

Nagy Balázs

## Az újmédia szerepe az olvasóvá nevelésben

**Az olvasóvá nevelés folyamatának alapvetően tudatos és irányított, az újabb kutatási eredményeket is figyelembe vevő eljárásnak kell lennie. Manapság e kritérium teljesülésének az egyik fő akadályát sokan abban látják, hogy az újabb médiumok (internet, filmek, játékok) világa sokkal vonzóbb lett a fiatalok számára. A társadalmi változásokkal azonban nem lehet szembehelyezkedni, sokkal inkább alkalmazkodni kell hozzájuk. Az olvasói szokások megváltozása világméretű jelenség, a mai kor olvasói egyre több könyvön kívüli olvasási élménnyel találkozhatnak, ezért törekedni kell arra, hogy a pedagógusok mindezeket felhasználják az olvasóvá nevelés érdekében. A tanulmány arra keresi a választ, hogyan támogathatják az olvasóvá válást és az olvasó tájékozódását az újmédia eszközei. Először az olvasóvá nevelés témakörét járja körül, majd az újmédia jellegzetességeit és a kultúrára gyakorolt hatását körvonalazza, végül pedig ennek azon eszközeit, műfajait és alkalmazásait veszi sorra – az online folyóiratoktól a közösségi oldalakon át a könyvesvlogokig és podcastokig –, amelyek szerepet játszhatnak az olvasóvá nevelésben.**

### Az olvasóvá nevelés

Az olvasási tevékenységnek nemcsak közvetlenül ragadható meg a jelentősége, fontossága túlmutat az élmény- és ismeretszerzés, a nevelődés fogalmakörén. A gondolkodással való összefüggése miatt kevés olyan élettévékenység van, amelyben ne lenne felfedezhető a lenyomata. Nemcsak ezek a sajátosságai teszik különlegessé, hanem az emberi élet idődimenziójának a függvényében is egyediséget mutat. Nem pusztán akkor kezdődik ugyanis a hatása, amikor mi magunk elsajátítjuk az olvasás képességét, hanem már korábban: a számunkra felolvasott szövegek is formálnak bennünket, sőt bizonyos vélemények szerint már a szüleink olvasási szokásai is hatással vannak ránk. Ezért igen lényeges, hogy az olvasóvá nevelés folyamata tudatos és irányított, az újabb kutatási eredményeket is figyelembe vevő eljárás legyen. A tanulmány először röviden az olvasóvá nevelésben jelenleg megfigyelhető tendenciákat mutatja be, majd az újmédia jellegzetességeinek tömör felvázolását követően azokra az eszközökre, műfajokra és alkalmazásokra irányítja a figyelmet, amelyek támogatói lehetnek ennek a többszereplős és többtényezős folyamatnak.

A téma fontosságát az is jelzi, hogy az elmúlt években számos szakkikk (Cs. Czachesz 2001; Gasparicsné 2010; G. Gődény 2014; Vass 2016; Gönczöl 2021), interjú (Sallai 2015; Gósi 2016) és önálló kötet (Szilágyiné 2008; Szávai 2010; Gombos–Péterfi 2019; Pompor 2019) szól az olvasóvá nevelésről, található továbbá ezzel kapcsolatos weboldalak, illetve nemzetközi és országos szinten is olvasástársaságok (1) dolgoznak olvasásmotiváló programokon, és nemcsak szakfolyóiratokban, de magazinokban (2) is rendre megjelennek a témával kapcsolatos diskurzusok. Mindez azt bizonyítja, hogy a kutatókon és a pedagógusokon túl a szülőket és a szélesebb közvéleményt egyaránt foglalkoztató témakörrel van szó, amely időnként élénkebb vitákat is generál. Ezek a diskusziók többnyire a következő kérdéseket érintik: a klasszikus vagy a kortárs alkotások játszanak-e fontosabb szerepet az olvasóvá nevelésben; a hagyományos, nyomtatott művek vagy a digitális közegben

megjelenő tartalmak gyakorolnak-e nagyobb hatást korunk gyermek befogadójának a látásmódjára; milyen szempontokat kell érvényesíteni a kötelező olvasmányok kiválasztásánál, egyáltalán szükség van-e a szó szoros értelmében vett kötelező olvasmányokra, és ha igen, hogyan történjen ezek feldolgozása; a tanító-nevelő vagy az élményszerző funkció való-e előrébb. A kérdésekből is látszik, hogy komplex területről van szó, valójában az irodalomtudomány, a médiatudomány, a nyelvtudomány, a neveléstudomány, a szociológia, a pszichológia, a könyvtártudomány stb. nézőpontjainak együttes megismerése helyezheti új megvilágításba az olvasásról eddig gondoltakat. A téma komplexitását nemcsak az interdiszciplináris jellege adja, hanem a folyamatban részt vevők szereposztása is, hiszen ebben a rendszerben a családi és az intézményes nevelés szereplőinek egyaránt jól meghatározható funkciója van. Gyerekeknek, szülőknek és pedagógusoknak úgyszintén közös érdeke, hogy a felnövekvő generációk ne csupán olvasni tanuljanak meg, hanem olvasóvá válva az élményszerzésen és a nevelődésen túl az ön- és világismeret tekintetében is gazdagodhassanak, a véleményalkotástól az önkifejezésen át az önérvényesítésig számos területen fejlődhessenek.

A terület iránt elkötelezett szakemberek általában az első tíz életév relevanciáját hangsúlyozzák, de szinte közhelyszerű, hogy minél korábban indul az olvasóvá nevelés, annál hatékonyabb, és a zenei neveléshez hasonlóan erről is elmondható, hogy valójában már a születés előtt kezdetét veszi, azaz az olvasó édesanya tud irodalmat és olvasást szerető gyermeket nevelni. Újabb kutatások azt is megerősítik, hogy „a szülők iskolai végzettségének vagy épp az otthoni könyvvállomány mennyiségének döntő szerepe van a gyermekek olvasási kedvét illetően” (Gombos–Hevérné–Kiss 2015: 61). A folyamat felső határa véleményem szerint kevésbé rögzíthető – mivel minden gyermek kapott ilyen irányú impulzusokat kisiskolás koráig –, az olvasóvá nevelés később is tud miből gazdagodni, és amikor ennek a lehetőségeiről van szó, fontos, hogy ne csak azokat az eszközöket vegyük számba, amelyek az olvasóvá nevelendőkre, azaz a gyermekekre közvetlen hatást gyakorolhatnak, hanem azokat is, amelyeket a fenti cél érdekében a szülők és a pedagógusok felhasználhatnak, amelyek éppen őket segítik abban, hogy törekvéseik módszertanilag is megalapozottak legyenek.

