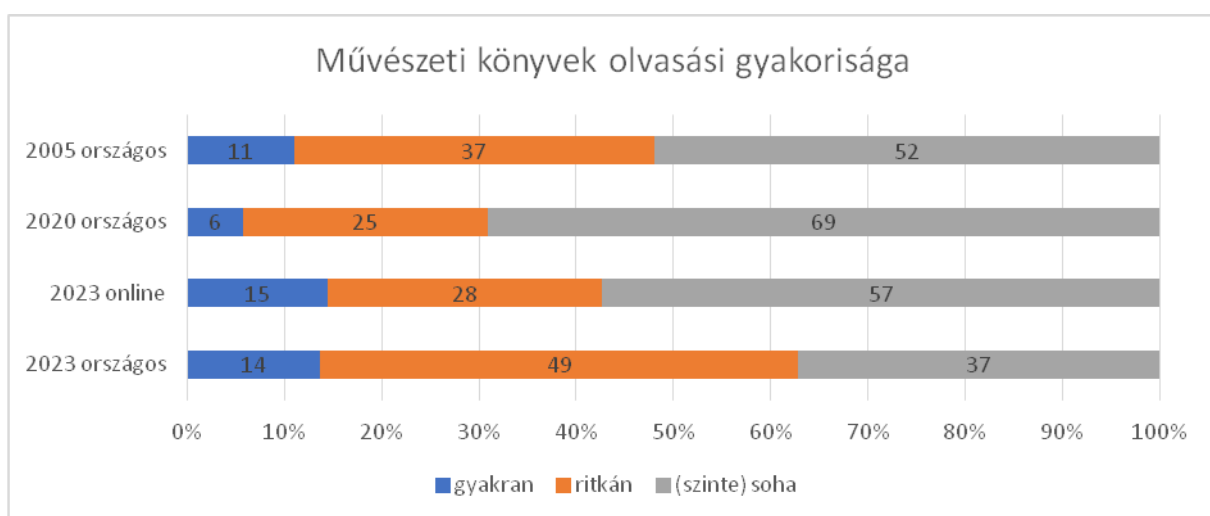
4/b. ábra Ifjúsági irodalom és gyerekkönyvek olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

A non-fiction műfajokat két csoportban vizsgáltuk. Az országos reprezentatív kutatásban megkérdezett könyvolvasók kicsivel több, mint kétharmada (68%) választ valamilyen gyakorisággal memoár/életrajz jellegű olvasmányt. Ez 21 százalékpontos változás a 2020-as állapothoz képest, ahol először kérdeztük ezt a kategóriát a válaszadóinktól (így a korábbi évekkel nem tudjuk ezt összevetni). Az olyan témákkal foglalkozó jellegű nem fikciós (non-fiction), azaz tényirodalmi, ismeretterjesztő kötetek, mint a történelem, politika, gazdaság vagy tudományos ismeretterjesztés olvasottsága szintén növekedett a könyvolvasók körében: míg 2020-ban a teljes felnőtt népességben belüli könyvolvasók fele (54%) olvasott ilyen témájú, műfajú könyveket, addig 2023-ban már a könyvolvasók négyötöde számolt be erről. Érdeemes azonban figyelembe venni, hogy a többség csak ritkán olvassa ezeket a műfajokat (4/c. ábra).



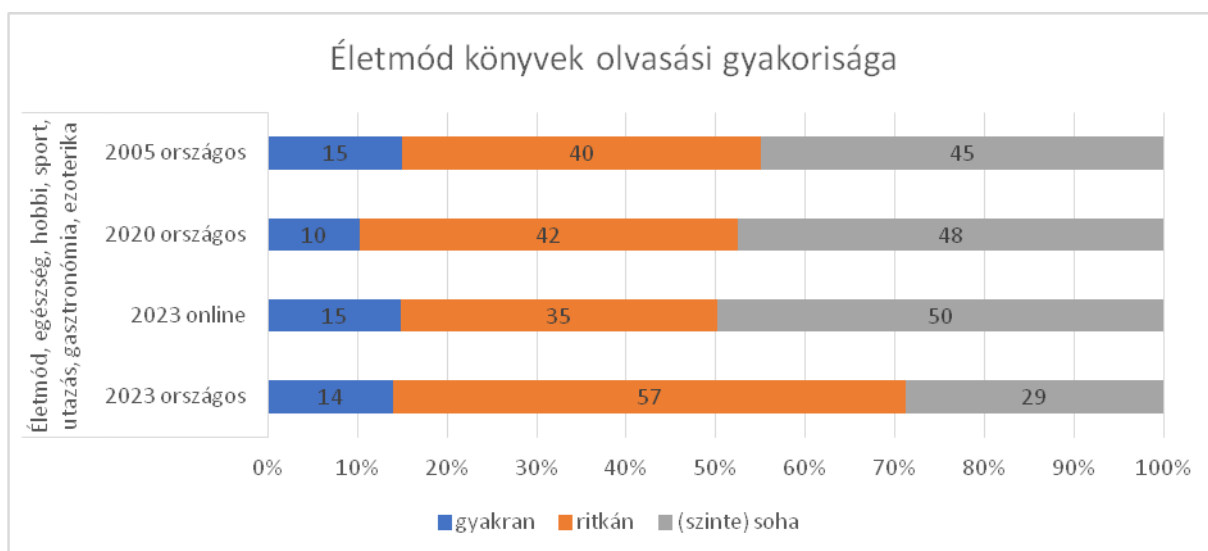
4/c. ábra Tényirodalom és memoár, életrajz, interjú olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

A művészeti könyvek, albumok speciális érdeklődési körhöz kapcsolódnak, így a népességnek csak egy bizonyos része választja ezeket. A művészeti könyvek 2020-ban mért 31%-os olvasótáborára 2023-ra 63%-ra nőtt a teljes népességben belül azonosított könyvolvasók körében. A bővülés a műfajt gyakran és a ritkán olvasók körében is megfigyelhető.



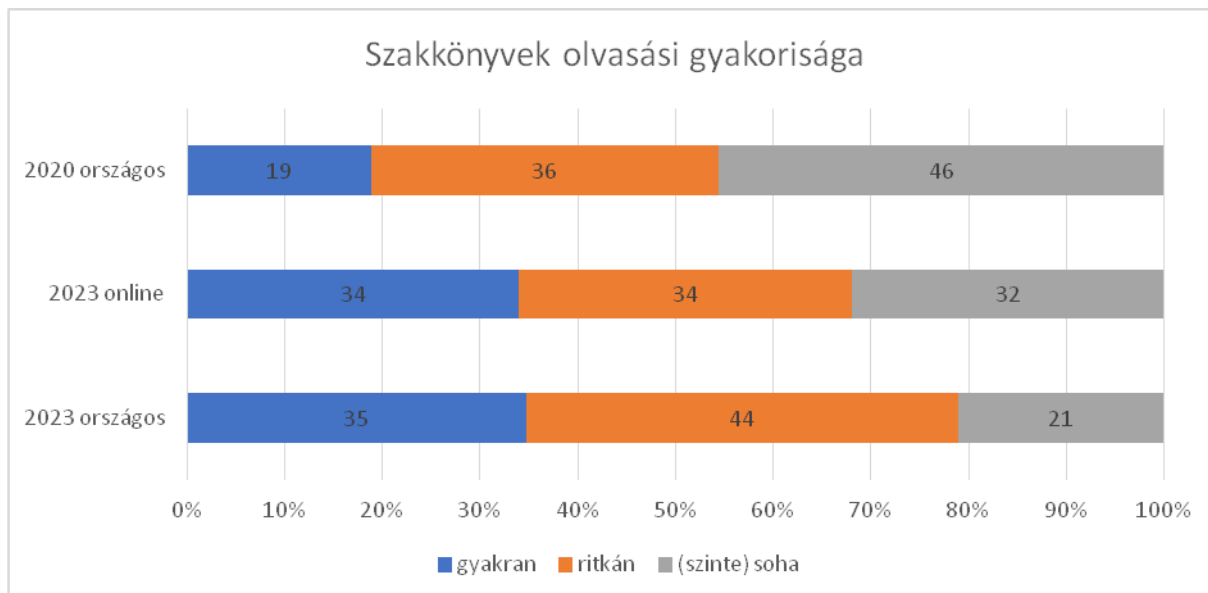
4/d. ábra Művészeti könyvek olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

Életmóddal (ezen belül egészséggel, hobbival, sporttal, utazással, gasztronómiával és ezotériával) foglalkozó könyvek népszerűsége a teljes felnőtt lakosságon belüli olvasónépesség körében szintén növekedett: 2005-ben 55%-uk, 2020-ban 52%-uk, 2023-ra már 71%-uk mondta azt, hogy olvassa ezeket rendszeresen vagy alkalmanként. Ez a növekedés leginkább a műfajt ritkán olvasók táborának szélesedésével magyarázható, mivel a korábbi 40% környéki említéshez képest, 2023-ban 57% válaszolta azt, hogy ritkán ugyan, de szokta olvasni a műfajt. (4/e. ábra).



4/e. ábra Életmóddal kapcsolatos könyvek olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

A szakkönyvek, tankönyvek, nyelvkönyvek a könyvolvasók négyötödét éri el (79%) az országos reprezentatív kutatás tanulsága szerint, ami a 2020-as adatainkhoz képest jelentős közel 25 százalékpontos emelkedésnek felel meg. A műfajokat rendszeresen olvasók körében ez 16 százalékpontos növekedést, a ritkán olvasók esetében pedig 8 százalékpontos emelkedést jelent.



4/f ábra Szakkönyvek olvasásának gyakorisága 2005-ben, 2020-ban és 2023-ban (százalékos megoszlás a könyvolvasók körében)

5.2. Könyv olvasási és könyvvásárlási szokások a könyvkedvelő online válaszadók körében

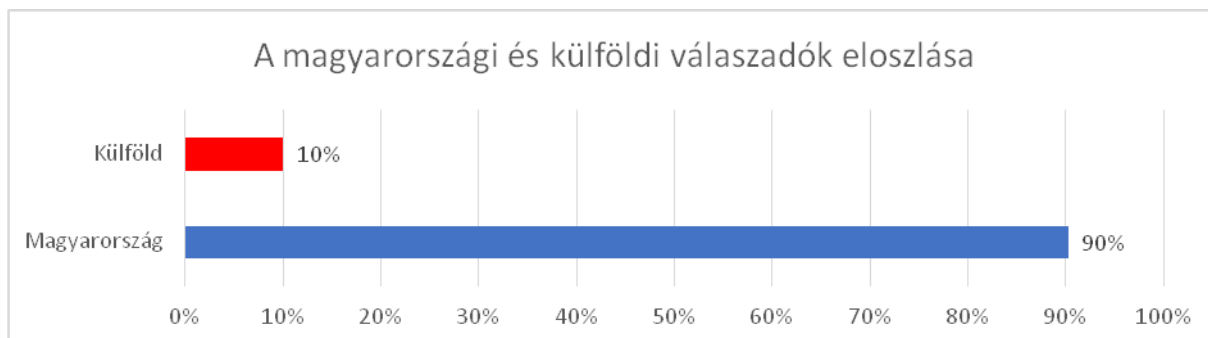
5.2.1. Könyv olvasási szokások

A mintavétel természetéből adódóan az online gyűjtött válaszok nem tekinthetők reprezentatívnak a teljes népességre, így a teljes magyarországi felnőtt lakosságra nem általánosíthatóak. Az online kutatás célja nem is ez volt, hanem hogy a könyv olvasók és könyvvásárlók legaktívabb csoportjait hatékonyan érjük el. Ennek érdekében az adatgyűjtési felületeink a következők voltak: 1.) könyvkiadó és könyvterjesztő cégek hírlevelei; 2.) könyvkiadó és könyvterjesztő cégek közösségi médiafelületei, valamint a kutatást készítő TÁRKI közösségi médiafelületei) 3.) könyv olvasást népszerűsítő influenszerek közösségi médiafelületei, könyves Facebook-csoportok. Mindezek felül természetesen a közösségi médiában való terjedésnek van egy nehezen követhető része is: egyes válaszokat adott esetben köszönhetünk felhasználói megosztásoknak, terjesztéseknek is.

Online kérdőívünket összesen 1156 fő töltötte ki (ebben benne vannak a Magyarországon élő és határon túli magyar nyelvű kitöltők is). Mivel e mintánk nem reprezentatív, érdemes részleteznünk a pontos társadalmi-demográfiai megoszlásait, hiszen eredményeinket így helyezhetjük kontextusba. Észrevehetjük, hogy a nők erősen felülreprezentáltak a férfiakhoz képest (ez egyébként a nem reprezentatív, online adatgyűjtéseknél más témában is gyakori jelenségnek tekinthető): válaszadóink 79% nő, 21%-a férfi. A terjesztési felületet (online) figyelembe véve az sem meglepő, hogy a fiatal (18-39 éves) és középkorú (40-59 éves) válaszadói csoportok aránya jóval magasabb (43% és 48%), mint az időseké (a 60 év feletti válaszadók aránya 9%). A kutatás témájából, a könyv olvasási szokások kérdéséből adódóan az se meglepő, hogy az iskolai végzettség szerint is „felfelé tolódott” a válaszadók eloszlása a teljes felnőtt magyar népességhez képest. Válaszadóink jelentős többsége felsőfokú végzettséggel (73%) rendelkezik, míg a középfokú végzettségűek (érettségivel rendelkezők) harmadannyian vannak, arányuk 24%, az érettségi alatti végzettségűek aránya marginális (4%).

