

# **SZAKDOLGOZAT**

**Fodor-Lakó Judit**

**2024.**



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Budai Campus  
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet  
Kereskedelem és Marketing Alapképzési Szak**

**HOGYAN BEFOLYÁSOLJA A KÖNYV BORÍTÓJA A  
VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOKAT?**

**Belső konzulens:** Dr. Kovács Annamária  
egyetemi docens

**Belső konzulens  
intézete/tanszéke:** Agrárlogisztika,  
Kereskedelem és Marketing Tanszék

**Készítette:** Fodor-Lakó Judit

# 1 Tartalom

1	Tartalom .....	3
2	Bevezető és célkitűzések .....	5
3	Szakirodalom áttekintése.....	6
3.1	A könyv története .....	6
3.2	A könyv részei.....	9
3.3	Fogyasztói szokások.....	12
3.4	Piac .....	13
3.5	Értékesítés .....	14
3.6	Szekunder jellegű információk, olvasási szokások .....	14
3.6.1	Kutatási terv kialakítása, a kutatás keretének meghatározása.....	14
3.6.2	Szekunder jellegű információk.....	15
3.6.3	A könyvolvasók aránya a magyar társadalomban.....	15
4	Anyag és módszer .....	23
4.1	Hipotézisek.....	24
4.2	Kutatási kérdések .....	24
4.3	Fókuszcsoportos kutatás és mélyinterjú.....	24
4.3.1	A kutatási interjúsorozat megtervezése.....	24
4.3.2	Az interjúalanyok kiválasztása .....	24
4.3.3	Résztvevők toborzása .....	25
4.3.4	Az interjúk levezetése .....	25
4.3.5	A kutatási interjúsorozat lebonyolítása .....	26
4.3.6	A kutatási interjúsorozat elemzése .....	26
4.4	Fókuszcsoportos kutatás megtervezése .....	28
4.4.1	Fókuszcsoportos kutatás lebonyolítása .....	28
4.4.2	Összegzés, záró gondolatok .....	32
4.5	Kérdőív.....	33
4.5.1	Kvantitatív kutatás eredménye .....	35
5	Következtetések és javaslatok .....	50
6	Összefoglalás.....	52
7	Irodalomjegyzék.....	54
8	Ábrajegyzék .....	56
9	Mellékletek.....	58
9.1	Interjúvázlat.....	58

9.1.1	Bemelegítés (5 perc).....	58
9.1.2	Könyvvásárlás (25 perc).....	58
9.1.3	A könyvválasztás konkrét elemei (10 perc) .....	59
9.1.4	Arculat (10 perc) .....	59
9.1.5	Információk szerepe (15 perc).....	59
9.1.6	Termék és ár viszonya (5 perc) .....	60
9.1.7	Befejezés (ajándék átadása) .....	60
9.2	Forgatókönyv .....	60
9.2.1	Bevezetés.....	60
9.2.2	Résztevők bemutatása .....	60
9.2.3	Mapping alkalmazása .....	60
9.2.4	Kérdések.....	60
9.2.5	Lezárás .....	61
9.3	Mélyinterjú .....	61
9.4	Fókuszcsoportos kutatás, kérdés-válaszok: .....	72
9.5	Kérdőív.....	76
10	Hallgatói nyilatkozat .....	81
11	Konzulensi nyilatkozat .....	82

## Bevezető és célkitűzések

Mi befolyásol minket a könyvvásárlás során? Hogyan választunk ki egy könyvet a könyvesboltban található millió könyv közül, ha éppen nem célirányosan keresünk valamit? Mi az, ami megfog minket egy könyvben? Miért éppen azt az adott könyvet, kiadást választjuk? Mennyire befolyásol minket a könyv borítója választásunk során? Vajon, ha nem olyan figyelemfelhívó, vagy szép az adott könyv borítója, amit leemelünk a polcra a boltban, megvásárolnánk? Egy közhelyes grafikával ellátott borító ronthat az eladott darabszámok mennyiségén? Ilyen, és ehhez hasonló kérdések merültek fel bennem, amikor az otthoni könyvespolcomon sorakozó könyveket nézegettem a minap.

Tagja vagyok egy nyílt, online csoportnak, amit Szabados Ágnes korábbi híradós, műsorvezető, könyvesbolt tulajdonos, könyvkiadó és nem utolsósorban olvasásnépszerűsítő hozott létre „Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni” néven. A csoportnak Instagramon jelenleg 33 900 követője, Facebookon pedig 82 893 tagja van jelenleg és a csoporttagok jobbnál jobb olvasnivalókat dobnak be nap mint nap a csoportba. Nem győzöm kijegyzetelni az ajánlások alapján a sok-sok könyvet, amit feltétlenül szeretnék elolvasni. Esetemben végül, mivel értelemszerűen a könyvekbe ezen a fórumon nem tudok beleolvasni, valahogy mindig - természetesen az érdekesnek gondolt tartalom mellett -, a borító is dönt. Ezek mellett pedig vannak olyan ajánlott könyvek is, amikről sokan ugyan nagyon jókat írtak, de pont a borítéválasztás miatt nem vásároltam még meg.

Vajon mit gondolnak az emberek jó borítónak? Milyen borító alapján gondolhatják azt a könyvkiadók, hogy nagyobb példányszámban fognak fogyni a könyvek? Mitől tudunk beleszeretni egy-egy könyvbe már a külseje alapján? És vajon miért van az sokunknál, hogy ha kölcsönadunk egy könyvet, amit nem kapunk vissza, akkor utána ugyanazt a kötetet szeretnénk megszerezni belőle, még ha azért több antikváriumot is fel kell kutatnunk? Meglepő lenne? Pedig a fent említett online csoportban nagyon sok tag gondolkodik hozzám hasonlóan.

Szakedolgozatom témáját először a könyv történetén keresztül vezetem be, majd a szakirodalom áttekintését követően egy önálló kutatási feladat elvégzése céljából készíték először saját vizsgálatot szekunder adatgyűjtés segítségével, ezt követően pedig kvalitatív és kvantitatív kutatást is folytatok a témában, ugyanis szeretnék kutatás formájában utánajárni annak az általam felállított hipotézisnek, mi szerint a könyv borítója befolyásolja a vásárlási szokásokat. Befejezésként dolgozatom meghatározó elemeit, kutatásaim eredményeit, hipotézisét és következtéseit szeretném összefoglalni.

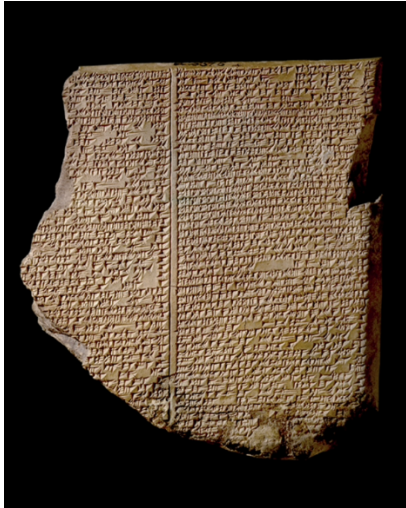
## 2 Szakirodalom áttekintése

### 2.1 A könyv története

„A könyv (nyomtatott papírkönyv) az UNESCO meghatározása szerint: Olyan, szövegből és ábrából álló, fizikai (papír) információhordozójú, nem periodikus (irodalmi vagy szakmai célú) publikáció, amely 49 vagy több oldalból áll, terjedelmi szempontból a borítót nem számítva. A könyv nyomdaipari sokszorosítással előállított tömegtermék.” (Wikipédia)

Jelenleg nincs arról információnk, hogy az első könyvet hol, mikor és hogyan készítették. Ehhez fenn kellett volna, hogy maradjon a könyvnek a szövege, de az ősi írásnak a túlélési esélyei nagyon rosszak voltak, hiszen minden kultúra olyan eszközöket használ, ami éppen kéznél volt. Éppen ezért az írást hordozhatta agyagtábla, fakéreg, levelek, papirusz, csont, szikladarab, állatbőr, vagy papír. Az írás jeleit különféle karcolással, vagy festékanyagba mártással vitték fel a különböző felületekre. Utóbbi esetben madártollal, pálcával, nádszállal oldották meg a festékanyag felvitelét. De alkalmaztak ólmot, vagy szendarabot is. A Babilóniában alkalmazott agyagtáblákra nyomott jelek használata például igen tartósnak bizonyult, ezért is tudunk többet a történelmükről.

Az írás az emlékezőképességet gyengíti – állították ezt évszázadokon keresztül a konzervatív gondolkodásúak. Így gondolkodtak a druidák is, akik az emlékezetben és a szójhagyomány útján terjedő tudásban hittek. Ezzel kapcsolatban az i. e. 50-es években Julius Caesar fel is jegyezte a gall háborúkról szóló munkájában, hogy egy ifjú druida oktatása akár 20 évig is eltarthatott. Az eltérő társadalmak egyedi, sajátos írásrendszert alakítottak ki és attól függően, hogy milyen felületekre vitték fel a szöveget, alakult tovább az írás és a könyvkészítés módszere is. Az írás fejlődése így teljesen eltérő időben is helyeken ment végbe a társadalmi csoportoknál. A következő újasszír nyelvű ékírásos tábla az Assur-bán-apli király könyvtárához tartozott i. e. 669-631 között. Az uralkodó több ezer ilyen táblát gyűjtött össze ninivei palotájában.



1. ÁBRA A GILGAMES-EPOSZ VÍZÖZÖNTÁBLÁJA (CAVE & AYAD, 2016)

A nedves agyagba írásjeleket nyomtak, ezt követően pedig kiégették őket, amik ezek után szinte elpusztíthatatlanná váltak. (Ezek tovább maradtak fent, mint a papiruszok.) A papirusz írófelületként történő használatát az ókori egyiptomiak alkalmazták elsőként és ez a technika századokon át használatban is maradt, amit a görögök is átvettek. A tekercsek fennmaradásának Egyiptom száraz klímája kedvezett, aminek köszönhetően több mint 100 darabot ismerhetünk.



2. ÁBRA HALOTTAK KÖNYVE - ANI PAPIRUSZA (CAVE & AYAD, 2016)

A Halottak Könyve az egyik legfontosabb ókori kézirat, ami i. e. 1275 körül hieroglifákkal íródott. (Cave & Ayad, 2016)

Az a forma, ahogy a könyvet ma ismerjük, az ókori Rómából ered, kódexnek hívják. Ennek nagy előnye a kemény borítás, ami két nagy (jellemzően bőrrel bevont) fatáblából állt, amit fémkapcsok fogtak össze. Az értékesebb darabokat olykor arannyal, ezüsttel és drágakövekkel

díszítették. A kézzel írt lapokat pedig az egyik oldaluknál összeöltötték, így a szállítás során kevésbé sérültek. A könyv lapjai itt már pergamenből készültek, mert a papirusz nem volt alkalmas a könyvkészítésre. A könyvírást írnokok, papok, szerzetesek végezték. A könyv ebben a korszakban igazi luxuscikknek számított és a szöveg elrendezése, valamint az illusztráció is művészi alakot nyert.

A 15. században Mátyás király díszkönyvtára, a Corvina Bibliotheca, világhírű volt, amit itáliai mintára hoztak létre és jelentős gyűjteménynek számított. A kutatók becslése alapján a gyűjtemény kb. 2 000-2 500 kötetből állt és méretét csak a vatikáni könyvtár múlta felül.

A kutatók több corvináról is kiderítették, hogy kifestésükre nemcsak Olaszországban, hanem Magyarországon is sor került, ami rámutat a magyar királyi udvarban működő reneszánsz könyvkészítő műhely valódi jelentőségére. (OSZK, OSZK, 2018.)



3. ÁBRA AZ ORSZÁGOS SZÉCHÉNYI KÖNYVTÁR GYŰJTEMÉNYÉNEK BÁRSONY- ÉS ARANYOZOTT BŐRKÖTÉSŰ CORVINÁI (OSZK, OSZK, 2018.)

Mátyás király könyvtára változatos képet mutatott a könyvkötés területén. Egyaránt megtalálhatóak voltak a selyembe, bőrbe és bársonyba kötött példányok is. A bőrkötésű corvinákon belül különböző borítódíszítéseket különböztetünk meg, de ezek közül a legjellemzőbb a hangsúlyozott középdíszes corvina. (OSZK, Bibliotheca Corvina Virtualis, dátum nélk.)

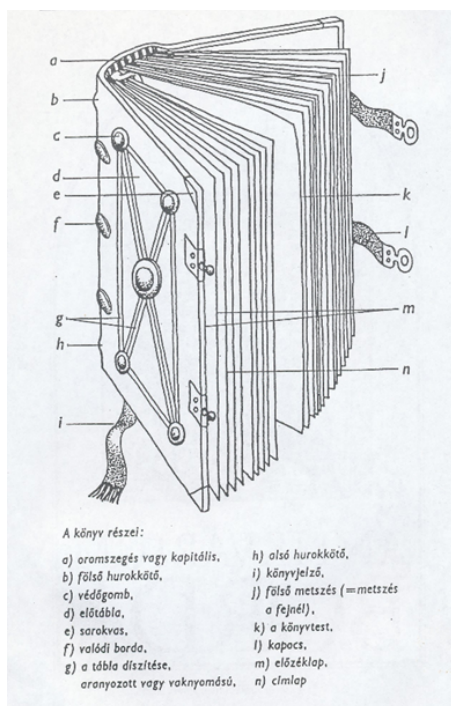




4. ÁBRA HANGSÚLYOZOTT KÖZÉPDÍSZES BŐR CORVINAKÖTÉS HÁTTÁBLÁJA (OSZK, BIBLIOTHECA CORVINA VIRTUALIS, DÁTUM NÉLK.)

## 2.2 A könyv részei

A könyv testét összefogott papírlapok alkotják. Két *borító* – az első és a hátsó – fogja közre a papírlapokat, ami védi a sérülésektől és a gyűrődéstől a könyv belsejét. Kétféle kötést különböztetünk meg: keménykötés és puhakötés. Keménykötésnél a borítót *kötéstábláknak* nevezik, míg fűzött könyvnél a *borítófedél* kifejezést alkalmazzák, a könyvet puhatáblásnak mondják. A könyv *védőborítót* is kaphat, aminek behajtott széleire kerül a könyv rövid ismertetője, a szerző bemutatása néhány mondatban, amit fülszövegnek hívunk. A lapokat és a fedelet a *gerinc* tartja össze. A könyvet *előzéklapok* erősítik a kötéstáblákhoz. A könyvtest első négy oldala a címnegyedív vagy címnegyed, ami a könyv első tizenhat oldalának negyedét jelenti. Ennek az információtartalmát nemzetközi és magyar szabvány is szabályozza és olykor a négy oldal kettőre csökkenhet. (Dudás, Információs Műveltség Felsőfokon, 2018)



## 5. ÁBRA KAPCSOS KÖNYV ÁBRÁJA ÉS RÉSZEI (DUDÁS, INFORMÁCIÓS MŰVELTSÉG FELSORÓFOKON, 2018)

A 15. század közepén Johannes Gutenberg kitalálta, hogyan lehet nagy tömegben könyveket előállítani. Ő volt a mozgatható betűelemekkel való könyvnyomtatás európai feltalálója, ő használta először az olajból készített nyomdafestéket, a rongypapírt, kifejlesztette a betűöntés technikáját, a szedéstechnikát, továbbá fából sajtóprést készített. Az ő nevéhez fűződik az az eljárás, amivel a mai napig lényeges változtatás nélkül fennmaradt a nyomtatható, össze- és szétszedhető betűk, a betűöntés és a kiszedett szöveg nyomási eljárásának feltalálása.

„Főműve, a Gutenberg Biblia 1452. szeptember 30-án készült el. A latin nyelvű Szentírás (Vulgata) 1282 kéthasábos oldalt tartalmaz, a kiadványok többségét két kötetbe kötötték. Valószínűleg 180 példány készült, 45 borjúbőr kötésben, 135 pedig papírkötésben. Az első teljes, nyomtatott európai könyvből ma 48 teljes példány ismert, 12 Németországban, 11 az Egyesült Államokban található. A 42 soros Biblia a közhiedelemmel ellentétben nem első munkája, de legnagyobb vállalkozása.” (Cultura Magazin, 2018.)

A könyvnyomtatás feltalálását követően váltak elérhetővé szélesebb közönség számára a könyvek. Védőborítót a 19. század elején kezdtek el használni, amit általában porfogó csomagolás céljából tettek a könyvekre és hirdetések nyomtatottak rá, amiket az emberek eldobtak. A könyv tartalmát csak a 19. század végétől kezdte szimbolizálni a könyv borítója. (Kidd, 2020)

A könyvről alkotott fogalmunk a fizikailag megfogható, kézbe vehető könyvekhez kapcsolódik, ami nyomtatással, papírból készül. „A nyomtatott könyv fizikai jellemzői a XVI. századtól

válnak szabványossá: borítófedél, a könyvtestben összefűzött lapok; az első lapokon a cím, a szerző neve és a kiadásra vonatkozó adatok szerepelnek. Általában hosszabb lélegzetű, illetve hosszabb terjedelmű művet foglal magában; foglalkozhat egyetlen témával, de különálló tanulmányokból is állhat, amelyeknek rendszerint van valamilyen közös kiindulópontja vagy tematikai magja; a főszövegen kívül előszót/bevezetőt, tartalomjegyzéket és más kiegészítő részeket is tartalmaz.” (Dudás, Információs Műveltség Felsőfokon, 2018)

A könyv egy technológiai újítás jelképe, célja pedig a tartalomközvetítés. A könyvnek több fajtája is van: nyomtatott, elektronikusan tárolt, digitális könyv (e-könyv), és a hangoskönyv.

Prof. Dr. habil. PaedDr. Benyovszky Krisztián, PhD. egy irodalomtudományi folyóiratban is megjelent tanulmányában többfunkciós, a képzeletre erősen ható (szuggesztív) jeltérként jellemzi magát a borítót, ahol a borítót alkotó vizuális és verbális jelek összessége a könyvre, mint irodalmi műre úgy hat, hogy az nemcsak az adatközlésben, de a ráhangolásban, előértelmezésben, illetve az előismeretek mozgósításában is érdekelt. (Benyovszky, Beborítják a jelek, 2022)

Benyovszky kutatási területei: irodalomelmélet, populáris kultúra, kiemelten a detektívtörténet közép-európai kontextusban kortárs magyar, cseh és szlovák próza, magyar művek szlovák, cseh és olasz fordítása, (gasztró)szemiotika, irodalom és vizuális kultúra, kiemelten szöveg és illusztráció kapcsolatrendszere (Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem, Magyar Nyelv- és Irodalomtudományi Intézet, Közép-Európai Tudományok Kara)

Benyovszky tanulmányának elméleti kiindulópontját Szívós Mihály *Jelterek* című szakmai írásműjére alapozza. A jeltérelmélet lehetséges alkalmazásai közül Szívós két területnek szentel nagyobb figyelmet: a képelemzésnek és a dizájnnak. Véleménye szerint a „jeltérelmélet segítségével összekapcsolhatjuk a műalkotások és a formatervezett késztermékek elemzését.” (Szívós, 2022)

Benyovszky azt taglalja, hogy a könyvborító mindkét területhez kapcsolódik, hiszen egy borító alapvetően vizuális látványként szólítja meg az érdeklődőt, és gyakran van benne művészi kép is. Nézete szerint a borító két szempontból is jelnek tekinthető, hiszen egyrészt a könyv helyett szerepel, azt helyettesíti a különféle online és offline katalógusokban, folyóiratokban, élvezeti cikkek csomagolásán, stb., másrészt a borító önmagában is nyelvi és vizuális jelekből épül fel. (Benyovszky, Beborítják a jelek, 2022/1, old.: 53)

„A borító mint tudatosan tervezett jeltér egyedi jelekből és egyszerűbb jelalakzatokból épül fel, mely egészében és alkotórészeiben is az irodalmi műre mint jeltárgyra vonatkozik, arra utal. Ezt a közös jeltárgyat mindegyik paratextus a maga módján (de a többitől nem függetlenül) és csak meghatározott aspektusokból világítja meg, mégpedig a borító koncepciója által meghatározott szintaktikai szerveződések jelentésképző keretében. Az elemek kölcsönös meghatározottságából és információgazdagságából eredő nagyfokú kohézió teszi a borítót az irodalmi műalkotáshoz valamelyest hasonlatossá, sőt, egyes álláspontok szerint, viszonylagos önállósággal bíró, akár a könyvtől függetlenül is vizsgálható mediális terméké.” (Benyovszky, Beborítják a jelek, 2022/1, old.: 54)

Rám is sokszor nagy hatással van egy-egy könyv és legelőször nem is maga a tartalom ami befolyásol a döntésben, vásárlásban, hanem be kell lássam, a borító teszi igazán vonzóvá számomra a könyvet, amit ha a tanulmányban is olvasható irodalmi műalkotáshoz hasonlíthatunk, még fontosabbnak gondolom kutatásom létjogosultságát és úgy érzem, ennek az információnak a birtokában komoly megerősítést kaptam a témában.

Véleményem szerint egy szép, nyomtatott könyv olvasása sokkal hangulatosabb, mint az, amit csak a képernyőn keresztül, elektronikus formájában olvasok. Számomra fontos, hogy megfoghassam, forgathassam a lapokat, érezzem a könyv illatát akár egy új, akár antikváriumban vásárolt darabról van szó. Az új könyvek esetében a festék illata a papíron, vagy egy régi könyv lapjainak szaga kimondottan jó érzéssel tölte el. Azért is olyan értékes számomra, mert a könyv maga egy történet, amit a kezünkben tarthatunk, magunkkal vihetünk, vagy feltehetjük a polcra később pedig bármikor elővehetjük. Sőt, vannak olyan könyvek is, amik olvasása különféle élethelyzetben teljesen más megvilágításba viszi el az olvasót, valahogy máshogy hat ránk a történet. Mindezek mellett egy tartós és szép tárgyról, ha úgy tetszik, kultúrtermékről beszélünk, és egy ízlésesen berendezett könyvespolc kimondottan éke lehet lakásunknak.

### **2.3 Fogyasztói szokások**

A termékek, szolgáltatások megszerzésére, használatára, értékelésére, valamint a használatot követő bánásmódra irányuló cselekedeteket összefoglalóan fogyasztói magatartásnak nevezzük. (Fodor, Fürediné Kovács, Horváth, & Rácz, 2012)

A televízió, az internet, de leginkább az okostelefon megjelenésével az emberek nagy százalékánál az olvasási szokások egyre inkább háttérbe szorúlnak. A könyvolvasás mint tevékenység, ami korábban a kikapcsolódás és a pihenés fontos részét képezte, egyre inkább háttérbe szorul és a televízió nézés mellett felváltja az online tartalmak közötti böngészés, a podcast hallgatás és a social felületek lapozgatása, ami nemcsak a fiatalabb generáció körében, de az idősebbeknél is egyre inkább teret hódít. Talán nem is gondolunk bele, hogy mennyi időnk „veszik el” ezeknek a felületeknek a hallgatásával, nézegetésével, amit akár sokkal hasznosabban is tölthetnénk. Erről legegyszerűbben okostelefonunk képernyőidejének a heti jelentése tarthat tükröt számunkra.

Szerencsére a különféle közösségi oldalakon az oly sokféle témában tevékenykedő tartalomgyártók között olvasásnépszerűsítők is dolgoznak, akik arra próbálják sarkallni az arra fogékonyakat a csoporthatás elérésével, hogy olvassunk rendszeresen minél többet, javasoljunk mások számára is érdekes könyveket különféle műfajokban és beszéljünk az olvasottakról, valamint osszuk meg pozitív és negatív olvasásélményeinket. Így ezeken a csoportokon keresztül a fogyasztó sokkal több információ birtokába kerülhet a termékekről, jelen esetben a könyvekről, illetve rengeteg véleményt olvashat róluk és segítséget kaphat a döntéshez, hogy melyik terméket, vagy termékeket válassza.

## **2.4 Piac**

A piac a tényleges és a lehetséges eladók és vevők összessége, továbbá a köztük lévő üzleti kapcsolatok rendszere.

A digitalizáció csak lassan érvényesül a könyvpiacra, írja egy 2023-ban készült kutatás eredménye, ami a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) megbízásából készült. A magyarok 42%-a olvas valamilyen gyakorisággal nyomtatott könyvet, 11%-a e-könyvet és mindössze 7%-a hangoskönyvet, olvasható a kutatásról megjelent cikkben.

A kutatásból az is látható, hogy azok a szerzők, akik a közösségimédia-felületeken aktívak, vagy neves podcastokban szerepelnek, észrevehetően nagyobb számban adnak el könyveket.