A kutatók között konszenzus mutatkozik abban, hogy az olvasóvá neveléshez történeteken keresztül vezet az út. Élhetünk ugyan információs társadalomban, meghatározhatja mindennapjainkat a digitális közeg, az információátadás legalapvetőbb formája ma is a történetmesélés, ennek a személyiségfejlesztésben betöltött szerepe vitathatatlan, a reziliencia kialakításában, az ambivalens érzések kezelésében, a veszteségfeldolgozásban egyaránt funkciója van. Nyilván nemcsak az irodalmi értékű történeteknek, hanem például a családi történeteknek is megvan a fejlesztő hatása, az olvasóvá nevelés szempontjából viszont elsősorban azokra a gyermekirodalmi műfajokra támaszkodhatunk, amelyek otthoni és óvodai-iskolai környezetben is állandóan jelen vannak, és mind a közös, mind az egyéni befogadásra alkalmasak. Nem véletlenül kapott ezek közül prioritást a mese, amely a múltban is az olvasóvá nevelés alapműfaja volt, jelenleg pedig újra a fókuszba került. Pedagógusképző intézmények tanterveiben specializációt, önálló tantárgyat képvisel, főként óvodapedagógus és tanító szakos hallgatók több szemeszteren át, különféle kurzusokon foglalkoznak mesepedagógiával, mesemondással, meseterápiával. Az utóbbi időben más műfajok is vizsgálat tárgyát képezték, például egy kutatás az irodalmi elbeszélés fejlesztő hatására is ráirányította a figyelmet (Szórád 2017), de a mese „uralma” megkérdőjelezhetetlen. Egyetemessége és időtlensége okán a leginkább alkalmas

a gyermek készségeinek a fejlesztésére, az olvasóvá nevelésére, az egész személyiségének a formálására. Ahogy Kádár Annamária fogalmaz: „A gyermek folyamatos kíváncsiságát, miértjeit nem lehet kielégíteni természettudományos ismeretekkel. Arra, hogy otthonosan érezhesse magát a számára rejtélyekkel teli világban, a mesék adnak lehetőséget” (Kádár 2013: 43). Ez az örökérvényű igazságokat közvetítő műfaj bőséggel kínál olyan magatartásmintákat, amelyek megkönnyítik a tipikus élethelyzetekben való viselkedést, és segítenek eligazodni a világban. Azáltal, hogy elfogadásra is nevel, fejleszti a gyermek érzelmi-szociális intelligenciáját. Felkészít a kihívásokra és a megpróbáltatásokra, az olvasóvá válás szempontjából pedig a legnagyobb hozadéka a belső képteremtő képesség kialakítása. „Kisgyermekkorban a mesehallgatás élménye belecsepegteti a gyerekekbe az olvasás, mint kellemes tevékenység érzését, és emellett a kulturális tudás jelentős részével is megismerteti őket” (Cole 2003: 343). Negatív tendencia, hogy a mesehallgatás az iskolába lépést követően gyakran megszakad, holott ennek nem lenne szabad elmaradnia, még akkor sem, ha az iskola már elsődlegesen nem az olvasóvá nevelésre, hanem az olvasástanításra fókuszál. A mesével való foglalatosságnak a kisiskolás kort követően is fontos szerepe van, az összetettebb művek értelmezéséhez és élvezetéhez csak ezen keresztül vezethet az út, nem véletlenül kezdődnek az ötödik osztályos irodalomtankönyvek a mesével kapcsolatos nagyobb fejezettel.

Az újabb módszertanoknak és az olvasóvá neveléssel kapcsolatos jó gyakorlatoknak egyaránt sajátossága, hogy komplex tevékenységekben gondolkodnak. Ahogy egy gyakran alkalmazott mesepedagógiai módszernek – Népmesekincstár – is az a lényege, hogy a mesélés összekapcsolódik a mozgással, a kézművességgel, az alkotás különböző formáival, illetve más folklórműfajokkal (Bajzáth 2018), az olvasóvá nevelés egyes modern eljárásai is sokszor projektek alakját öltik, esetleg ötvöznak interaktív módszereket, olyan eljárásokat, amelyek kölcsönöznek a játékpedagógia és az élménypedagógia eszköztárából is. Ideális esetben mindez egyfajta holisztikus szemléletet képviselve a személyiség teljesebb fejlesztését szolgálja, másrészt az olvasást izgalmasabbá, élményszerűbbé teszi. Erre azért is van szükség, mert amikor gyerekeket kérdeznak az olvasásnak mint szabadidős tevékenységnek a háttérbe szorulása felől, akkor a válaszok között az időigényesség mellett az unalmasság is megjelenik. Abban, hogy miért válik kevés gyermekből olvasó, a rossz szövegválasztástól a felnőttek negatív példáin át az olvasástudás hiányosságaiig számtalan tényező szerepet játszik (Adamikné 2007), mindenesetre, ahogy az anyanyelvtanításban és az irodalomtanításban szükség van a tantárgy-pedagógiai megújulásra, úgy az olvasóvá nevelés sem nélkülözheti az új eljárásokat. Ehhez nyújt például ötleteket az a Pompor Zoltán által szerkesztett kötet, amely konkrét könyvajánlókon túl gyakorlati tanácsokat is próbál adni az olvasóvá neveléshez (Pompor 2019). Olvashatunk benne könyves eseményekről, könyvtárhasználatról, az orientálódásunkat megkönnyítő könyves sikerlistákról és gyermekirodalmi díjakról, sőt könyves kihívásra is akad példa, de ami a leginkább említésre méltó, a kötet ráirányítja a figyelmet egy magyar fejlesztésű digitális mesetárra, amely animált meséket, interaktív könyveket tartalmaz. A Gutenberg-galaxis alkotásaihoz képest merőben más ez a szféra: valójában már átvezet abba a közegbe, amelyet sokan éppen az olvasóvá nevelés fő akadályának tekintenek. Az alábbiakban, amikor az olvasóvá nevelésről lesz szó, nem releváns, hogy az olvasási tevékenység nyomtatott vagy elektronikus felületről történik-e.

Napjainkban ezzel a tényezővel kapcsolatban is megoszlanak a vélemények, bár a frissebb vizsgálatok inkább a papíralapú olvasás hatékonysága mellett érvelnek (Clinton 2019).

Joggal vetődik fel a kérdés, hogy ha a kisgyermekkorú mesehallgatás következtében jelentős mértékben bővül a gyermek szókincse, nagy fejlődést mutat a nyelvtani formák ismerete, továbbá az óvoda és az iskola közötti átmenet is problémamentesnek bizonyul, akkor miért válik mégis kevés gyermekből olvasó. Az akadályok között jelen vannak a különböző médiumok, amelyek világa idővel sokkal vonzóbbá válik a gyermekek számára. A meseigény kielégítésének eszköze részben a mozgókép lesz, holott az nem tudja az olvasás nyelvi funkcióját kiváltani. A digitális játék a gyerekek életének szintén meghatározó örömforrása, ezzel azonban az a legnagyobb probléma, hogy nem kell benne elképzelni semmit, nem veszi igénybe a belső képalkotó képességet; a cél elérése a fontos, nem pedig a szimbólumok felismerése, nem beszélve arról, hogy legtöbbször idő sincs a látottak feldolgozására (Tari 2011). A társadalmi változásokkal azonban nem lehet szembehelyezkedni.