Az online válaszadók munkaerőpiaci státusza nagyon eltolódott az alkalmazotti státusz felé, ugyanakkor ez a 67,1%-os arány nem annyira kirívó egy reprezentatív adatfelvételhez képest. Az önálló vállalkozók kb. 10%-os aránya valamelyest felül is reprezentáltságra utal a tényleges népességbeli arányhoz képest. Összességében pusztán e háttérváltozó mentén nem

torzít akkorát, mint mások mentén. Lakóhely szerinti megoszlás nem meglepő módon azt mutatja, hogy a legtöbben Magyarországról töltötték ki a kérdőívet az online válaszadók közül, ugyanakkor válaszadóinknak csaknem 10%-a külföldön él, de magyarul beszélő könyvolvasó.

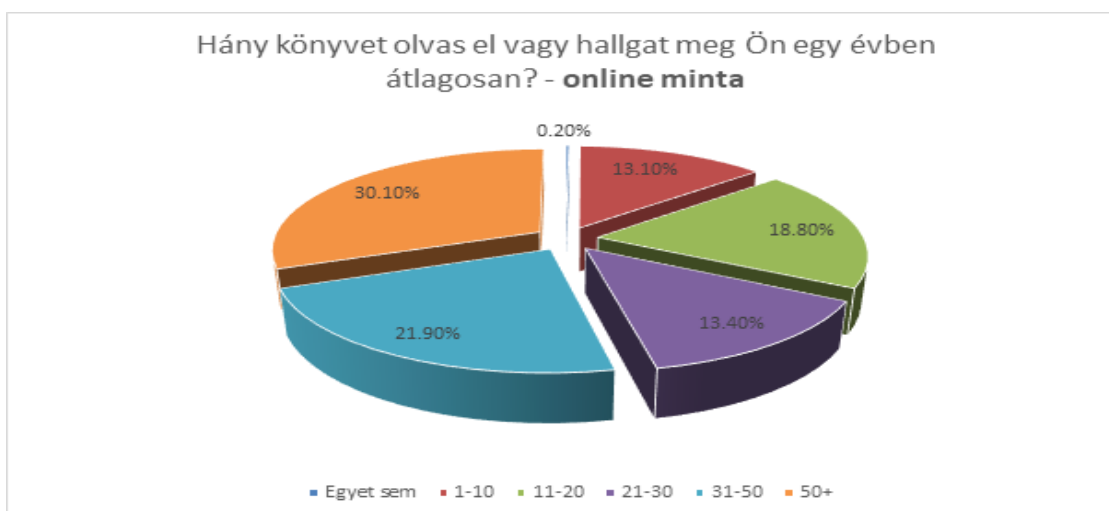


5. ábra A magyarországi és külföldi válaszadók eloszlása az online kitöltők körében (%)

5.2.2. Hány könyvet olvasnak egy évben az online válaszadók?

Az országos reprezentatív mintához hasonlóan az online kérdőívre válaszolókat is megkértük arra, hogy becsüljék meg, mennyi könyvet olvasnak a különböző formátumokban egy év alatt. Az országos mintához képest azt mondhatjuk, hogy az online válaszadók eleve könyvedvelőknek nevezhetők, ez az elérésük módjából is adódik.

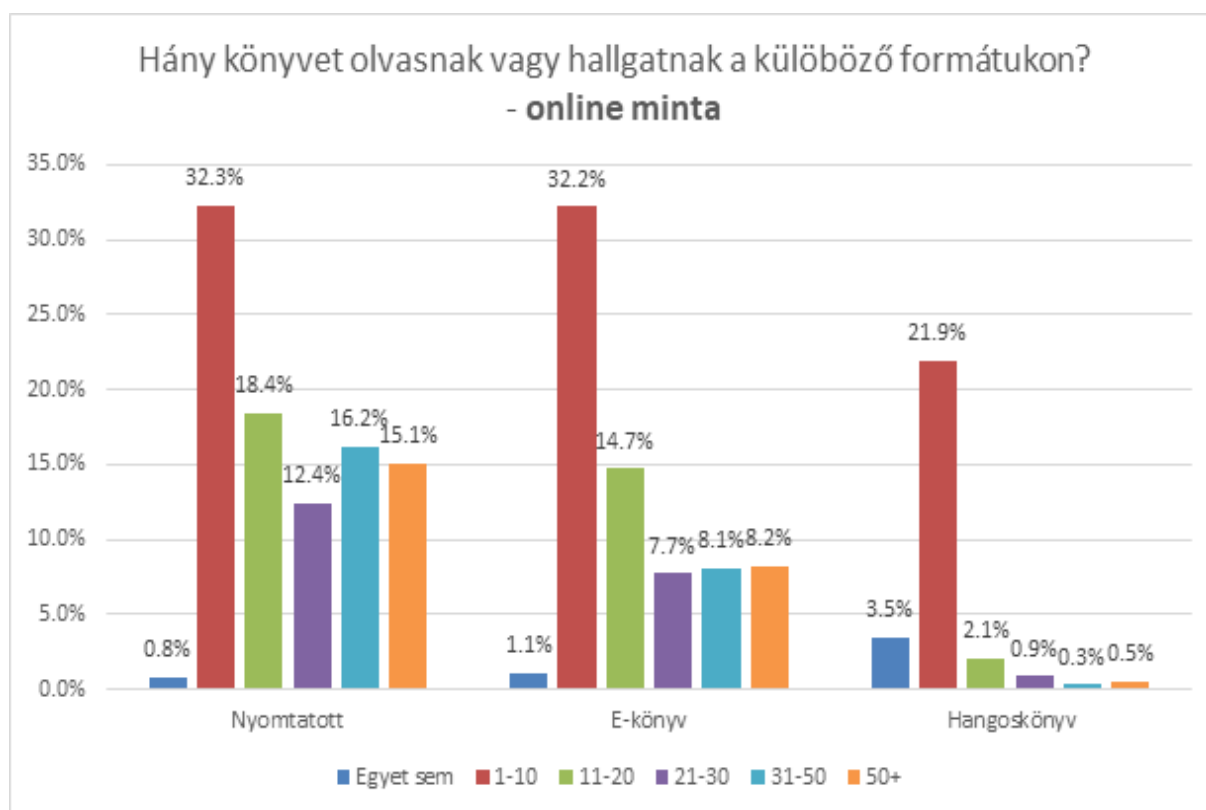
Ha az online válaszadók, azaz a kifejezetten könyvedvelők elmúlt egy évben bármely formátumban összesen elolvasott könyvnek számát nézzük, akkor a 6. ábrán az látható, hogy válaszadóink több mint harmada (30%) évi 50-nél is több könyvet olvas, ez a vizsgált kategóriák közül a legnépesebb.



6. ábra Évente átlagosan elolvasott könyvek száma az online minta kitöltői körében

Az országos minta viszonylatában is érdemes elhelyezni egy évben olvasott könyvek számát. Az országos mintában az olvasónak tekinthető válaszadók mintegy háromnegyede (76%) 1-10 könyvet olvas egy évben, az online mintában viszont a válaszadók 84,20%-a többet olvas 10 könyvnél egy évben.

Az eloszlás formátumonként azt mutatja, hogy a nyomtatott könyv kiemelkedik az e-könyvhöz és a hangoskönyvhöz képest. Bár az 1-10-ig tartó kategóriában nagyon hasonló számú válaszadó van a nyomtatott és az e-könyv esetén, az ennél magasabb kategóriákban már egyértelmű a nyomtatott formátum fölénye. Az összes válaszadónknak 62%-a olvas 10-nél is több nyomtatott könyvet egy évben, ez e-könyv esetén 39%.



7. ábra Évente elolvasott könyvek szám formátumonként

Hangoskönyveket az előző két formátumhoz képest jóval kevesebben hallgatnak még a könyvkedvelőnek tekinthető online válaszadók között is. A válaszadóinknak 61,8%-a egyáltalán nem tekinthető hangoskönyv fogyasztónak (az ábrán látható oszlopok összege a hangoskönyvnél 29%, ennyi ember nyilatkozta, hogy egyáltalán valamilyen gyakorisággal fogyasztja ezt a formátumot). Emellett alig találunk olyat, aki 10-nél többet hallgatott volna saját bevallása szerint az elmúlt egy évben (3,8% a teljes mintában).

		Hány könyvet olvas el vagy hallgat meg Ön egy évben átlagosan?					
		1-10	11-20	21-30	31-50	50+	Összesen
Neme:	Férfi	17,40%	25,00%	15,70%	23,30%	18,60%	100,00%
	Nő	12,50%	17,80%	13,30%	22,30%	34,20%	100,00%
Korosztály	Fiatal (18-39 éves)	10,30%	17,00%	13,20%	24,50%	34,90%	100,00%
	Középkorú (40-59 éves)	16,20%	19,90%	14,20%	20,50%	29,20%	100,00%
	Idős (60 évesnél idősebb)	14,70%	27,40%	14,70%	23,20%	20,00%	100,00%
Legmagasabb iskolai végzettség	Alapfokú végzettség	16,20%	16,20%	16,20%	24,30%	27,00%	100,00%
	Középfokú végzettség	14,40%	20,10%	8,00%	20,10%	37,50%	100,00%
	Felsőfokú végzettség	13,10%	19,20%	15,50%	23,20%	29,00%	100,00%

5. táblázat Elolvasott könyvek száma szocio-demográfiai változók mentén

Ha az online mintában szocio-demográfiai változók szerint vizsgáljuk az egy évben elolvasott könyvek mennyiségét, akkor leginkább az 50 könyv fölött olvasók kategóriáját érdemes kiemelni – őket nevezhetjük „sokat olvasóknak” a vizsgált populáción belül is. Ez alapján megállapíthatjuk a következőket:

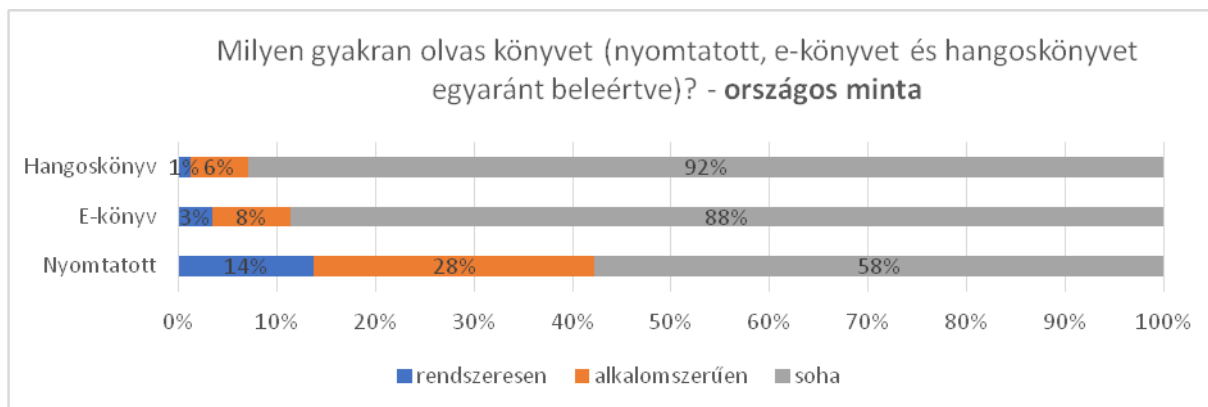
- a nők többet olvasnak: évi legalább 50 könyvet minden harmadik női válaszadó olvas (34%), míg ez csak minden közel ötödik férfi válaszadóra igaz (19%).

- A fiatal (18-39 éves) és középkorú (40-59 éves) online válaszadók szintén hajlamosabbak sokat olvasni az idősebbekhez képest. A fiatalok több mint egyharmada olvas legalább évi 50 könyvet (35%), a középkorúak közel egyharmada (29%), míg az időseknek csak egyötöde (20%).
- Némileg meglepő lehet, hogy a középfokú végzettségűek többet olvasnak, mint a diplomások: a legtöbbet (tehát 50 könyv fölött) olvasók aránya a középfokú végzettségűeknél magasabb (38%-a), mint a felsőfokú végzettségűek körében (29%). Megjegyzendő itt, hogy az alacsony végzettségű válaszadók alacsony száma miatt pl. az alacsony végzettségűek kategóriáját téren nem lehet megbízhatóan elemezni.

5.2.3. Olvasás gyakorisága formátumonként

Mint a korábbiakban látható volt: az országos reprezentatív minta eredményei összességében hasonló tendenciára utalnak, mint a korábbi, 2020-as kutatásunk. Vagyis, ha pusztán az olvasási gyakoriságot nézzük nagyjából hasonló a rendszeresen, alkalmasszerűen, és soha nem olvasók aránya.