A könyvolvasók körében a felnőtt népesség legnépszerűbb műfaja a szórakoztató irodalom és a szépirodalmi művek. Továbbá az is kiderül a felmérésből, hogy a valamilyen gyakorisággal könyvet olvasók átlagosan 12 darab könyvet olvasnak el egy évben. (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH), 2023.; Társadalomkutatási , 2020)

## 2.5 Értékesítés

A könyvértékesítés színtere lehet online felületen keresztül és az offline térben is. Itt vásárolhatunk antikváriumban, könyvesboltban, valamint akár közvetlenül a könyvkiadótól is. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy könyvet nemcsak kizárólag vásárolni szokott az olvasó, hanem kölcsönözhet is könyvtárból, illetve kölcsön is kérhet baráttól, ismerőstől, de ez önmagában nem befolyásolja a kutatásomat, hiszen így is eljut a fogyasztóhoz az adott termék akár megvásárolja, akár kölcsönzési díjat fizet érte, akár ingyen jut hozzá (kölcsön kapja).

## 2.6 Szekunder jellegű információk, olvasási szokások

A marketingkutatói projekt elvégzésének kezdete maga a kutatási terv összeállítása, aminek segítségével szeretnék megtervezni olyan vizsgálatokat, amik segíthetnek a hipotézis ellenőrzésében, a kutatásom során felmerült kérdések lehetséges megválaszolásában, valamint a döntéshozatal megtételének biztosításához szükséges információk megszerzéséhez. Tehát ez alapján a terv alapján szeretném megszervezni magát a vizsgálatot. Kutatásomban szeretném meghatározni, hogy hogyan befolyásolja a könyv borítója a vásárlási szokásokat?

A marketingkutatás folyamatának központi eleme tehát a kutatási terv összeállítása. Kutatási tervem kialakításához a következőkre lesz szükségem.

1. Kutatási probléma meghatározása
2. Kutatási terv kialakítása, a kutatás keretének meghatározása
3. Terepmunka, adatfelvétel lebonyolítása
4. Adatfeldolgozás és elemzés
5. Kutatási eredmények prezentálása

### 2.6.1 Kutatási terv kialakítása, a kutatás keretének meghatározása

Mivel a marketingdöntések különbözőek, ezért a kutatáshoz felhasznált információs szükségletek, források is eltérőek. Az információs szükségletek szempontjából kétféle információt különböztetünk meg, a szekunder és a primer információkat.

Szekunder kutatásnak nevezzük azokat az információgyűjtő módszereket, amelyek során olyan adatokat használunk fel, amelyeket már korábban összegyűjtöttek, viszont az adatgyűjtés más céllal valósult meg, nem az adott tanulmány vagy kutatás részét képezi. Lényege, hogy a szekunder kutatás során felhasznált adatokat egy másik probléma megoldására gyűjtötték össze,

viszont ezeknek az adatoknak a segítségével könnyebb megközelíteni és meghatározni a kutatási problémát, a hipotézisek felállítását. Előnye, hogy a szekunder adatokhoz viszonylag gyorsan és könnyen lehet hozzájutni viszonylag rövid időráfordítással és ezek az adatok jellemzően megfelelőek lehetnek statisztikai elemzésekre is. Mivel én jelenleg még nem vagyok a birtokában kutatásom megkezdésekor a megfelelő információknak ahhoz, hogy meg tudjam kezdeni kérdőívem összeállítását, ezért éreztem szükségességét annak, hogy elsőként a piacról gyűjtsék be információkat.

### **2.6.2 Szekunder jellegű információk**

Kutatásom során a szekunder jellegű információk esetében a következőkre keresem a megfelelő válaszokat, adatokat, információkat az interneten.

- A könyvolvasás gyakoriságának változása az elmúlt közel 40 évben a felnőtt magyar társadalmon belül
- Mennyit és milyen műfaj(ok)ban olvasnak a magyarok?

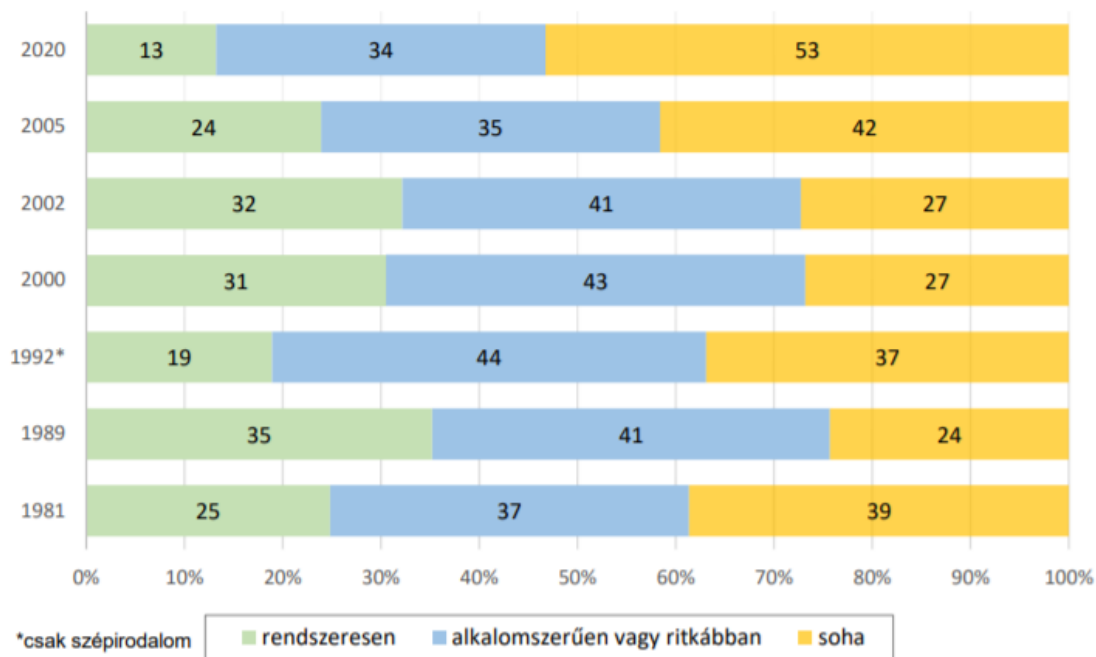
### **2.6.3 A könyvolvasók aránya a magyar társadalomban**

A felnőtt magyar társadalom könyvolvasási szokásának mutatója az, hogy mennyien olvasnak valamilyen gyakorisággal könyvet. 2020-ban a felnőtt magyar lakosság 13%-a olvas legalább hetente, egyharmada alkalmasszerűen, és az emberek - saját bevallásuk szerint - több mint fele egyáltalán nem szokott olvasni. Ezek az adatok a 2005-ös eredményekhez viszonyítva 12%-kal visszaestek a fentiekben jelzett rendszerességgel könyvet olvasó felnőttek arányához képest. A könyvolvasás gyakorisága a TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. felmérése alapján a különböző társadalmi-demográfiai csoportokban eltérők.

2020-ban a 2005-ös eredményekhez hasonlóan is az országos átlagnál nagyobb arányban olvasnak rendszeresen a nők (15%), a fiatal felnőttek (15%), a középfokú végzettségűek (15%) és a diplomások (28%), a budapestiek (18%) és az aktív korú inaktívak, azaz a tanulók (23%), valamint a szülési szabadságon lévők (15%). Ugyanakkor kiemelendő, hogy a 60 évnél idősebbek és nyugdíjasok csoportja is az átlagnál nagyobb arányban olvas legalább heti rendszerességgel (18%), míg 2005-ben az idős korosztály volt az egyik a legkevésbé olvasó társadalmi csoport. Az alkalmasszerűen vagy ritkábban olvasók körében a középfokú (43%) és felsőfokú végzettségűek (56%), a fővárosban (44%) és megyeszékhelyen élők (40%), a közép- és észak-magyarországiak (39%), valamint a tanulók (73%) felülreprezentáltak. A szinte soha nem olvasók táborát a férfiak 59%-a, a középkorúak 60%-a, az alacsony iskolázottak több

mint 70%-a, a községben, vagy a közép-dunántúlon élők több mint 60%-a, a háztartásbeliek 82%-a, és ezenkívül az alkalmi munkát és a megbízásokat vállalók teljes köre.

A Társadalomkutatási Intézet Zrt. által közölt felmérés eredményeként a könyvolvasás gyakoriságának változása 1981–2020 között a felnőtt magyar társadalmon belül (százalékos megoszlás) a következő volt. (Társadalomkutatási , 2020)

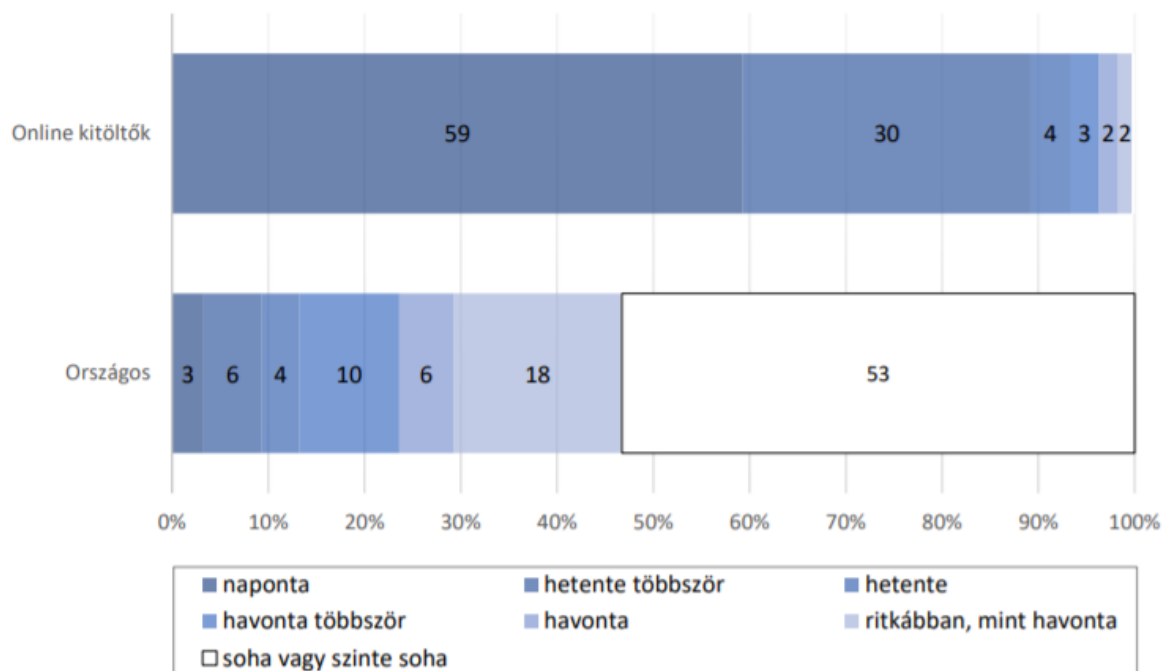


6. ÁBRA A KÖNYVOLVASÁS GYAKORISÁGÁNAK VÁLTOZÁSA 1981-2020. KÖZÖTT A FELNŐTT MAGYAR TÁRSADALMON BELÜL (TÁRKI, 2020)

A kimutatásból jól látható, hogy míg 1981-ben Magyarországon a felnőtt magyar társadalom 25%-a olvasott rendszeresen, addig 2020-ra ez az arány 13%-ra csökkent. A csak ritkán olvasók aránya nagyságrendileg nem változott 1981-hez képest a 2020-as adatokat tekintve, bár tény, hogy 1992-ben volt a legnagyobb százalékban jelen az alkalmi olvasás hazánkban. Azok tábora, akik viszont egyáltalán nem szoktak olvasni 1981-hez képest nagyon megnőtt 2020-ra, 39%-ról ez az adat már 53%-ra lépett, ami a korábbi években nem volt tapasztalható.

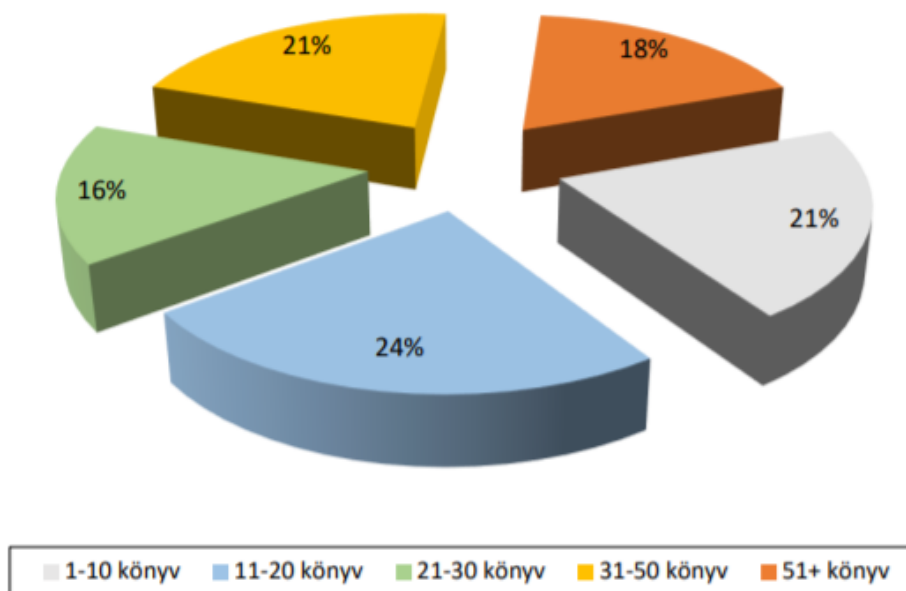
A kutatóintézet megvizsgálta azt is, hogy az online kitöltők és a magyar társadalom körében milyen gyakorisággal olvastak az emberek 2020-ban. Érdekes, hogy az online kitöltők körében az olvasás kimondottan rendszeresnek mondható és nagyon alacsony az aránya azoknak, akik csak ritkán olvasnak, mint havonta. Országos viszonylatban viszont a társadalom 53 százaléka egyáltalán nem olvas.





7. ÁBRA A KÖNYVOLVASÁS GYAKORISÁGA A FELNŐTT MAGYAR TÁRSADALOM ÉS AZ ONLINE KITÖLTŐK KÖRÉBEN (2020, SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS) (TÁRKI, 2020)

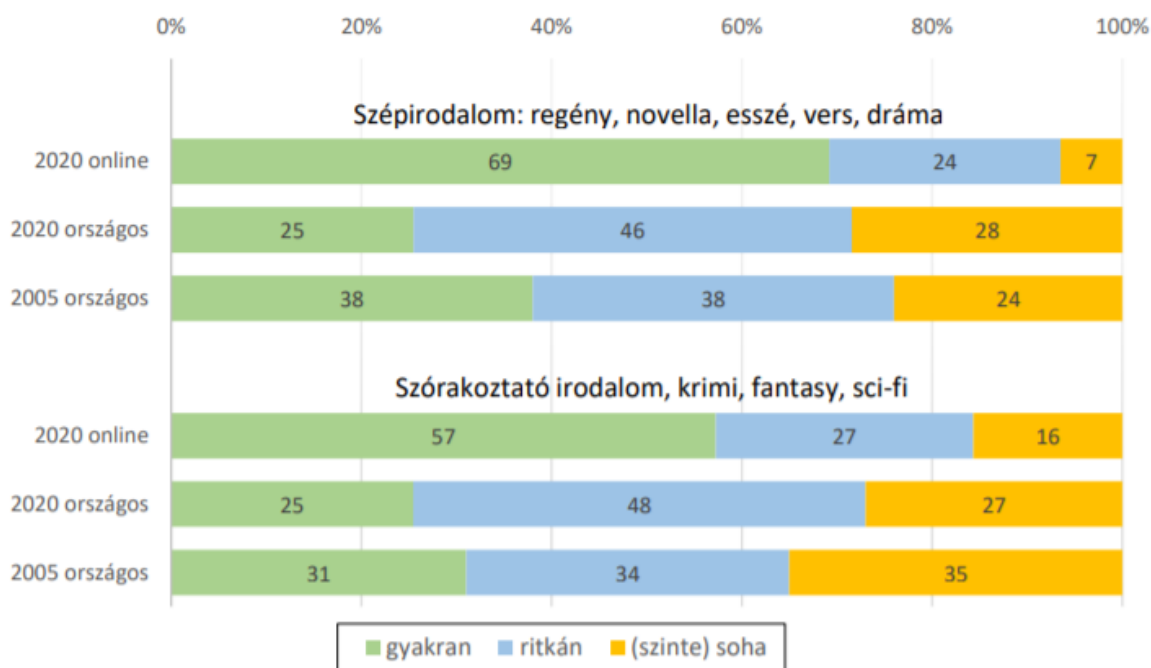
De nézzük meg, hogy pontosan mennyit és mit is olvasnak a magyarok.



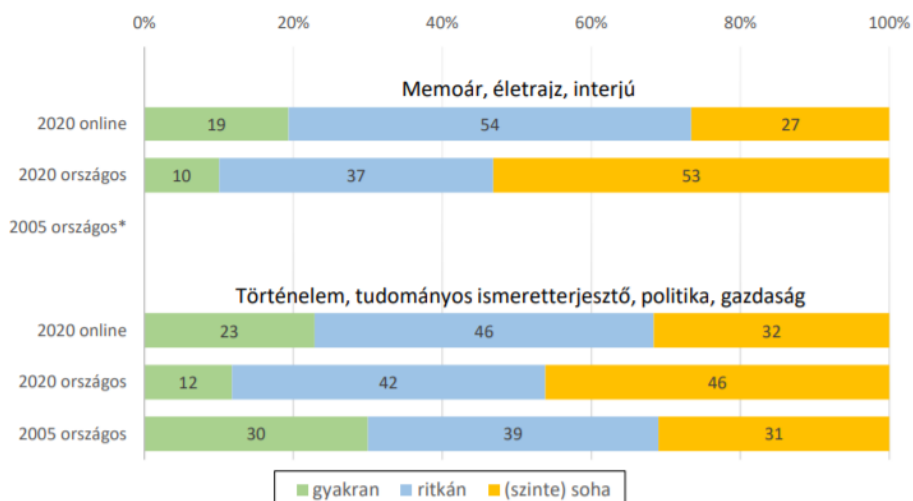
8. ÁBRA HÁNY KÖNYVET OLVAS EL ÖN EGY ÉVBEN ÁTLAGOSAN? (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS AZ ONLINE KITÖLTŐK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020)

Ezen a 2020-as adatokat tartalmazó fenti ábrán jól látható, hogy az olvasók 18 százaléka az online kitöltők körében egy évben több mint 51 könyvet olvas el, ami nagyon magas szám. Szintén példaértékű a 31 és 50 közötti elolvasott könyvek darabszáma, ami a kitöltők 21%-át érinti. Havi szinten legalább egy könyvet olvas a kitöltők 24 százaléka és éves szinten 1-10 könyvet bevallásuk szerint a kitöltők 21 százaléka olvas.

Azt, hogy milyen könyveket olvasnak a magyarok, arra a következő ábrák világítanak rá pontosan.

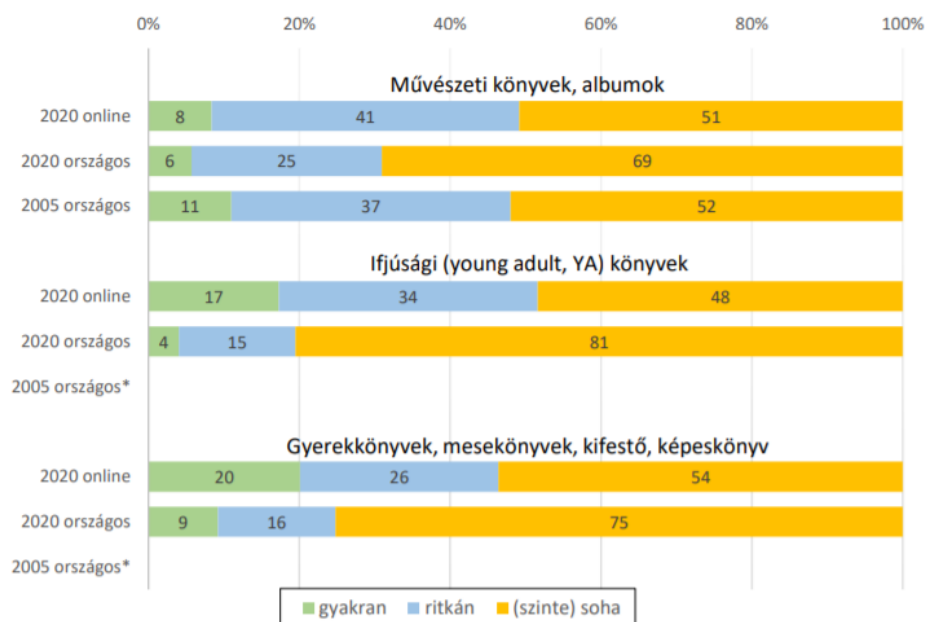


9. ÁBRA SZÉPIRODALOM ÉS SZÓRAKOZTATÓ IRODALOM OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020)



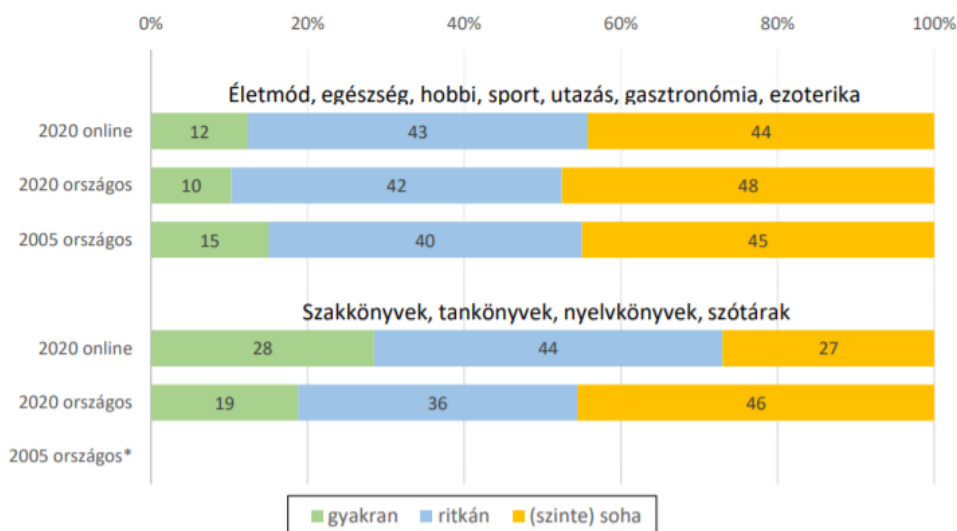
\*2005-ben nem kérdeztük.

10. ÁBRA MEMOÁR, ÉLETRAJZ, INTERJÚ ÉS TÉNYIRODALOM OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020)



\*2005-ben összevonva szerepeltek ezek a válaszkategóriák, ezért az eredmények nem összevethetők.

11. ÁBRA MŰVÉSZETI KÖNYVEK, IFJÚSÁGI ÉS GYEREKKÖNYVEK OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020)



\*2005-ben nem szerepelt a kutatás kérdőívében.

## 12. ÁBRA ÉLETMÓDDAL FOGLALKOZÓ KÖNYVEK ÉS SZAKKÖNYVEK OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020)

Fenti grafikonok alapján elmondható, hogy legnagyobb százalékban a magyarok szépirodalmat (regény, novella, esszé, vers, dráma) olvasnak, majd ezt követi a szórakoztató irodalom, krimi, fantasy, sci-fi. És általánosságban elmondható, hogy az online kitöltők között ezeknél a műfajoknál lényegesen magasabb az arány, mint az országos átlag.

Történelmi, tudományos ismeretterjesztő, politika és gazdaság területen íródott könyvek esetében érdekes adat, hogy azokat 2005-ben még jóval magasabb százalékban olvasták országosan (30%). Ezzel szemben a 2020-as országos adat már csak 12 százalékot mutat, noha az online kitöltők esetében szintén kisebb ugrás tapasztalható az országos adathoz képest, ami 23 százalék.

A művészeti könyveket, albumokat olvassák a legrendszeretlenebbül, 2020-ban az olvasók körének már csak a 8 százalékát tette ki azoknak a tábora, akik rendszeresen olvasnak ilyen jellegű könyveket.

A primer kutatás feltérképezése során sajnálattal tapasztaltam, hogy a Társadalomkutatási Intézet Zrt. (TÁRKI) Könyvolvasási és könyvvásárlási szokásokat tartalmazó 2020-as kutatása nem terjed ki a pszichológiai témájú, illetve életvezetési tanácsokat tartalmazó könyvekre, pedig ezt is érdemes lett volna közelebbről megvizsgálni.