### **Olvasás és újmédia**

Az olvasói szokások megváltozása világméretű jelenség, a mai kor embere egyre több könyvön kívüli olvasási élménnyel találkozik, és ez más képességek használatát is igényli és fejleszti, ilyen például az információkeresésben való jártasság. Nem véletlenül különítik el egyes szerzők az olvasási célnak megfelelő olvasási, illetve értelmezési módokat. „A hagyományos, lineáris módszer mellett, amely elsősorban összefüggő, szépirodalmi szövegek olvasására szolgál, a tájékozódó, információszerző, ellenőrző célú olvasás megfelelő stratégiáit – áttekintés, átfutás – is meg kell ismertetni velük. Ez utóbbinak különösen azért van nagy jelentősége, mert az internetolvasás ilyenfajta módszert kíván” (Gasparicsné 2010: 92). Az újmédiában rejlő veszélyek mellett észre kell venni a benne megmutatózó lehetőségeket is, hiszen ezek az olvasóvá nevelés folyamatát számtalan módon támogathatják. Mindenekelőtt célszerű azonban az újmédia közel sem egyértelmű és rögzített fogalmát megvizsgálni, hiszen tartalmának az elmúlt évekbeli változása és a kifejezés írásmódjának a kettőssége (új média – újmédia) egyaránt a definiálatlanságára utal. (Jelen tanulmány az egybeírt változatot használja, érzékeltetve, hogy a minőségjelző nem csupán kronológiai vonatkozásokat hordoz, a hivatkozásoknál viszont a forrásokban eredetileg használt változatok jelennek meg.) Nehéz meghatározhatósága részben abból ered, hogy az értelmezésében fontos az információs technológia szerepe, de mégis csak közvetett módon kapcsolható az informatikához, és a médiatudományok korábbi fejleményei sem segítenek ebben eligazodni.

Az első meghatározó teoretikusának számító Manovich alapművében öt alapelv mentén kísérel meg ezt a szerinte a számítógép és a kultúra rétegéből álló jelenséget magyarázni (Manovich 2001). A numerikus reprezentáció, a modularitás, az automatizálás, a változtathatóság és az átkódolás alapelvei mellett más, olyan ismérveket is megemlít, amelyek a későbbi elméleteknek is nélkülözhetetlen összetevői. Ilyen az interaktivitás, amely szerinte önmagában szintén keveset mond a médiumokkal kapcsolatban, és új sajátosságnak sem feltétlenül nevezhető, hiszen már az 1960-as évektől megjelenő alkotásmódok részvétellé alakították a művészetet. Érdekes ebből a szempontból Daniels munkája, amelyben felvázolja az interaktivitás paradigmájának történeti változását, és rámutat

a technológia és az ideológia közötti határvonal elmosódására (Daniels 2008). Az újmédia újdonságát leginkább megmagyarázó minőségei közül a hazai kutatók többsége is kiemeli az interaktivitást. Így tesz Szakadát is, akinek a terminusai között egyaránt megjelenik a multimédia, a digitális média, a hálózati média, a hipermédia és az interaktív média (Szakadát 2007). A terminológia problematikusságára Szűts Zoltán ugyancsak rámutatott – újmédia, hipermédia, multimédia, intermédia –, ez némileg még napjainkban is érzékelhető (Szűts 2013), és a hazai mellett a nemzetközi diskurzust is jellemzi (Siapera 2018). Gyakran hozzák kapcsolatba az újmédia fogalmát a web 2.0 megjelenésével, van, aki azonosítja is azzal (Koltay 2010). Ez utóbbi tartalmával összefüggésben irányadó lehet Gerencsér tanulmánya, aki amellet, hogy megrajzolja a web 2.0 interpretációs hagyományait – informatikai-technológiai, üzleti-közgazdaságtani, kulturális-társadalmi –, rámutat azokra az ideológiákra is – részvételi paradigma, tömeg rehabilitációja, mindennapi élet emancipációja –, amelyek a demokrácia kiterjesztésének az irányába hatnak (Gerencsér 2019).

Az újmédia új jelzője kissé semmitmondónak tűnhet, még le nem zárt strukturális változásokra enged következtetni, az elnevezés mégis indokolt, hiszen a digitális vagy az interaktív médiánál tágabb jelentéskörrel van szó, amelyben az eddig elkülönülő médiumok és műfajok is tovább élnek és átfedésbe kerülnek (médiakonvergencia) (Rétfalvi 2012: 361). Rétfalvi törekszik a történeti kontextus bemutatására, a technikai, a társadalmi változások függvényében szemléli az újmédiát, majd információforgalmi minták révén próbál tipológiát alkotni az újmédia csatornáinak a feltérképezésére. A magyar tudományos diskurzusban megkerülhetetlen Forgó Sándor meghatározása, akinek kutatásai nemcsak körüljárták a fogalmat és az oktatási-tanulási környezettel kapcsolatos összefüggéseit, de az újmédia mint diszciplína megalapozásában is tevékeny részt vállaltak (Forgó 2013). Forgó megközelítésmódja azzal jellemezhető, hogy az újmédián egy olyan integráló fogalmat ért, azaz az információs kor eszközein és webes alkalmazásain túl, amelyeknek már korábban is a lényegi sajátosságai közé tartozott a digitalizáció, az interaktivitás, a hipertextualitás, a hálózatoság és a virtualitás (Aczél 2015: 141). A fogalmat kiterjeszti a tartalomszervezésre és megosztásra, valamint az ezzel kapcsolatos narrációs technikákra (Forgó 2014). Ez a már közel sem eszközközpontú és technológiai determináción alapuló megközelítés nagymértékben számol módszertani kérdésekkel és az oktatás jelenlegi kompetenciarendszerének az átalakulásával (Forgó 2018). Aczél Petra gondolatmenetében szintén fontos az újmédia jelenségeivel kapcsolatban érzékelhető „új információs viselkedés”, az „új figyelem” és az „új tanulási stílusok” jelenléte, amelyek már főként az alkalmazott médiakutatás területeit érintik (Aczél 2015). Fehér Katalin a mediatizáció kiterjesztő funkciójának bemutatásával érzékelteti azokat a mélyreható változásokat, amelyek napjaink kulturális jelenségeiben is meghatározóak (Fehér 2017). Újmédia-definíciójában megjelenik a technológia (digitális eszközrendszer, online hálózati összekapcsoltság), az interaktivitás (valós idejű interakciók és tranzakciók), ugyanakkor fontos meglátása, hogy az újmédia „kannibalizálja a hagyományos médiát és az új média korábbi verzióit” (Fehér 2016: 28). Valójában az újmédia számtalan jelenségével kapcsolatban fennáll a kettősség, a határhelyzetben való értelmezhetőség, az ó és az új szinergiája, legyen szó az alkotásmódokról, a vegyes formákat képező műalkotásokról vagy az írásbeliség és a szóbeliség összeérő határaitól (Nagy 2014).