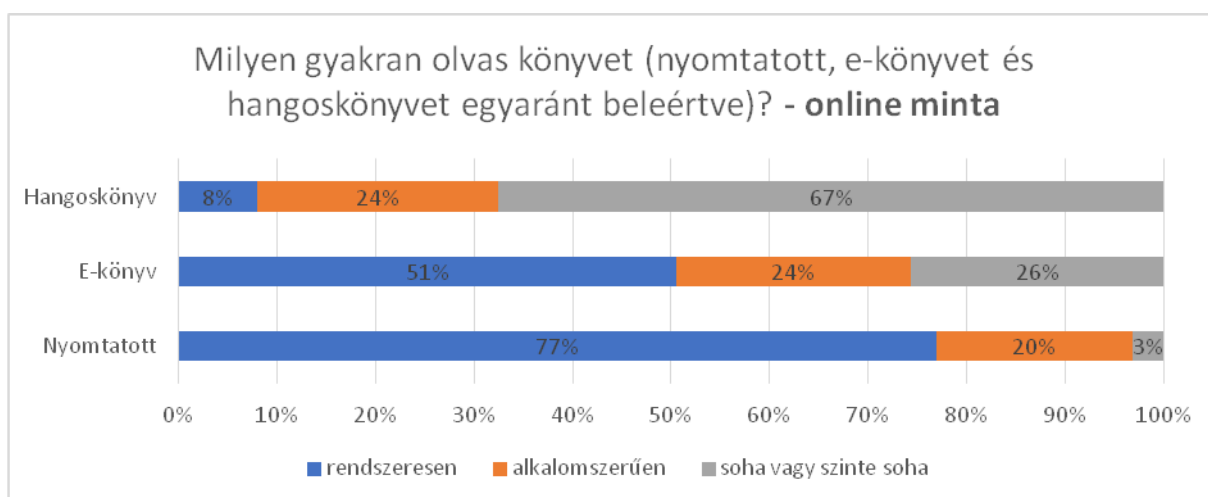
Mostani kutatásunkkal lehetőségünk volt az olvasási gyakoriságra formátum (nyomtatott könyv, e-könyv, hangoskönyv) szerint is részletesebben kérdezni. Azt láthatjuk, hogy a magyar lakosságnál kiemelkedően a nyomtatott formátumú könyvek dominálnak. Eredményeink szerint a magyar lakosság mintegy 42%-a olvas valamilyen gyakorisággal nyomtatott könyvet, ez az érték e-könyvek esetén 11%, míg a hangoskönyveknél 7%. Azt láthatjuk, hogy az olyan új, digitális formátumú kiadások, mint a hangoskönyv vagy az e-könyv még messze nem váltják ki a nyomtatottat. A rendszeresen olvasók közt - akik legalább hetente olvasnak – is a nyomtatott könyv dominanciája látszik. A két másik formátum esetén a rendszeresen olvasók szinte elhanyagolható százalékokkal képviseltetik magukat, de az alkalmasszerű olvasók is csekély arányban vannak jelen (hangoskönyvnél 7%, e-könyvnél 8%).



8. ábra Könyvolvasás gyakorisága formátumoként, felnőtt magyar népesség

Ha a formátumokat nézzük, hasonló tendenciát láthatunk a nem reprezentatív online minta esetében, mint az országos reprezentatívnál: magasan a nyomtatott könyvek fogyasztása dominál. Igaz, itt az ábrát vizsgálva az is szembetűnő, hogy egy könyvedvelő mintáról beszélünk. Bármely formátumnál azt vehetjük észre, hogy az országos reprezentatív mintához képest gyakrabban fogyasztanak könyvet azok, akik az internetes kérdőívet töltötték ki.

Számokban kifejezve: válaszadóink több, mint háromnegyede (76,9%) rendszeresen (tehát legalább hetente) olvas nyomtatott könyvet, míg az e-könyv formátum népszerűsége is valamivel magasabb mint 50% (50,5% egészen pontosan) ebben a válaszkategóriában.



9. ábra Könyvolvasás gyakorisága formátumoként, online kitöltők

A hangskönyv ugyanakkor a fogyasztási gyakoriságra kérdezve sem örvend akkora népszerűségnek, mint az előbbi két formátum. Az összességében könyvedvelőnek tekinthető válaszadóink körében is 67% azok aránya, akik soha vagy szinte nem hallgatnak hangskönyvet. Ezzel együtt az országos reprezentatív mintával összevetésben a rendszeres,

vagy alkalmoszerű (havonta vagy ritkábban, mint havonta) olvasók száma még így is jelentősen az online mintában.

5.2.4. Műfajok olvasása formátumonként

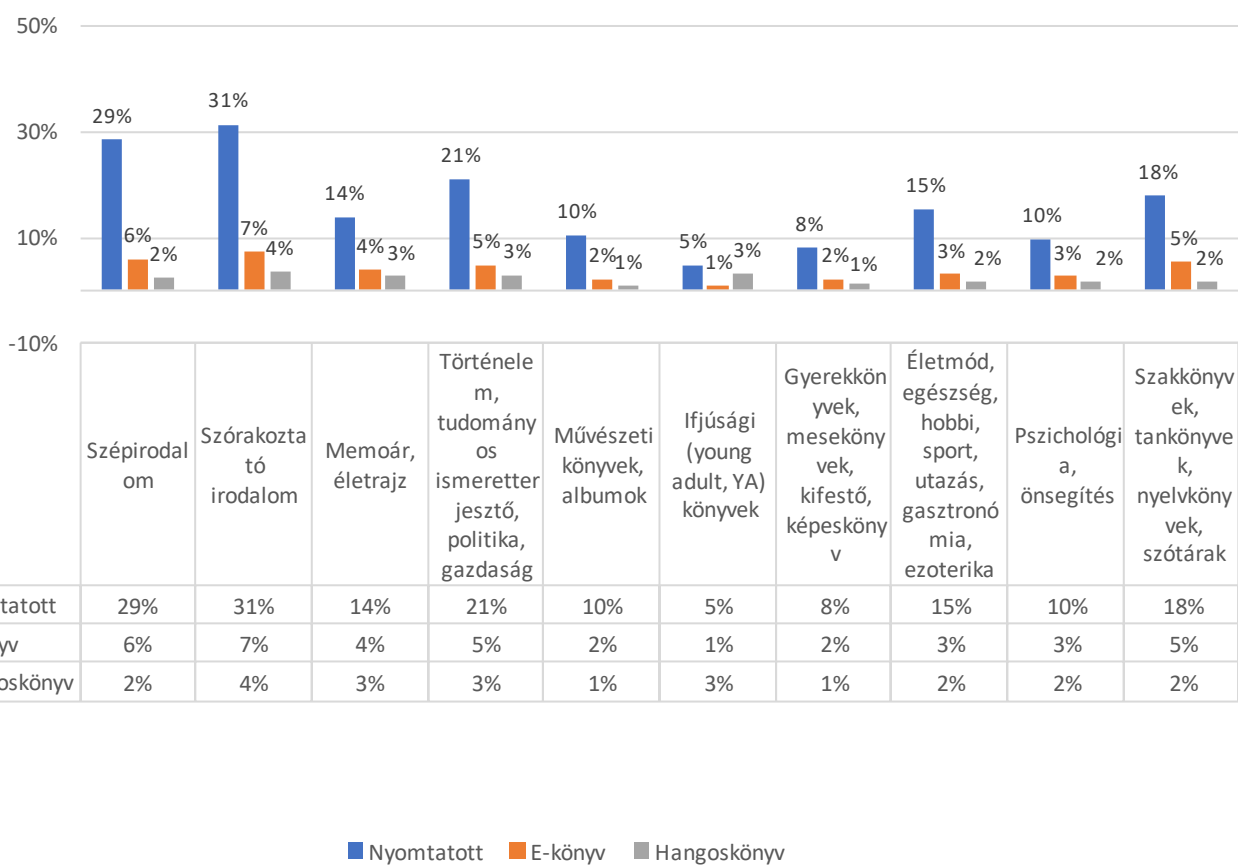
Műfaji bontásban korábban is vizsgáltuk, milyen könyveket olvasnak válaszadóink, az előbbiekkal összhangban e téren is lehetőségünk nyílt egy formátum szerinti bontást csinálni az országos reprezentatív mintában. Mely műfajokat szeretik a magyarok nyomtatott, e-könyv, illetve hangskönyv formájában fogyasztani?

Eredményeink az mutatják, hogy minden vizsgált műfajban kiemelkedik a nyomtatott könyvek népszerűsége. Azt mondhatjuk, hogy a legnépszerűbb műfajokban (szépirodalmi, illetve szórakoztató irodalmi könyvek) mintegy 4-5-ször annyian olvasnak valamilyen gyakorisággal nyomtatottat, mint e-könyvet (szépirodalomnál 28,5% a nyomtatott, 6,0% az e-könyv; szórakoztató irodalomnál ez 31,4%, illetve 7,3%).

Az e-könyveknél nyomtatotthoz hasonlóan a szépirodalmi és a szórakoztató irodalmi művek a legnépszerűbbek, azonban nem emelkednek ki annyival a többi műfajhoz képest, mint a nyomtatott formátum esetén. Hozzá kell tenni: ez annak is köszönhető, hogy eleve nagyon kis százalékokról beszélünk minden esetben (8% alatt a teljes magyarországi populációra értve). Az e-könyv a legtöbb műfajban valamelyest a hangskönyv előtt található (kivéve az ifjúsági műfajok). Hangskönyvet egyébként bármely műfajt nézve a kevesebb, mint a válaszadók 4%-a fogyaszt.

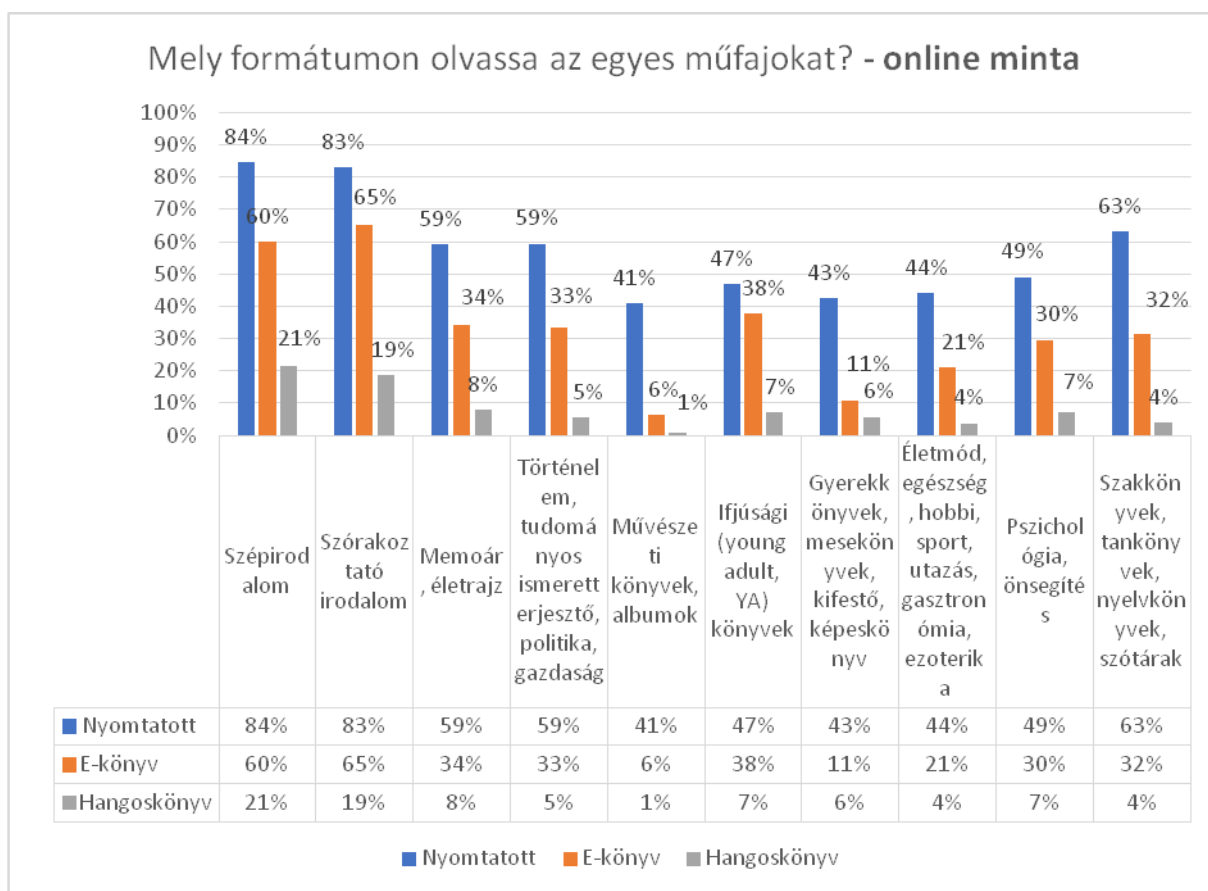
Az online (könyvedvelő) kitöltők között a nyomtatott könyv dominanciája nem meglepő módon minden műfajban észrevehető, de feltűnő, hogy messze nincsenek az e-könyvek olyan mértékben lemaradva, mint az országos minta esetén. Míg az országos mintában nagyjából egyformán alacsony szinten mozgott az e-könyvet és hangskönyvet fogyasztók aránya, itt utóbbi két formátum is markánsabban elválnak minden műfaj tekintetében. Online válaszadóink mintegy 83%-a olvas nyomtatott könyvben szórakoztató irodalmat és 84,4%-a szépirodalmat, emellett az összes műfaj esetében azt tapasztalhatjuk, hogy a nyomtatott formátum örvend a legnagyobb népszerűségnek.

Mely formátumon olvassa az egyes műfajokat? - országos minta



10. ábra Műfajok olvasottsága formátumoként, felnőtt magyar népesség

Az e-könyv népszerűsége a könyvkedvelők közt szintén nem alacsony, válaszadóinknak stabilan több, mint fele ezt a formátumot is használja a két legnépszerűbb műfaj (szépirodalom – 59,9%; szórakoztató irodalom – 65,1%) olvasására. Habár itt megfigyelhető, hogy a nyomtatottal szemben a szórakoztató irodalmat kedvelik jobban a válaszadók. Ez egybeesik a fókuszcsoport eredményeivel is: a csoportokban több kérdezettél is megjelent, hogy e-könyvben a könnyedebb műfajokat kedvelik inkább.