Tisztában vagyok azzal, hogy a szekunder adatok feldolgozása során sajnos kiderülhet, hogy a világhálón található adatok nagy része nem releváns, sőt nehezen is adaptálható a kutatási

témához. A sajtóban megjelenő információk egy része pedig részleges, szubjektív és nem feltétlenül megbízható. Esetemben a kutatási témával kapcsolatban tényleg csak érintőleges képet kaptam a magyarok olvasási szokásairól, ahol 2020-as adatokhoz sikerült hozzájutnom.

A weben továbbá találtam egy 2023-as kutatást is, amit az ÉVA Magazin reprezentatív felméréséből a Reacty Digital készített el több mint 1 000 fő 18 és 79 év közötti személy részvételével. Itt azonban magát a kutatást, illetve annak dokumentációját sajnos nem találtam meg, csak cikkeket, amik a kutatás eredményéről írnak és ezekhez ábrák sem tartoztak sajnos. Ebből a felmérésből az derül ki, hogy 2023-ban a magyarok 15%-a napi szinten olvas és ami talán még inkább meglepő lehet, hogy 73% legalább alkalmyszerűen olvas könyvet, ami számomra meglepő adat volt és pozitívan hatott. A kutatásban megvizsgálták azt is, hogy milyen műfajok iránt érdeklődnek az olvasók leginkább, és kiderült, hogy a könnyű műfajt, regényeket, krimiket és romantikus történeteket részesítik előnyben, továbbá az is, hogy a fiatalok körében hatalmas népszerűségnek örvendenek az önfejlesztő könyvek is. És hogy mi alapján választanak az olvasók? Jellemzően barátok, ismerősök által javasolt irodalmi alkotásokat lapozgatnak.

A felmérés eredménye megmutatja azt is, hogy a magyarok több, mint negyede egyáltalán nem olvas. Naponta vesz könyvet a kezébe 15%, hetente 13%, míg másik 13% jellemzően havonta forgatja a lapokat. További 9% negyedévente, és csak alkalmyszerűen olvas 23%.

Talán sokak számára meglepő lehet, de a fiatalabb, 18-30 év közötti generációnál a legalacsonyabb azok aránya, akik egyáltalán nem olvasnak, ami a felnövő generáció számára kifejezetten pozitív példa lehet.

Napi szinten valamennyivel több férfi (17%) olvas, mint nő (14%), azonban ez az arány a nők javára változik heti és havi rendszeresség esetén.

A könyveket az olvasók 51%-a könyvesboltban vásárolja, 16% e-könyveket is vásárol. Az olvasók harmada ismerősöktől kap kölcsön könyveket, használtan pedig 28% szerez be könyveket, de ők jellemzően abba a körbe tartoznak, akik könyvtárba is járnak és napi gyakorisággal olvasnak.

A megkérdezettek 13%-a számára lehet mérvadó a sikerlisták feltüntetése egy-egy könyvesboltban, vagy webshopban, azonban ennél jóval jelentősebb az az arány, akik jellemzően kedvenc íróik kötetei között válogatnak. A kiválasztás szempontjából meghatározó lehet egy-egy ismerős ajánlása (30%), de számítanak a közösségi médiában megjelenő posztok, ajánlások, valamint a kutatásom szempontjából is releváns könyv és borító milyensége is.

A megkérdezettek több mint fele, 52%-a jellemzően krimiket, fikciókat, romantikus történeteket kedveli, ezek a műfajok egyébként inkább a nők körében népszerűek. Szintén dobogós helyen, a másodikon az önismereti, önfejlesztő könyvek állnak. És itt fontos megjegyezni, hogy általában minél fiatalabb valaki, annál nagyobb a valószínűsége, hogy ez a téma vonzza majd leginkább. A komolyabb darabokat, a szépirodalmi, drámai műveket az olvasók 11%-a keresi, illetve további 10% a dokumentarista jellegű könyveket olvassa. Ez utóbbi téma a férfiak kedvence, akik közül 16% olvassa ezt a műfajt. Verseket 6%, életrajzi műveket pedig 9% olvas.

Az olvasók 80%-a otthonában olvas a legszívesebben, egyharmada utazás, negyedük várakozás közben is ezzel tölti az idejét. 4 százalék pedig akár a mosdóba is magával viszi a könyvet, bár utóbbi szokás inkább a férfiakra jellemző. Akiknél mindig lapul egy könyv, ők legalább heti gyakorisággal veszik elő táskájukból az aktuális kikapcsolódáshoz szükséges kötetet. (Könyves Magazin, 2023.)

### 3 Anyag és módszer

Mivel marketingkutatásomhoz speciális információkra van szükségem a piacról, célzottan szeretnék adatokat gyűjteni, így azokat primer információkon keresztül szeretném begyűjteni primer kutatás formájában.

A primer adatok egy adott kutatási probléma megoldása céljából, saját adatfelvételi eljárás keretében gyűjtött adatok összességét jelenti. A primer kutatáshoz szükséges adatfelvételi módszereket két nagy csoportba lehet sorolni. Ezek a kvalitatív és a kvantitatív eljárások csoportja. A kvalitatív eljárások sorába elsősorban a fókuszcsoporthoz tartozó kutatás és az interjú, a kvantitatív módszerek közé pedig a megkérdezés, a kísérlet és a megfigyelés sorolható. A primer információk gyűjtéséhez elsősorban mintavétel útján juthatunk hozzá. Ez azt jelenti, hogy nem vonunk be minden egyes érintett személyt a lekérdezésbe, csupán mintát veszünk belőlük és a megkérdezettek válaszai alapján végezzük el az adatfelvételt, az ő válaszaik alapján szűrjük le a kapott információkat.

A mintavételhez szükséges tervet készíteni, ami három részből áll. Első feladat a célcsoport kiválasztása, ezt követően tudok majd dönteni a mintavétel módjáról, majd a minta nagyságáról, amihez elengedhetetlen, hogy megnézzem a mintával szemben támasztott követelményeimet, az adatok pontosságát, megbízhatóságát. A primer kutatásokhoz a kutatási segédeszközök használata elengedhetetlen. Ez lehet interjúvázat az interjú esetében, vagy a fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során a forgatókönyv, de ilyen lehet a minta felvétele során leggyakrabban használt megkérdezés esetében a kérdőív, mint segédeszköz összeállítása is. De fontos megtervezni ezekben az esetekben a kísérlet, megfigyelés alkalmazásának körülményeit is. Amennyiben kérdőív mellett döntünk, fontos tisztázni a kérdéseket, alkérdéseket is.

A primer adatgyűjtés célzottan, az adott probléma megoldására irányul, a szekunder adatgyűjtéssel ellentétben nagyon összetett, hosszabb időbe telik az adatok begyűjtése és vizsgálata, valamint magas a költsége a szekunderhez viszonyítva.

Megvizsgálva a szekunder adatgyűjtésem során szerzett információkat, kutatásomat primer adatgyűjtéssel folytatom, aminek két fajtája van: kvalitatív és kvantitatív. Míg a kvalitatív mintavétel esetében a feltáró jelleg, és a mélyebb, árnyaltabb információgyűjtés a jellemző, addig a kvantitatívra a számszerűsített, statisztikai adatok, aminek a célja a következtetés az alapsokaság magatartására. Míg a kvalitatív módszerek segítenek körülírni, pontosítani, definiálni a kutatási problémát, azok tökéletes megválaszolására nem alkalmasok. A kvalitatív

adatok esetében beszélhetünk közvetlen és közvetett technikákról. Közvetlen például a fókuszcsoporthoz tartozó kutatás, az interjú és a megfigyelés. Közvetett technikák közé sorolhatóak az asszociációs, kiegészítő, konstrukciós és kifejezési technikák. (Dr. Ph.D. Gyenge, 2009)

### **3.1 Hipotézisek**

Az alábbi három hipotézist állítottam fel, melyeket a kutatásom eredményeinek megfelelően megvizsgálók:

H1 A könyv borítója befolyásolja a vásárlási szokásokat.

H2 Az emberek többségénél a könyv borítója nagyobb hangsúlyt kap a választás során, mint annak az ára.

H3 A könyvvásárlás során az érzékenységek kisebb mértékben meghatározó egy adott könyv jól sikerült borítója esetén.

### **3.2 Kutatási kérdések**

K1 A könyvvásárlás szempontjai között szerepel a borító fontossága? Számít az olvasóknak, hogy milyen egy könyvborító?

K2 Melyik könyvet veszi le az olvasó hamarabb a polcra: Amelyiknek alacsony az ára, vagy jó a borítója?

K3 Segíti a vásárlót a döntés meghozatalában az, ha tetszik neki a könyv borítója?

### **3.3 Fókuszcsoporthoz tartozó kutatás és mélyinterjú**

#### **3.3.1 A kutatási interjúsorozat megtervezése**

Kvalitatív adatok gyűjtéséhez fókuszcsoporthoz tartozó kutatás mellett mélyinterjút is készítettem. Kutatásom első részében előzetesen telefonon kerestem fel minden tagot és megkérdeztem őket, hogy részt vennének-e fókuszcsoporthoz tartozó kutatásomban annak érdekében, hogy megismerhessem olvasással kapcsolatos vásárlói szokásaikat. A jó ismeretségre tekintettel szívesen vállalták a részvételt, hogy segítsék a munkámat.

#### **3.3.2 Az interjúalanyok kiválasztása**

a) Mintanagyság és szerkezet



	18-24 éves	25-34 éves	35-44 éves	45-54 éves	55-64 éves	65 éves kor felett
Nő		1 fő			1 fő	
Férfi			1 fő			

#### b) Mintavétel módja

Mind a férfiak, mind pedig a nők esetében szűrési szempont a könyvvásárlásban való aktív részvétel. Kizáró ok lehet, ha valamelyik jelölt vagy annak családtagja az alábbi területeken dolgozik vagy dolgozott az elmúlt egy évben:

- könyvesbolt
- könyvkiadó
- könyvtár
- grafikus

A mintavétel önkényes, egyéb szűrőfeltétel nincs.

### 3.3.3 Résztvevők toborzása

A résztvevők kiválasztása a pandémiás vírushelyzet miatt kialakult korlátozások, intézkedések, és a javasolt távolságtartás okán ismeretségi körömből történtek interneten (Facebook, Messenger), illetve telefonon keresztül.

### 3.3.4 Az interjúk levezetése

Az interjúalanyokkal történt előzetes egyeztetés alapján az interjúk levezetése 2021. április 6-7. között zajlott telefonon. Az interjúk lebonyolítása előtt minden alanytól felvettem a szükséges adatokat:

- Általános, szociodemográfiai adatok: név, telefonos elérhetőség, nem, életkor, családi állapot, lakhely, iskolai végzettségre, foglalkozás
- Szokott rendszeresen könyveket olvasni, vagy vásárolni? (HA NEM SZOKOTT, AKKOR NEM MEGFELELŐ A SZEMÉLY!)

Az interjúvázlatot szakdolgozatom melléklete tartalmazza.

### **3.3.5 A kutatási interjúsorozat lebonyolítása**

Kutatási interjúsorozatomban első lépéseként felvettem a kapcsolatot az interjúalanyokkal, akik – tekintettel az ismeretségre - vállalták a telefonos interjút. Az interjúkon külön-külön beszélgettem az alanyokkal, két hölgygel, illetve egy férfival, akik rendszeresen vásárolnak könyveket.

Az első interjú egy 61 éves hölgy társaságában készült Facetime videótelefonálás alkalmával, a második egy 38 éves férfival MS Teams értekezleten, a harmadik pedig egy 33 év hölgy társaságában zajlott Facebook Messenger videóhívás segítségével. Az ismeretségre tekintettel a bemutatkozástól eltekintettünk és rögtön a bemelegítésre tértünk át. A résztvevőket először is tájékoztattam az interjúval kapcsolatos alapfeltételekről, valamint bemutattam az interjú általános célkitűzéseit. Ezt követően megbizonyosodtam minden interjúalany esetében arról, hogy biztosan jól hallanak-e. Noha a képminőség néha akadozott is, a hangomat jól hallották. A könnyebb átláthatóság kedvéért az interjúalanyokkal folytatott beszélgetésemet excel táblázatba vezettem fel, amit szakdolgozatom mellékletében tüntettem fel.

### **3.3.6 A kutatási interjúsorozat elemzése**

Kutatási interjúsorozatomban elemzéséhez a korábban összeállított interjúvázlatomban főbb témáit veszem alapul, amik a következők voltak:

- könyvvásárlás
- könyvválasztás konkrét elemei
- arculat
- információk szerepe
- termék és ár viszonya

Az interjúvázlatomban fenti témánként tematizáltam a feltett kérdéseket, amik alapján abban bízom, hogy így jobban rá tudok világítani az interjúalanyok válaszai közötti eltérésekre, vagy éppen ellenkezőleg, az egyezőségekre is.

A könyvvásárlással kapcsolatban a megkérdezettek abban egyértelműen egyetértettek, hogy szeretnek könyveket vásárolni, szeretnek könyvesboltba járni és alapvetően egy kellemes élménynek élik meg ezt a fajta tevékenységet. A válaszadók kis százaléka jár antikvárumba, de ők is csak ritkábban. Ami inkább jellemző, az az, hogy könyvesboltban szeretnek vásárolni.

Illetve fontos megemlíteni, hogy általában amennyiben találnak a megkérdezettek egy jó könyvet egy írótól, akkor szívesen olvasnak még tőle más könyveket is.

A könyvválasztás konkrét elemei esetében már inkább nagyobb eltérés mutatkozott a válaszadók véleménye között. A megkérdezettek elmondásaik alapján teljesen eltérő műfajú könyveket olvasnak. Az interjúalanyok többségének pedig fontos a lapok, és a borító minősége. Az, hogy egy-egy könyvborító megragadja az olvasót már inkább kevésbé tűnt jellemzőnek, azonban a könyv tipográfiája, azon belül is a megfelelő betűméret használata egy-egy könyv esetében igenis fontosnak bizonyult.

Érdekes módon arra a kérdésre, hogy milyen egy szép könyvborító, az interjúalanyok inkább csak egy-egy példával válaszolnak, és kevésbé tudják leírni, hogy milyen könyvborítót találnak szépnek. Talán pont azért, mert ahányféle könyv, annyi borító létezik, vagy még annál is több.

Az információk szerepe kérdéskörrel kapcsolatban elmondható, hogy az eladók részéről történő tematizálás nagyon fontos és elengedhetetlen dolog a könyvvásárlás során, hiszen így egyrészt a vásárló az általa kedvelt műfajon belül keresgélhet, illetve olyan könyvekkel is találkozhatnak az adott műfajon belül, amiknek az íróját még nem ismerik. Így eshet meg, hogy ha nem is tervezünk vásárolni egy könyvesboltban, akkor is könyvvel jövünk ki az üzletből, ahogy azt az interjúalanyok is megerősítették válaszaik során.

A termék és az ár viszonyával kapcsolatban azt gondolom, hogy nem kaptam egyértelmű, teljes mértékben reprezentatív képet a vásárlói attitűdről, ugyanis volt aki egyértelműen hajlandó lenne többet fizetni egy szebb kiadásért és volt aki egyértelműen nem vállalná ennek költségét, illetve volt köztes megoldás is. Ez az volt, amikor konkrétan leírta a könyv borítójával kapcsolatos elvárásokat az olvasó.

Összességében elmondható, hogy az interjúalanyokat igyekeztem úgy összeválogatni, hogy olyan személyekkel kerüljek interjú kapcsolatba, akikről tudom, hogy alapvetően szeretnek olvasni és rendszeresen olvasnak is könyveket. Illetve próbáltam olyan alanyokat keresni, akik az előzetes megítélésem alapján eltérő minőségben és mennyiségben viszonyulnak az interjú témájához. Szerencsére ezt előzetesen – az interjúsorozat alapján úgy tűnik - jól sikerült felmérni, és az interjúk lefolytatása során megerősítést is nyert a feltételezésem. Így három jól elhatárolható interjú eredmény született, amely egyértelműen rávilágít a további fókuszcsoportos kutatás fontosságára és jelentőségére.

### 3.4 Fókuszcsoportos kutatás megtervezése

Mivel kutatási témámban nagy szükségem van a válaszadók további kreativitására, ezért fókuszcsoportos kutatást szeretnék elvégezni a korábban már említett „Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni” Facebook csoport néhány tagja között, hiszen ők egyrészt biztosan azért tagjai a csoportnak, mert nagy érdeklődéssel vannak a könyvek iránt, illetve a csoport posztjai között is többször véltem már felfedezni olyan témát, ami arra enged következtetni, hogy igen is fontos a könyv borítója az eladás szempontjából és egy-egy kedvenc könyvből sokszor akár több különböző kiadást is megvásárolnak a könyvrajongók pontosan azért, mert nagyon megtetszik nekik az adott kiadás. Abban bízom, hogy a tagok tapasztalatai ösztönzőleg hatnak egymásra és ezzel bátorítják egymást a spontán válaszadásra és még ha korábban erre a jelenségre nem is figyeltek fel, azért abba is belegondolnak, hogy talán mégiscsak valamiért olykor leemelnek ismeretlen szerző által írt könyvet is a könyvesboltban a polcra – ami talán éppen a borító valamilyensége miatt történik meg.

A fókuszcsoportos interjú terveim szerint egy 5-7 fős csoportból fog állni attól függően, hogy hány rendszeresen olvasó személyt tudok arra buzdítani a korábban már említett Facebook csoportból, hogy részt vegyen a fókuszcsoporton. Célom az, hogy betekintést nyerjek ebbe a számomra érdekes témába, ami egyben beadandó dolgozatom kérdésköre is. A csoport összetétele ez alkalommal a vizsgálat szempontjából homogén lesz, mivel a résztvevők hasonlítanak egymásra az érintett téma alapján abban, hogy szeretnek olvasni.

A résztvevők toborzása Facebookon keresztül történt, ahol közvetlenül a Facebook csoport néhány tagját kerestem fel személyesen, üzenet formájában.

Az interjúvázlat forgatókönyvét a melléklet tartalmazza.

#### 3.4.1 Fókuszcsoportos kutatás lebonyolítása

##### A csoport résztvevői:

Kutatásom során egy fókuszcsoportos beszélgetést folytattam le, 5 fő részvételével. A csoporttagok főbb demográfiai adatai láthatók a következő táblázatban. A csoport karakterisztikáját illetően a csoportra jellemző volt a dinamikusság, lendületesség, ugyanakkor a kérdések többoldalú megközelítése.

A csoport tagjai:

Sorszám	Nem	Életkor	Foglalkozás	Végzettség
---------	-----	---------	-------------	------------

1.	Nő	30	asszisztens	Diploma
2.	Nő	46	tanár	Diploma
3.	Férfi	42	jogász	Diploma
4.	Nő	22	hallgató	Érettségi
5.	Nő	51	eladó	Érettségi

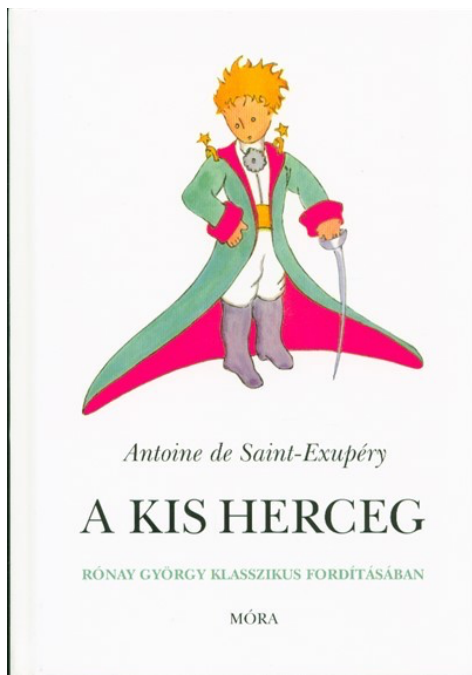
A fókuszcsoporthozos interjúk helyszíne általában a kutató cég, detektívtükrös stúdiója, ennek hiányában azonban én Microsoft Teams felületen keresztül léptem kapcsolatba a csoporttal természetesen videóképpel. A beszélgetés elején elmondtam néhány technikai információt az MS Teams felületről, ami hasznos lehet annak, aki még nem használta ezt a platformot, majd megkérdeztem, hogy van-e valakinek ellenvetése azzal kapcsolatosan, hogy rögzítem a beszélgetést a kutatás pontos nyomonkövethetősége érdekében és miután azt a visszajelzést kaptam, hogy nincs ellenvetés, elindítottam a felvételt.

A fókuszcsoporthoz meghívottak mindegyikéről elmondható, hogy intenzíven érdeklődnek az olvasás és a könyvek iránt, és folyamatosan keresnek számukra megfelelő olvasnivalókat.

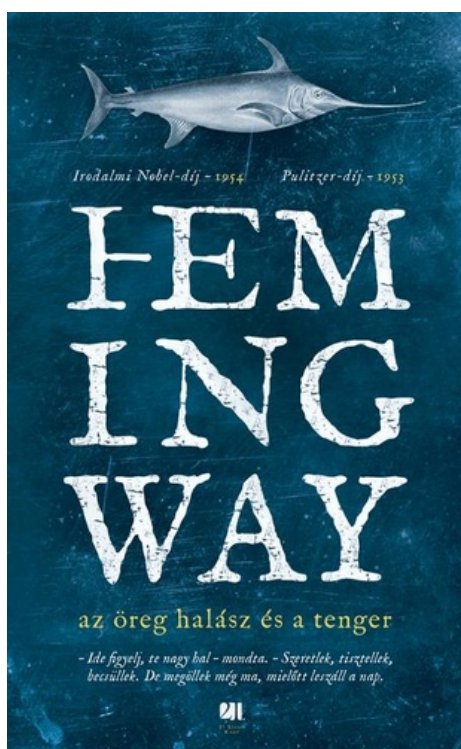
### **Bevezetés:**

A fókuszcsoporthozos kutatás elején meséltem a csoporttagok azonos érdeklődési köréről, a könyvek szeretetéről, és magáról a fókuszcsoporthozos kutatásról, aminek nagy előnye, hogy a vizsgálat alatt lehetőségem van megfigyelni az interjúalanyok közötti interakciót és viszonylag sokat megtudhatok magáról a témáról már abból is, ahogy reagálnak a csoporttagok egymás visszajelzéseire. Elmondtam a résztvevőknek a kutatás menetét, majd rátértem a csoporttagok bemutatására.

A csoporttagok néhány mondatban bemutatkoztak és meséltek magukról néhány mondatban. Majd annak érdekében, hogy oldjam a kezdeti zárközött beszélgetést, mutattam néhány klasszikusnak számító könyvet a kamerába annak érdekében, hogy megkérdezzem mit gondolnak egy-egy darabról az író, a cím, a tartalom és a borító tekintetében. A könyvek a következők voltak.



13. ÁBRA ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY: A KIS HERCEG



14. ÁBRA ERNEST HEMINGWAY: AZ ÖREG HALÁSZ ÉS A TENGER



15. ÁBRA MOLNÁR FERENC: A PÁL UTCAI FIÚK

A beszélgetés kifejezetten jól és gördülékenyen indult, a résztvevők meséltek a három könyvhez köthető olvasásélményeikről, arról, hogy többüknek adott könyvnél ugyanaz a kiadás van meg otthon a könyvespolcon, melyik kinek, hogy tetszett, szóbahozták a kötelező olvasmányaikat, majd egy kicsit vissza kellett terelni a beszélgetést a könyvek címére és a borítójára is. A borító és a cím esetében is azt a visszajelzést kaptam, hogy mindannyian egyetértenek abban, hogy a címválasztás és a borító is egyértelműen és abszolút illik a könyvek tartalmához, azok kimondottan jól sikerültek. Elhangzott az is, hogy még A Pál utcai fiúk és A kis herceg régebbi kiadás, Az öreg halász és a tenger egy teljesen friss, új darab, új köntösben. Látszott, hogy otthonosan mozognak a témában. Az egyik csoporttag jelezte, hogy ő nem olvasta Az öreg halász és a tenger című könyvet, meséljünk neki egy kicsit a könyvről, mert már ő is régóta tervezi, amit szívélyesen meg is tettek a többi résztvevők és nagyon ajánlották az olvasmányt.

A fókuszcsoporthoz összeállított kérdéseket és azokra kapott válaszokat szakdolgozatom melléklete tartalmazza.