A következőkben néhány olyan lehetőséget mutatok be, amelyek az újmédia-műveltség részeként támogathatják az olvasóvá nevelést. Az említett eszközök, alkalmazások, műfajformák közös sajátossága, hogy használatuk digitális környezetben történik, teret nyithat a kreativitásnak, többnyire a közösségiség élményét adja, sőt lehetővé teszi új típusú közösségek, csoportok szerveződését, például témaközösségek létrejöttét, támogatja a részvételi kultúra formálódását, együtt jár a hagyományos médiumok megsokszorozódásával, a különböző tartalmak hibridizálódásával, új műfajok létrejöttével, összefoglalva magában hordozza az újmedialitás fontos sajátosságait. Felhasználásuk blended módszerként, az újmédia és a hagyományos oktatás eljárásait ötvözve is segítségül szolgálhat abban, hogy a felnövekvő generációk tagjai az irodalom és az olvasás iránt érdeklődő, az említettek vonatkozásában a véleményalkotás igényével fellépő fiatalokká váljanak.

### **Olvasástámogatás újmediális eszközökkel**

A 2000-es évek elejére datálható azoknak a magyar online irodalmi folyóiratoknak a megjelenése, amelyek közvetlen és közvetett módon is sokat tettek az irodalmi élet alakításáért, írók és művek megismertetéséért, az olvasók orientálásáért, és ha ez egzakt módon nem is mérhető, az olvasóvá nevelés törekvéseiért. Nem arra kell gondolni, hogy az említett oldalak számottevő mértékben közvetítettek volna gyermekeknek szánt olvasnivalót. Ehelyett teret adtak gyermekirodalommal (is) író szerzőknek, gyermekirodalommal és olvasóvá neveléssel kapcsolatos termékeny vitáknak, ebbe a témakörbe tartozó kritikáknak, bemutattak és ajánlottak olyan alkotásokat, amelyek éppen ezáltal lettek ismertek, széles körben népszerűek. Egyes folyóiratok tematikus rovatokkal tették hatékonyabbá mindezt – ilyen a *Tiszatáj online Plüss Műhelye* (3), a *Bárka online Papírhajó* (4) című rovata vagy az *f21 (A fiatalság százada) Gyermek- és ifjúsági irodalom* rovata (5) –, más portálok pedig, ha nem is rendszeresen, de időről időre szintén közölnek ilyen típusú szövegeket. Legutóbb a *Kortárs* indított ifjúsági irodalommal foglalkozó sorozatot *±18* címmel a nyomtatott változatában. Fontos lenne, hogy az olvasóvá nevelést közvetlenebbül befolyásolni képes pedagógusok ismerjék ezeket a tartalmakat, tudjanak az említett, elsősorban digitális orgánumok kezdeményezésein túl az *Alföld online*, a *KULTer*, a *Spanyolnátha*, a *Prae* stb. ilyen jellegű írásairól, amelyek által hírt kaphatnak friss megjelenésekről, tájékozódhatnak a témát érintő eseményekről, interjúkat olvashatnak szerzőkkel. Továbbá módszertani ötleteket is meríthetnek, amelyek hatására bátrabban fognak kézbe venni és felhasználni egy-egy kortárs szöveget, olyan, akár nyomtatott vagy elektronikus tartalmat, amely a tanítványaikra és a környezetükre is ösztönzőleg hathat. Ezeken a felületeken rendszeresen jelennek meg pályázatok, ezáltal az olvasó emberből író, aktív tartalomalakító felhasználó is válhat. Az említett oldalak közül is kiemelendő az immár 20 éve működő *Litera* című irodalmi portál, egy „olyan kulturális kezdeményezés, melynek elsődleges célja minőségi, friss szépirodalmi, kritikai és publicisztikai szövegek, interjúk és hírek közzététele az olvasó, irodalomértő és művészetkedvelő közönség számára” (6). Az oldal figyelme időnként kiterjed a gyermek- és ifjúsági irodalomra, az olvasóvá nevelésért pedig ennél jóval többet is tesz. A múltban lezajlott „*Olvassunk együtt!*” című kampánya, illetve programsorozata elszegényedett családok, gyerekek és szülők rendszeres olvasását segítette elő számos helyszínen, közismert emberek bevonásával. Szintén sikeres volt az *Olvasóliget* című sorozata, amelynek keretében kortárs írók olvastak fel műveikből fővárosi és vidéki „ligetekben”. A *Litera* arra is jó példa, hogyan lehet

kihasználni a digitális felület adta lehetőségeket, hiszen tévét és podcastet is működtet, és aktívan jelen van a közösségi portálokon. Pályázatai, versenyei és kampányai számtalan esetben nyíltak, így érvényre juttatják az újmédia interaktív tulajdonságát, és ugyanígy jellemzi az eseményekre való gyors reagálás, az azonnaliság. A tradicionalitás és az újszerűség, a szakmának és a köznapi olvasónak való megfelelés egyszerre alakítja a létmódját.