11. ábra Műfajok olvasottsága formátumonként, online kitöltők

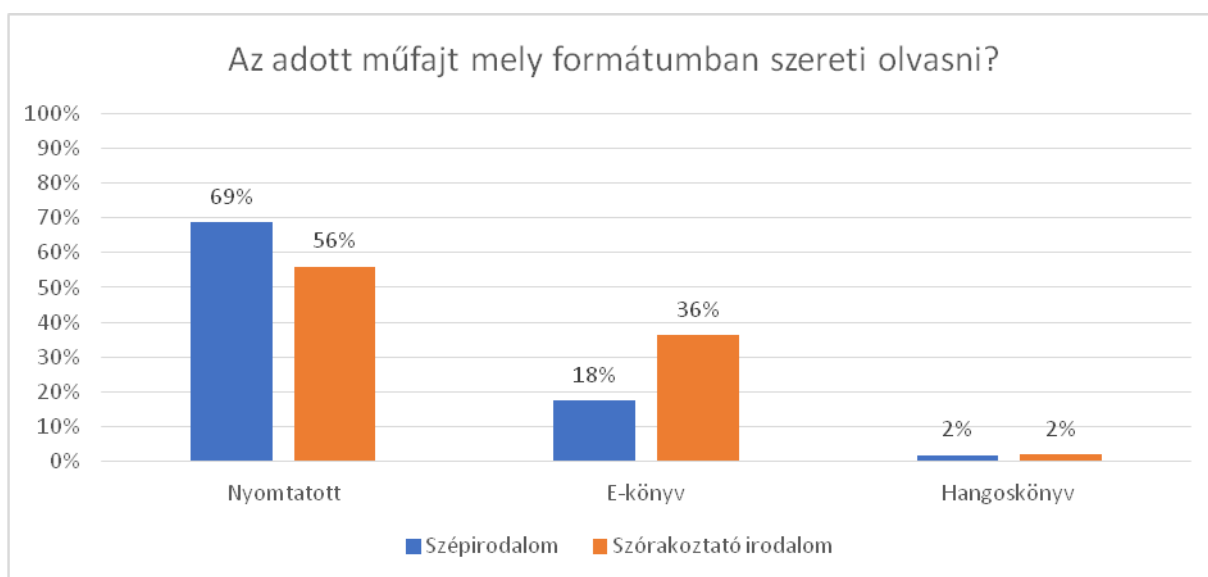
Ennek megfelelően az sem tűnik meglepőnek, hogy az e-könyv és a nyomtatott közti különbség leginkább a szakkönyvek területén az egyik leginkább szembetűnő (az online válaszadóink közül 31,6%-kal többen mondták, hogy e műfajok esetén nyomtatott könyvet olvasnak, mint e-könyvet). Ha az online mintát nézzük: a szakkönyvek kapcsán úgy látszik, érvényesül az a fókuszcsoportjainkban is tapasztalt vélemény, hogy a nagyobb figyelmet igénylő műfajokra többen inkább a nyomtatott formátumot részesítik előnyben az e-könyvvel szemben. El kell ugyanakkor mondani, hogy az országos mintában a szakkönyvek voltak a harmadik legnépszerűbb műfaj e-könyvön (5,4%), hozzáátéve: nagyon alacsony arányok mellett.

A szakkönyvekhez hasonlóan a gyerekműfajok esetén is ritkán választották az online válaszadók az e-könyves formátumot a nyomtatotthoz képest. Ez összecseng a 2020-as kutatásunk eredményeivel. Ekkor is azt detektáltuk, hogy a hasonló, könyvedvelő online válaszadóink a gyerekkönyvek esetén ritkán nyúlnak az e-könyvhöz.

A hangoskönyv mindegyik műfaji kategóriában a legkevésbé népszerű a három formátum közül, ezzel együtt szépirodalmat és szórakoztató irodalmat a válaszadók mintegy

ötöde (szépirodalom – 21,4%; szórakoztató irodalom – 18,8%) a hangoskönyveket is fogyasztja. A többi műfajban viszont nem meglepő módon a hangoskönyv népszerűsége rendkívül alacsony, 10% alatti, habár a piaci kínálatot figyelembe véve ez nem is tűnik meglepőnek.

Ha az egyes formátumokat „versenyeztetjük” a két legnépszerűbb műfajon, akkor az előzőekkel egybecsengő, ugyanakkor markánsabb eredményt kapunk. Az látható, hogy ha a könyvedvelőket megkérdezzük, melyik formátumban szeretnek legjobban szépirodalmat, illetve szórakoztató irodalmat olvasni, akkor mindkét esetben a nyomtatottat preferálják az e-könyv ellenében.

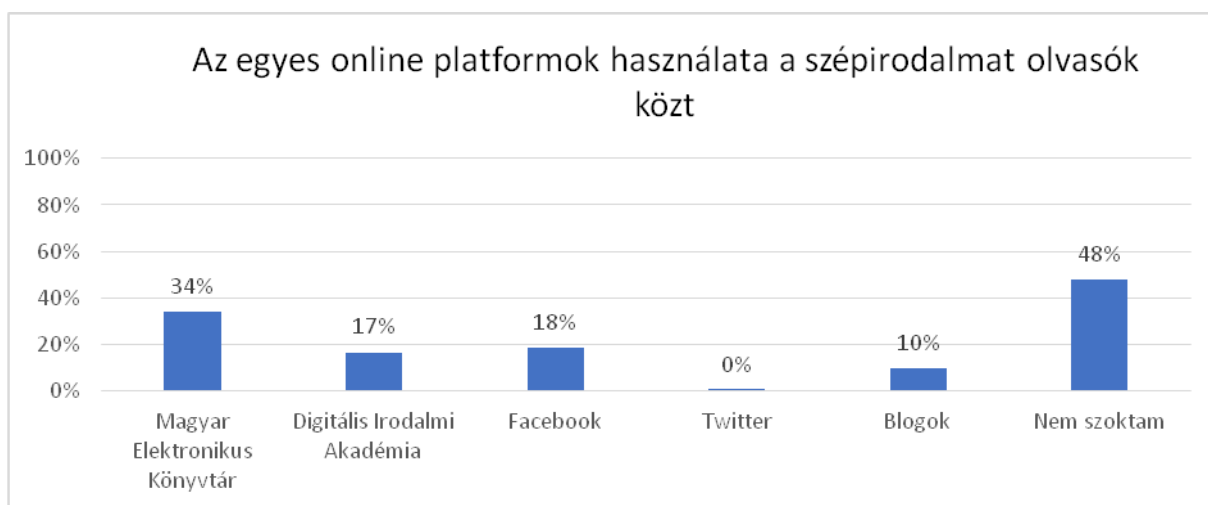


12. ábra Szépirodalom és szórakoztató irodalom formátumoként, felnőtt magyar népesség

Ezzel együtt szépirodalmi területen sokkal nagyobb különbséget figyelhetünk meg az e-könyv és nyomtatott közt, mint a szórakoztató műfajnál. Mindössze 18% választja a digitális formátumot a nyomtatottal szemben a válaszadóink teljes körében, a 69% ellenében. A hangoskönyvet mindkét népszerű műfaj esetében mindössze 2% jelölte elsődleges választásként.

A szépirodalmat olvasók, a nyomtatott forma mellett inkább olvasás élményre vonatkozó érveket hoztak fel, míg az e-könyvet inkább annak praktikus előnyei miatt választják. Ha azt kérdeztük a szépirodalmat fogyasztóktól, hogy miért választják a nyomtatott formátumot, három érv bizonyult jellemzőnek. A válaszadók leginkább a történet jobb átélhetőségére, könnyebb követhetőségére hivatkoztak, de megjegyzendő az az érv is, hogy a szemet inkább kímélőnek ítélték a hagyományos papír alapú könyveket.

Többen olvasnak szépirodalmat valamilyen online felületen, mint szórakoztatót. Ezt támasztja alá, hogy 48 százalék válaszolta azt, hogy nem szokott szépirodalmat olvasni ilyen formában, és 71 százalék pedig a szórakoztató irodalom esetében. A szórakoztató irodalomnál konkrét források tekintetében fontosnak látszanak a blogok, illetve a Facebook, valamint a Wattpad oldala. A szépirodalom területén pedig kiemelkedik két állami intézmény által üzemeltetett platform a MEK, a DIA, valamint a Facebook. A többieknél kevésbé jelentős, de a szépirodalomnál is közelítőleg 10 százalék körül részesedéssel bírnak a különböző irodalmi tematikájú blogok.



13.ábra Szépirodalom olvasása egyes platformok szerint (szépirodalmat olvasók közt)

5.2.5. A különböző formátumok választásának indokai a könyvkedvelők között

Az egyes formátumok választása mögött rejlő kognitív mintázatokat a kutatás fókuszcsoportos részében is igyekeztünk feltárni. Az ebből kapott eredményekkel összhangban kérdeztük a kérdőíves online mintán a vonatkozó attitűdöket.

Az ábrán szereplő arányokat azon válaszadók közt kell értelmezni, akik az adott formátumra nem azt jelölték, hogy „Soha vagy szinte soha”-válaszkategóriát jelölték. Ennek köszönhetően (ahogy az előbbieken látható) a hangoskönyv vonatkozásában a teljes válaszadói mennyiség 67%-a kiesik.

A nyomtatott könyvnél azt láthatjuk, hogy az legfontosabb előnyei (a megadott válaszlehetőségek közül) birtoklási, fizikai birtoklási érzethez kapcsolódik. A nyomtatott könyvet olvasók 85%-a fontos előnynek jelölte, hogy ezt a formátumot „szereti kézbe fogni”, 75% pedig azt is megjelölte, hogy „szereti gyűjteni, birtokolni a fizikai könyvet”. Úgy tűnik

tehát, hogy a nyomtatott formátum előnyeinel egy fontos tényező a könyv jelenlétének érzete az online mintában.

Nyomtatott	Szereti kézbe fogni	85%
	Szereti gyűjteni, birtokolni a fizikai könyvet	71%
	Csak ehhez jut hozzá	6%
	Jobban megjegyzi amit papírkönyvben olvas	28%
	Általában nem elérhető e-könyvben amit olvas	16%
	Nincs e-könyv olvasója	3%
E-könyv	Kényelmesebb, jobb olvasni, mint a nyomtatottat	35%
	Nem foglal helyet, nem porosodik	48%
	Egy eszközön rengeteg könyv elfér, nincs súlya	78%
	Állítható betűméret	10%
	Olcsóbb, mint a nyomtatott vagy hangoskönyv	24%
	Könnyebben jut hozzá	35%
Egyáltalán nem tud nyomtatott könyvhöz jutni	1%	
Hangoskönyv	Jobb hallgatni, mint a másik kettőt olvasni	9%
	Olyankor is lehet olvasni, amikor nem tudna olvasni	88%
	Kényelmesebb nehezebb szöveget hallgatni, mert jobban halad vel, mint ha nyomtatott vagy e-könyvet olvasna	10%
	Rosszul/Nem lát, így a hangoskönyv a leginkább megfelelő	3%
	Nem jut hozzá a másik két formátumhoz	0%
	Gyermeknek vagy nem olvasó felnőttnek teszi be hallgatni	12%
	Szereti a felolvasó, előadó vagy a szerző hangját hallgatni	43%

6. táblázat Formátumok melletti érvek

A nyomtatott könyvnél azt láthatjuk, hogy az legfontosabb előnyei (a megadott válaszlehetőségek közül) birtoklási, fizikai birtoklási érzethez kapcsolódik. A nyomtatott könyvet olvasók 85%-a fontos előnynek jelölte, hogy ezt a formátumot „szereti kézbe fogni”, 75% pedig azt is megjelölte, hogy „szereti gyűjteni, birtokolni a fizikai könyvet”. Úgy tűnik tehát, hogy a nyomtatott formátum előnyeinel egy fontos tényező a könyv jelenlétének érzete az online mintában.

E-könyvnél leginkább praktikus, gyakorlatias előnyök jelennek meg a válaszok között. Az e-könyvet olvasó online válaszadók 78%-a jelölte ezt a formátumot az adott digitális eszköz tárolási kapacitása miatt célszerűnek. A helyspórolásra való igény úgy látszik, az egyik legfontosabb gyakorlatias indok az e-könyvek mellett, mivel a második legtöbbet jelölt válaszkategória („Nem foglal helyet, nem porosodik” – 48%) is ezt emeli ki.

A hangoskönyvvel kapcsolatos előnyöket, mint említettük, a válaszadóknak csak egy szűk része töltötte ki, így ennek fényében érdemes a százalékokat óvatosan kezelni.

Ugyanakkor a legfontosabb előnynek messze kiemelkedve a többi válaszkategóriához képest (88%) azt jelölték az online kérdőívet kitöltők, hogy akkor is tudják hallgatni, amikor egyébként másféle könyvfogyasztásra nem lenne lehetőségük.