### **Lezárás:**

A fókuszcsoporthoz végén egyesével megkérdeztem a résztvevőktől, hogy érezték magukat, milyen tapasztalatokat szereztek. A visszajelzés részükről egyértelműen pozitív volt, de kiemelték, hogy kifejezetten azért, mert szeretik a könyveket, szeretnek olvasni, ami

nagyban megkönnyítette a helyzetüket a válaszadások során. Megkérdeztem a csoporttagokat a Microsoft Teams felületről, amin a fókuszcsoporthoz összehívtam és összességében elégedettek voltak a felület használhatóságával. Negatívumként kiemelték, hogy sajnos a vélhetően nem megfelelő sáv szélesség miatt egyszer-egyszer vissza kellett kérdeznük, mert a hangminőség akadozott, így nem mindig hallottak minden szót, de szerencsére nagy technikai problémák nem voltak a beszélgetés során. A résztvevők arcait nem mindig látták élesen, de mivel nem ismerték egymást, ez egyáltalán nem volt zavaró. Pozitívumként pedig megosztották velem, kifejezetten támogatják, hogy online felületen zajlott a kutatás.

### **Ajándék:**

Miután mindenkinek megköszöntem a részvételt és azt, hogy időt szánt erre a fókuszcsoporthoz kutatásra, elővettem azt a kis meglepetést amiket a Microsoft Teams kameráján keresztül meg is mutattam a csoport tagjainak. Egy-egy tábla csokival és a szazszorkep.hu által készített mágneses könyvjelzővel készültem, amin stílusosan egy könyvespolc látható. A GDPR-ra hivatkozással arra kértem a fókuszcsoporthoz tagjait, hogy ne mondják el az online értekezlet keretében, hanem inkább legyenek szívesek e-mailben átadni nekem a pontos címüket, hogy fel tudjam adni nekik postán az ajándékokat, amiknek szemmel láthatóan nagyon örültek.



**16. ÁBRA SZAZSZORKEP.HU - MÁGNESES KÖNYVJELZŐ**

### **3.4.2 Összegzés, záró gondolatok**

A könyvek borítója az, ami először szembejön a könyvesboltban az érdeklődővel. Ha szimpatikusnak, első ránézésre megnyerőnek találja az adott személy, még ha nem is ismeri az írókat, leveszi a polcról, ha nem, továbblép. Fókuszcsoporthoz kutatásom során arra próbáltam rávilágítani és a résztvevők válaszai alapján is erre következtethetek, hogy egy borító tud



tartalmat, írói látásmódot, akár ünnepi, karácsonyi hangulatot is közvetíteni és tapasztalataim alapján a könyvkiadók is egyre nagyobb hangsúlyt próbálnak fektetni a borító fontosságára, arra, hogy megfelelő képet mutathassanak kifelé az olvasók számára magáról a könyvről, annak témájáról, tartalmáról és nem utolsósorban az író stílusáról.

A fókuszcsoporthoz tartozó kutatás során a résztvevőkkel folytatott beszélgetés arra enged következtetni, hogy noha a vásárlók sokszor nem is tudatosan, de befolyásolva vannak a könyv borítója által. A borító milyensége befolyásolja a vásárlókat a döntésben. Még ha nem is vallják be maguknak, hogy miért pont azt az adott könyvet veszik le a könyvesbolt polcáról.

Carmine Gallo: Storytelling – A történetmesélés ereje című könyvében olvastam, hogy azoknál a prezentációknál amikben sok a „zaj”, tele vannak indokulatlanul sok szöveggel, bonyolultak, ezáltal nehezebben lehet megjegyezni őket. Ezeknél a prezentációknál úgy csökkenthetjük a zajt, ha levesszük a fókuszot a lényegtelen elemekről és felerősítjük magát a jelet, amin keresztül a hallgató, néző nemcsak, hogy be tudja fogadni a mondanivalónk lényegét, de könnyebben meg is tudja jegyezni. Ezt a gondolatmenetet követve egy jó borító véleményem szerint ugyanígy „fel tudja erősíteni a jelet”, ezáltal meg tudja könnyíteni a könyv eladását, még akkor is, ha a tartalom nem is indokolná és ennek az inverze is igaz, hogy egy nagyon jó tartalmú, témájú könyvet kevésbé vonzóvá is tud tenni egy rosszul megválasztott borító. De nézzük meg egy kicsit közelebbről kvantitatív kutatás formájában ezt a témát, hiszen ahhoz, hogy kiderüljön pontosan mekkora szerepe is van a vásárlás során a borítónak, érdemes minél több olvasót megkérdezni. (Gallo, 2016)

### **3.5 Kérdőív**

Mivel tagja vagyok Facebookon a „Nincs időm olvasni kihívás! / VAN IDŐM OLVASNI CSOPORT! #vanidőmolvasni” csoportnak, a legkézenfekvőbb az lett volna számomra, hogy a csoporttagok között készítsek egy kvantitatív kutatást arról, hogy ők mit gondolnak részletesen a témában, de sajnos többszöri próbálkozásom ellenére sem sikerült meggyőzőn az oldal kezelőit arról, hogy kikerülhessen az oldalra valamilyen formában a kérdőívem. Természetesen elfogadtam és megértem az adminisztrátorok döntését, azonban így sokkal nehezebb dolgom volt a mennyiségi vizsgálathoz szükséges adatgyűjtésnél, hiszen nem csak a kérdőívet kellett kitöltetnem megfelelő számú személlyel, hanem elsősorban könyveket olvasó embereket kellett keressek, majd ezután tudtam csak megkérni őket arra, hogy töltsék ki kérdőívemet. Mivel ezzel

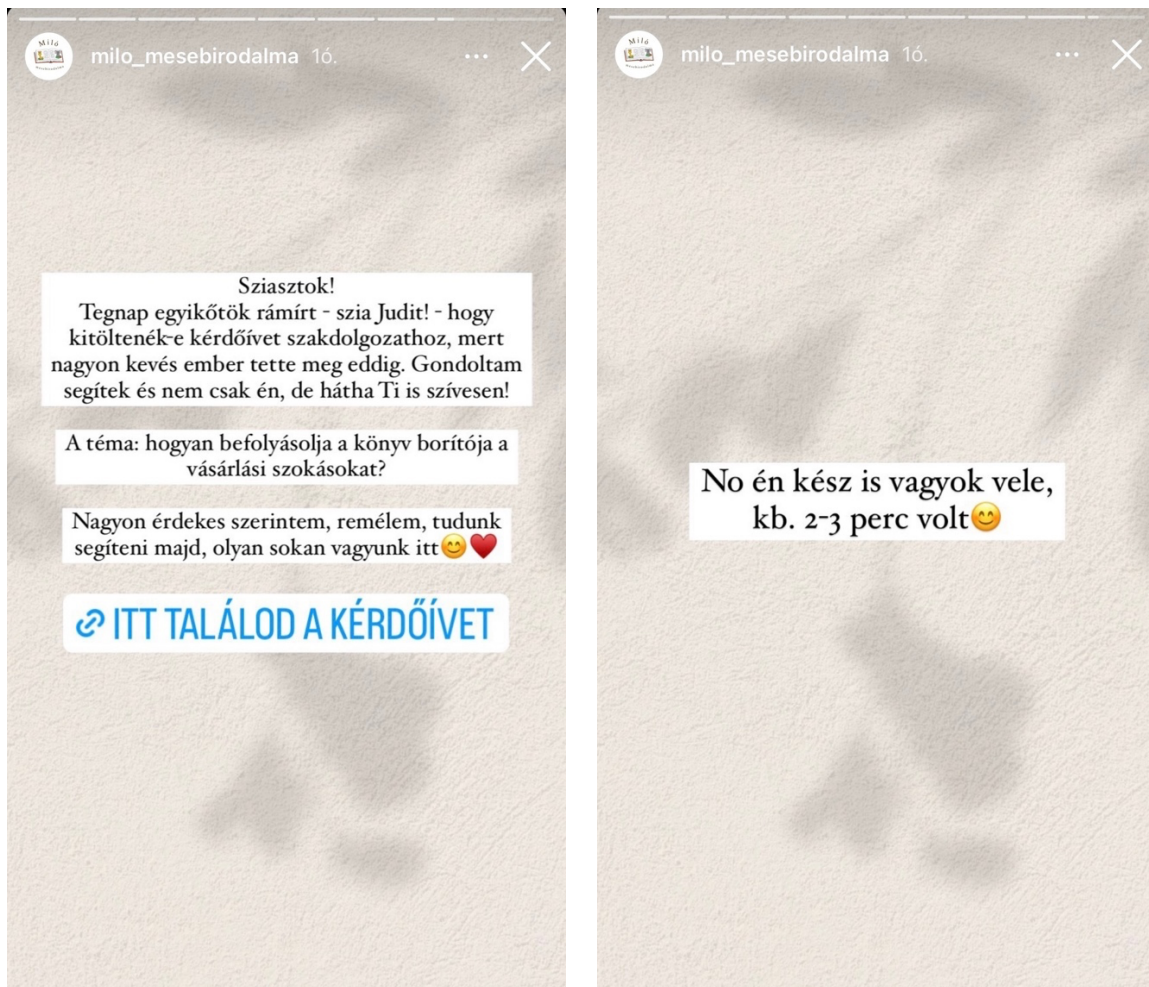
a módszerrel sajnos nem igazán jártam sikerrel, nem sikerült elegendő adatot gyűjtenem a kutatáshoz, így tovább érdeklődtem elsősorban általam is követett olvasásnépszerűsítők között Facebookon és Instagramon is.

Végül Instagramon sikerült egy digitális tartalomkészítőt meggyőzőn arról, hogy ossza meg a kérdőívet követői között „történetben” (storyban). A story az Instagramon megjelenő két fő tartalomtípus egyike. Abban tér el egy sima posztól, hogy ez csak 24 óráig látható.

@milo\_mesebirodalma, aki a segítségemre volt egy sokkal szélesebb olvasói körnek eljuttatni a kérdőívet, elsősorban gyermekkönyvek olvasásnépszerűsítésével foglalkozik, de a könyveken túl – kisebb számban ugyan, de - játékokat is közzétesz oldalán, amikkel kisfiával szívesen játszanak.

A @milo\_mesebirodalma Instagram oldalnak jelenleg több mint 15 000 fős követőtábor mellett, közel 550 bejegyzése van. Az oldalt kezelő hölgy majdnem minden nap posztol és egy nap több történetet (storyt) is feltölt, amiben rendszeresen vannak jobbnál jobb kedvezmények, nyereményjátékok, ajánlások különféle kiadóktól, játékkészítő és -értékesítő cégektől. Azok között a tartalomgyártók között akiket én követek, @milo\_mesebirodalma az, aki valóban kimondottan igényes mesekönyveket ajánl a szülőknek, és rendszeresen ad lehetőséget a kedvezmények felhasználására is saját kupon biztosításával. Így egyet biztosan állíthatok, az a szülő, aki nemcsak szeret olvasni, de szeretne minőségi mesekönyveket olvasni gyermekének, annak érdemes ezt az Instagram oldalt követnie.

Az Instagramon megosztott 24 óráig látható történetről készült képernyőképet lenti ábra mutatja.



17. ÁBRA @MILO\_MESEBIRODALMA INSTAGRAM OLDALÁN MEGJELENÍTETT TÖRTÉNET A KÉRDŐÍVEM KITÖLTÉSÉRŐL

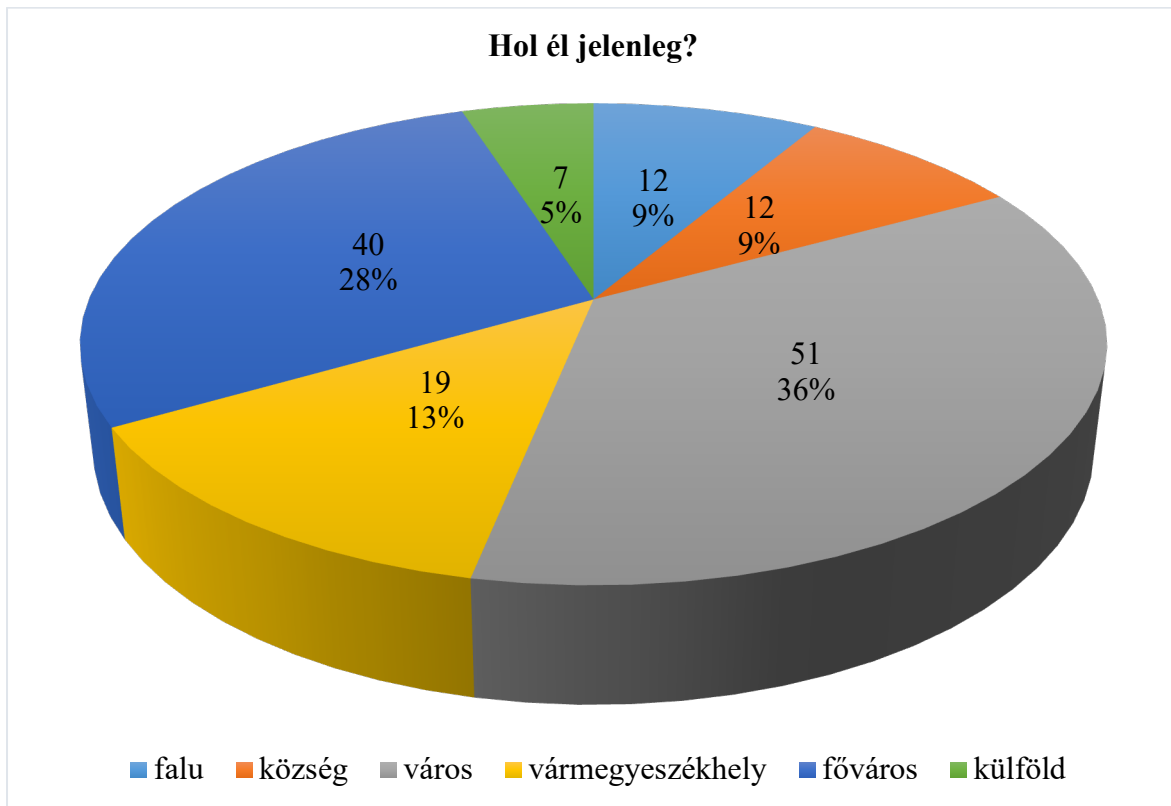
A fókuszcsoporthoz interjú kiértékelésekor azt a következtetést vontam le, hogy a csoport létszáma, bizonyos tekintetben homogenitása miatt kvantitatív felmérés erősítheti vagy cáfolhatja meg az eddig kapott eredményeket. A kérdőívben megfogalmazott kérdéseket az interjú értékelését követően véglegesítettem úgy, hogy nem zártam ki annak lehetőségét, hogy más jellegű visszajelzések is érkezhetnek a kitöltők részéről, mint amiket eddig kaptam, és ezeket célszerű kvantitatív módszerekkel is cáfolni vagy alátámasztani.

A kérdőívet a Google online kérdőívszerkesztő programjával hoztam létre, mely 16 kérdést tartalmaz. A részletes kérdőív és az arra adott válaszok szakdolgozatom mellékletében találhatóak.

### 3.5.1 Kvantitatív kutatás eredménye

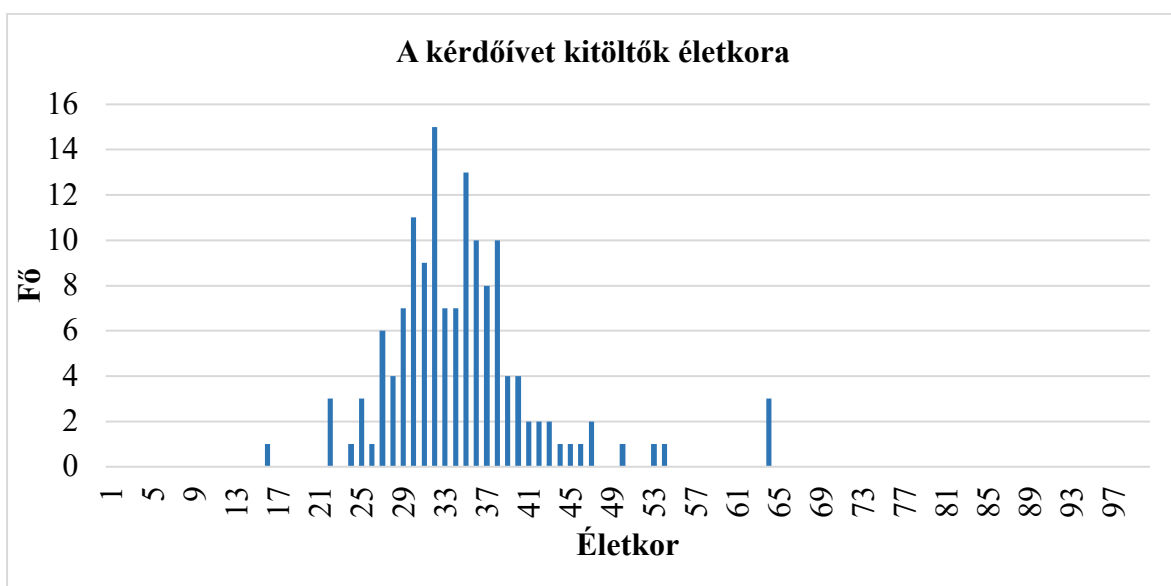
Kérdőívemet összesen 141 fő töltötte ki.

Lenti grafikonból látható, hogy a megkérdezettek között akadt faluban, községben, városban, vármegyeszékhelyen, fővárosban és külföldön élő is. A legtöbben a kitöltők között városban élnek (36%), a legkisebb arányban pedig külföldön (5%).



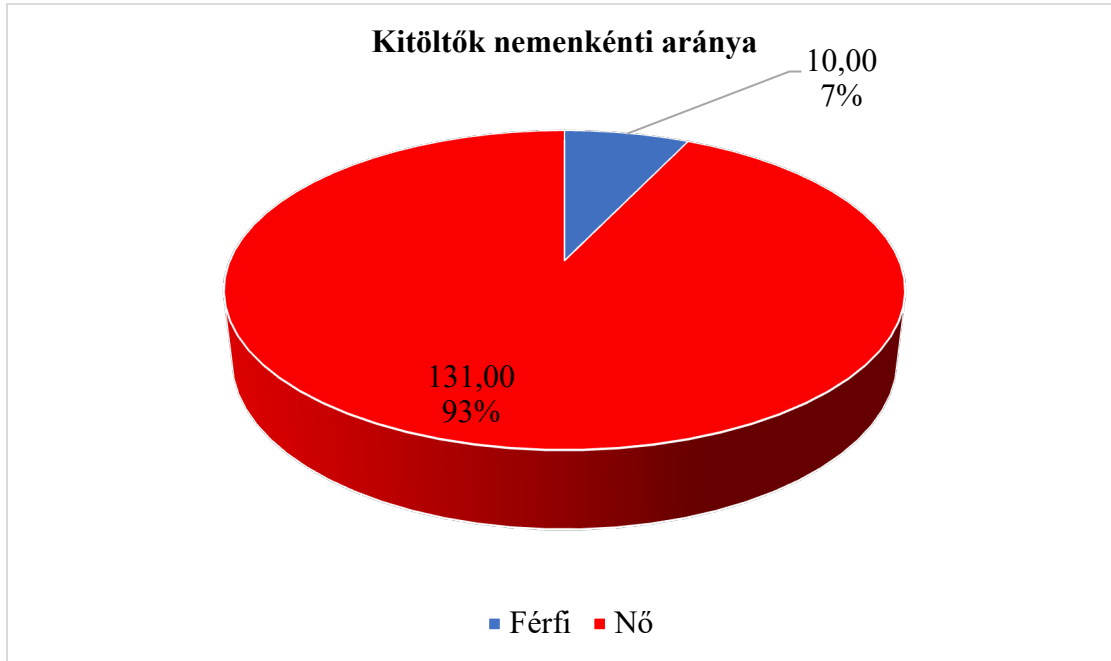
18. ÁBRA HOL ÉL JELENLEG? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

A második kérdés az életkorra vonatkozott. A kérdőívet 16 évestől 64 éves korig változó arányban töltötték ki, a legnagyobb arányban a harmincas korosztály szerepel a grafikonon.



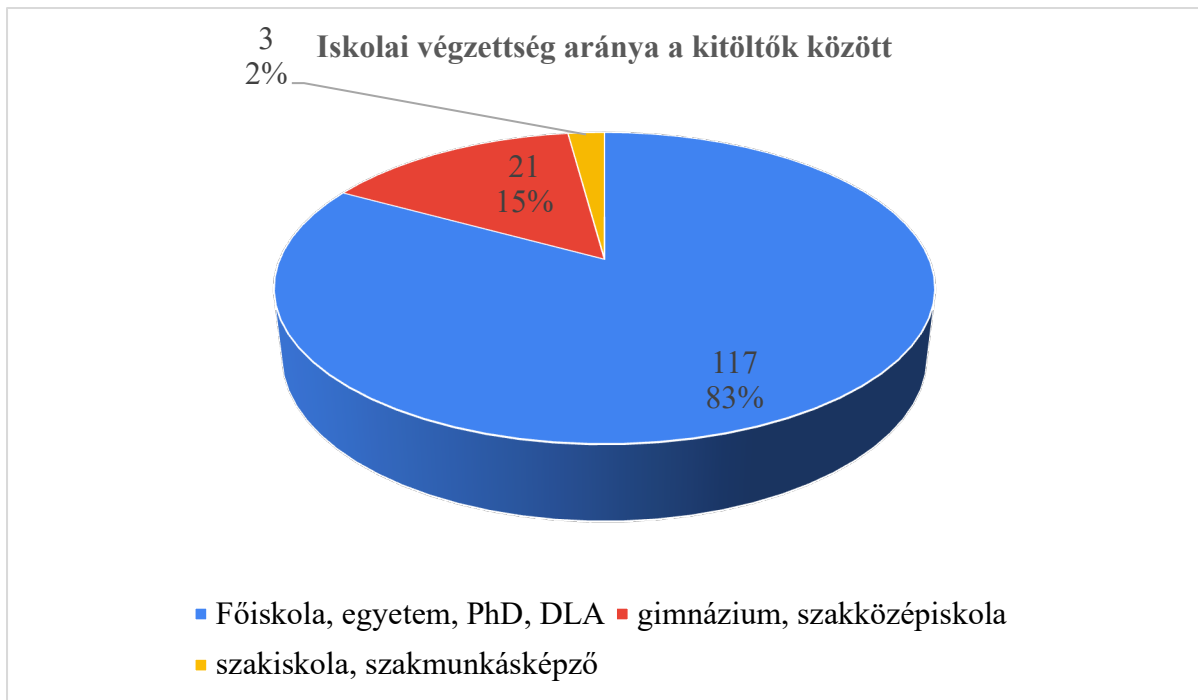
19. ÁBRA A KÉRDŐÍVET KITÖLTŐK ÉLETKORA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

A kitöltők között – legnagyobb igyekezetem ellenére is csak – 10 férfi szerepel, ami összesen 7%-os részvételt jelent a részükről, a nők aránya jóval magasabb, 93%. A kérdőívet kitöltők nemi arányát lenti ábrán szemléltetem.



20. ÁBRA KITÖLTŐK NEMI ARÁNYA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

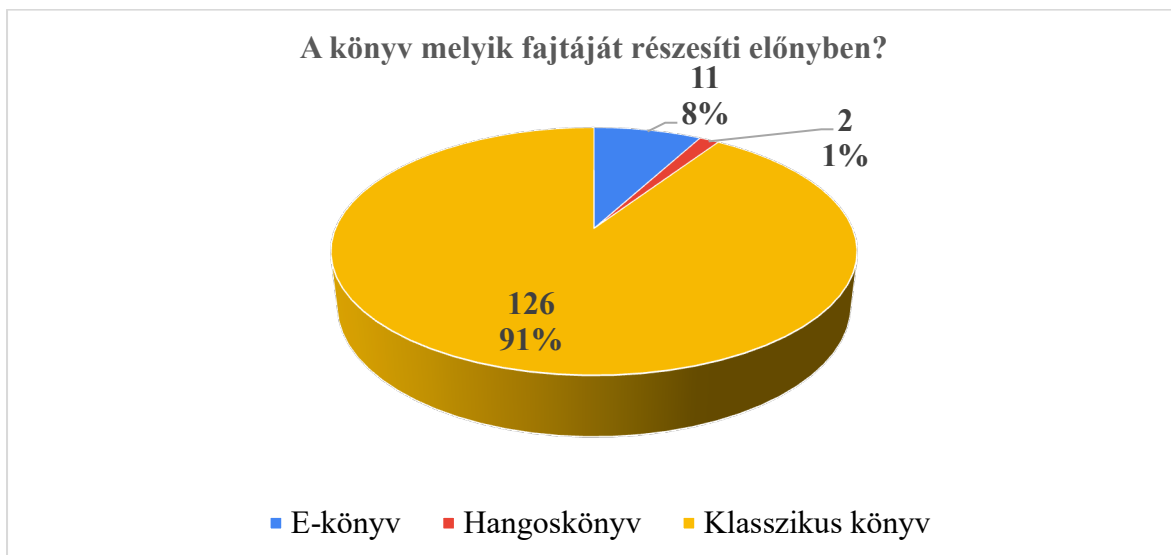
A megkérdezettek 83%-a egyetemet, vagy főiskolát végzett, 15% gimnáziumot, vagy szakközépiskolát és mindössze 2% szakiskolát, vagy szakmunkásképzőt. Azok, akik kizárólag általános iskolai végzettséggel rendelkeznek, ők nem szerepelnek a megkérdezettek között, ahogy azt lenti ábra is mutatja.