Az irodalmi nyilvánosságot is átalakító internetet az online irodalmi folyóiratok létrejöttével körülbelül egy időben kezdték megtalálni azok az alkotók, akik fontosnak tartották, hogy írói honlapjukon keresztül is kapcsolatuk legyen az olvasókkal. Egy szerzői honlap a bemutatkozáson túl általában tartalmaz műveket vagy műrészleteket, sajtómegjelenéseket és aktuális híreket. Az alkotó írásaival vagy fellépéseivel kapcsolatos hírek a művei iránti érdeklődés felkeltését célozzák, ugyanígy a részletek is a teljes mű vagy az életpálya más részeinek az elolvasására ösztönöznek. Ezek az oldalak azonban csak korlátozottan engednek teret a visszacsatolásra, egyesekre végképp nem jellemző a participativitás, mások esetleg tovább oszthatóvá teszik a tartalmaikat. Külön menüpont van a gyermekirodalmi műveknek Lackfi János, Tóth Krisztina, Szabó T. Anna honlapján, és többnyire gyermekeknek szánt műveket ajánl Varró Dániel, Berg Judit, Bartos Erika oldala. Sokrétűbben használhatók az említett és más alkotók hivatalos szerzői Facebook-oldalai, amelyek valóban megvalósítják az interaktivitást, és a többi újmediális sajátosságot is felmutatják, nem véletlenül kapcsolódik össze szorosabban az újmédia és a közösségi média fogalma. A világ legnépesebb közösségi portálja adta lehetőségekkel Magyarországon is sok szerző él, több alkotó épít így arculatot, és használja ki a nyomtatott közegben való megjelenéssel párhuzamosan vagy attól függetlenül is az online szövegek közlés lehetőségét. Jó példája ez a remediáció (Fehér 2016), a médiumok egymásra hatásának, az újmédiának a régire, a hagyományosra való visszahatásának, hiszen többen éppen a digitális közeg hatására vesznek kezükbe nyomtatott könyvet, vagy kezdenek el érdeklődni egy szerző életműve iránt. Beszédes, hogy az említett alkotóknak több tízezer követőjük van a Facebookon, és a bejegyzéseik is rendre több száz lájkot kapnak, posztjaikat rengetegen osztják meg, illetve egészítik ki hozzászólásokkal. Ezek a bejegyzések az oldal tulajdonosának is visszacsatolást adnak, ugyanakkor szerepet játszanak a teljes közösség véleményformálásában. Megfigyelhető, hogy „az irodalmi nyilvánosság helyei, egyes viták átkerülnek internetes irodalmi folyóiratok cikkeihez írt kommentekbe, online médiumok fórumaira, vagy akár a Facebookra” (Balogh 2010: 6). A kollektivitás tehát új helyzetbe került, egy-egy oldal köré olyan aktív és motivált közösség csoportosul, amelyik az adott szerzőn kívül valószínűleg az irodalom más szegmensei iránt is érdeklődik, és megismer olyan tartalmakat, amelyeket eredendően nem lett volna célja megnézni. Napjainkban az olvasási és a tanulási tevékenységek rendkívüli mértékben gazdagodnak ezekkel a „mellékesen” megtalált információkkal, témákkal, asszociatív módon elért tartalmakkal.

A Facebookon nemcsak az egyes írók és költők oldalai érdekesek ebből a szempontból, hanem azoknak az irodalmároknak, irodalom- és kultúraszervezőknek a lapjai is, akik nem vagy nem elsősorban az írásaik révén ismertek, de jelentékeny szerepet játszanak az irodalmi élet, az irodalomról való közbeszéd alakításában, az ez irányú szemléletformálásban. Ilyen Juhász Anna, illetve a Juhász Anna Irodalmi Szalon vagy Nyáry Krisztián és a nemcsak a közösségi médiában, hanem más online felületeken is aktív Szabados Ágnes vagy Ott Anna. Szabados Ágnes 2017-ben indította útjára

a Facebookon a „*Nincs időm olvasni kihívás*” elnevezésű csoportot, amely azóta is dinamikusan működik, és mára több mint 40 ezer tagot számlál. Néhány év alatt sok könyvajánló született, amelyek moderáláson is átesnek, hogy csak az olvasmányok kiválasztásában ténylegesen segítséget nyújtok jelenhessenek meg. A nyilvános csoport leírásában az adminisztrátorok tanácsokat is adnak az ideális poszt megírásához, és azokra a tartalmakra szintén felhívják a figyelmet, amelyek nem valók egy könyvajánlóba. Értékelendő az a törekvés, amely az átlagolvasótól is elvárja a minőséget, az adekvát megnyilvánulást, az egzakt fogalmazást, a gondolatoknak az idézetekkel való alátámasztását, az ismétlődések elkerülését és a kritikai szemléletet. A bejegyzésekből létrejövő kínálat természetesen műfaji, stilisztikai és esztétikai szempontból egyaránt heterogén, de nem is ez a legfontosabb, hanem ami összeköti a csoporttagokat és a látogatót: a könyvek iránti érdeklődés és az olvasás szeretete. Az újmediális közegben érvényesül egy erős szelekciós hatás, az értéktelen és az emberek érdeklődésére számot nem tartó szöveg hamar kirekesztődik a diskurzusból, és a perifériára sodródik. Az alapján véve felnőttolvasmányokat sorjázó oldalon számtalan olyan poszt is olvasható, amelyben szülők cserélnek véleményt gyermekirodalmi alkotásokról, esetleg kérnek tanácsot vagy könyvajánlást egy bizonyos témához, esetleg korosztályhoz kapcsolódóan. Kis túlzással olvasásszociológiai vizsgálatot érdemelne az itt nyomon követhető hozzászólások tömege, sőt a posztokat kísérő fotók is sok esetben szimbolikus jelentőségűek.

Egy-egy borító vagy akár tudatosan kiválasztott belső lap bizonyos környezetbe, esetleg másik könyv mellé helyezve asszociációk sokaságát keltheti. Ezen a ponton kell kitérni egy másik népszerű közösségi hálózatra, amely fényképek és rövid videók okostelefonon történő megosztásán alapul. Az Instagramra feltöltött képeket és videókat a felhasználók különböző, esetleg művészi hatású effektekkel/szűrőkkel láthatják el, feliratozhatják és beállíthatják a készítésük helyét is. A képmegosztó platform és az irodalom több ponton is érintkezhet, gondoljunk csak az Instagramon is terjedő irodalmi mémekre vagy az instaköltészetre, témánk szempontjából azonban relevánsabb a „Bookstagram”, a könyvekkel összefüggő Instagram-oldal, ahol kötetek ajánlására, olvasmányélmények megosztására használják a platformot. A magyar és külföldi könyvkompozíciók a technikai megoldásokat tekintve is rendkívül változatosak, némelyik már-már önálló művészeti alkotásnak tekinthető. Vannak minimalisták és túlzásfolt látványt nyújtók, egyesek csendéletet asszociálnak, mások pedig előnyben részesítik a könyvhöz mint fizikai objektumhoz szorosabban hozzátartozó klasszikus helyszíneket és tárgyakat, például könyvespolc, könyvtár, könyvesbolt. Helyenként ezek között is találhatunk könyveskihívásokat, sőt néhány kiadó vagy szerző egy-egy új megjelenésű könyv népszerűsítésére „Bookstagram-tour” nevű projekteket indít, amelynek során több napon keresztül más-más személy (bookstagrammer) posztol az adott könyvről értékelést vagy egyéb tartalmakat. Az utóbbi jelenség már inkább a marketingkommunikáció, illetve a képi tartalommarketing témáját érinti, amelynek jellegzetességeit és összetevőit egyre tudatosabban használják a legkülönbözőbb alkotások és termékek népszerűsítésében. Veszelszki tanulmánya ugyan teljesen más szférában mutatja be az Instagram-képek meggyőzési stratégiáit, jól érzékelteti a vizuális retorika egyre növekvő jelentőségét (Veszelszki 2019). Természetesen nem csak a marketinget kell látnunk a gyakran éppen ezért pejoratív kicsengésű influenszerségben. Még ha egy ilyen sok ezer követővel rendelkező véleményformáló értékesít is termékeket, érdemes globálisan megítélni a tevékenységét, a társadalmi-kulturális szerepvállalását.