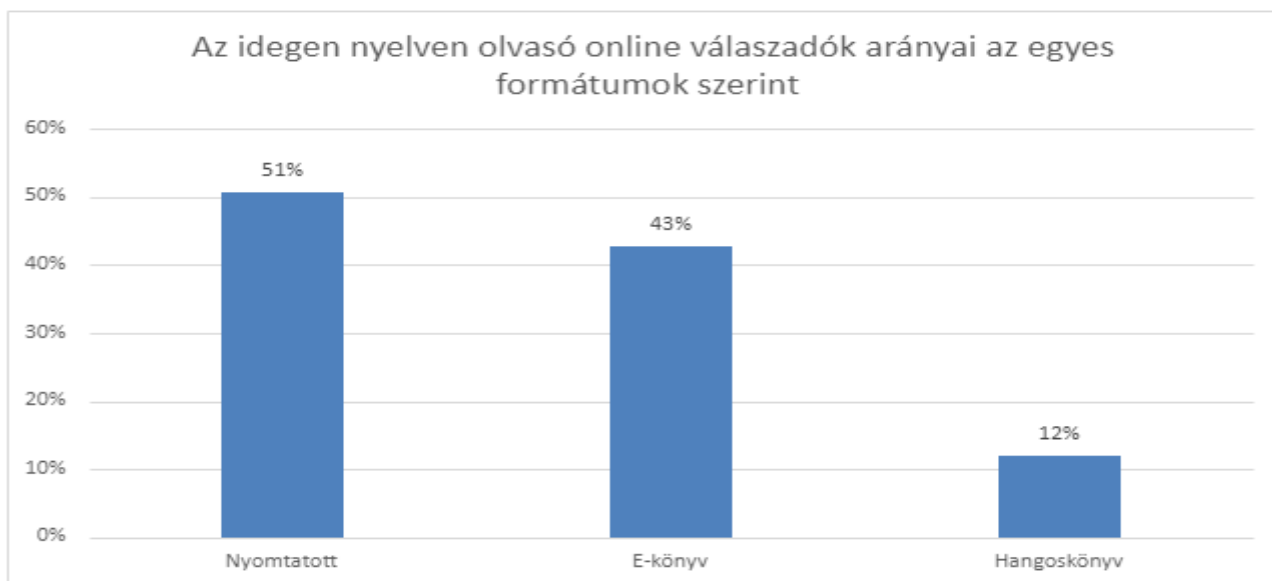
Ez talán valamelyest magyarázhatja, hogy a hangskönyv miért sokkal kevésbé népszerű még az online mintában is a másik két formátumhoz viszonyítva. Elképzelhető, hogy sokszor csak egy olyan alternatívaként jelenik meg a fogyasztók közt, amelyhez akkor nyúlnak, amikor a másik két formátum fogyasztására nem lenne lehetőségük.

5.2.6. Idegen nyelven olvasók az online kitöltők körében

Képzettségi szintet tekintve az online mintánkban felülreprezentáltak a magasabb végzettséggel rendelkezők. Ennek megfelelően válaszadóink többsége olvas valamilyen idegen nyelven.

E téren is a nyomtatott könyvek szerepelnek kiemelkedően nagy mennyiségben: az összes válaszadónknak mintegy 51%-a jelölte, hogy olvas nyomtatott könyvet idegen nyelven. Nem sokkal voltak egyébként kevesebben, akik e-könyvet olvasnak ugyanígy 43%, a hangskönyveket pedig 12% hallgatja valamilyen magyartól különböző nyelven.

Az idegen nyelvek közül nem meglepő módon az angol a legszélesebb körben elterjedt, a teljes online válaszadói rétegnek mintegy 56%-a olvas ezen a nyelven, a második leggyakoribb a német 14%-kal.



14. ábra Idegen nyelven olvasók arányai egyes formátumok szerint (online kitöltők)

5.2.7. Könyvvásárlási szokások a könyvkedvelők körében

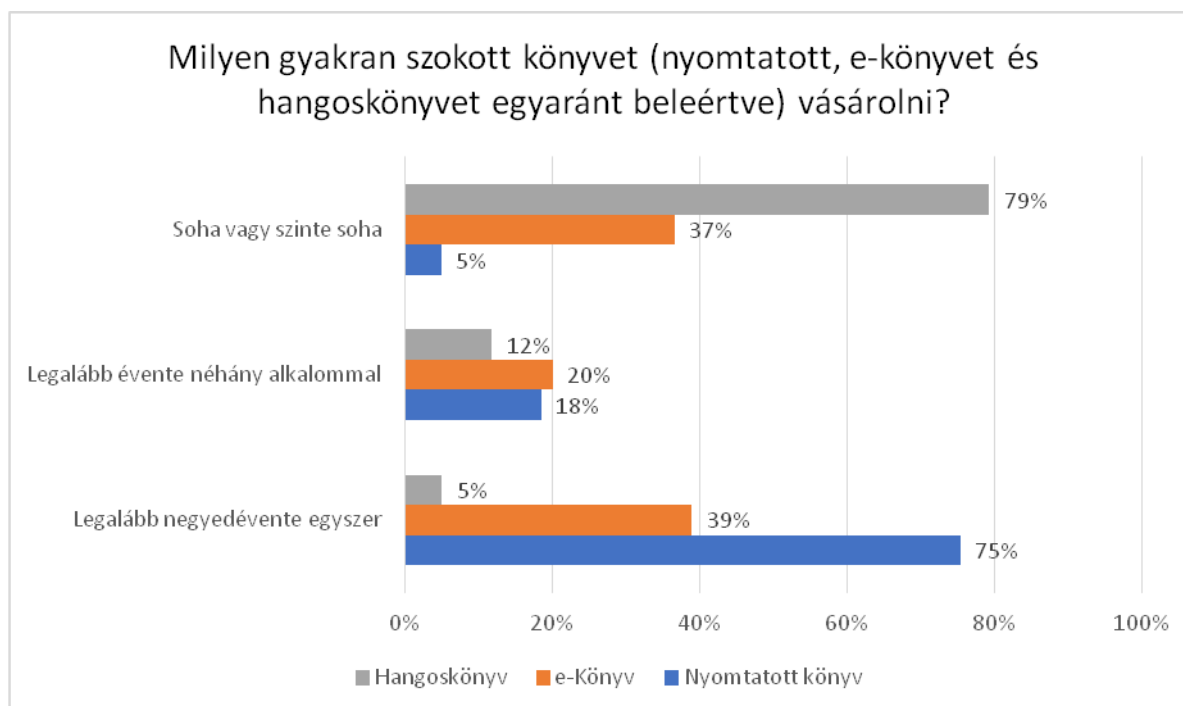
A könyvkedvelők válaszaiból az tűnik ki, hogy a nyomtatott könyvek vásárlásai minden műfajban dominálják az e-könyvet, és a hangoskönyvet egyaránt. Kiemelésre érdemes a szépirodalom, valamint a szórakoztató irodalom, melyek mindhárom formátumban a két legnépszerűbb műfajnak bizonyultak. Az e-könyv formátum esetében a vásárlásra vonatkozó kérdőíves adataink is alátámasztják a fókuszcsoportban hallottakat, valamint az e-könyves forgalmi statisztikákat, miszerint ebben a formátumban inkább vásárolnak szórakoztató irodalmat a könyvkedvelő olvasók, mint szépirodalmat. Emellett az e-könyveknél figyelmet érdemel az ifjúsági könyvek területe is. Ezt a műfajt az összes válaszadó valamivel több, mint negyede szokta e-könyv formában vásárolni, ezzel itt tapasztalható a legkisebb lemaradás a nyomtatott könyvekhez képest. Adataink alapján a hangoskönyv egyáltalán nem képezi a másik két formátum alternatíváját vagy riválisát. A könyvkedvelő válaszadók körében, mindegyik műfajnál jelentősen kevesebben számoltak be arról, hogy szokták hangoskönyv formában vásárolni, mint akár nyomtatott vagy e-könyvben. Sőt, az összes válaszadó több mint 5%-át csupán a szépirodalom és szórakoztató irodalom érte el ebben a formátumban.

	Nyomtatott könyv	E-könyv	Hangoskönyv	Egyik sem
Szépirodalom: regény, novella, esszé, vers, dráma	77%	32%	6%	14%
Szórakoztató irodalom (beleértve a romantikus, krimi, fantasy, sci-fi könyveket is)	71%	46%	7%	12%
Memoár, életrajz, interjú	47%	18%	2%	42%
Történelem, tudományos ismeretterjesztő, politika, gazdaság	51%	21%	1%	38%
Művészeti könyvek, albumok	39%	nem releváns	nem releváns	57%
Ifjúsági (young adult, YA) könyvek	40%	27%	4%	47%
Gyerekkönyvek, mesekönyvek, kifestő, képeskönyv	45%	3%	2%	51%
Életmód, egészség, hobbi, sport, utazás, gasztronómia, ezoterika	38%	13%	1%	54%
Pszichológia, önségítés	42%	20%	3%	47%
Szakkönyvek, tankönyvek, nyelvkönyvek, szótárak	57%	17%	1%	36%

7.táblázat Műfajok vásárlása formátumok szerint

5.2.8. E-könyv és hangskönyv vásárlási szokások

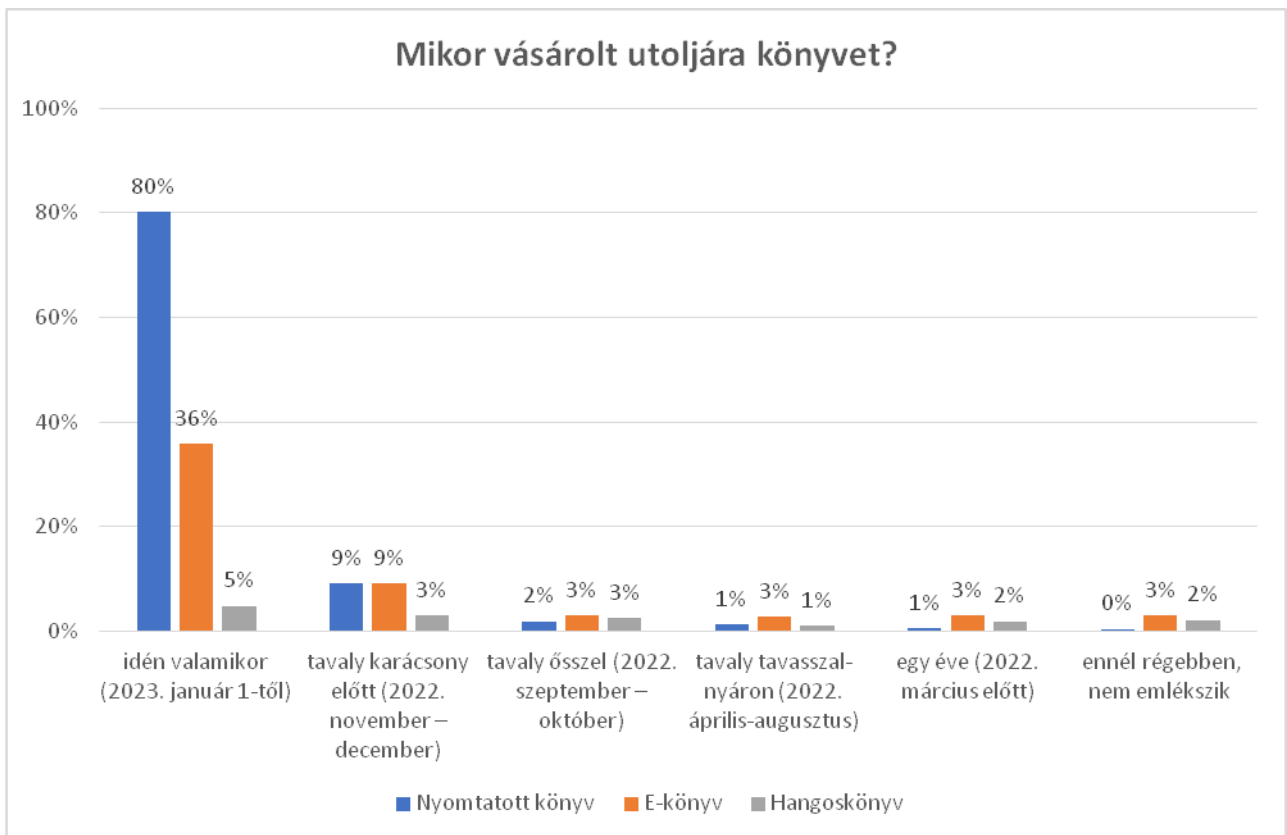
A könyv kedvelő válaszadók a nyomtatott könyvekhez képest jelentősen ritkábban vásárolnak e-könyvet. Míg az összes válaszadó 75% vásárolt kérdezést megelőző negyedévben legalább egyszer nyomtatott könyvet, addig e-könyv esetében ez csupán 39%.