21. ÁBRA A KITÖLTŐK ISKOLAI VÉGZETTSÉGÉNEK ARÁNYA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

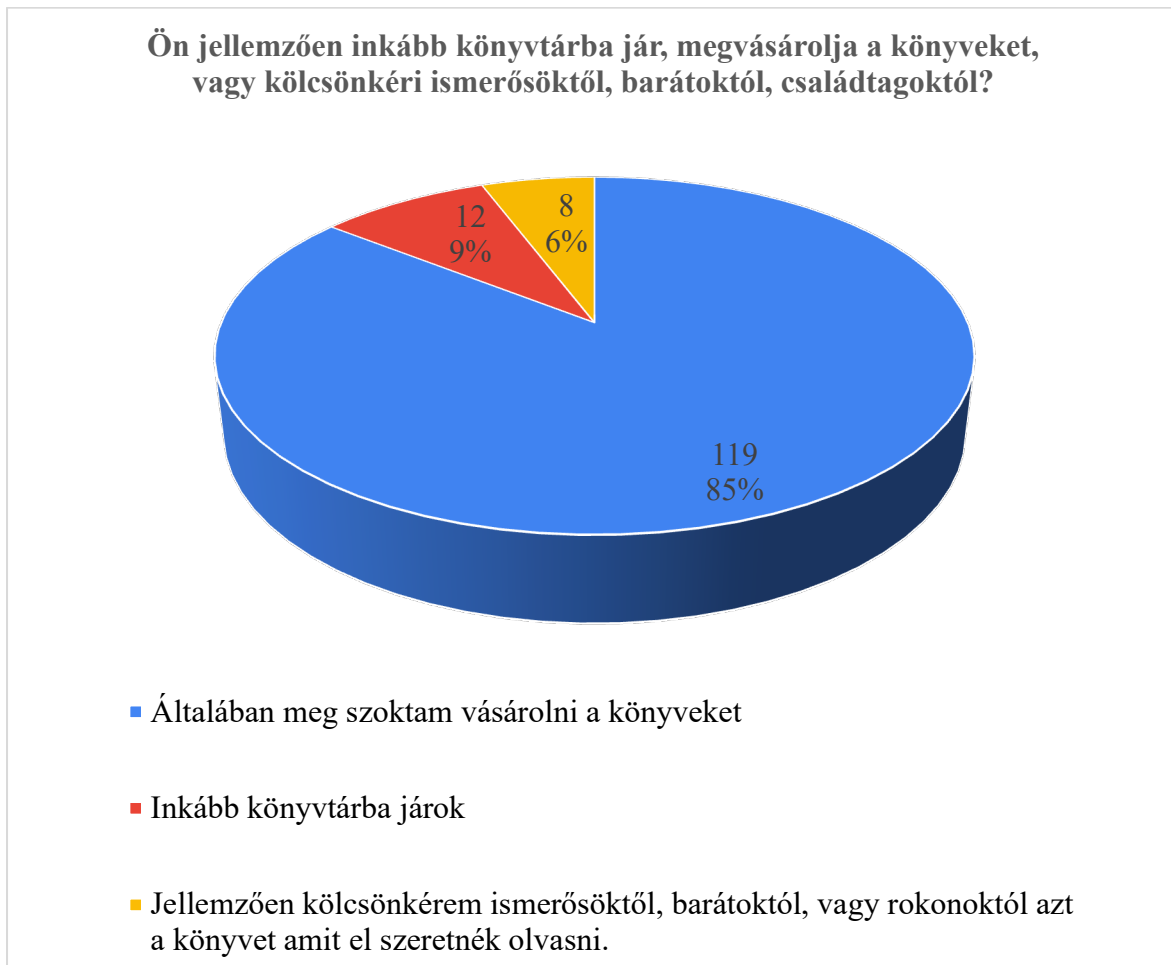
A megkérdezett 141 főből sajnos 2 fő nem olvas könyvet, így a továbbiakban 139 fő visszajelzéséről adok számot.

Kérdőívemben kitértem arra, hogy az olvasók a könyvnek melyik fajtáját részesítik előnyben, itt eredményül azt kaptam, hogy 91%-ban a klasszikus könyvet forgatják, 8% e-könyvet olvas, és csak 1% hallgat hangos könyvet. Az eredményt lenti grafikon ábrázolja.



22. ÁBRA A KÖNYVNEK MELYIK FAJTÁJÁT RÉSZESÍTI ELŐNYBEN? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

A kérdőívet kitöltők 85%-a vásárol könyvet, 9% jellemzően könyvtárba jár, 6% pedig inkább kölcsönkéri, amit el szeretne olvasni.

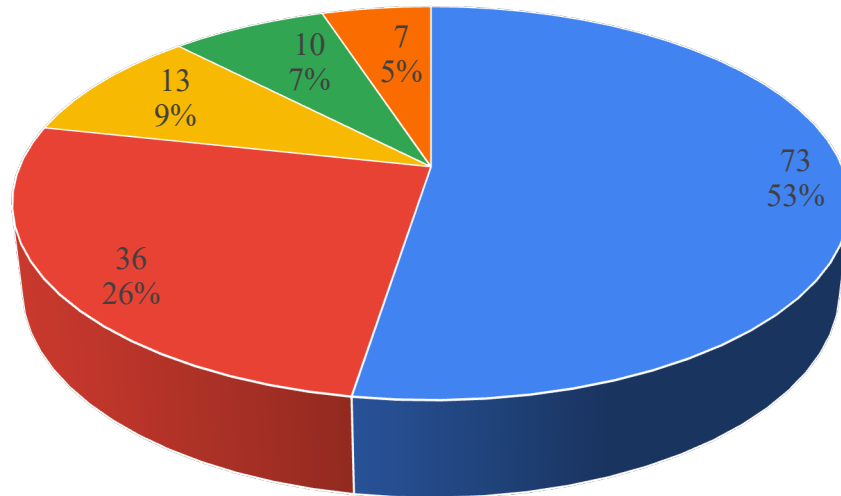


23. ÁBRA JELLEMZŐEN KÖNYVTÁRBA JÁR, MEGVÁSÁROLJA A KÖNYVET, VAGY KÖLCSÖNKÉRI? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Azt, hogy a kitöltők milyen rendszerességgel olvasnak könyvet, az alábbi ábra szemlélteti.

A megkérdezettek több mint fele maximum 10 könyvet olvas egy évben. 26% több mint tíz, de maximum 20 könyvet olvas. 21-30 darab könyvet olvas 9%, 30-50 darab könyvet 7% és több mint 50 könyvet olvas egy évben 5%.

### Mennyi könyvet olvas egy évben?



- Maximum 10 darab könyvet olvasok évente
- 11-20 darab könyvet olvasok évente
- 21-30 darab könyvet olvasok évente
- 30-50 darab könyvet olvasok évente
- Több mint 50 könyvet olvasok évente

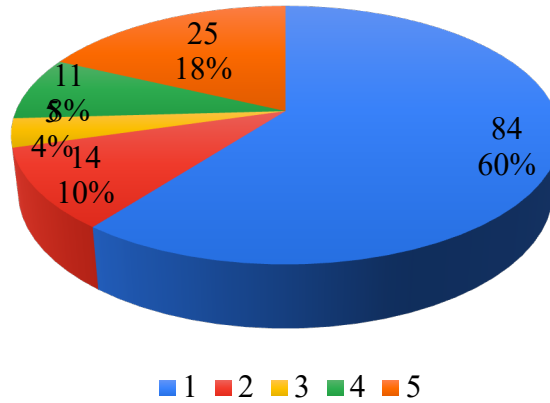
24. ÁBRA A KITÖLTŐK OLVASÁSI GYAKORISÁGA ÉVES SZINTEN (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Az olvasók 60%-a teljes mértékben egyetértett azzal, hogy olvasott már olyan könyvet, aminek tetszett a borítója. Kis mértékben értett egyet a kijelentéssel 10%, a visszajelzések alapján pedig összesítve a fennmaradó 30% vagy semlegesesen áll a kérdéshez, vagy nem ért vele egyet.



**Olvasott már olyan könyvet, aminek a borítója kimondottan tetszett Önnek?**

**Véleményét kérem jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet**

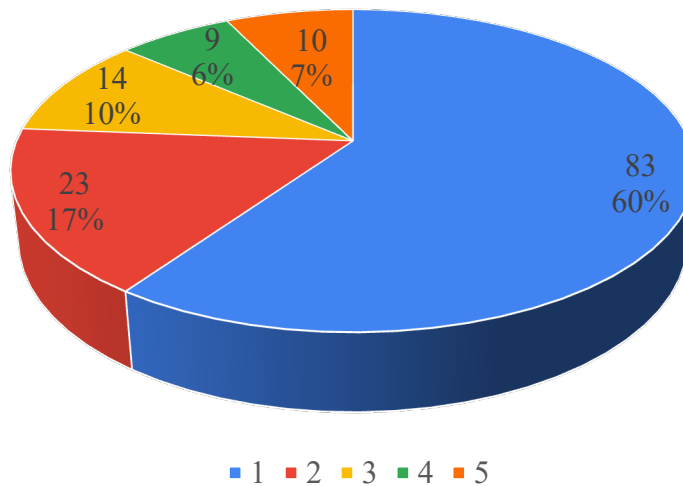


25. ÁBRA OLVASOTT MÁR OLYAN KÖNYVET, AMINEK A BORÍTÓJA KIMONDOTTAN TETSZETT ÖNNEK? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

És szintén az olvasók 60%-a gondolja úgy abszolút mértékben, hogy fontos, hogy a könyv borítója összhangban legyen a könyvvel, illetve annak tartalmával, ahogy ez az alábbi grafikonon is látható. Valamint további 17% kis mértékben ugyan, de egyetért az állítással. Összesítve 23% áll semlegesen a témához, vagy nem ért vele egyet.

**Ön szerint fontos, hogy a könyv borítója összhangban legyen a könyvvel, illetve annak tartalmával?**

**Véleményét kérem jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet**



26. ÁBRA ÖN SZERINT FONTOS, HOGY A KÖNYV BORÍTÓJA ÖSSZHANGBAN LEGYEN A KÖNYVVEL ÉS TARTALMÁVAL? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

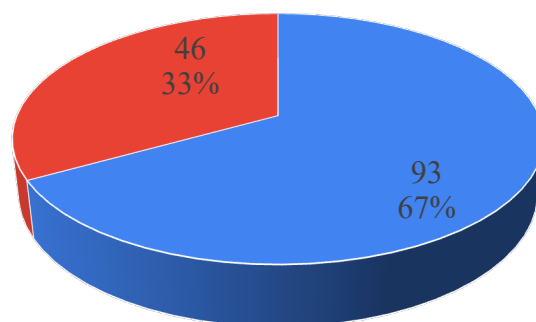
A válaszadók 61%-a gondolja úgy, hogy ha megtetszik neki egy borító, akkor azt a könyvet leveszi a polcról és beleolvas, de legalábbis megnézi, hogy miről szól. Kisebb mértékben a kitöltők további 16%-a szintén egyetért, 6% semleges a kérdésben, további 6% kisebb részben nem ért egyet és 11% egyáltalán nem ért vele egyet. Összesítve: akik nem értenek egyet a témában, vagy semleges állnak hozzá, ők a többség csupán 23%-a.



27. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET? HA TETSIK EGY KÖNYV BORÍTÓJA, AKKOR ABBA SZÍVESEN BELEOLVASOK, MEGNÉZEM MIRŐL SZÓL (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Kutatásom szempontjából kimondottan fontos információnak tartom, hogy a kérdőívet kitöltők kétharmada, a válaszadók 67%-a korábban már vásárolt azért könyvet, mert megfogta a borító.

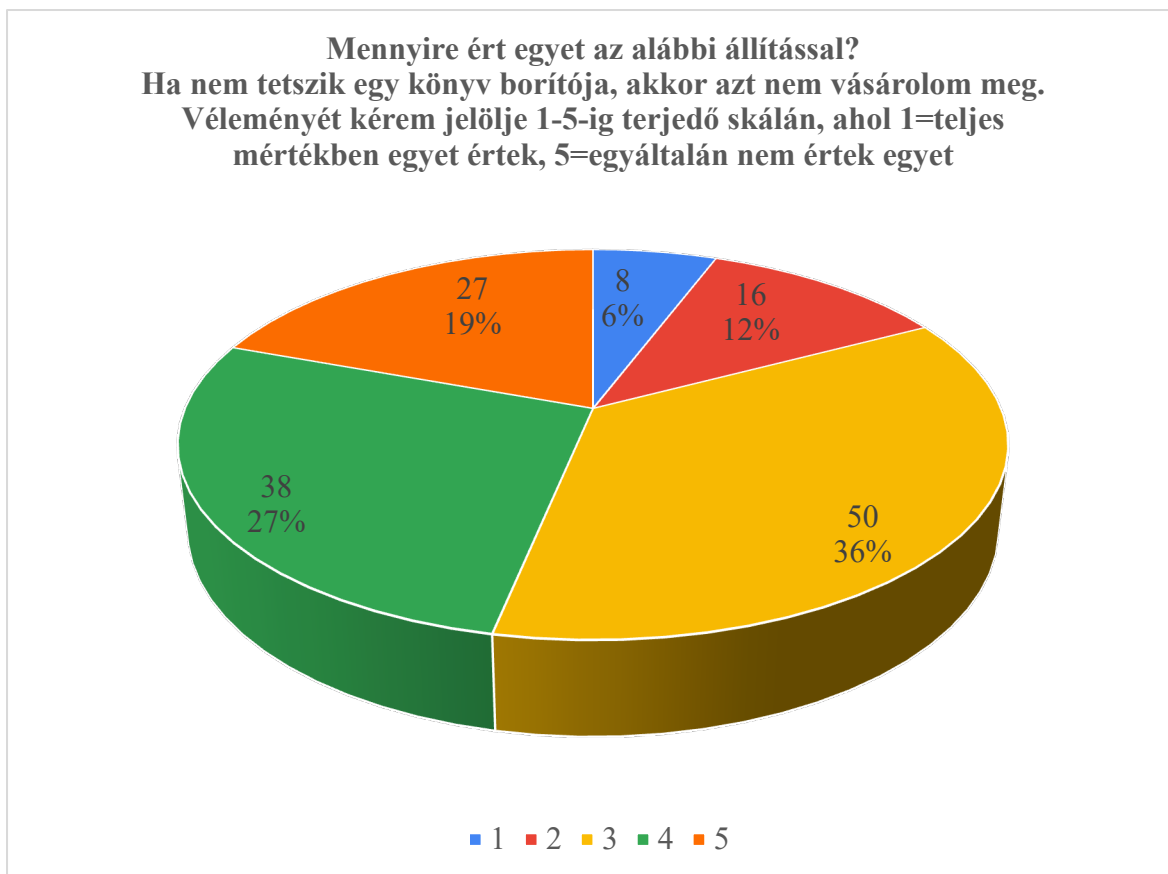
**Előfordult már, hogy azért vásárolt meg egy könyvet, vagy akár egy újabb kiadást, mert megfogta a borító?**



■ Igen ■ Nem

28. ÁBRA ELŐFORDULT MÁR, HOGY MEGFOGTA EGY BORÍTÓ ÉS AZÉRT VÁSÁROLT MEG EGY KÖNYVET? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Nézzük meg, hogy hogyan reagáltak a kitöltők a következő állításra: Ha nem tetszik egy könyv borítója, akkor azt nem vásárolom meg. Az olvasók 19%-ára elmondásuk szerint nincs hatással a könyv borítója. Azok, akik csak kis mértékben nem értenek egyet lenti grafikonon szereplő kérdéssel, ők az olvasók 27%-a. A többség (36%) semlegesen áll a kérdéshez. A megkérdezettek 6%-ának olyannyira fontos a külalak, hogy biztosan nem vesznek meg egy könyvet, ha nem tetszik nekik a borító. A válaszadók 12%-a ennyire szélsőséges kijelentést nem tett ugyan, de kisebb mértékben egyetért a kérdőívben szereplő állítással.



29. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET? HA NEM TETSIK EGY KÖNYV BORÍTÓJA, AKKOR AZT NEM VÁSÁROLOM MEG (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

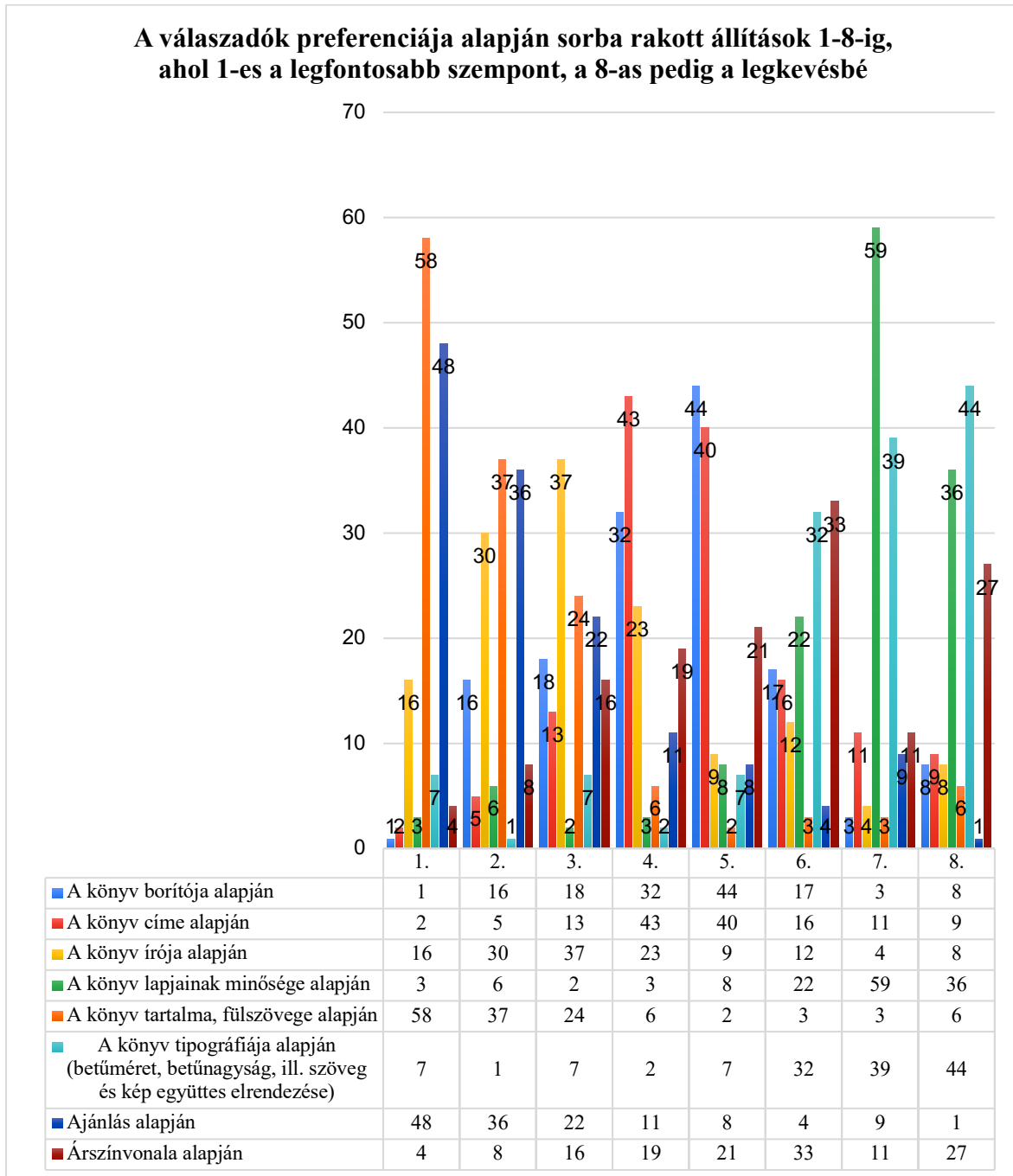
Kutatásom szempontjából talán a legérdekesebb visszajelzés, hogy milyen szempontok alapján vásárolnak könyvet az olvasók és hogy azok közül melyeket részesíti előnyben a többség, illetve hogy a felállított sorrendből hányadik helyen áll vajon a borító, mint vásárlást befolyásoló tényező. A következőkben azt mutatom be, hogy milyen sorrendiséget állított fel az a 139 fő, aki részt vett a kutatásomban és rendszeresen olvas.

A kérdőívben szereplő kérdés így szólt: Ön milyen szempontok alapján választ ki, vásárol meg egy könyvet? Tegye sorrendbe az alábbi 8 állítást a saját preferenciája szerint. Az állítások pedig alábbiak voltak:

- A könyv borítója alapján
- A könyv címe alapján
- A könyv írója alapján
- A könyv lapjainak minősége alapján
- A könyv tartalma, fülszövege alapján
- A könyv tipográfiája alapján (betűméret, betűnagyság, ill. szöveg és kép együttes elrendezése)

- Ajánlás alapján
- Árszínvonala alapján

A válaszokat összesítve a következő grafikonon láthatjuk.



30. ÁBRA A KÉRDŐÍVET KITÖLTŐK PREFERENCIÁJÁNAK SORRENDJE ARRÓL, HOGY MILYEN SZEMPONTOK ALAPJÁN VÁLASZT KI, VÁSÁROL MEG EGY OLVASÓ EGY KÖNYVET? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

A visszajelzések alapján a legtöbben első helyre a könyv tartalmát, fülszövegét tették. A 139 válaszadóból 58 gondolja úgy, hogy ez az elsődleges szempont, ami alapján könyvet vásárol,

vagy választ. Szintén nagyobb arányban, 48 fő gondolja úgy, hogy ajánlás alapján választ könyvet elsősorban. További 16 fő véli úgy, hogy elsődlegesen az író alapján dönt. A tipográfia alapján 7 fő, az ár alapján 4 fő, a cím alapján 2 fő választ elsődlegesen könyvet és a legalacsonyabb arányban, összesen 1 fő választ borító alapján az olvasmányok közül.

A kitöltők preferenciája alapján a második helyen már szorosabb eredmények születtek. 37 fő gondolja úgy, hogy a könyv tartalma, fülszövege ami dönt a második helyen választásuknál, az ajánlás alapján történő választás pedig 36 fő esetében mérvadó. A könyv írója itt magasabb értéket ért el, mint az első helyen szereplő adat esetében, 30 fő gondolja úgy, hogy a második helyen a könyv írója alapján választ magának olvasnivalót. És itt már megjelenik magasabb arányban a könyv borítója is, ugyanis 16 személy gondolja úgy, hogy második helyen a preferenciái alapján a könyv borítója dönt választása során.

Az eredményeket figyelembe véve a válaszadók által felállított rangsorban a harmadik helyen jelölte meg 37 fő a könyv íróját, 24 fő a tartalmat, 22 fő az ajánlást, 18 a borítót, 16 az árat, 13 a könyv címét, 7 és 2 fő pedig a tipográfiát és a lapok minőségét.

Sorrendben a negyedik helyre a megkérdezettek közül 43 fő sorolja a könyv tartalmát, 32 fő a könyv borítóját, 23 pedig a könyv íróját. 19 fő az árat, 11 az ajánlást, 6 fő a tartalmat, míg a lapok minőségére és a tipográfiára 3 és 2 szavazat került.

A kitöltők preferenciájának sorrendjében az 5. helyen szerepel a legmagasabb arányban a borító alapján történő választás, ami pontosan 44 visszajelzést jelent.

Megvizsgálva az eddig kapott adatokat, azt láthatjuk, hogy ha összeadjuk az egytől ötig felállított sorrendben szereplő visszajelzéseket a borítóra vonatkozóan, akkor eredményül azt kapjuk, hogy az emberek 80%-a az első öt hely valamelyikére sorolja annak fontosságát, ami talán kicsit meglepő módon még a könyv árat is megelőzi a preferenciák között.