A már említett Ott Anna, a hazai irodalmi élet ismert influenszere rengeteg embert inspirál olvasásra. Leginkább az Instagramról ismert, de a Facebookon is aktív, a YouTube-on szintén jelen van, és weboldalán is minden az „olvass” hashtagnek (#olvass) van alárendelve. Nem tiltakozik az influenszerség ellen, tudatában van a több mint harmincezer követő jelentette felelősségnek, és hitvallása szerint egyetlen célja, hogy ha elolvas egy jó könyvet, azt sokaknak ajánlja (7).

A 2005-ben indult YouTube, az újmédia egyik emblemikus színtere, a számtalan csatornával rendelkező és mára professzionálissá vált videómegosztó olyan kommunikációs formát hozott létre, amely szintén rendkívül népszerű a fiatalok körében, és a hozzászólási felületén megteremti az érdemi párbeszéd lehetőségét a látott videóblogokkal vagy röviden vlogokkal kapcsolatban. Valójában tematikus műfajként is tekinthetünk azokra az olvasással kapcsolatos könyvesvlogokra, amelyeknek a hazai képviselői között is vannak a tevékenységükre hobbiként tekintő, néhány ezer feliratkozót számláló amatőr tartalomgyártók, ilyen például a *Faltól falig* (8) vagy a *Milkshake Books* (9) című könyvesvlogok készítője, és vannak a már említett influenszerek, akik szakmai képzettségüket és az online retorikát is tudatosan használva építenek márkát, miközben ismereteket is terjesztenek. Ez utóbbira példa a már említett Szabados Ágnes, akinek a *Mutasd a könyvespolcod!* című videói részenként több tízezer megtekintésnél tartanak (10). Vlogjában közismert emberek könyvespolcát veszi szemügyre, miközben három kedvenc könyv kiválasztását és rövid bemutatását is kéri tőlük. Valójában a könyvajánló leghitelesebb formája mindez, hiszen számunkra kedvelt közszereplők és érdeklődésre számot tartó emberek nyújtanak bepillantást a személyes szférájukba, és osztják meg élményeiket egy-egy könyvről. A műsor narratíváját tehát kettős választás alakítja, egyrészt meghatározó, hogy éppen ki lesz a vlog ötletgazdájának a kiszemeltje, másrészt mely olvasmányokról fog a házigazda beszélni. Szabados Ágnes eddigi beszélgetőtársai között vannak tágabb kontextusban értett szakmabeliek, azaz az irodalommal napi kapcsolatban lévő írók és irodalmárok, színészek, ugyanakkor televíziós személyiség, zenész és olyan hivatásos vlogger, illetve influenszer, aki immár évtizedes múlttal és tapasztalattal rendelkezik az újmediális közeg használatával kapcsolatban. Az online jelenlét és az itt szerzett ismertség visszatükröződik az egyes könyvesvlogok megtekintési adataiban is. Így elsőre talán furcsa, hogy például nem Grecsó Krisztián könyvespolca vonzotta leginkább a YouTube-csatorna látogatóit, és érte el az eddigi legnagyobb nézettséget, hanem 72 ezer megtekintéssel toronymagasan vezet a Viszkok Fruzsival folytatott beszélgetés. Hiába téma tehát az irodalom és az olvasás, ennek a közegnek a célközönsége nagyobb mértékben volt kíváncsi a szépségápolással és az életmóddal kapcsolatos vlogjai révén ismertté vált fiatal youtuberre, aki az újmediális közeg különböző csatornáin jelentős követőbázist épített ki. Az említett vlogok nemcsak a bennük folyó diskurzusok kapcsán gyakorolnak hatást, a látvány szintén fontos összetevője a közvetített értékrendnek. Az olvasóvá nevelésben ugyanis szerepet játszhatnak a környezeti elemek, amelyek a könyvhöz mint tárgyhoz való viszonyulásnak is a kifejezői. Egy gyönyörű és gazdag könyvespolc, bizonyos köteteknek az azon lévő helye és elrendezése önmagában is szemléletformáló lehet. A hozzászólások megerősítik azt a fajta inspirációt és missziós szerepet, amelyet a *Mutasd a könyvespolcod!* című vlog betölt.

Végül essen szó egy szintén kedvelt újmediális műfajnak az irodalomközvetítő funkciójáról. A korábban említett eszközökhöz hasonlóan ugyancsak az új évezredhez köthető az általában hangfájlalapú, interneten hallgatható vagy letölthető műsor vagy műsorfolyam, a podcast. Hallgatását okostelefonos

alkalmazások is segítik, amelyek értesítenek az újabb adásokról, megjegyzik, hogy melyik műsort hallgattuk már meg, vagy hol hagytuk éppen abba a hallgatásukat, feliratkozva rájuk pedig értesítést küldenek az új epizódok megjelenésekor. Tartalmukat tekintve heterogenitás jellemzi őket, leginkább egy rádióadásra emlékeztetnek, viszont illet bárki készíthet és közzétehet, tehát ez is jól illeszkedik az „alkotó-fogyasztó” (producer+consumer=prosumer) személye által meghatározott jelenségek körébe. Általában beszélgetős jellegű, rendszeresen frissülő epizódokról van szó, amelyek tartozhatnak egy önálló podcastcsatornához, de lehetnek részei egy tematikus weboldalnak. Erre példa a *Litera Podcast* (11) vagy az online *Könyves Magazin* (12) podcastje. Utóbbi esetében egyedi címen futó sorozatokat is el lehet különíteni egymástól. Ilyen az *Első* című podcastsorozat, amelyben a megkérdezett szerzők első publikált szövegükről beszélnek, vagy a Civil Rádióval együttműködésben készített *10 Perc Könyves* az adott hónap legérdekesebb témájáról, könyvéről és adaptációjáról. A legismertebb könyvespodcast pedig nem tartozik sem online folyóirathoz, sem más médiumhoz, 2019-ben a podcastek gyártására specializálódott cég, a Betone Stúdió hívta életre Szabados Ágnes ötlete nyomán és az ő műsorvezetésével. Ő 75 epizód után búcsúzott el a *Lapozz a 99-re!* című sorozattól, amelynek minden adásában egy ismert ember mesélt élete könyvéről, és a ma is meghallgatható, bő félórás műsorok könyvajánlóval zárultak. A könyvek közötti orientálódást a weboldalon található rövid szöveges összefoglaló is segíti, amelyben mindig külön felsorolják az adott epizódban megjelenő műveket. A produkció köré közel ötvenezres közösség épült, és a követői több százezer meghallgatással tüntették ki, 2021 tavaszán a színész-rendező, Vecsei H. Miklós vette át a műsorvezetést. A tervek biztatóak voltak, de az oldalról jelenleg elérhető legutolsó epizód 2021. júniusra datálódik, és a folytatásról egyelőre semmit nem lehet tudni.