15. ábra Könyvvásárlás gyakorisága formátumok szerint

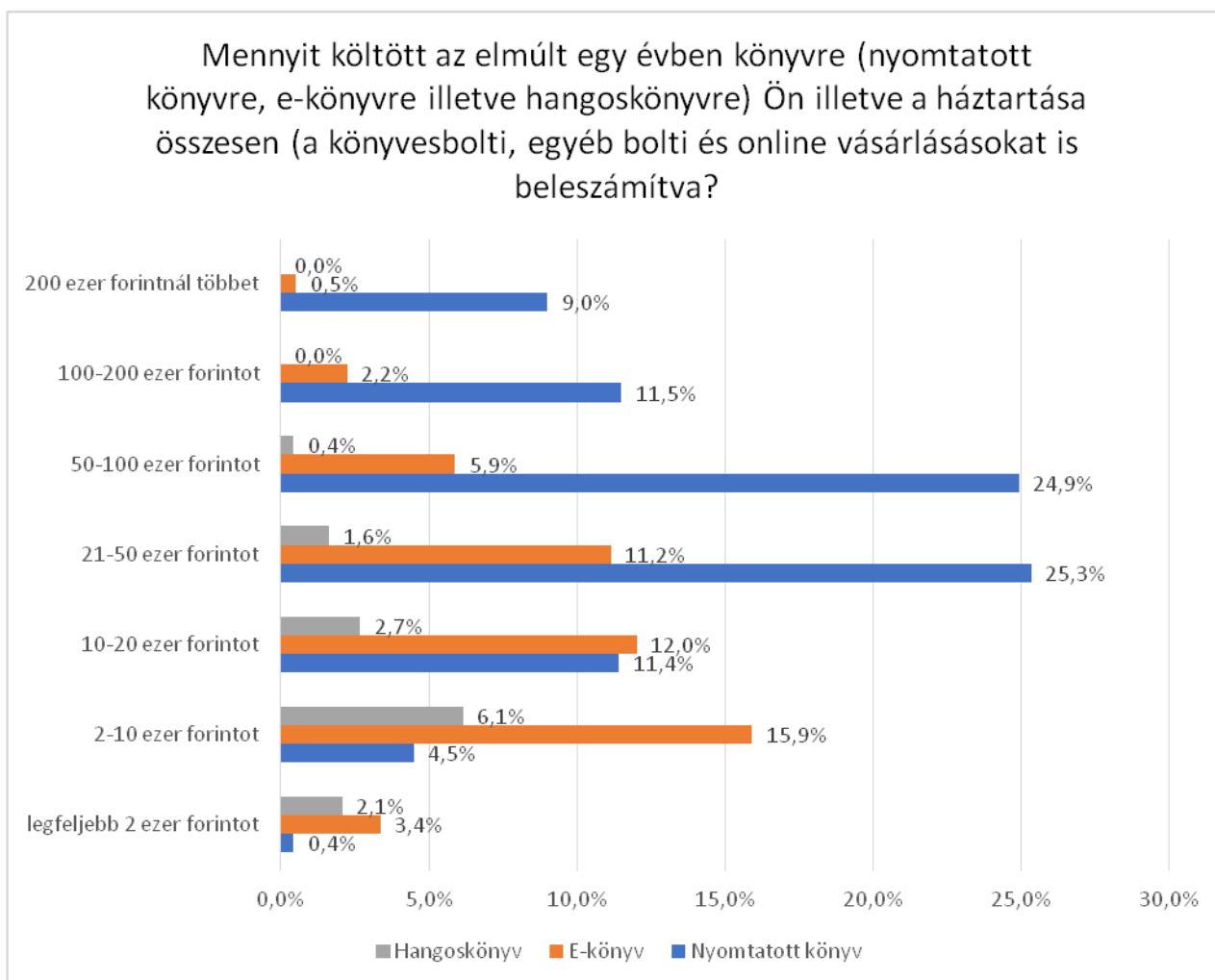
Fontos még, hogy a válaszadók több, mint harmada (37%) arról számolt be, hogy soha vagy szinte soha nem vásárol ebben a formátumban könyvet, szemben a nyomtatott esetben tapasztalt 5%-kal. A hangskönyv nem csak olvasás, de vásárlás terén is egyértelműen a legkevésbé kedvelt. Közel négyötöd azoknak az aránya, akik soha, vagy szinte soha nem szoktak hangskönyvet vásárolni. Mindössze a kitöltők 5%-a vásárol legalább negyedévente egyszer hangskönyvet, ami a másik két formának töredéke. Az online kérdőívet kitöltő válaszadók 36 százaléka tette az idei évre a legutóbbi e-könyv vásárlását. Ez jelentősen elmarad a nyomtatott könyvnél tapasztaltaktól, ami a válaszadók négyötödét teszi ki. A többi kategória esetében a nyomtatotthoz nagyon hasonló arányokat tapasztaltunk az összes válaszadó körében. A hangskönyv esetében a fentiekkel konzisztens, hogy közelítőleg ugyanígy 5% válaszolta azt, hogy az idei évben vásárolt már ebből a formátumból, de nem éri

el a 8%-ot azoknak sem a száma, akik tavaly karácsony előtt óta vásároltak hangskönyvet. Ez jóval elmarad nemhogy a nyomtatott (89%), de az e-könyvnél (45%) tapasztaltaktól is.



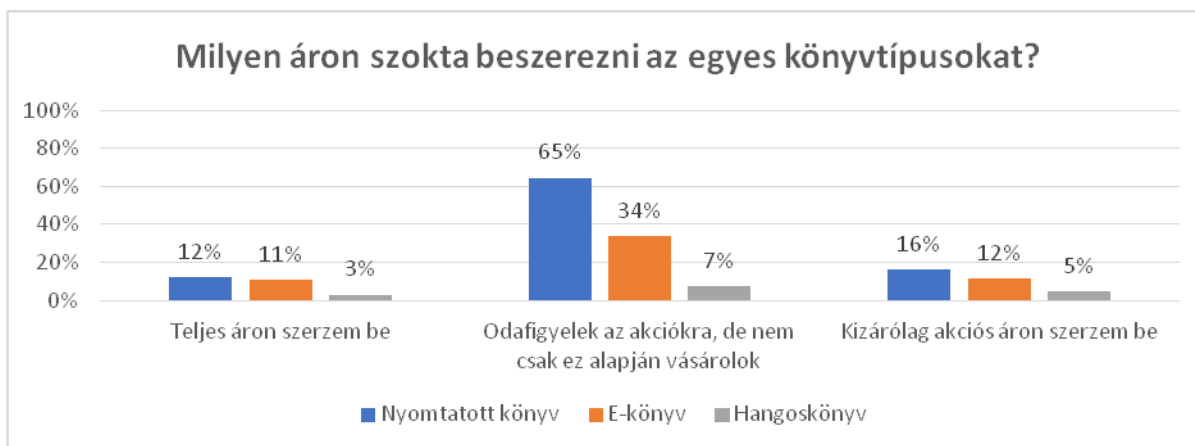
16. ábra Utolsó könyvvásárlás időpontja formátumok szerint

A könyvkedvelő válaszadók háztartásai jelentősen kevesebbet költöttek e-könyvre az elmúlt évben, mint nyomtatott könyvre. A válaszadók közel 20%-a válaszolta azt, hogy egy év alatt kevesebb, mint 10 ezer forintot költött e-könyvre. Közelítőleg ugyanekkora arányban voltak azok a válaszadók, akik 10 és 50 ezer forint közötti összeget fordítottak erre. Csupán a válaszadók 8,6% százaléka vásárolt e-könyvet több mint 50 ezer forintért. Nyomtatott könyvre a fentiekkel szemben a válaszadók 45%-a költött az 50 ezer forintos összeghatár felett a kérdezést megelőző egy évben. A hangskönyvre éves szinten költött összeg a másik két formátumra költött összeghez képest elenyésző. 8% válaszolt úgy, hogy maximum 10 ezer forintot költöttek hangskönyvre az elmúlt 1 évben, további 4% 10 és 50 ezer forintra tette ezt az összeget. A jelenség még hangsúlyosabban látszik, ha ugyanezt az eloszlást összehasonlítjuk a nyomtatott könyvnél tapasztaltakkal, ahol az összes válaszadó több, mint harmada számolt be 10 ezer forint feletti költésről a kérdezést megelőző hónapban.



17. ábra Háztartás könyvköltése formátumok szerint

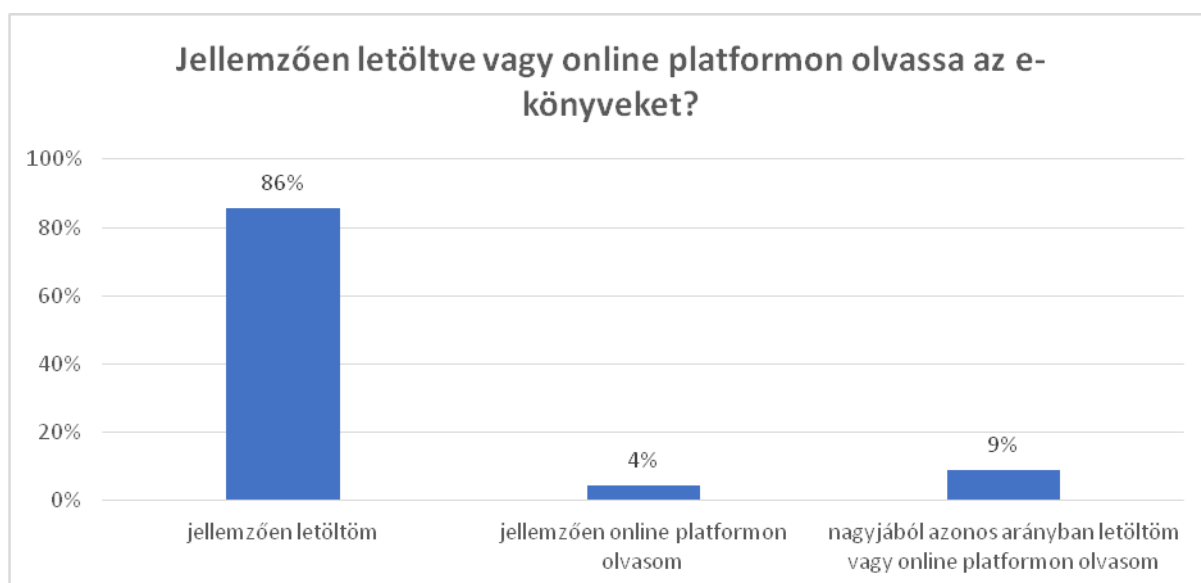
Ami a könyvek beszerzési árait illeti, nagyon hasonló eloszlást láthatunk a könyvkedvelők körében a nyomtatott és az e-könyvek esetében is. Az e-könyvet vásárló válaszadók 18% válaszolta, hogy teljes áron szokta beszerezni a könyveket, a nyomtatott könyveknél tapasztalt 12% aránnyal szemben. 58% mondta, hogy odafigyel ugyan az akciókra, de nem csak ez motiválja a vásárlásra. Nyomtatott könyvek esetében ez az érték felkúszik a könyvkedvelők közel kétharmadára. Az e-könyv olvasók kitöltők közelítőleg ötöde azonban kizárólag akciós áron szerzi be a tartalmat, ami az összes válaszadó 12%-át teszi ki. A hangskönyvet vásárlók a másik kettőhöz nagyon hasonló módon állnak a beszerzési ár kérdéséhez. Alig kevesebb, mint felük (45%) odafigyel az akciókra, de mást is figyelembe vesz döntése meghozásakor. Ennél kevesebben vannak azok, akik csak akciósan (29%) vagy teljes áron (18%) szokott hangskönyvet vásárolni.



18. ábra Könyvek ára formátumok szerint

5.2.9. Honnan vásárolnak e-könyvet és hangoskönyvet?

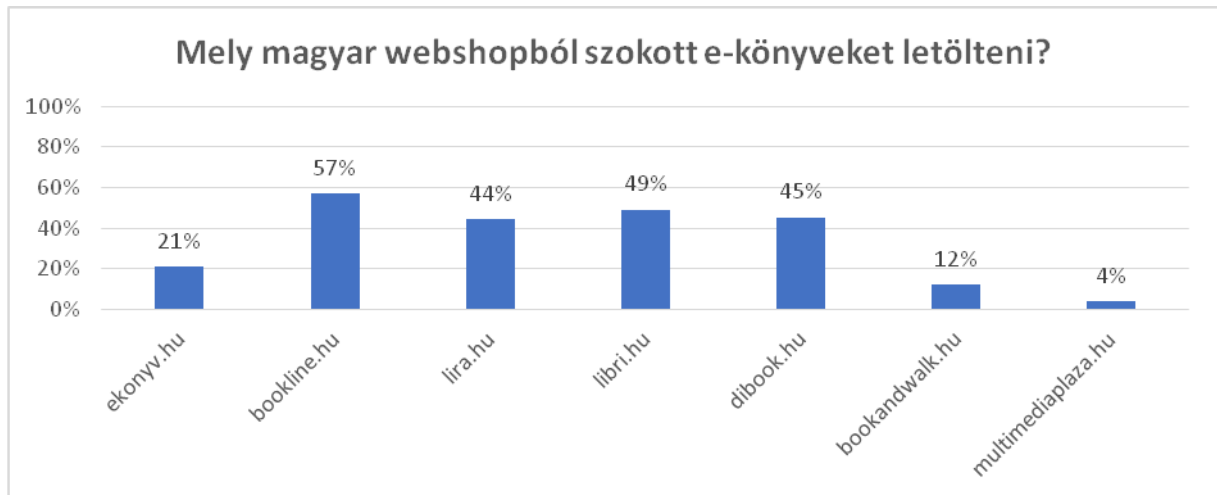
Az e-könyvet olvasó online válaszadóink túlnyomó többsége (86%) inkább letölti az általa olvasott könyvet, és csupán 4% válaszolta azt, hogy az online platformon keresztül történő olvasást preferálja. A két módot a válaszadók kevesebb, mint egytizede (9%) szokta ötvözni.