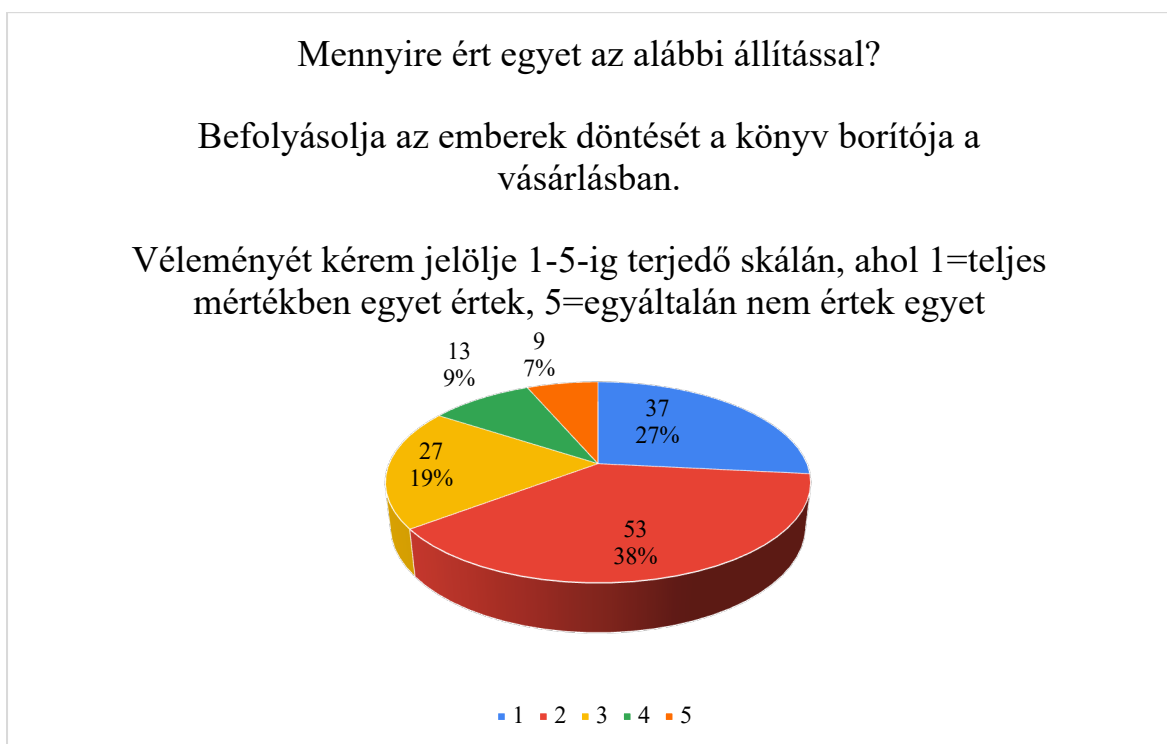
A válaszadók az 5. helyre sorolták a könyv címét 40 ponttal, 21 fő az árat, 9 fő a könyv íróját, 8 fő a lapminőséget és az ajánlást, 7 a tipográfiát és a maradék 2 fő a tartalmat értékelte ezen a helyen.

Végezetül pedig a hatodik, hetedik és a nyolcadik helyre került az olvasók által felállított sorrendben leggyakrabban a könyv ára, a könyv tipográfiája és a lapok minősége.

Ezek alapján az eredmények alapján elmondható, hogy könyvvásárlás esetén a többség a könyv tartalmát teszi első helyre preferenciájában. A második szempont a kiválasztásnál az ajánlás, a harmadik a könyv írója, a negyedik a könyv címe, az ötödik egyértelműen a könyv borítója, hatodik a sorrendben az ár alapján történő választás, ezt követi a lapok minősége a hetedik helyen, és végül a könyv tipográfiája.

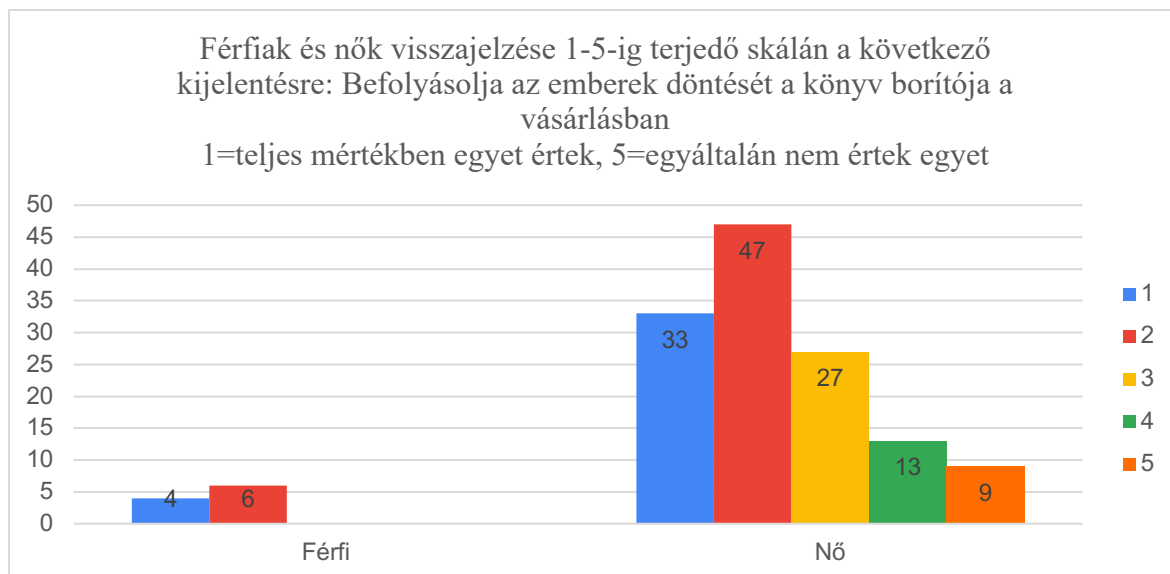
Miután kérdőívemben felállítottam a kitöltőkkel a preferenciájuk sorrendjét, hogy milyen szempontok alapján választanak könyvet, megkérdeztem mennyire értenek egyet azzal, hogy a könyv borítója befolyásolja az emberek döntését a vásárlásban. Visszajelzésüket egy egytől ötig terjedő skálán jelezték. A kitöltők 27%-a ezzel az állítással teljes mértékben egyetértett. A skálán kettesre értékelték, tehát kisebb mértékben értett egyet a kijelentéssel 38%. Ezzel az eredménnyel gyakorlatilag a válaszadók több mint fele, 65% állítja azt, hogy vásárlásnál a könyv borítója hatással van az emberek vásárlási döntésére.

Az adatok értékelése során láthatjuk továbbá, hogy 19% semleges, 9% kisebb részben nem ért egyet és végül 7% teljes mértékben elutasítja ezt a kijelentést.



31. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET AZ ALÁBBI ÁLLÍTÁSSAL? BEFOLYÁSOLJA AZ EMBEREK DÖNTÉSÉT A KÖNYV BORÍTÓJA A VÁSÁRLÁSBAN? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Ugyanennél a kérdésnél maradva érdekes lehet a férfiak és nők visszajelzését látni külön-külön is, noha a férfiak jóval kisebb arányban vettek részt a kutatásban. A kérdőívet kitöltő 10 férfiből 10-en egyetértettek az állítással.

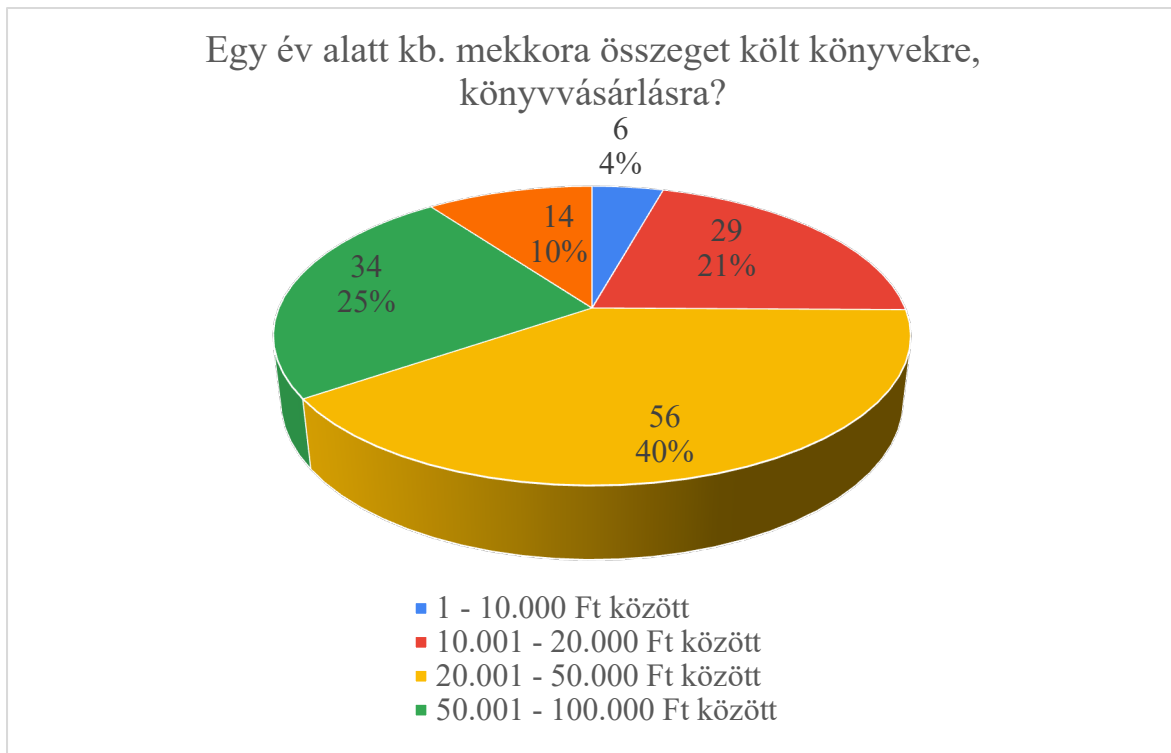


32. ÁBRA BEFOLYÁSOLJA AZ EMBEREK DÖNTÉSÉT A KÖNYV BORÍTÓJA A VÁSÁRLÁSBAN? FÉRFIAK ÉS NŐK VÁLASZAI 1-5-IG TERJEDŐ SKÁLÁN (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

A kérdőívet azzal zártam, hogy megkérdeztem az olvasók mekkora összeget költenek egy évben könyvekre. Az erre a kérdésre adott válaszokat mutatja a következő kördiagram.

A válaszadók mindössze 4%-a költ 10 000 Ft alatti összeget könyvekre. 10 000 és 20 000 Ft között áldoz a könyvekre 21%. A megkérdezettek 40%-a 20 000 és 50 000 Ft közötti összeget szán egy évben könyvekre. 50 000 és 100 000 Ft közötti összeget fizet a válaszadók negyede, míg éves szinten 100 000 Ft feletti összeget 10%-uk költ.





33. ÁBRA EGY ÉV ALATT MEKKORA ÖSSZEGET KÖLT KÖNYVEKRE? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)

Miután kitöltettem kvantitatív marketingkutatásomban létrehozott kérdőívemet a megfelelő számú sokasággal, illetve kiértékeltem a kapott eredményeket, szeretném összefoglalni röviden szakdolgozatom záró fejezetében a leírtakat.

## 4 Következtetések és javaslatok

A kérdőívet kitöltők 70%-a olvasott már olyan könyvet, aminek kisebb, vagy nagyobb mértékben, de tetszett a borítója.

A kérdőívet kitöltők többségének, ha tetszik a borító, leveszi a könyvet a polcra, még akkor is, ha nem ismeri a szerzőt, ami a kevésbé ismert írók esetében kimondottan hasznos információ lehet a kiadók számára.

A válaszadók 2/3-a vásárolt már meg azért könyvet, mert megfogta a borító. Ez az eredmény arra sarkallhatja a kiadókat, hogy még szebb, és minőségibb borítókat készítsenek a könyvekhez. Annál is inkább, mivel a nagy többség számára nemcsak a borító szépsége fontos, hanem az is, hogy meglegyen az összhang a tartalom és a borító között.

A válaszadók többsége szerint befolyásolja a könyvborító a könyvvásárlást. Ez a következtetés azért is fontos, mert ez az információ csak a kérdőívet kitöltők 65%-a által bevallott eredmény.

Fenti kutatási eredmények összevágna prof. Dr. habil. PaedDr. Benyovszky Krisztián, PhD. professzor tanulmányával is, melyben Benyovszky professzor a könyvborítót úgy írja le, mint egy többfunkciós, szuggesztív jeltér, aminek fizikai és képzetes térbeli tulajdonságai is vannak, és nemcsak az adatközlésben, de a ráhangolásban is szerepe van, ami szakdolgozatom témáját tekintve is egy nagyon fontos megállapítás.

Megismerve a könyv történetét, illetve tudva azt, hogy a 19. század elején használt védőborítóra hirdetések nyomtattak, továbbá figyelembe véve, hogy mennyire hangsúlyos szerepe van a választásban a vásárlás során a borítónak, azzal a javaslattal élnék, hogy a nagyobb márkáknak egy sokkal direktebb marketingtevékenységet lehetne folytatni azzal, ha könyv formájában kiadnák a vállalat történetét leírva a főbb mérföldköveket, a logó alakulását, a nehézségeket, sikereket, kudarokat, esetleges környezetvédelmi törekvéseiket, mindezt profi és modern fotókkal színesítve – hogy olvasás közben mintegy fotóalbumot is nézegethessük. A könyv igazán hangsúlyos része pedig természetesen a borító lenne, hogy aki szereti a márkát és szeret olvasni, biztosan levegye a polcra és mielőbb hazavigye magával.

A későbbiekben a kutatást úgy lehetne folytatni, hogy megvizsgáljuk mik azok a tényezők egy könyv borítóján, amik miatt biztosan nem választanának egy könyvet az olvasók.

A továbbiakban a jeltérelmélet részleteinek megismerésével a könyvborítók tudatos tervezése és ezáltal a könyvek hatékonyabb értékesítése.

### ***Vizsgált hipotézisek***

Dolgozatomban három hipotézist állítottam fel, a kutatás során kapott információk alapján a következő megállapításokat, döntéseket hoztam:

H1 A könyv borítója befolyásolja a vásárlási szokásokat.

Az első hipotézis elfogadható, hiszen mind az interjúk alanyai, mind kérdőívet kitöltők többsége egyetértett abban, hogy valamilyen mértékben, de befolyásolja vásárlási szokásukat a könyv borítója.

H2 Az emberek többségénél a könyv borítója nagyobb hangsúlyt kap a választás során, mint annak az ára.

A második hipotézis is igaznak, elfogadhatónak bizonyult, amire a kérdőívet kitöltők között kaptunk választ, amikor a válaszadók felállították preferenciájuk sorrendjét a könyvválasztás esetében.

H3 A könyvvásárlás során az érzékenység kisebb mértékben meghatározó egy adott könyv jól sikerült borítója esetén.

A harmadik feltételezett állításra szintén a nyolc szempont alapján felállított rangsor által kapott eredmények, illetve az általam kiszámolt átlagtól való eltérés világít rá, hiszen a szórás az árszínvonal alapján történő választás esetében a legalacsonyabb. Így a harmadik hipotézis is igaznak bizonyult.

## 5 Összefoglalás

Szakedolgozatomban nélkülözhetetlennek tartottam a szakirodalom áttekintése során elsőként magát a könyv történetét bemutatni, ezt követően a könyv részeit ismertetni, majd rátérni a hazai olvasási szokásokra.

A szakirodalom bemutatását követően egy saját vizsgálat keretében először szekunder jellegű információkat gyűjtöttem a könyvolvasás gyakoriságának változásáról az elmúlt 40 évben, illetve arról, hogy mennyit és milyen műfajokban olvasnak a magyarok. Tekintettel arra, hogy ezek a kutatások nem voltak igazán széles spektrumúak, és voltak műfajok, amik kimaradtak a kutatásból, újabb adatgyűjtésbe kezdtem. Egy friss, 2023-as kutatásban már nemcsak az aktuális olvasási szokásokkal kapcsolatban kaptam betekintést, hanem említés szintjén ugyan, de szóba került maga a könyv minősége és a borító is, mint befolyásoló tényező a vásárlásban.

Ezt követően primer jellegű adatokat kezdtem el gyűjteni a témában, ami kvalitatív és kvantitatív kutatást is magában foglalt. Kvalitatív kutatásom első részeként interjút készítettem a könyvválasztás elemeiről, majd fókuszcsoportos kutatás megvalósításával merültem el a téma rejtelmeiben.

A továbbiakban szükségem volt más jellegű, célzottabb fókuszú visszajelzésekre egy nagyobb létszámú olvasótábortól. Ennek megfelelően készítettem el kvantitatív kutatásomat, aminek részeként sikerült felállítatnom 139 fő preferenciasorrendjét arra vonatkozóan, hogy egyértelmű képet kaphassak arról, milyen szempontok alapján vásárolnak, illetve választanak könyvet az olvasók. A válaszok alapján egyértelműen kirajzolódott, hogy az olvasók majd' egyharmadának az ötödik helyen szerepel a nyolcból a borító kinézete. Illetve megvizsgálva az első öt helyen szereplő borítókra vonatkozó visszajelzéseket, azt láthatjuk, hogy a válaszadók 80%-a az első öt hely valamelyikére sorolta a borító fontosságát a vásárlásban. Ez azért is nagyon fontos következtetés, mert a könyv tartalma, az ismerősök, barátok által, vagy akár online felületeken történő ajánlás, a könyv írója és annak címe után a legfontosabb szempont a vásárlói döntésben az, hogyan is néz ki a borító. Talán sokak számára meglepetés lehet, hogy a könyv ára csak ezt követően jön a sorban a hatodik helyen, majd hetedik a lapok minősége és nyolcadik a preferenciában a könyv tipográfiája.

A kapott eredmények tudatában lehetőségem volt azt is megvizsgálni, hogy a kérdőívet kitöltők között a nyolc szempont alapján felállított rangsorban az egyes állítások milyen eltérést mutatnak az átlagtól való átlagos eltéréshez képest. A nyolc szempont alapján felállított rangsorban az állítások átlaga 17,375 lett.

A leginkább vitatott könyvválasztási szempont a kitöltők körében a könyv lapjainak minősége alapján és a könyv tartalma, fűlszövege alapján történő választás lett, ezek esetében a legmagasabb ugyanis a szórás (19,26 és 19,32). Az árszínvonal alapján történő választás esetében a legalacsonyabb (9,09) a szórás, ezt pedig a könyv írója alapján történő választás követi (10,86). A könyv borítója alapján történő választás pedig a szórás szempontjából a dobogós harmadik helyen szerepel (13,63).

Kutatásom során konkrét kérdés formájában érdeklődtem olvasótársaimnál, hogy mit gondolnak, befolyásolja-e az emberek döntését a könyv borítója a vásárlásban? Az eredményeket áttekintve levonhatjuk a következőt, hogy 65% mondta azt, hogy kisebb, vagy nagyobb mértékben, de egyetért az állítással.

## 6 Irodalomjegyzék

- Benyovszky, K. (2022). *Beborítják a jelek*. Letöltés dátuma: 2024. április 16., forrás: [https://www.partitura.fss.ukf.sk/?page\\_id=3407](https://www.partitura.fss.ukf.sk/?page_id=3407)
- Cave, R., & Ayad, S. (2016). *A könyv története - A barlangfestményektől az e-könyvekig*. (M. Hitseker, Szerk., Á. Dippold, Leyrer Ginda, A. Nádori, & C. Varga, ford.) Kossuth Kiadó. pp 24-34.
- Cultura Magazin. (2018. február). *Cultura Magazin*. (Cultura Magazin) Forrás: <https://cultura.hu/kultura/johannes-gutenberg-a-konyvnyomtatás-feltalaloja/> (Letöltés dátuma: 2023. december 12.)
- Dudás, A. (2018). *Információs Műveltség Felsőfokon* (Könyvtárinformatika – szakirodalmi forráskutatás a bölcsészet- és társadalomtudományokban. kötet). Akadémiai Kiadó. Letöltés dátuma: 2023. január 9.
- Dudás, A. (2018). Információs Műveltség Felsőfokon. *MERSZ.hu*. Forrás: [https://mersz.hu/keres/könyv%20részei/hivatkozás/m387imf\\_58#m387imf\\_58](https://mersz.hu/keres/könyv%20részei/hivatkozás/m387imf_58#m387imf_58) (Letöltés dátuma: 2023. január 9.)
- Fodor, M., Fürediné Kovács, A., Horváth, Á. & Rácz, G. (2012). *Fogyasztói magatartás*. pp 11-21.
- Gallo, C. (2016). *Storytelling - A történetmesélés ereje*. (K. Róbert, Szerk.) HVG Kiadó Zrt. pp 173-175.
- Gyenge, B. (2009). *Marketingkutató jegyzet*. Gödöllő: Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Marketing Intézet. pp 25-144
- Kidd, C. (2020). *Why books are here to stay | Small Thing Big Idea, a TED series*. (C. Kidd, Előadó) Letöltés dátuma: 2021, forrás: <https://www.youtube.com/watch?v=6Gw5dK48MtI>
- Könyves Magazin*. (2023. június 14). Letöltés dátuma: 2024. február, forrás: [https://konyvesmagazin.hu/friss/magyarok\\_olvasasi\\_szokasok\\_felmeres\\_2023.html](https://konyvesmagazin.hu/friss/magyarok_olvasasi_szokasok_felmeres_2023.html)
- Lehota, J., Fürediné Kovács, A., Fodor, M., & Mácsai, É. (2010). *Marketing*. (Horváth Á., Szerk.) Gödöllő, Magyarország: Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar. pp 22-29.
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH). (2023.. december 11.). Letöltés dátuma: 2024. január, forrás: NMHH: [https://nmhh.hu/cikk/243784/A\\_digitalizacio\\_csak\\_lassan\\_ervenyesul\\_a\\_konyvpiac](https://nmhh.hu/cikk/243784/A_digitalizacio_csak_lassan_ervenyesul_a_konyvpiac)
- Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem, Magyar Nyelv- és Irodalomtudományi Intézet, Közép-Európai Tudományok Kara. (Letöltés dátuma: 2024. április 17.). *Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem*. Forrás: [http://www.umjl.fss.ukf.sk/?page\\_id=1196&lang=hu](http://www.umjl.fss.ukf.sk/?page_id=1196&lang=hu)
- OSZK. (2018.). *OSZK*. (Országos Széchényi Könyvtár) Forrás: <http://www.oszk.hu/corvina-konyvtar-budai-muhelye-kiallitas> (Letöltés dátuma: 2023. december 16.)

OSZK. ( dátum nélkül.). *Bibliotheca Corvina Virtualis*. (OSZK, Szerkesztő:, & Z. Tóth, Producer)  
Forrás: <https://corvina.hu/hu/a-corvinakrol/tortenet/konyvkotes/> (Letöltés dátuma: 2023. december 16.)

Partitúra Irodalomtudományi folyóirat (2022/1. XVII. évfolyam) *Partitúra Irodalomtudományi folyóirat* (Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem, Főszerkesztő: Benyovszky K.)  
Letöltés dátuma: 2024. április 16., forrás: <http://www.partitura.fss.ukf.sk/wp-content/uploads/2023/04/Partitura-2022-1-Whole.pdf#page=51>, pp 53-54.

Szívós, M. (2022). *Jelterek*. Budapest: Magánkiadás. (Letöltés dátuma: 2024. április 16.) p 222.

TÁRKI, T. (2020). *Könyv olvasási és könyvvásárlási szokások*. Budapest: TÁRKI Társadalomkutatási Intézet Zrt. (Letöltés dátuma: 2023. december 12.)

Társadalomkutatási , I. (2020). *Könyv olvasási és könyvvásárlási szokások*. Budapest. Letöltés dátuma: 2020, forrás: [file:///C:/Users/b9336/Downloads/TARKI\\_olvasas2020\\_tanulmany%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/b9336/Downloads/TARKI_olvasas2020_tanulmany%20(2).pdf)  
(Letöltés dátuma: 2023. december 12.)

*Wikipédia*. ( dátum nélkül.). Forrás: <https://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6nyv> (Letöltés dátuma: 2023. december 8.)