## **Összegzés**

A fenti példák alátámasztják, hogy az említett közegben a médiafogyasztás párhuzamosan több csatornán keresztül valósul meg, a véleményformálók jelenlétét az együttes, összekapcsolt megjelenés jellemzi (Glózer–Guld 2015). Felelősségük nemcsak a felhasznált csatornák (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube stb.) számával arányos, népszerűségük éppen azokban a korcsoportokban a legnagyobb, amelyek még relevánsak az olvasóvá nevelés szempontjából. Az újmédia eszközei többféleképpen támogathatja az olvasmányok iránti érdeklődés felkeltését és a könyvek világában való eligazodást. Egyaránt segítheti az olvasóvá nevelők és az olvasóvá nevelendők ismeretszerzését és tájékozódását, ugyanakkor a sok előnye mellett felvethet néhány problémát is ezek használata a személyes, a társas kapcsolatok, a közösségi élet és a kommunikáció terén (Molnár 2014). Molnár utal többek között az elszemélytelenedésre, a hagyományos kommunikációs formák sérülésére, és említi a hagyományos kultúra jegyeinek a csorbulását is, amelynek kapcsán érdemes elgondolkodni még Medovarszki István tanulmányán, amelyben hangsúlyozza, hogy a kulturális tudás feldolgozása és átadása csak tudományok közötti megközelítéssel és a különböző tudományterületek összehangolt munkájával lehet eredményes (Medovarszki 2020).

Az újmédiával kapcsolatba hozható tevékenységformák nemcsak közvetlenül gyakorolhatnak hatást, hanem produktívan jól integrálhatók az iskolai gyakorlatba. Egy Bookstagram-kompozíció megalkotása,

egy adott könyvhöz kapcsolódó vlog elkészítése vagy egy olvasmányhoz kapcsolódó bejegyzés megírása izgalmas feladatokká is válhatnak. Egy olvasással összefüggő kihívás ugyancsak megvalósítható iskolai környezetben, adaptálva az újmediális közegből származó tanulságokat. Ekkor úgy valósul meg az olvasóvá nevelés és az irodalmi ismeretszerzés, hogy a fókuszba a produktivitás, az egyéniség kibontakoztatása kerül, amelyre napjaink (irodalom)tanítási folyamatában a legnagyobb szükség van. Ezzel kapcsolatban figyelmet érdemel Fűzfa Balázsnak az irodalomtanítás innovációjáról és ennek akadályairól szóló írása (Fűzfa 2021). Mindent összevetve az olvasóvá nevelés egy régi, de aktualitásából semmit sem veszített terület, amelynek fontossága várhatóan a jövőben sem fog csökkenni, és eszközei is tovább gyarapodnak majd.

### Irodalom

Aczél Petra (szerk.) 2015. *Műveljük a médiát!* Wolters Kluwer. Budapest.

Adamikné Jászó Anna 2007. Okozat és okok korunk olvasáskultúrájában. *Könyv és Nevelés* 9(2): 31–42.

Bajzáth Mária 2018. *Mesefoglalkozások gyűjteménye 1.* Kolibri. Budapest.

Balogh Endre 2010. Hosszú az internet, rövid az élet. *Prae*.  
[https://www.prae.hu/prae/content/journals/Prae\\_44\\_bellapok.pdf](https://www.prae.hu/prae/content/journals/Prae_44_bellapok.pdf) (2021. október 30.)

Clinton, Virginia 2019. Reading from paper compared to screens: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Research in Reading* 42(2): 288–325. <https://doi.org/10.1111/1467-9817.12269>

Cole, Michael – Cole, Sheila R. 2003. *Fejlődéslélektan.* Osiris Kiadó. Budapest.

Cs. Czachesz Erzsébet 2001. Olvasás és nevelés az iskoláskor előtt. *Könyv és Nevelés*.  
<https://epa.oszk.hu/01200/01245/00010/cikk4.html> (2021. október 30.)

Daniels, Dieter 2008. Az interaktivitás stratégiái. In: Gerencsér Péter (szerk.) *Új, média, művészet.* Universitas Kiadó. Szeged. 46–74.

Fehér Katalin 2016. *Digitalizáció és új média. Trendek, illusztrációk, stratégiák.* Akadémiai Kiadó. Budapest.

Fehér Katalin 2017. Az új média alapjai. *Média–Történet–Kommunikáció* 12(1): 11–17.  
<https://doi.org/10.1556/9789630597432>

Forgó Sándor 2013. Újmédia – eszköz vagy dramaturgia? In: Ollé János (szerk.) *V. Oktatás-informatika. Tanulmánykötet.* Eötvös Kiadó. Budapest. 99–112.

Forgó Sándor 2014. Az újmédia-környezet hatása az oktatásra és a tanulásra. *Könyv és Nevelés* 16(1): 76–85.

Forgó Sándor 2018. Az újmédia az információközvetítő szakmákban. *Könyv és Nevelés*.  
<https://folyoiratok.oh.gov.hu/konyv-es-neveles/az-ujmedia-az-informaciokozvetito-szakmokban>  
(2021. október 30.)

Fűzfa Balázs 2021. Kánonok (h)arca – Irodalomta(la)nítás Magyarországon 1978–2020 között. In: Fűzfa Balázs. *Létezésformák.* Savaria University Press. Szombathely. 385–406.