19. ábra Letöltés vagy online felület e-könyv esetében

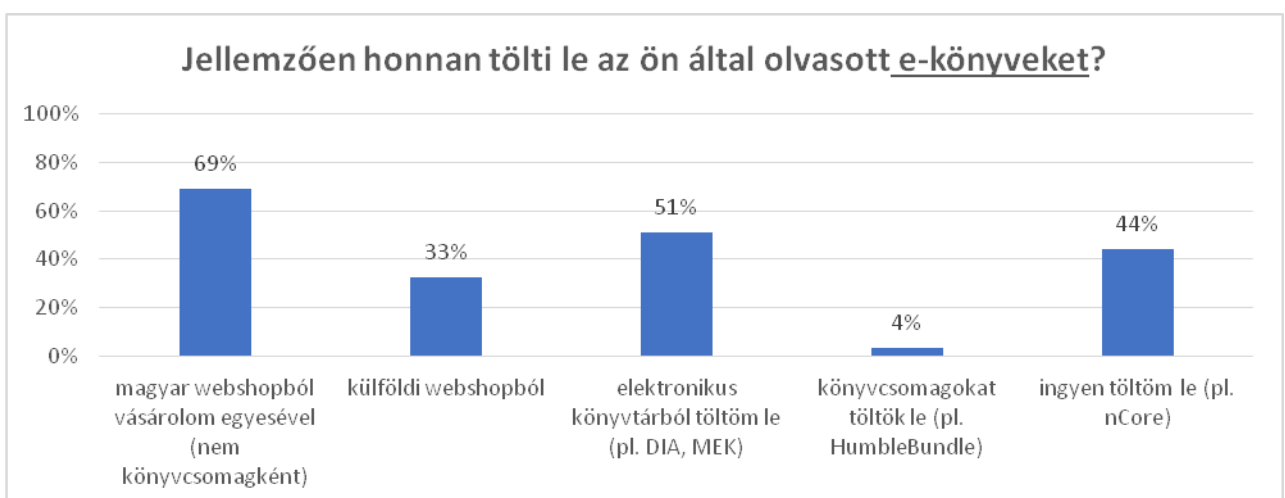
A letöltők szokásaira fókuszálva azt láthatjuk, hogy több beszerzési csatorna is meglehetősen népszerű. Az e-könyvet letöltők több, mint kétharmada (69%) szokott egyesével, valamelyik magyar webshop felületéről e-könyvet beszerezni, a külföldi webshopot használó letöltők aránya pedig megközelíti az egyharmadot (33%). A magyar webshopok közül négyet hasonló arányban említették az e-könyvet letöltő válaszadók (bookline.hu, lira.hu, libri, dibook.hu), őket követi nagyjából 20% említési aránnyal az e-

könyv.hu. A külföldi platformok esetében már nem ennyire kiegyenlített a helyzet. A külföldi platformot választók 87% jelölte az amazon.com-ot, mint forrást. Másik két felület messze elmarad ettől a népszerűségtől. A barnesandnoble.com-ot a külföldi webshopot használók kevesebb, mint 5 százaléka (4,5%), a kobo.com-ot ugyanezen a viszonyítási alapon csak 9% említette.



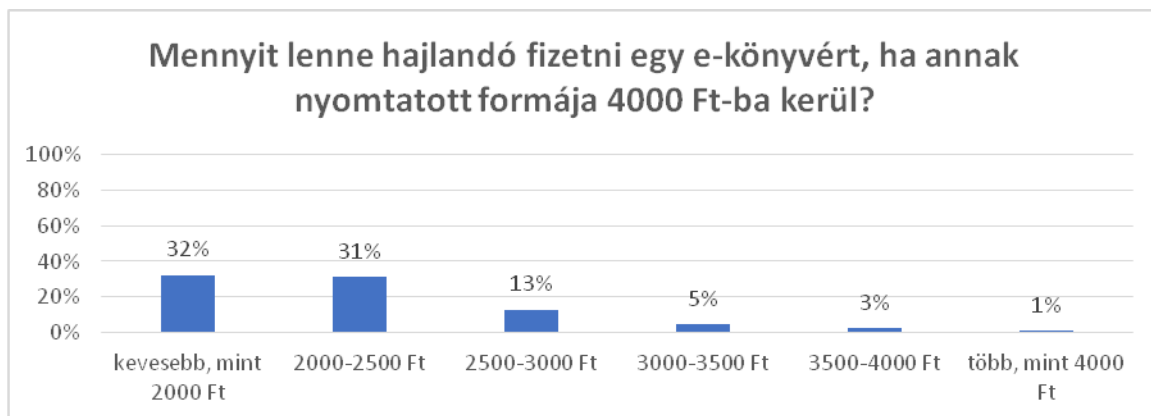
20. ábra E-könyv letöltés magyar felületei

Az e-könyvedvelő letöltők rendes kereskedelmi forgalomban való beszerzés mellett nagy arányban számoltak be ingyenes források használatáról is. Közel hasonló arányban használják ennek legális, illetve illegális módját. A különböző elektronikus könyvtárakat a letöltők kicsivel több, mint fele (50,8%), az illegális gyűjtőoldalakat (pl: ncore) pedig 44%-a szokta használni. Az ingyenes magyar (DIA,MEK) felületeket kedvelők kiteszik az online platformot használók több, mint felét (57%), de nem sokkal marad el a külföldi applikációk aránya sem (45%).



21. ábra E-könyv letöltés általánosságban

A könyvkedvelők több, mint 80%-a e-könyvet csupán a nyomtatott könyvhöz képest némi diszkonttal lenne hajlandó vásárolni. Az összes válaszadó közel egyharmada a nyomtatott ár maximum felét látná megfelelő összegnek, ha egy nyomtatott könyv 4000 forintba kerül. Közelítőleg ugyanennyi válaszadó (31%) válaszolta azt, hogy 2000 és 2500 forint közötti összeget tartana megalapozottnak. 13%, 2500 és 3000 forint lenne hajlandó e-könyvet vásárolni ugyanezen feltételek mellett. Csupán az összes válaszadó 8 százaléka várna el 25 százalék vagy ennél alacsonyabb árkülönbséget a két formátum között.



22. ábra Mennyit fizetne egy e-könyvért

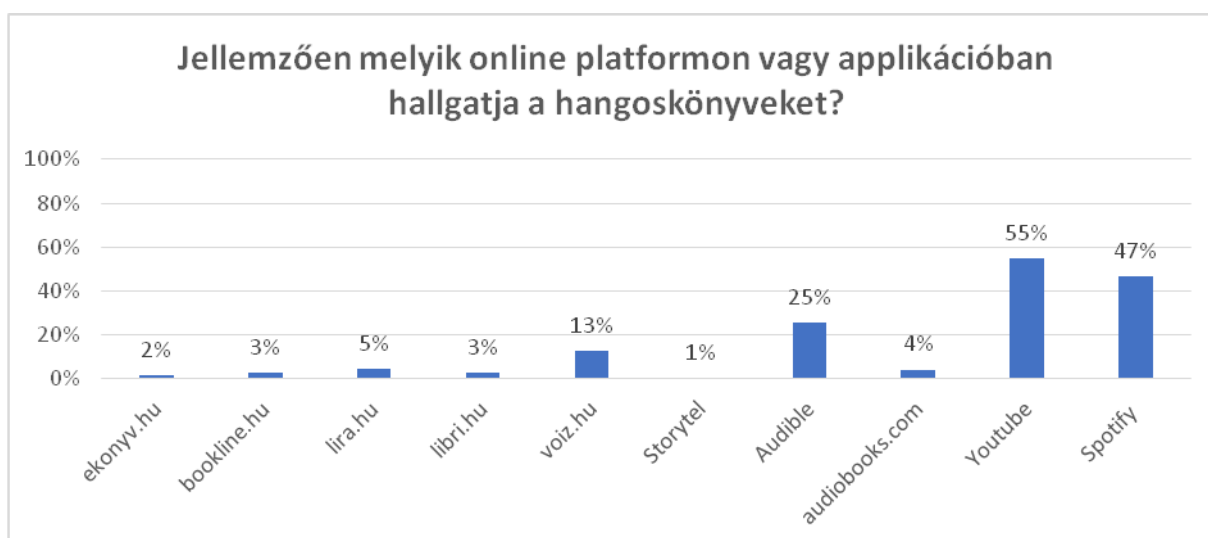
Az e-könyv olvasó online kitöltők jelentős többségénél (76%) a legnépszerűbb eszköz az e-könyv olvasó. Ezt követi a mobiltelefon (35%), a laptop/asztali számítógép (23%), végül pedig a tablet (20%).

A hangoskönyvet hallgató online válaszadóink kicsivel több, mint fele a nyomtatott könyvhöz hasonlóan egyesével vásárolja a hangoskönyveket is. Előfizetésről csak mintegy 14% számolt be. A mindkét csatornát párhuzamosan használók aránya ennél is csekélyebb, a hangoskönyvet hallgatók 5%.



23. ábra Milyen formában vásárolja a hangoskönyveket

Az e-könyvet olvasókkal ellentétben a hangoskönyvet fogyasztók az online platformokat vagy applikációkat preferálják. Ezt támasztja alá, hogy a hangoskönyvet olvasó válaszadóink 41% inkább applikációban szereti hallgatni ezeket, míg letölteni csak 28% szokta, 13% pedig nem preferálja egyik platformot sem. Az online platformok közül kettő emelkedik ki, a Youtube és a Spotify. A hangoskönyvet applikáción keresztül hallgatók nagyjából fele használja ezt a két felületet. Őket követi jelentős lemaradásban az Audible (25%) és a voiz.hu (13%) a hangoskönyvet hallgató válaszadók körében. A teljes könyvkedvelői körnek azonban ez csupán 4% és 2%-a.

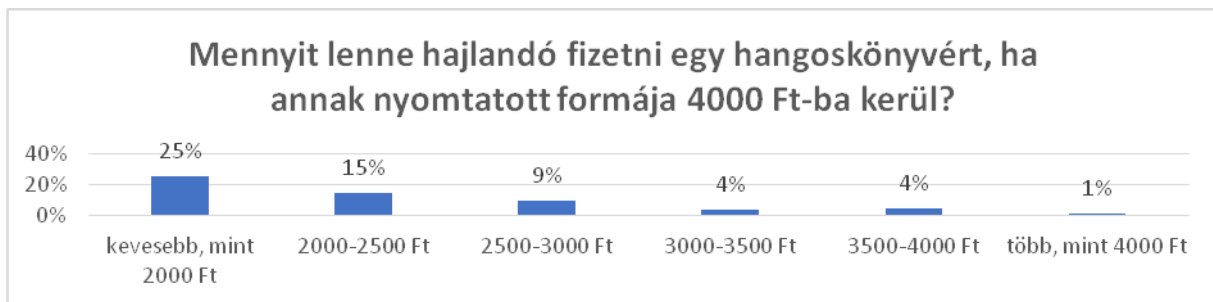


24. ábra Hangoskönyv platformok

A hangoskönyvet letöltők körében a hangoskonyvek.hu a legnagyobb arányban említett platform, bár ők is csupán 4% százalékát teszik ki az összes megkérdezettnek.

Az e-könyveknél már látott helyzethez hasonlóan a könyvkedvelő válaszadók úgy gondolják, hogy a nyomtatott könyvnél mindenképpen olcsóbban kellene árulni a hangoskönyveket.

A válaszadók negyede a nyomtatott könyv árának maximum felét tartaná megfelelő összegnek egy hangoskönyvért. 15% véli úgy, hogy 2000 és 2500 forint közé esik az az összeg, amit még hajlandó lenne kifizetni egy hangoskönyvért, ha a nyomtatott verzió 4000 Ft. Mindössze 8% válaszolta azt, hogy a hangoskönyveket maximum 25% árkülönbséggel kéne árusítani. Kiemelendő, hogy a hangoskönyvek ára tekintetében a válaszadók egyharmada tanácstalannak bizonyult.



25. ábra Mennyit fizetne egy hangoskönyvért

6. A fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat eredményei

A kutatás első szakasza fókuszcsoporthoz tartozó interjúk felvételéből állt, melyek eredményei, a bennük feltárt kognitív struktúrák a kvantitatív eredmények pontosabb megértését, illetve a kérdőív finomhangolását szolgálták.

A vizsgálat során 2 csoporttal vettünk fel interjúkat, mindkettő viszonylag kicsinek számít az ilyen jellegű kutatás területén: 5-5 fősek voltak. Mindkettőben nemi arány szerint többségben voltak a nők, illetve korcsoport szerint a középkorúak (40-59 év közöttiek). Az interjúkat online zajlottak, mindkét esetben nagyjából másfél órás időkerettel. Offline fókuszcsoporthoz tartozóknál általában ennél nagyobb időkereteket (adott esetben 2 órát, vagy többet) is ki szoktunk jelölni, ugyanakkor az online felületeken az a tapasztalat, hogy rövidebb ideig lehet fenntartani a csoporttagok koncentrációját.

Az itt feltárt eredmények többek között segítettek alaposabban megérteni a különböző formátumok közti választás kognitív mintázatait. Alapvetően négy fő narratív kategóriát tudtunk elkülöníteni a motivációk kapcsán:

- **1.) technikai adottságok** (pl.: az e-könyvön lehet javítani a betűméretet, lehet rajta jegyzetelni; az e-könyv könnyebben hordozható; az e-könyv nem foglal polchelyet; a papíralapon olvasottakat könnyebben megjegyzik). Ahogy ez az idézet is mutatja: *„Nagyon rosszul, tehát egyre rosszabbul látok (...)Tehát ezt mindig a saját, tehát az éppen komfortos betűméretre tudom beállítani. Ez is függ attól, hogy mikor olvasok ugye, mert este már fáradtabb a szemem, hiszen egész nap a gép előtt ülök. Úgyhogy olyankor azért általában nagyobb méretben olvasok. Tehát nekem ezért praktikusabb az e-book.”* (Sára, 61 éves)

- **2.) műfaji megfontolások** (nem független az előző ponttól: szórakoztatóirodalmat többen jobban szeretnek e-könyvben olvasni vagy hangoskönyvben hallgatni, viszont szakkönyveket printben kedvelik) (pl.: mivel a printet könnyebb megjegyezni, szakkönyvet ott olvasnak). Az alábbi megállapítás is erre utal: *„Egyébként én sportban labdarúgó játékvezető vagyok. Nekünk a szabálykönyvet forgatni kell folyamatosan. Gyakorlatilag, annál én el sem tudnám képzelni, hogy digitálisan tanulom, mert egyből annyira átfolyik az agyamon az a tartalom, ami képernyőn van.”* (Márton, 33 éves)
- **3.) érzettársítások** (jellemzően a print választását indokolták ezzel az e-könyvvel szemben) (pl.: ha megtetszik valami e-könyvben, szereti a válaszadó fizikailag is a kezében fogni, birtokolni; szereti a válaszadó az új- vagy a régi könyv „illatát”). Az alábbi idézetben is ez lelhető föl: *„(..)csak olyat szabad nekem fizikaiban megvenni, ami tényleg olyan fontos, hogy szeretném megfogni fizikailag is”* (Marina, 35 éves)
- **4.) elérhetőség** (ez mind az e-könyvnél, mind a printnél szempont: milyen formátumban éri el könnyebben, gyorsabban a válaszadó az adott művet). Ez a következő véleménynél is kirajzolódik: *„Mindegy (hogy min olvasok), tehát hogy mibe tudtam megszerezni. Mi van kéznél. Ha például utazok, akkor csak e-book, papírkönyvet nem cipelünk. Ha munka alatt van időm, akkor általában a telefon, úgyhogy akkor is csak egy könyv.”* (Hedvig, 42 éves)

Összefoglalóan azt mondhatjuk, hogy az e-könyv kiválasztásában elsősorban technikai adottságok jelentettek főszerepet: olyan gyakorlatias megfontolásokat emeltek ki válaszadóink, mint például a könnyebb hordozhatóság, vagy az a tény, hogy a digitális könyv nem foglal polchelyet.