## 7 Ábrajegyzék

1. ÁBRA A GILGAMES-EPOSZ VÍZÖZÖNTÁBLÁJA (CAVE & AYAD, 2016) .....	7
2. ÁBRA HALOTTAK KÖNYVE - ANI PAPIRUSZA (CAVE & AYAD, 2016) .....	7
3. ÁBRA AZ ORSZÁGOS SZÉCHÉNYI KÖNYVTÁR GYŰJTEMÉNYÉNEK BÁRSONY- ÉS ARANYOZOTT BŐRKÖTÉSŰ CORVINÁI (OSZK, OSZK, 2018.).....	8
4. ÁBRA HANGSÚLYOZOTT KÖZÉPDÍSZES BŐR CORVINAKÖTÉS HÁTÁBLÁJA (OSZK, BIBLIOTHECA CORVINA VIRTUALIS, DÁTUM NÉLK.) .....	9
5. ÁBRA KAPCSOS KÖNYV ÁBRÁJA ÉS RÉSZEI (DUDÁS, 2018).....	10
6. ÁBRA A KÖNYVOLVASÁS GYAKORISÁGÁNAK VÁLTOZÁSA 1981-2020. KÖZÖTT A FELNÖTT MAGYAR TÁRSADALMON BELÜL (TÁRKI, 2020) .....	16
7. ÁBRA A KÖNYVOLVASÁS GYAKORISÁGA A FELNÖTT MAGYAR TÁRSADALOM ÉS AZ ONLINE KITÖLTŐK KÖRÉBEN (2020, SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS) (TÁRKI, 2020) .....	17
8. ÁBRA HÁNY KÖNYVET OLVAS EL ÖN EGY ÉVBEN ÁTLAGOSAN? (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS AZ ONLINE KITÖLTŐK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020).....	17
9. ÁBRA SZÉPIRODALOM ÉS SZÓRAKOZTATÓ IRODALOM OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020).....	18
10. ÁBRA MEMOÁR, ÉLETRAJZ, INTERJÚ ÉS TÉNYIRODALOM OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005- BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020) .....	19
11. ÁBRA MŰVÉSZETI KÖNYVEK, IFJÚSÁGI ÉS GYEREKKÖNYVEK OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020).....	19
12. ÁBRA ÉLETMÓDDAL FOGLALKOZÓ KÖNYVEK ÉS SZAKKÖNYVEK OLVASÁSÁNAK GYAKORISÁGA 2005-BEN ÉS 2020-BAN (SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁS A KÖNYVOLVASÓK KÖRÉBEN) (TÁRKI, 2020) .....	20
13. ÁBRA ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY: A KIS HERCEG.....	30
14. ÁBRA ERNEST HEMINGWAY: AZ ÖREG HALÁSZ ÉS A TENGER .....	30
15. ÁBRA MOLNÁR FERENC: A PÁL UTCAI FIÚK .....	31
16. ÁBRA SZAZSZORKEP.HU - MÁGNESES KÖNYVJELZŐ .....	32
17. ÁBRA @MILO_MESEBIRODALMA INSTAGRAM OLDALÁN MEGJELENÍTETT TÖRTÉNET A KÉRDŐÍVEM KITÖLTÉSÉRŐL.....	35
18. ÁBRA HOL ÉL JELENLEG? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	36
19. ÁBRA A KÉRDŐÍVET KITÖLTŐK ÉLETKORA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139) ..	36



20. ÁBRA KITÖLTŐK NEMI ARÁNYA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	37
21. ÁBRA A KITÖLTŐK ISKOLAI VÉGZETTSÉGÉNEK ARÁNYA (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139) .....	38
22. ÁBRA A KÖNYVNEK MELYIK FAJTÁJÁT RÉSZESÍTI ELŐNYBEN? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	38
23. ÁBRA JELLEMZŐEN KÖNYVTÁRBA JÁR, MEGVÁSÁROLJA A KÖNYVET, VAGY KÖLCSÖNKÉRI? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	39
24. ÁBRA A KITÖLTŐK OLVASÁSI GYAKORISÁGA ÉVES SZINTEN (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139) .....	40
25. ÁBRA OLVASOTT MÁR OLYAN KÖNYVET, AMINEK A BORÍTÓJA KIMONDOTTAN TETSZETT ÖNNEK? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	41
26. ÁBRA ÖN SZERINT FONTOS, HOGY A KÖNYV BORÍTÓJA ÖSSZHANGBAN LEGYEN A KÖNYVVEL ÉS TARTALMÁVAL? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	41
27. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET? HA TETSZIK EGY KÖNYV BORÍTÓJA, AKKOR ABBA SZÍVESEN BELEOLVASOK, MEGNÉZEM MIRŐL SZÓL (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139) ...	42
28. ÁBRA ELŐFORDULT MÁR, HOGY MEGFOGTA EGY BORÍTÓ ÉS AZÉRT VÁSÁROLT MEG EGY KÖNYVET? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	43
29. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET? HA NEM TETSZIK EGY KÖNYV BORÍTÓJA, AKKOR AZT NEM VÁSÁROLOM MEG (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	44
30. ÁBRA A KÉRDŐÍVET KITÖLTŐK PREFERENCIÁJÁNAK SORRENDJE ARRÓL, HOGY MILYEN SZEMPONTOK ALAPJÁN VÁLASZT KI, VÁSÁROL MEG EGY OLVASÓ EGY KÖNYVET? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	45
31. ÁBRA MENNYIRE ÉRT EGYET AZ ALÁBBI ÁLLÍTÁSSAL? BEFOLYÁSOLJA AZ EMBEREK DÖNTÉSÉT A KÖNYV BORÍTÓJA A VÁSÁRLÁSBAN? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139) .....	47
32. ÁBRA BEFOLYÁSOLJA AZ EMBEREK DÖNTÉSÉT A KÖNYV BORÍTÓJA A VÁSÁRLÁSBAN? FÉRFIAK ÉS NŐK VÁLASZAI 1-5-IG TERJEDŐ SKÁLÁN (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139)	48
33. ÁBRA EGY ÉV ALATT MEKKORA ÖSSZEGET KÖLT KÖNYVEKRE? (FORRÁS: SAJÁT KUTATÁS, 2023., N=139).....	49

## **8 Mellékletek**

### **8.1 Interjúvázlat**

#### **8.1.1 Bemelegítés (5 perc)**

Tárcsázom a korábban egyeztetett időpontban az interjúalany telefonszámát, ismertetem az interjú céljait és az interjúhelyzet sajátosságait.

Biztosítom az interjú alanyát, hogy valamennyi a beszélgetés során felmerülő információt bizalmasan, az adatvédelmi törvényeknek megfelelően kezelek kutatásom során.

Ezt követően lényeges a következő alapfeltételek ismertetése:

- Az interjúalany szabadon mondhatja el, fejtheti ki véleményét, az interjú során nincsen semmilyen korlátozás, megkötés.
- A hangfelvétel és a videofelvétel szerepének tisztázása, biztosítása (még egyszer) az adatvédelmi törvény betartásáról.
- Nincsenek jó és rossz válaszok, a lényeg, hogy mondja el az alany mit gondol az adott témában.
- Az interjúkészítő szerepének leírása.

Az interjú általános célkitűzéseinek bemutatása:

- A könyvvásárlás meghatározó elemei
- Egyes könyvvásárlási szokások feltárása
- Azoknak a tényezőknek a körvonalazása, tisztázása, adott esetben vizsgálata, melyek meghatározzák a vásárlók könyvvásárlási szokásait.
- Az egyes könyvborítók karakterisztikáinak, jellemzőinek meghatározása, tisztázása.

#### **8.1.2 Könyvvásárlás (25 perc)**

- Először is könyvvásárlási szokásaival kapcsolatban szeretnék egy kicsit beszélgetni. Mi jut eszébe először ezzel kapcsolatban? (érzések, élmények, tapasztalatok)
- Mi alapján vásárol könyvet? Mi a könyvvásárlásának a legfőbb oka?
- Mennyire jellemző a kellemes időtöltés a vásárlás közben, az élmény jelleg?
- Milyen szerepe van az előzetes élményeknek a könyvvásárlás során egy-egy író esetében?

- Hol szokott könyveket vásárolni? (könyvesboltban, webshopban, antikváriumban)

### **8.1.3 A könyvválasztás konkrét elemei (10 perc)**

- Jellemzően milyen típusú könyveket tesz a kosarába? (életrajzi, pszichológiai, krimi, sci-fi, fantasy, szépirodalom, szórakoztató irodalom, politikai, tudományos ismeretterjesztő, stb.)
- A könyv fülszövegén (rövid tartalmi leíráson) kívül még mi segít a döntésben, hogy megvásárolja a könyvet? Cím? Író? Borító?
- Mit néz meg először egy könyvön?

### **8.1.4 Arculat (10 perc)**

- Volt már olyan, hogy nagyon megtetszett egy könyvborító és az alapján esett a választása egy könyvre? Vagy pont ellenkezőleg, hogy a könyv borítója miatt nem vásárolt meg egy könyvet, pedig a fülszöveg alapján ígéretesnek tűnt a könyv, vagy még esetleg valaki ajánlotta is?
- A könyv tipográfiája (szakma és művészeti ág, melynek célja olyan írásképet kialakítani a betűtípusok és betűcsaládok alkalmazásával, mely egyszerre esztétikus és célszerű) mennyire befolyásolja a könyvválasztásban?
- Ön szerint milyen egy szép könyvborító? Vagy mitől lesz szép?
- Mitől válik egyedivé, beazonosíthatóvá egy könyvborító? (szín, kép, grafika)
- Van olyan könyve, aminek nagyon tetszik a borítója?

### **8.1.5 Információk szerepe (15 perc)**

- Lentiek közül mik számítanak leginkább számára információforrásnak egy könyvesboltban, webshopon belül?
  - Sikerlista, újdonság
  - Akciók
  - A bolt elrendezése
  - Tematizálás
  - Táblák elhelyezése
  - Bolton belüli reklámok szerepe

- Mennyire jellemző a gyors, rutinszerű vásárlás egy könyvesboltban, webshopban, antikváriumban?
- Mennyire jellemző a nem tervezett vásárlás könyvek esetében?
- Mennyire jellemző a borító alapján eldöntött könyvvásárlás?

#### **8.1.6 Termék és ár viszonya (5 perc)**

- Hajlandó egy szebb kiadásért többet áldozni egy könyvre?
- Ha két hasonló tartalmú könyvet fogna a kezében két kedvenc írójától, a borító alapján döntene a választásban?

#### **8.1.7 Befejezés (ajándék átadása)**

Köszönetnyilvánítás

### **8.2 Forгатókönyv**

#### **8.2.1 Bevezetés**

A Microsoft Teamsen létrehozott fókuszcsoporthozott kutatás keretén belül bemutatkozom és közlöm az összefoglaló célját, majd tájékoztatom a résztvevőket a videófelvétel készítéséről. A bevezető részben utalok arra, hogy a fókuszcsoporthozottban nincsenek jó és rossz válaszok, hanem csakis egyéni vélemények, és senki ne érezze fenyegetve magát, amennyiben véleménye nem egyezik a többiekével.

#### **8.2.2 Résztvevők bemutatása**

Ez azért fontos, mert segít megteremteni a csoporttagok között a kapcsolatot, és lehetővé teszi a megszólaló azonosítást.

#### **8.2.3 Mapping alkalmazása**

Mutatok néhány ismertebb könyvet és megkérdezem arról a fókuszcsoporthozottban résztvevők véleményét. (tartalom, író, cím, kiadás, borító)

#### **8.2.4 Kérdések**

Rátérek a fókuszcsoporthozott kutatás konkrét kérdéseire, amik a következők.

- Van kedvenc könyvük? Ha igen, akkor mi az és miért?
- Ön szerint mitől lesz sikerlistás egy könyv?
- Önök szerint mi tudja vonzóbbá tenni egyik könyvet a másikhoz képest?
- Önnek milyen preferenciái vannak a könyvvásárlás során a könyv tartalmán, mondanivalóján kívül?
- Ön szerint van jelentősége a külsőnek egy könyvnél, vagy csak a tartalom számít?
- Van olyan könyvük, aminek a borítója különösen a szívékhöz nőtt?
- Van olyan borító ami Ön szerint „biztos sikert” hozhat egy könyvnek?
- Ön szerint a borító tud vásárlásösztönző lenni növelve az eladási darabszámot?
- Ön szerint fontos, hogy a borító összhangba legyen a tartalommal?

### 8.2.5 Lezárás

A fókuszcsoporthoz egy összefoglalással szeretném zárni. 5-10 percet szeretnék arra szánni, hogy minden egyes résztvevőtől végső észrevételt vagy javaslatot kérek.

### 8.3 Mélyinterjú

1. kérdés	<b>Először is könyvvásárlási szokásaival kapcsolatban szeretnék egy kicsit beszélgetni. Mi jut eszébe először ezzel kapcsolatban? (érzések, élmények, tapasztalatok)</b>
1. interjúalany válasza	Szeretek könyveket vásárolni, de nagyon sokszor tényleg céltudatosan megyek be a könyvesboltba. Általában a történelmi témájú könyveket egy kicsit mellőzöm. Inkább a kicsit romantikus, szépirodalmi, de mégis emberközeli történeteket szeretem.
2. interjúalany válasza	Abszolút pozitív az élmény, szeretek könyvesboltba járni, szívesen nézegetem a könyveket a könyvesboltban, csak nehezen találok olyan könyvet, ami éppen foglalkoztat. Ugyanis sokszor ahhoz keresek könyvet ami éppen foglalkoztat, de ugyanakkor tudom, amikor kijövök a könyvesboltból, hogy ez egy hibás megközelítés.
3. interjúalany válasza	Nagyon szeretem a könyvesboltokat, szeretek könyvesboltba járni. Órákat képes vagyok eltölteni egy-

	egy könyvesboltban pusztán csak azzal, hogy könyveket keresek magamnak, vagy másoknak ajándékba.
--	--

<b>2. kérdés</b>	<b>Mi alapján vásárol könyvet? Mi a könyvvásárlásának a legfőbb oka?</b>
1. interjúalany válasza	A legfőbb ok, amiért általában könyvet vásárolok, hogy szeretnék valami nagyon szép élményt adni magamnak.
2. interjúalany válasza	70%-ban úgy választok könyvet, ami engem érdekel és aminek számomra fontos a témája, és 30%-ban úgy választok könyvet, hogy mi az, ami kikapcsol és eltereli a gondolataimat. De alapvetően szeretek olvasni, az a legfőbb ok.
3. interjúalany válasza	Ajánlások alapján szoktam könyveket vásárolni, de előfordul az is, hogy csak úgy bemegyek egy könyvesboltba, meglátok valami érdekeset a polcon és megveszem, pedig semmi célzott nem volt abban, hogy azt megvásároltam.

<b>3. kérdés</b>	<b>Mennyire jellemző a kellemes időtöltés a vásárlás közben, az élmény jelleg?</b>
1. interjúalany válasza	Szeretek beleolvasni a könyvekbe, de nem szeretek túlságosan sok időt eltölteni a könyvesboltban. Tehát egy órát mondjuk nem töltök el a boltban, hanem általában az ismerős írók könyveit nézegetem végig, elolvasom a tartalmukat, vagy még megnézek hasonló műfajban írt könyveket is, de általában hamar döntök.
2. interjúalany válasza	Nem szeretek online könyvet vásárolni, mert nekem kell a 4 dimenziós megközelítés. Ha konkrét könyvet keresek, akkor persze online vásárolok, ha viszont nem konkrétan keresek, akkor csak személyesen. És nincs preferenciám, hogy melyik könyvesboltban vásárolok, ugyanis egyre inkább nem a Libri felé mozdulok el. Úgy gondolom, hogy

	talán a Líra könyvesboltban több olyan könyv van, ami engem érdekel.
3. interjúalany válasza	Rám ez nagyon is jellemző. Egy kimondottan kellemes időöltésnek élem meg a könyvesboltban történő nézelődést, vásárlást. Megnézegetem a könyveket, elolvasom a fülszövegeket, belelapozok, beleolvasok. Egyszerűen szeretek sok könyv társaságában lenni.

<b>4. kérdés</b>	<b>Milyen szerepe van az előzetes élményeknek a könyvvásárlás során egy-egy író esetében?</b>
1. interjúalany válasza	Nagyon-nagy! Ha megszeretek egy-egy írót, akkor én szeretek több könyvet is elolvasni tőlük, mert valahogy megvan a bizalom. De ha megragad valamelyik másik író könyve egy könyvesboltban, vagy valaki felhívja a figyelmemet, hogy van itt egy jó könyv, olvasd el, akkor azt is szívesen veszem.
2. interjúalany válasza	Ha egy adott írónak vannak jól megfogalmazott és jól megírt könyvei, azokat előszeretettel veszem meg. Bár persze ez sem garancia mindenre, de jellemző, hogy egy írótól több könyvet is megvásárolok.
3. interjúalany válasza	Ha olvastam egy író könyvét ami nagyon tetszett, szívesen vásárolok tőle további köteteket. Ha pedig ugyanattól a kiadótól tudom megvásárolni az azonos író köteteit, az külön öröm a számomra mert még látványra is szép képet mutat a könyvespolcomon otthon.

<b>5. kérdés</b>	<b>Hol szokott könyveket vásárolni? (könyvesboltban, webshopban, antikváriumban)</b>
------------------	--

1. interjúalany válasza	Online nem szoktam vásárolni, csak könyvesboltban. Igaz, hogy ott is megvehetném, de jobban szeretem ezt nem az interneten intézni. Illetve szívesen megyek könyvesboltba. Antikváriumban viszont még nem voltam.
2. interjúalany válasza	Könyveket jellemzően a Libriben, vagy a Lírában szoktam vásárolni, antikváriumban még nem vásároltam, de szívesen elmennék egy jó antikváriumba.
3. interjúalany válasza	Antikváriumban ritkábban vásárolok, webshopban a pandémiás időszakban sűrűbben látott vendég voltam, viszont mivel kedvelt időtöltésem a könyvesboltba járás, nézelődés, ezért jellemzően inkább ott szoktam vásárolni. És a könyvesboltok közül is leginkább a Libri ami szimpatikus mert átlátható, tágas, világos és mindig kijönnek valami olyan promócióval, amivel általában azt érzem amikor vásárolok, hogy ott valamivel többet kapok a pénzemért mint máshol – még akkor, ha fejben tudom, hogy általában többbe kerül ott egy könyv, mint más könyvesboltokban. Nagyon ügyesen csinálják.

<b>6. kérdés</b>	<b>Jellemzően milyen típusú könyveket tesz a kosarába? (életrajzi, pszichológiai, krimi, sci-fi, fantasy, szépirodalom, szórakoztató irodalom, politikai, tudományos ismeretterjesztő, stb.)</b>
1. interjúalany válasza	Szépirodalmi könyveket vásárolok inkább. Néha krimi is jöhet, de inkább a szépirodalom, romantikus regények amik vonzanak. A fantasyk egyáltalán nem vonzanak.
2. interjúalany válasza	Pszichológiai, tudományos, politikai, üzleti témában íródott könyveket vásárolok jellemzően. Sci-fi, fantasy, krimi viszont nem jellemző.
3. interjúalany válasza	Szeretem a pszichológiai, a krimi, a szépirodalmi és a szórakoztató irodalmat, illetve van otthon néhány művészeti témájú könyvem is. Amik eddig teljesen



	elkerültek, az a sci-fi, fantasy, politikai témák, illetve talán még a tudományos ismeretterjesztő könyvek.
--	---

<b>7. kérdés</b>	<b>A könyv fülszövegén (rövid tartalmi leíráson) kívül még mi segít a döntésben, hogy megvásárolja a könyvet? Cím? Író? Borító?</b>
1. interjúalany válasza	Természetesen az írot is megnézem és a borító is sokat számít. Ha például egy könyvön absztrakt borító van, én azokat nem igazán helyezem előtérbe és általában nem is vásárolok meg.
2. interjúalany válasza	A téma és a borító alapján veszem le a polcra, tehát tematikusan keresek könyvet, de bele szoktam lapozni a könyvbe és beleolvasok. A cím jellemzően nem befolyásolja a választásomat.
3. interjúalany válasza	Nálam egy jó cím az mindig plusz pont, ahogy a borító is és természetesen az író sem utolsó.

<b>8. kérdés</b>	<b>Mit néz meg először egy könyvön?</b>
1. interjúalany válasza	Ha számomra ismert az írója, akkor a legelső benyomás nekem az író. Viszont ha számomra ismeretlen, akkor a legelső benyomás a borító. De általában a szépirodalmi műfajon belül át szoktam nézni az összes ajánlást és persze aminek szép a borítója azt általában hamarabb megnézem, elolvasom a tartalmát, belelapozok, beleolvasok.
2. interjúalany válasza	Először a könyv minőségét nézem meg. Hogy milyen papírból készült, hogyan van nyomva. Tükröződik a könyv alapanyagán is szerintem a könyvnek a minősége. Az utóbbi időben észrevettem magamon, ha túlzottan nagy betűmérettel van írva egy könyv, azt visszateszem a polcra, mert szerintem ott egyértelműen az üzleti szempontok játszottak szerepet a könyv megírásánál a szerző részéről. Olyan mintha az író ki akarta volna tölteni a teret a nagy

	betűkkel írt szöveggel, hogy ezzel is növelje az oldalszámot.
3. interjúalany válasza	Ha ismeretlen író könyvét veszem észre a könyvesboltban akkor egyértelműen először a borító az amit megnézek egy könyvön. Ha nem tetszik, tovább is lépek a következő könyvre akár anélkül, hogy a címét elolvassam.

<b>9. kérdés</b>	<b>Volt már olyan, hogy nagyon megtetszett egy könyvborító és az alapján esett a választása egy könyvre? Vagy pont ellenkezőleg, hogy a könyv borítója miatt nem vásárolt meg egy könyvet, pedig a fülszöveg alapján ígéretesnek tűnt a könyv, vagy még esetleg valaki ajánlotta is?</b>
1. interjúalany válasza	Biztos, hogy befolyásoló tényező, ha kevésbé tetszik a könyv borítója, de annyira azért nem tántorít el. Ha egyszer már jót hallottam a könyvről, akkor megveszem. De magamtól nem venném meg. Úgy viszont még nem vettem meg könyvet, hogy ne tetszett volna a tartalma. Csak és kizárólag a szép borító miatt nem veszem meg a könyvet.
2. interjúalany válasza	Arra még nem volt példa, hogy borító alapján választottam volna könyvet. Ha ajánlják a könyvet akkor nem számít a borító, megveszem a könyvet. De ha én veszem le a polcra, és látom, hogy nem szimpatikus a borító, akkor valószínű visszateszem.

3. interjúalany válasza	<p>Szerb Antal: Utas és holdvilág című könyvét például még nem olvastam, viszont 2020 őszén egy bizonyos összeg feletti vásárlás esetén a Libriben 500 Ft-ért lehetett megvásárolni egy új kiadását, amin piros pipacsok voltak. Annyira megtetszett a könyv borítója, hogy habozás nélkül kértem a pénztárnál.</p> <p>De van ellenpéldám is. Ha egy könyv borítóján például egy meztelen férfi és/vagy nő szerepel, 99%, hogy nem vásárolok meg, mert le se veszem a polcra. De olyan is volt már, hogy egy hasonló klisés borítóval megáldott könyvet ajánlottak és nem vettem meg. Az igazat megvallva, arra sem vettem a fáradságot, hogy elolvassam a tartalmát.</p>
-------------------------	---

<b>10. kérdés</b>	<b>A könyv tipográfiája (szakma és művészeti ág, melynek célja olyan írásképet kialakítani a betűtípusok és betűcsaládok alkalmazásával, mely egyszerre esztétikus és célszerű) mennyire befolyásolja a könyvválasztásban?</b>
1. interjúalany válasza	Az átlagos betűméretet szeretem, mert annyira nem jók már a szemeim. Olvasáshoz szemüveget hordok ugyan, de ha nem kellene szemüveget hordanom se kedvelném a nagyon apróbetűs könyveket.
2. interjúalany válasza	Legyen egyszerű, letisztult, jó minőségű papírból készült. Az hogy kemény, vagy puhafedeles az mindegy. A kevesebb néha több, szerintem ez, ami jellemző kell hogy legyen egy igényesen összeállított könyvborító esetében is.
3. interjúalany válasza	Általában bele szoktam lapozni a könyvbe és ha látom, hogy szépen olvashatóak a könyv sorai, az plusz pont. Ne legyen se túl nagy, se túl kis betűs - lehetőség szerint - a könyv, és jó ha olyan betűtípussal írják, ami könnyebben olvasható.