G. Gődény Andrea 2014. Az olvasók birodalma. *Könyv és Nevelés* 16(1): 32–41.

- Gasparicsné Kovács Erzsébet 2010. Olvasóvá nevelés. *Képzés és Gyakorlat* 8(3–4): 89–96.
- Gerencsér Péter 2019. Bevezetés a web 2.0 definícióiba és ideológiáiba. *Apertúra* 2019. tél.  
<https://www.apertura.hu/2019/tel/gerencser-bevezetes-a-web-2-0-definioiba-es-ideologiaiba/>  
(2021. október 30.) <https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.1>
- Glózer Rita – Guld Ádám 2015. Új média – új típusú sztárok? A YouTube magyar hírességei.  
*Információs Társadalom* 15(2): 34–54.  
[https://epa.oszk.hu/01900/01963/00048/pdf/EPA01963\\_informacios\\_tarsadalom\\_2015\\_2\\_034-054.pdf](https://epa.oszk.hu/01900/01963/00048/pdf/EPA01963_informacios_tarsadalom_2015_2_034-054.pdf) (2021. október 30.) <https://doi.org/10.22503/inftars.XV.2015.2.3>
- Gombos Péter – Hevérné Kanyó Andrea – Kiss Gábor 2015. A netgeneráció olvasási attitűdje. *Új Pedagógiai Szemle* 65(1–2): 52–66.
- Gombos Péter – Péterfi Rita (szerk.) 2019. Együtt az olvasóvá nevelésért! Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár. Budapest. <http://www.azekonyvtaram.hu/documents/11543/49997/Egy%C3%BCtt+az+olvas%C3%B3v%C3%A1%20nevel%C3%A9s%C3%A9rt> (2021. október 30.) <https://doi.org/10.1109/JMEMS.2020.3038298>
- Gönczöl Andrea 2021. Olvasóvá nevelés óvodáskorban a drámapedagógia módszereivel. *Gyermeknevelés* 9(1): 250–260. <https://doi.org/10.31074/gyntf.2021.1.250.260>
- Gósi Lilla 2016. Olvasóvá nevelés – „A mesélésnek döntő jelentősége van”. *Új Köznevelés* 72(1): 26–27.
- Kádár Annamária 2013. *Mesepszichológia*. Kulcslyuk Kiadó. Budapest.
- Koltay Tibor 2010. Az új média és az írástudás új formái. *Magyar Pedagógia* 110(4): 301–309.
- Medovarszki 2020. Lebutítás vagy disszemináció? *Új Pedagógiai Szemle* 70(7–8): 76–90.
- Manovich, Lev 2001. *The Language of the New Media*. MIT Press. Cambridge.
- Molnár 2014. Az újmédia digitális, időszerű, tartalmi kérdései. <https://docplayer.hu/31006377-Az-ujmedia-digitalis-idoszeru-tartalmi-kerdesei.html> (2021. október 30.)
- Nagy Balázs 2014. Az irodalmi kreativitás lehetőségei az újmediális környezetben. Miskolc. [http://193.6.1.94:9080/JaDoX\\_Portlets/documents/document\\_18840\\_section\\_13630.pdf](http://193.6.1.94:9080/JaDoX_Portlets/documents/document_18840_section_13630.pdf) (2021. október 30.)
- Pompor Zoltán (szerk.) 2019. *Így mesélj, hogy olvasson*. Móra Kiadó. Budapest.
- Rétfalvi Györgyi 2012. Új média. In: B. Bernát István – Pais Károlyné – Rétfalvi Györgyi – Szilágyi Erzsébet – Turi László. *Média, kultúra, kommunikáció*. Libri Kiadó. Budapest. 359–482.
- Sallai Éva 2015. „A mese a nevelés táltosparipája” *Új Köznevelés*. <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-koznevel/a-mese-a-neveles-taltosparipaja> (2021. október 30.)
- Siapera, Eugenia 2018. *Understandig New Media*. Sage. London.
- Szakadát István 2007. *Egyben az egész egytől egyig*. Typotex Kiadó. Budapest.
- Szávai Ilona (szerk.) 2010. *Olvadni jó – Tanulmányok az olvasás fontosságáról*. Pont Kiadó. Budapest.
- Szilágyiné Gálos Ildikó 2008. *Az olvasóvá nevelés megalapozása óvodáskortól kisiskolás korig*. Szeretve Tanulni Oktatási Egyesület. Budapest.
- Szórád Frida 2017. Az óvodai elbeszélés műfajhasználatának kutatása. *Gradus* 4(1): 95–106.
- Szűts Zoltán 2013. *A világháló metaforái*. Osiris Kiadó. Budapest.
- Tari Annamária 2011. *Z generáció*. Tericum Kiadó. Budapest.

Vass Dorottea 2016. Amikor a mesehallgatóból meseolvasó lesz. Iskolakultúra 26(7–8): 14–24.  
<https://doi.org/10.17543/ISKKULT.2016.7-8.14>

Veszelszki Ágnes 2019. Az Instagram-képek meggyőzőési stratégiái a borkommunikációban.  
Marketing&Menedzsment 53(4): 13–23. <https://doi.org/10.15170/MM.2019.53.04.02>

- (1) Magyar Olvasástársaság. <http://www.hunra.hu/> (2021. október 30.)
- (2) Nem lehet tanítani múlt századi eszközökkel! – Olvasóvá nevelés 2021-ben.  
<https://wmn.hu/kult/55849-nem-lehet-tanitani-mult-szazadi-eszkozokkal--olvasova-neveles-2021-ben> (2021. október 30.)
- (3) Tiszatáj online. Plüss Műhely. <https://tizatajonline.hu/cimkek/pluss-muhely/> (2021. október 30.)
- (4) Bárka online. Papírhajó. <http://www.barkaonline.hu/papirhajo> (2021. október 30.)
- (5) f21.hu (A fiatalság százada). Gyermek- és ifjúsági irodalom.  
<https://f21.hu/category/irodalom/gyermek-es-ifjusagi-irodalom/> (2021. október 30.)
- (6) Litera. <https://litera.hu/rolunk> (2021. október 30.)
- (7) Beszélgetés Ott Annával. <https://www.theshortliststudio.com/blogs/news/tudatosdivatos-beszelgetes-ott-annaival> (2021. október 30.)
- (8) Faltól falig könyvesvlog. [https://www.youtube.com/channel/UC3e\\_VynQ47RoDb5Bs10IQoA](https://www.youtube.com/channel/UC3e_VynQ47RoDb5Bs10IQoA) (2021. október 30.)
- (9) Milkshake Books. <https://www.youtube.com/channel/UC32vKJ3A5e5ZILFic6v1QUg> (2021. október 30.)
- (10) Mutasd a könyvespolcod! [https://www.youtube.com/watch?v=X9\\_STVwEJ1Y](https://www.youtube.com/watch?v=X9_STVwEJ1Y) (2021. október 30.)
- (11) Litera Podcast. <https://litera.hu/media/litera-podcast> (2021. október 30.)
- (12) Könyves Magazin. [www.konyvesmagazin.hu](http://www.konyvesmagazin.hu) (2021. október 30.)
- (13) Lapozz a 99-re! <https://lapozza99re.simplecast.com/> (2021. október 30.)

Nagy, Balázs

The role of new media in educating people to be readers

The process of educating people to become readers must be conscious and directed, taking the latest research results into account. Today, one of the main obstacles seems to be the fact that the world of newer media (internet, movies, games) becomes much more attractive for young people. However, social change cannot be confronted, we must adapt to it. Changing reader habits are a worldwide phenomenon, and it is evident that today's readers are experiencing more and more out-of-book reading experiences, so we should strive to use all these to educate people to be readers. The aim of this study is to provide an answer to how new media tools can support becoming readers and reader orientation. It first explores the topic of educating people to be readers, then outlines the characteristics of new media and their impact on culture, and mostly lists the tools, genres, and applications that can play a role in educating people to be readers.

---

**Kulcsszók:** újmédia, olvasóvá nevelés, digitális, online

**Keywords:** new media, reader education, digital, online

---

#### Az írás szerzőjéről

*Nagy Balázs*

adjunktus

Nyíregyházi Egyetem

nagy.balazs[kukac]nye.hu