A műfaji megfontolások mentén leginkább a befogadás könnyedsége jelentett a csoportokban fontos döntő tényezőt: többen kiemelték, hogy az e-könyvet vagy a hangoskönyvet kisebb koncentrációval olvassák, ezért a könnyebben befogadható tartalmak érdeklik őket ezeken a formátumokon. A nagyobb koncentrációt igénylő műfajoknál viszont a nyomtatott könyv felé billentek a vélemények.

„Szakkönyveket, én közgazdasági szakfordító vagyok, tehát az ezzel kapcsolatos könyveket inkább papír alapon olvasom. Jobban tudok rá koncentrálni, jobban megragad,

viszont ezeket az utazás közben olvasott könyveket, regényeket, könnyedebb műveket, thrillereket, krimiket, azokat meg inkább az e-alapon.” (Antónia, 47 éves)

Az érzettársítások nem meglepő módon a nyomtatott könyv vásárlását motiválták, ezeknek egy részét a kérdőívben is megjelenítettük, mint az előbbieken látható, az online mintán az ilyen motivációk fontos szerepet játszottak a nyomtatott könyv preferálásában. Az elérhetőség ugyanakkor kevésbé jelent meg fontos tényezőként bármely műfajnál az online kérdőíves eredményekben.

Mivel kutatásunk fókuszát az e-könyvek jelentették, így a fókuszcsoportban e formátum beszerzésére (vásárlására) is külön figyelmet fordítottunk. Azt tapasztaltuk, hogy a szürkezónás (illegális torrentezés pl.) beszerzést is felvállalják a válaszadók, ez pedig az online kérdőív is visszaigazolni látszott.

„Vámos Miklós azt mondta, hogy ő szerinte könyvet lopni halálos bűnt. Én nem értek vele egyet, és szerintem könyvet lopni egyáltalán nem bűn. Tulajdonképpen sok író nem ért velem egyet. Én bevallom férfiasan, hogy én szoktam. Költséghatékony.” (Antónia, 47 éves)

Ennek kapcsán fontos indokként jelent meg, hogy az e-könyvek ára hasonló a nyomtatottakhoz, amelyet a válaszadók többen indokolatlannak éreztek. Ez a helyzet (hogy online is, és viszonylag „drága” is) többeket tolt a kevésbé legális platformok felé.

„Pokoli drága most már a nyomtatott könyv, tény. De ugyanilyen drága az e-book is. És nagyon, hogy mondjam, nagyon dühítő tud lenni, amikor azt látod, hogy ezer forint a differencia az e-book és a nyomtatott könyv között.” (Sára, 61 éves)

Ami feltűnő volt a fókuszcsoportokban, hogy az e-könyveknél is van egyfajta birtoklási igény a válaszadók részéről („ha fizetek érte legyen is az enyém”), így pl. az előfizetés lehetőségei az e-könyveknek nem igazán jelentek meg. Az ilyen jellegű platformok

egyébként az online mintában sem mutattak népszerűséget. Ezt elsősorban az esetleges kihasználatlansággal indokolták a csoportokban.

A hangoskönyvek fogyasztása a fókuszcsoporthoz tartozó résztvevőinknél is kevésbé tűnt jellemzőnek, ugyanakkor néhány kiemelt platformot sikerült azonosítanunk a beszélgetések után (Youtube, Spotify, Voiz, illetve a kiadók saját felületei). Fontos megjegyeznünk, hogy válaszadóinknál az ilyen platformokon való jelenléte rendszerint nem elsősorban a hangoskönyvek motiválták.

„Hát ahol a legtöbbször, ahol tudok venni e-bookot, ott nagyjából hangoskönyvet is tudok venni. Pár darabot, tehát azért azt tegyük hozzá, hogy pár darabot. Mert ugye múltkor nagyon boldogságos voltam, mert Agatha Christie-t tudtam venni hangoskönyvben. Én szeretem nagyon. Már a könykömön jön ki, már rongyosra olvastam, nem tudom hány kiadást belőle, de attól még én szeretem.” (Sára, 61 éves)

A válaszok alapján inkább azt mondhatjuk, hogy a hangoskönyvek jelenlétét és fogyasztását ezeken a platformokon egyfajta járulékos dologként fogták fel. Úgy véljük, ez valamelyest magyarázhatja, hogy bár hangoskönyveket az online könyvedvelő mintánknak több mint egyötöde fogyasztott valamilyen rendszerességgel, szinte alig volt olyan válaszadó, aki költött is az ilyen termékekre. Elképzelhető, hogy pl. a Spotify-on történő fizetést sok válaszadó kognitív mintázataiban nem is a hangoskönyvekre kiadott pénzként realizálódott (mivel más dolgokat is fogyaszt/nagyobb rendszerességgel fogyaszt ezen a platformon, mint hangoskönyvet).

Hangoskönyveknél emellett meg kell jegyeznünk, hogy a fókuszcsoporthoz tartozókban (ahogy korábban az online mintában is látható volt) sem volt jellemző, hogy a hangoskönyv hallgatás elsődleges tevékenységként jelent volna meg.

„Hangoskönyv az nagyon ritkán, meg hogyha találok olyat, ami érdekel. Inkább munka közben, berakom a fülest, és akkor ezt úgy hallgatom” (Miklós, 34 éves)

Míg az e-könyv vagy nyomtatott könyv olvasását úgy jellemezték a válaszadók, hogy amikor csinálják, akkor az olvasás az elsődleges koncentrációt igénylő cselekvés, ami a

figyelmüket leköti, addig a hangoskönyv hallgatása inkább mellékselekvésként jelent meg. A válaszadók felhozták, hogy pl. munka vagy autóvezetés közben szoktak hangoskönyvet hallgatni. Mint látható volt, az online kérdőívben is azt jelölték meg a formátum elsődleges előnyeként válaszadóink, hogy olyan időpontokban is lehet hallgatni, amikor egyébként nem tudnának olvasni.

7. Összefoglalás

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából az eKönyv Magyarország Kft. és a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. 2023 tavaszán kutatást végzett az olvasás iránt érdeklődő és interneten elérhető felnőtt népesség (1156 fő nem reprezentatív minta), valamint a teljes felnőtt magyar lakosság (1034 fő reprezentatív minta) könyvolvasási és könyvvásárlási szokásainak feltérképezésére.

A kutatás adatai egyértelműen megmutatják, hogy a felnőtt magyar népesség, illetve a könyvedvelő válaszadók körében is a nyomtatott könyv kiemelkedik az e-könyvhöz és a hangoskönyvhöz képest az elolvasott könyvek számának alapján. A könyvolvasó felnőtt népesség körében a szépirodalmi művek és a szórakoztató irodalom a legnépszerűbb műfajok, és e műfajokban mintegy 4-5-ször annyian olvasnak valamilyen gyakorisággal nyomtatottat, mint e-könyvet. A könyvforgalmi trendekkel összhangban tehát ez a kutatás is megerősítette, hogy a nyomtatott könyvek dominálnak: a felnőtt magyar népesség több mint negyven százaléka olvas valamilyen gyakorisággal nyomtatott könyvet, ez az érték e-könyvek esetén alig haladja meg a tíz százalékot, míg a hangoskönyveknél 7%. Az online kérdőívet kitöltő könyvedvelők vásárlási szokásaiból is a nyomtatott könyv dominanciája állapítható meg: míg nyomtatott könyvet több mint kétharmaduk vásárolt a választást megelőző negyedévben, addig ez az arány az e-könyvek esetében több az egyharmadnál, a hangoskönyveknél pedig mindössze 5%. Az egyharmad az e-könyveknél kiemelkedően magas a 2%-os piaci arányhoz képest.

A kérdőíves vizsgálattal egybehangzón a fókuszcsoporthoz tartozók is inkább az e-könyv technikai adottságait emelték ki arra kérdésre válaszolva, miért választják az elektronikus formátumot: a könnyebb hordozhatóság miatt, illetve azért, mert nem foglal helyet. A könyvedvelő online válaszadók fele használ valamilyen legális elektronikus könyvtárat (Magyar Elektronikus Könyvtár, Digitális Irodalmi Akadémia), de több mint negyven százalékuk illegális platformokat (is). Sokan a fókuszcsoporthoz tartozókból is felvállalták az illegális beszerzést. Ez utóbbi kapcsán az e-könyvek árát hozták fel indokként, ami hasonló a

nyomtatottakhoz: ezt a válaszadók többen indokolatlannak érezték. A szakmabelieket megkérdezve ugyanakkor az rajzolódott ki, hogy árcsökkentés csak akkor lehetséges, ha a jelenlegi 27%-os ÁFA kulcsot 5%-ra mérsékeli az állam, mert enélkül nem lehet érdemben csökkenteni az e-könyvek árát, miközben az olvasók nagyon árérzékenyek. A magas e-könyvár fenntarthatja az illegális letöltés iránti keresletet, ami nemcsak az ekönyvek, hanem a nyomtatott könyvek piacán is károsítja a szerzőket és a kiadókat és ezáltal gátolja a szektor gazdasági stabilitását és fejlődését.

Az illegális letöltések visszaszorításának fontos eszköze lehetne edukatív, oktató kampány indítása állami oldalról, vagy ezek támogatására irányuló állami pályázatok kiadók, könyvterjesztők részére. Tapasztalatink szerint nagyon sokan nincsenek tisztában vele, hogy az illegális letöltésekkel károsítják a kiadót, akár veszélyeztetve kedvenc szerzőjük vagy sorozatuk következő kötetének megjelenését. Az ilyen kampányok kiváló színterei lehetnének a hazánkban népszerű online platformok: a Facebook, YouTube, Instagram, vagy az újabban egyre nagyobb teret hódító TikTok.

Az általunk megkérdezett könyves szakemberek többsége azt tartja fontos akadállyal még az e-könyv terjedésében, hogy az olvasók tárgyként is szeretik a könyveket, ragaszkodnak hozzájuk fizikailag is, így a fizikai, nyomtatott könyv dominanciája fennmarad. Ezt az is jól bizonyítja, hogy a könyvpiac éves beételének kiemelkedően nagy hányad a karácsony előtti időszakban keletkezik, mert a könyv ajándéktárgyként továbbra is nagyon népszerű, és ezt a szerepet leginkább a fizikailag megfogható nyomtatott könyv tudja betölteni. Az e-könyveknél a nyomtatott könyvekhez hasonlóan a szépirodalmi és a szórakoztató irodalmi művek a legnépszerűbbek.

A hangoskönyvek esetében szinte minden adat azt támasztja alá, hogy a szépirodalom a legnépszerűbb kategória a hallgatók körében. Ugyanakkor az is látszik, hogy ez a formátum még nagyon kevésbé elterjedt hazánkban, aminek részben a megfelelő platform hiánya az oka, részben pedig a szűkös kínálat – ez a két tényező amúgy egy ördögi csapdaként össze is függ: amíg nincs platform, kevesebb lesz a hangoskönyv és amíg nincs elég hangoskönyv, addig nem lesz egy erre dedikált platform. A szűkös kínálatot a könyvszakma szerint állami pályázatokkal lehetne legeredményesebben bővíteni a magas bekerülési költség miatt. Az is kiolvasható az adatokból, hogy a hangoskönyvet hallgatók és a nyomtatott vagy e-könyvet olvasók halmaza jelentősen átfedő, de semmiképp se egybevágó. Vannak olyanok, akiket a papírkönyv nem ér el, de a hangoskönyv igen, mert a tartalmakra kíváncsiak nemcsak filmes, hanem hangformátumban is, ezáltal olyan emberekhez is eljuttatható az irodalom élménye,

akik máskülönben nem olvasnának. Itt is fontos kihangsúlyozni, hogy a terjedés komoly gátja a jelenlegi 27%-os ÁFA, ennek 5%-osra csökkentése ezen a piacon is pozitív hatással lenne. Az is látszik, hogy míg e-könyveket általában magyar webshopokból vásárolnak az olvasók, addig hangoskönyvek esetében a legelterjedtebb platformok a Spotify és a YouTube, ami abból fakad, hogy egyrészt még új ez a piac Magyarországon, másrészt még nem jött létre az a magyar platform vagy nem terjeszkedett Magyarországra egy olyan nemzetközi, sok országban nagyon népszerű platform, amit hangoskönyv hallgatására legszívesebben használnak hazánkban.