<b>11. kérdés</b>	<b>Ön szerint milyen egy szép könyvborító? Vagy mitől lesz szép?</b>
1. interjúalany válasza	Mindenképpen a papírnak a minősége is sokat számít nekem. Ha nagyon gyenge, rossz minőségű papírból készült, az annyira nem tetszik. Illetve fontos, hogy ne legyen túl vékony a borító. Szóval nekem inkább vagy a keményfedeles borítók tetszenek, vagy ha puha fedeles, akkor inkább az is vastagabb papírból készüljön, hogy kevésbé legyen sérülékeny.
2. interjúalany válasza	Legyen egyszerű, letisztult, jó minőségű papírból készült. Az hogy kemény, vagy puhafedeles az mindegy. A kevesebb néha több elv szerintem ami jellemző kell hogy legyen a könyvborítók esetében is.
3. interjúalany válasza	Fontos, hogy a könyv témájához, tartalmához igazodjon a borító. Ha egy festőművésről szól, akkor természetesen jó ha vagy a festőről, vagy valamelyik alkotásáról szerepel a borítón kép. Ha egy romantikus regényről van szó, akkor jó, ha a borítón szereplő kép is romantikus. Ha pedig krimi, akkor pedig megint más típusú grafika, kép kell, hogy a borítón megjelenjen. Ez egy nagyon érdekes kérdés, de szerintem nincsen erre szabály, hogy mitől lesz szép. Ha olyan valaki tervezte, akinek van szépérzéke, és a tartalomhoz viszonyítva nem túl sok és nem is túl kevés a borító, akkor már nyert ügye van a kiadónak véleményem szerint.

<b>12. kérdés</b>	<b>Mitől válik egyedivé, beazonosíthatóvá egy könyvborító? (szín, kép, grafika)</b>
-------------------	---

1. interjúalany válasza	A szín és a grafika ami szerintem egyedivé teszi. Biztos, hogy nagyon fontos az, hogy milyen színt használnak, de nagyon fontos az, hogy szép legyen a grafikája. És nekem az is fontos, hogy valamilyen szinten valamit sugalljon a könyvről a borító.
-------------------------	---

2. interjúalany válasza	Egy jelképtől lesz szép szerintem. A jelkép az lehet egy meghatározott betűtípussal írt szerzői név. Pl. a Frei Tamás könyveket tudnám felhozni példának, mert azok kimondottan egyediek és abszolút beazanosíthatóak.
3. interjúalany válasza	A különleges borítótól válik számomra egyedivé egy könyvborító. Fontos, hogy a könyv témája, tartalma az harmóniába legyen a borítón található képpel, fotóval, vagy grafikával és jó, ha a betűtípus is ez alapján kerül kiválasztásra. Például értelemszerűen egy kriminek más stílusban készülő borítója lesz, mint egy romantikus regénynek. Náray Tamás könyvei számomra kimondottan egyediek, olyanok mint maga az író. Konkrétan leírni nem tudnám egy szép borító receptjét, de biztos, hogy a borítón elhelyezett grafika, kép, fotó harmóniában kell hogy legyen magával a könyv témájával.

13. kérdés	Van olyan könyve, aminek nagyon tetszik a borítója?
1. interjúalany válasza	Hát igazából én a Jojo Moyes könyveket nagyon szeretem és az ő könyvei közül is az <i>Áradó fény</i> című könyvnek nagyon tetszik a borítója. De hozzátartozik az igazsághoz az, hogy ezt nemrég olvastam és a könyv is nagyon tetszett, így biztos ez is befolyásol most a döntésemben. Szóval most ennek a borítója nagyon tetszik.
2. interjúalany válasza	Jordan B. Peterson: 12 szabály az élethez című könyv borítója nagyon tetszik, mert nagyon egyszerű és letisztult.
3. interjúalany válasza	Több is van, ami nagyon tetszik: Francisco G. Haghenbeck: Frida füveskönyve - Rejtélyek, vágyak, receptek Delia Owens: Ahol a folyami rákok énekelnek Náray Tamás könyvei

14. kérdés	<p><b>Lentiek közül mik számítanak leginkább az Ön számára információforrásnak egy könyvesboltban, webshopon belül?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sikerlista, újdonság</b></li> <li>• <b>Akciók</b></li> <li>• <b>A bolt elrendezése</b></li> <li>• <b>Tematizálás</b></li> <li>• <b>Táblák elhelyezése</b></li> <li>• <b>Bolton belüli reklámok szerepe</b></li> </ul>
1. interjúalany válasza	Nekem az a könyvesboltokon belül a leghasznosabb információ, ha műfajonként vannak elkülönítve a könyvek, mert az alapján könnyebben megtalálom, amit keresek.
2. interjúalany válasza	A tematizálás az mindenképpen fontos információ, webshopon belül pedig a szűrő feltételek tudnak hasznosak lenni.
3. interjúalany válasza	Mivel szeretek a könyvesboltban időt tölteni, általában meg szoktam nézni a kirakatot, a sikerlistát, az újdonságokat, az akciós könyveket és műfajonként is általában átfutok a könyveken, így számomra fontos minden igényesen kihelyezett információ a könyvesboltban, webshopban.

15. kérdés	<p><b>Mennyire jellemző a gyors, rutinszerű vásárlás egy könyvesboltban, webshopban, antikváriumban?</b></p>
1. interjúalany válasza	Leginkább ez a jellemző. Webshopban ugye nem szoktam vásárolni, illetve eddig még antikváriumba se jártam.
2. interjúalany válasza	Ha tudom, hogy mit akarok akkor jellemző a rutinszerű vásárlás, de ha csak úgy nézelődök a könyvesboltban, akkor egyébként egyáltalán nem. Akár egy órát is el tudok ott molyolni.
3. interjúalany válasza	Webshopban inkább jellemző a gyors, rutinszerű vásárlás, bár néha ott is előfordul, hogy megnézegetem a sikerlistákat, megnézem az akciós könyveket.

<b>16. kérdés</b>	<b>Mennyire jellemző a nem tervezett vásárlás könyvek esetében?</b>
1. interjúalany válasza	Hát én ha már bemegyek, akkor nagy a valószínűsége, hogy magamnak is veszek egy könyvet. Tehát ha bemegyek egy gyerekkönyvért az unokáimnak, akkor általában magamnak is veszek.
2. interjúalany válasza	Jellemző, mert van egy párom, aki szintén nagyon szereti a könyveket és amikor vele elmegyek egy könyvesboltba, akkor van amikor én is veszek könyvet.
3. interjúalany válasza	Sajnos nálam jellemző, hogy úgy vásároljak könyvet, hogy nem terveztem, mert ahogy korábban is említettem már, nagyon szeretek könyvesboltba járni nézelődni és ilyenkor óhatatlan, hogy egy-egy könyvvel térek haza.

<b>17. kérdés</b>	<b>Mennyire jellemző a borító alapján eldöntött könyvvásárlás?</b>
1. interjúalany válasza	Ez nem igazán jellemző. Inkább a műfaj és az író, ami befolyásol.
2. interjúalany válasza	Csak borító alapján nem szoktam vásárolni, de befolyásoló tényező. Tehát inkább a téma, ami befolyásol.
3. interjúalany válasza	Volt már rá példa, lásd. Szerb Antal: Utas és holdvilág című könyve, noha az akciós volt. De volt még egy könyv. Patrizia Gucci: Gucci - Egy sikeres dinasztia története című könyvét vásároltam meg, aminek nagyon tetszett a borítója, szerintem gyönyörű, viszont még nem olvastam el a könyvet (több éve megvan) így nem tudom, hogy jó vétel volt-e.

<b>18. kérdés</b>	<b>Hajlandó egy szebb kiadásért többet áldozni egy könyvre?</b>
1. interjúalany válasza	Ha már megvan az adott könyv, akkor azért, mert „szebben van becsomagolva” nem veszek egy új könyvet. Ha tetszik egy könyv, akkor leveszem a könyvespolcra és elolvasom újra, de nem veszek belőle másik kiadást.

2. interjúalany válasza	Igen. Nekem nagyon-nagyon tetszenek azok a régebbi típusú könyvek, amiknek a borítója keményfedeles és kék színe van, abban pedig arany minták vannak. Ha ilyesmi kiadásban kiadnák kedvenc könyveimet, akkor biztos, hogy annak az összes kötetét megvásárolnám. Csak sajnos erre még nem igazán láttam példát.
3. interjúalany válasza	Igen. De nem vagyok gyűjtő. Tehát ha már megvan egy könyv, akkor egy szebb kiadásért nem valószínű, hogy megvásárolnám, csak ha több hely lenne a lakásunkban a könyveknek.

<b>19. kérdés</b>	<b>Ha két hasonló tartalmú könyvet fogna a kezében két kedvenc írójától, a borító alapján döntene a választásban?</b>
1. interjúalany válasza	Ez így van. Ebben a helyzetben egyébként nehéz lenne a választás, de egyértelműen a borító alapján döntenék.
2. interjúalany válasza	Két azonos témájú könyv esetében elsődlegesen biztos, hogy a borító döntene, de bele is olvasnék mindkét könyvbe.
3. interjúalany válasza	Persze, beleolvasnék mindkét könyvbe, de nagyobb hangsúlyban a borító alapján választanék, igen.

Az interjúalanyokkal folytatott beszélgetés végén, miután megválaszolták az általam feltett kérdéseket, megköszöntem az őszinteségüket és azt, hogy vállalták az interjút.

#### 8.4 Fókuszcsoportos kutatás, kérdés-válaszok:

<b>1. Kérdés</b>	<b>Van kedvenc könyvük? Ha igen, akkor mi az és miért?</b>
1. válasz	Én a Harry Potter összes kötetét nagyon szerettem, nekem ez a kedvenc és ez hozta meg a kedvemet az olvasáshoz.
2. válasz	Nehéz lenne egy könyvet kiemelni a sok közül. Inkább írókat tudnék mondani. Szeretem a Szabó Magda könyveket, Örkényt, Fredrik Backmant, de a mai magyar kortárs írók közül is sokat szeretek.



3. válasz	Fredrik Backmant én is jó írónak tartom, de a Száz éves ember aki kimászott az ablakon és eltűnt is nagyon jó könyv.
4. válasz	Ha már író, akkor Daniel Keyes, tőle pedig a Szép álmokat, Billy! És a Virágot Algernonnak. Ez a két könyv szerintem zseniális. Hemmingwaytól pedig én pont most olvastam újra az Öreg halász és a tengert. Teljesen másként hatott rám, mint fiatalkoromban.
5. válasz	Kövezzenek meg, de nekem bármilyen hihetetlen, hosszú idő után A szürke ötven árnyalata sorozat hozta meg az olvasásélményt. Nem azt mondom, hogy ez a kedvenc könyvem, de sokat segített abban, hogy újra elkezdjek olvasni, ezért jó emlék fűz a könyvsorozathoz.
<b>2. Kérdés</b>	<b>Ön szerint mitől lesz sikerlistás egy könyv?</b>
1. válasz	Ha szórakoztató, kikapcsol, elgondolkodtat és persze a könyvesboltban és a webshopokban elhelyezett reklámok, akciók biztosan növelik az eladási adatokat.
2. válasz	Ha egy ismeretlen íróról beszélünk, akkor fontos lehet például az, hogy jó címe legyen a könyvnek. És szükség van egy jó borítóra is, hogy jó legyen ránézni a borítóra.
3. válasz	De ha ismert íróról van szó, akkor sokszor elég csak a neve szerintem.
4. válasz	A tartalomon kívül a könyv nyelvezete nekem nagyon fontos. Hiába jó a sztori, ha a nyelvezete csapnivaló. Olvastam már olyan könyvet ami nagyon ígéretesnek tűnt a borító, a címe és tartalma alapján is, de kimondottan rossz élmény volt olvasni attól a rengeteg kliséstől, amit használt az író.
5. válasz	Szerintem az író, a cím, és a borító az ami befolyásolhatja az eladási statisztikáját.
<b>3. Kérdés</b>	<b>Önök szerint mi tudja vonzóbbá tenni egyik könyvet a másikhoz képest?</b>
1. válasz	Az író, a borító és a cím.
2. válasz	Egyetértek. Ugyanakkor szerintem a könyvesboltokban történő ideális elhelyezéssel is lehet. Pl. ha kiteszik a kirakatba, biztos többen bemennek beleolvasni.
3. válasz	Ha egy-egy olvasásnépszerűsítő a social mediában röviden ír róla az biztos segíthet vonzóbbá tenni a könyvet.
4. válasz	A cím és a borító szerintem is tehet vonzóbbá egy könyvet. De ugyanakkor az ár is meghatározó.

5. válasz	Az ár biztos, hogy fontos, de szerintem ma már erre figyelnek, hogy ne legyen olyan nagy eltérés könyv és könyv között árban. Szerintem az író és a cím, ami vonzóvá tud tenni egy könyvet.
<b>4. Kérdés</b>	<b>Önnek milyen preferenciái vannak a könyvvásárlás során a könyv tartalmán, mondanivalóján kívül?</b>
1. válasz	Én általában igyekszem olyan könyvet választani, ami valamelyik általam ismert, kedvelt írtótól van. A másik pedig ami nagyon fontos, hogy jó minőségű papírból készüljön a könyv.
2. válasz	Egyébiránt nálam van olyan, hogy megfog egy cím, vagy borító is. Egy jó borítéválasztás kimondottan jót tud tenni egy könyvnek.
3. válasz	Nekem is fontos a jó minőségi papír és még ide sorolnám a betűtípust és azt, hogy milyen betűmérettel van megírva egy könyv. Számomra fontos, hogy jó legyen olvasni a szemnek.
4. válasz	Ha túl nagy betűkkel írnak meg egy könyvet az nekem valamiért visszatetsző.
5. válasz	Engem szerintem a borító nem befolyásol, inkább az író.
<b>5. Kérdés</b>	<b>Ön szerint van jelentősége a külsőnek egy könyvnél, vagy csak a tartalom számít?</b>
1. válasz	Szerintem igen, van jelentősége a külsőnek. Nálam vannak olyan könyvek, amiket le se veszek a polcra a könyvesboltban, ha nem tetszik a borítója. De talán leginkább ez azért van, mert a borító témája alapján már következtetek a tartalmára is.
2. válasz	Biztos, hogy van jelentősége.
3. válasz	Biztos van ilyen szakma, akik könyvborítókat terveznek, erről őket kellene megkérdezni, mert én nem tudom, hogy milyen eltérések vannak az eladásokban. De egyetértek, biztos van jelentősége.
4. válasz	Nálam volt már olyan, hogy annyira tetszett a borító, hogy az alapján megvettem a könyvet. Igaz, hogy az író neve is vonzóvá tette. Mondjuk még nem olvastam el, de nagyon szépen mutat a könyvespolcon otthon.
5. válasz	Ha egy túlságosan romantikus, vagy nagyon túlzó borítóval találkozom, amiről harsog, hogy "Vegyél már meg!" azokat én sem szeretem. Szerintem azért látszik egy könyvről, ha gagyi. Vagy például, ha csak azért írták nagybetűkkel, hogy tartalmasabbnak tűnjön.

<b>6. Kérdés</b>	<b>Van olyan könyvük, aminek a borítója különösen a szívékhöz nőtt?</b>
1. válasz	Nekem szerintem nincsen.
2. válasz	Nálam azután nő általában a szívemhez egy könyv, ha már elolvastam. Szóval nekem önmagában egy borítótól nem lesz kedvesebb egy könyv, viszont ha tetszett és azt gondolom a könyvről, hogy na ezt a borítót igazán eltalálták, mennyire passzol a tartalomhoz, akkor lesz talán kedvenc.
3. válasz	Ebben egyetértek én is, abszolút így gondolom.
4. válasz	Nekem van otthon több is. Ami aktuálisan különösen tetszik, azokat általában kifelé is szoktam fordítani a polcon, hogy látszódjon a borítója.
5. válasz	Nagyon sok szép könyv van, de az utóbbi időben mintha jobban odafigyelnének erre a könyvkiadók. Egyre népszerűbbek a különleges kiadások is, például a Harry Potter kötetekhez is már lehet rendelni a neten külön borítót is. De szerintem a Libri is ezt próbálja meglovagolni. Mintha úgy akarná növelni a könyvek darabszámát, hogy egyre vonzóbb, szebb borítójú könyveket ad ki. Én például vettem karácsonyi különkiadást a Libriből Kosztolányitól, ami szerintem ajándéknak sem utolsó.
<b>7. Kérdés</b>	<b>Van olyan borító, ami Ön szerint „biztos sikert” hozhat egy könyvnek?</b>
1. válasz	Van, de ne kérdezze meg, hogy az milyen, mert nehéz lenne elmagyarázni.
2. válasz	Szerintem egy szép karácsonyi kiadás például biztos, hogy sikert hozhat a könyvkiadónak. Szóval egyetértek. Azért nem valószínű, hogy ettől lesz sikerlistás, de segíti a sikerhez vezető utat.
3. válasz	Amiről korábban is beszéltünk, nálam akkor üt nagyot egy borító, ha egyrészt magát a könyvet szerettem, ránézek és az arról szól, amiről maga a könyv is.
4. válasz	Egyébiránt nekem is jobban tetszik egy könyv, ha a borító tökrözi a tartalmát. Van egy-két könyvborító, amit nem is igazán tudok összeegyeztetni a könyvvel.
5. válasz	Borító, ami biztos sikert hoz? Hát valamennyire biztos befolyásolnak a borítók is, igen.
<b>8. Kérdés</b>	<b>Ön szerint a borító tud vásárlásösztönző lenni növelve az eladási darabszámot?</b>
1. válasz	Azért önmagában csak a borító nem gondolom, hogy arra ösztönözne, hogy megvegyem a könyvet.
2. válasz	Hogyha ezt úgy érti, hogy azért adnak el több könyvet mert szép a borítója, akkor azt azért nem gondolnám.

3. válasz	Én hamarabb megnézek egy szép borítójú könyvet a könyvesboltban. Sőt, amitaszít valamiért, azt meg sem veszem.
4. válasz	Megnézni én is megnézem, ha szép, de ha a tartalma nem győzött meg, akkor visszateszem.
5. válasz	Valamennyire biztos, hogy befolyásolja az eladási számokat, hiszen csak megnézzük valamiért a boltban.
<b>9. Kérdés</b>	<b>Ön szerint fontos, hogy a borító összhangba legyen a tartalommal?</b>
1. válasz	Igen, nekem egyértelműen fontos.
2. válasz	Nekem is valamilyen szinten, igen.
3. válasz	Valószínűleg nekem nem olyan mértékben mint a többieknek, de igen.
4. válasz	Egyetértek.
5. válasz	Fontos, persze.

## 8.5 Kérdőív

A kérdőív címe: Hogyan befolyásolja a könyv borítója a vásárlási szokásokat?

Leírás:

Fodor-Lakó Judit vagyok, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem hallgatója. A következőkben könyvvásárlási szokásairól teszek fel Önnek kérdéseket. Válaszait a képzésem befejezéséhez írt szakdolgozatomban fogom felhasználni. Szeretném hangsúlyozni, hogy az Ön őszinte véleményére vagyok kíváncsi, nincsenek jó vagy rossz válaszok, továbbá semmit sem akarok eladni Önnek. A válaszadás önkéntes.

A kérdőív kitöltése kb. 5 percet vesz igénybe.

Válaszait szigorúan bizalmasan fogom kezelni, azokat összesítve, név nélkül dolgozom fel: sem Ön, sem pedig az Ön által adott válaszok nem lesznek beazonosíthatók, vagy visszakereshetők semmilyen formában. A kérdőív lezárását követő 3 hónapon belül törölni fogom a Google szervereiről a válaszokat tartalmazó adatbázist, így azok semmilyen nyilvános tárhelyen nem lesznek hozzáférhetőek.

A megkérdezés bármely részletével kapcsolatos kérdéseit, észrevételeit az alábbi e-mail címen juttathatja el a részemre: [judit.lako@gmail.com](mailto:judit.lako@gmail.com)

Előre is köszönöm az idejét és a válaszait!

	<b>Kérdések</b>	<b>Válaszok</b>	<b>Megjegyzés</b>	<b>Típus</b>
--	-----------------	-----------------	-------------------	--------------

1.	Hol él jelenleg?	falu község város vármegyeszékhely főváros külföld	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
2.	Hány éves?		Be kell gépelni	Szám
3.	Neme	Nő Férfi	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
4.	Mi az iskolai végzettsége?	általános iskola szakiskola, szakmunkásképző gimnázium, szakközépiskola főiskola, egyetem	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
5.	Szokott könyvet olvasni?	Igen Nem	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
6.	A könyv melyik fajtáját részesíti előnyben?	Klasszikus könyv E-könyv Hangoskönyv	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
7.	Ön jellemzően inkább könyvtárba jár, megvásárolja a könyveket, vagy kölcsönkéri ismerősöktől, barátoktól, családtagoktól?	Inkább könyvtárba járok Általában meg szoktam vásárolni a könyveket. Jellemzően kölcsönkérem ismerősöktől, barátoktól, vagy rokonoktól azt a könyvet amit el szeretnék olvasni.	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós

8.	Milyen rendszerességgel olvas könyveket évente?	Maximum 10 darab könyvet olvasok évente 11-20 darab könyvet olvasok évente 21-30 darab könyvet olvasok évente 30-50 darab könyvet olvasok évente Több mint 50 könyvet olvasok évente	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
9.	Olvasott már olyan könyvet, aminek a borítója kimondottan tetszett Önnek?	Véleményét, kérem, jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet	A kitöltő választhat az 5 fokozatú skálán	Lineáris skála
10.	Ön szerint fontos, hogy a könyv borítója összhangba legyen a könyvvel, annak tartalmával?	Véleményét, kérem, jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=egyáltalán nem értek egyet, 5=teljes mértékben egyet értek	A kitöltő választhat az 5 fokozatú skálán	Lineáris skála
11.	Mennyire ért egyet az alábbi állítással? Ha megtetszik egy könyv borítója, akkor abba szívesen beleolvasok, vagy megnézem hogy miről szól, még ha nem is ismerem a szerzőjét.	Véleményét, kérem, jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet	A kitöltő választhat az 5 fokozatú skálán	Lineáris skála

12.	Előfordult már, hogy azért vásárolt meg egy könyvet, vagy akár egy újabb kiadást, mert megfogta a borító?	Igen Nem	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
13.	Mennyire ért egyet az alábbi állítással? Ha nem tetszik egy könyv borítója, akkor azt nem vásárolok meg.	Véleményét, kérem, jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet	A kitöltő választhat az 5 fokozatú skálán	Lineáris skála
14.	Ön milyen szempontok alapján választ ki, vásárol meg egy könyvet? Tegye sorrendbe az alábbi 8 állítást a saját preferenciája szerint, úgy, hogy az 1-es a legfontosabb szempont, a 8-as pedig a legkevésbé. (Egy állításnál csak egy szám szerepelhet.)	Ajánlás alapján A könyv írója alapján A könyv tartalma, fűlszövege alapján A könyv borítója alapján A könyv címe alapján A könyv tipográfiája alapján (betűméret, betűnagyság, ill. szöveg és kép együttes elrendezése) A könyv lapjainak minősége alapján Árszínvonal alapján	A kitöltő választhat a 8 fokozatú skálán. Egy állításnál csak egy szám szerepelhet.	Rangsor
15.	Mennyire ért egyet az alábbi állítással? Befolyásolja az emberek döntését a könyv borítója a vásárlásban.	Véleményét, kérem, jelölje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1=teljes mértékben egyet értek, 5=egyáltalán nem értek egyet	A kitöltő választhat az 5 fokozatú skálán	Lineáris skála

16.	Egy év alatt kb. mekkora összeget költ könyvekre, könyvvásárlásra?	1 – 10 000 Ft között 10 001 – 20 000 Ft között 20 001 – 50 000 Ft között 50 001 – 100 000 Ft között 100 000 Ft felett	Egy válasz adható meg	Feleletválasztós
-----	--	---	-----------------------	------------------



## 9 Hallgatói nyilatkozat

### NYILATKOZAT

#### a szakdolgozat<sup>1</sup> nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve:	Fodor-Lakó Judit
A Hallgató Neptun kódja:	HIOES1
A dolgozat címe:	Hogyan befolyásolja a könyv borítója a vásárlási szokásokat?
A megjelenés éve:	2024.
A konzulens intézetének neve:	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve:	Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat<sup>2</sup> egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

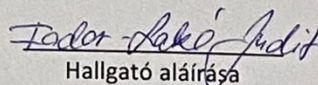
A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: Budapest, 2024. április 17.

  
Hallgató aláírása

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

<sup>2</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

# 10 Konzulensi nyilatkozat

## NYILATKOZAT

Fodor-Lakó Judit (hallgató Neptun azonosítója: HIOES1) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot<sup>1</sup> áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom<sup>2</sup>.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem<sup>3</sup>

Kelt: Budapest, 2024. április 17.

*Dr. Kovács Anna Mária*  
belső konzulens

---

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

<sup>2</sup> A megfelelő aláhúzendő.

<sup>3</sup> A megfelelő aláhúzendő.