

## Szirmai Éva

Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

ORCID:0000-0002-6632-5815

## Árgilán Viktor Sándor

Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

ORCID:0000-0002-0415-2728

## Olvasás a képernyőn?

Új eszközök, új szokások a digitális korban

### Absztrakt

*A KAPOCS csoport olvasáskutatásában hangsúlyos szerepet kapott a digitális platform- és eszközhasználat változásainak vizsgálata. Az erre vonatkozó kérdések és válaszok azt mutatják, hogy a vizsgált korcsoportban jelentősen növekedett a (nem feltétlenül irodalmi) szövegek online fogyasztása; az információgyűjtés és a kapcsolattartás, ill. a közösségi tevékenységi formák ugyancsak digitális platformokon valósulnak meg. Feltételezésünk szerint ezt a folyamatot csak erősítette a Covid okozta fizikai bezárkózás; az online oktatás jelentősen növelte a képernyőidőt. Írásunkban ezeknek a folyamatoknak a megjelenését vizsgáljuk az általános- és középiskolások által kitöltött kérdőívek alapján.*

**Kulcsszavak:** olvasáskutatás, digitális platformok, közösségi média, Covid-19

### Abstract

Reading on Screen?

New devices, new habits in the digital age.

*In the KAPOCS group's research on reading habits of 10–18-year-olds, the focus was among others on changes in digital platform and device use. The questions and responses show that the consumption of online texts (not necessarily literature) has increased significantly in this age group; information gathering, social interaction, and activities are also taking place on digital platforms. We assume that this process has been reinforced by the physical confinement caused by Covid. Online education has significantly increased screen time. In this paper, we explore the emergence of these processes on the basis of questionnaires completed by primary and secondary school pupils.*

**Keywords:** research on reading habits, digital platforms, social media, Covid-19

## Bevezetés

2011-ben a Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Karának Felnőttképzési Intézete, ill. annak Könyvtár és Múzeumpedagógiai Szakcsoportja szegedi tizenévesek körében végzett kutatást olvasási szokásaikról (Bozsó et al. 2011). A felmérés 4 szegedi általános- és középiskolában zajlott, önkitöltős kérdőív felhasználásával, 712 fős mintán. A kérdőív elsődleges célcsoportja az Egyetem két gyakorló iskolája (Juhász Gyula Gyakorló Általános iskola és a Ságvári Endre Gyakorló Gimnázium) volt, kontrollcsoportként azonban két másik iskolát is (Vörösmarty Mihály Általános Iskola, ill. a Szegedi Műszaki és Környezetvédelmi Középiskola és Szakképző Iskola Széchenyi István Tagintézménye) bevontak a kutatásba. Ezzel annak a célnak igyekeztek megfelelni, hogy a kapott eredményeket értelmezni és viszonyítani tudják a

feltételezett átlagértékekhez, mivel a gyakorló iskolákba járó gyerekek szülei jellemzően magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, szükség volt a nem „elit”, „nem belvárosi” iskolák tanulójának vizsgálatára is (Bozsó et al. 2011: 18). Ebben a vizsgálatban az olvasási szokások feltárása mellett fontos szerepet kapott a szabadidős tevékenységek, a média- és a digitális eszközhasználat vizsgálata is. A kutatók egy „trendkutatást” szándékoztak megalapozni az e-generáció formálódásáról (Bozsó et al. 2022). 2022-ben a 2011-es felmérést végzők közül Bozsó Renáta és Patkósné Hanesz Andrea, valamint a KAPOCS<sup>1</sup> kutatócsoport tagjai általános- és középiskolai (elsősorban könyvtárostánár) kollégák támogatásával a trendkutatáskutatás második felvonására vállalkoztak. A 2022-es olvasáskutatás online kérdőívek segítségével 5 iskolában folyt, kettő általános iskolában (SZTE Juhász Gyula Gyakorló Általános és Alapfokú Művészeti Iskolája, Napközi Otthonos Óvodája – a továbbiakban: Juhász Gyula, JGY; és a Szegedi Arany János Általános Iskola – a továbbiakban Arany János, AJ) és három középiskolában (SZTE Gyakorló Gimnázium és Általános Iskola – a továbbiakban: Ságvári<sup>2</sup>, SG; a Szegedi Deák Ferenc Gimnázium – a továbbiakban: Deák, DG; és egy harmadik gimnázium – a továbbiakban 3. Gimn.), összesen 880 felső tagozatos és középiskolás tanuló részvételével. A kutatásban való részvételt vállaló intézmények nem reprezentálják a szegedi általános- és középiskolák sokszínűségét és teljes tanulói állományát, mert gyakorló iskolákról és az átlagosnál jobb továbbtanulási mutatókkal rendelkező intézményekről van szó.

A „saját” kérdőív összeállításakor igyekeztünk a megtartani a 2011-es szerkezetet, de emellett nem hagyhattuk figyelmen kívül a 2017-es és 2019-es, a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár által az EFOP-3.3.3-VEKOP-16-2016-00001 „Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek” pályázat keretén belül végzett reprezentatív országos vizsgálatot a hazai 3 és 18 év közötti lakosság olvasási és könyvtárhasználati szokásairól, ill. az ennek alapján készült elemzéseket (Tóth 2019; Gombos 2020a, b). A külföldi (angol, francia, spanyol, török és finn) olvasáskutatások példái (Lehtonen 2013; Gezgin 2021; Redenczki 2022) elsősorban a módszertani finomítások és a feldolgozás szempontrendszerének megújítására hatottak megtermékenyítően. Továbbra is súlyponti kérdésként kezeltük a szülői háttér, az olvasási szokások, a szabadidő-felhasználás, a könyvtár-, média- és internethasználat témaköreit.

Ebben a tanulmányban az internethasználat kérdéseit vesszük górcső alá, és azonnal fel is vetődik a kérdés, hogy lehetséges-e 11, ill. 3-5 év után ugyanolyan vagy hasonló struktúrájú kérdőívekkel operálni – különösen az internethasználat tekintetében. Egyrészt azért, mert az IKT-eszközök fejlődése és az internet-penetráció rohamos növekedése alapvetően új helyzetet eredményezett a webes lehetőségek alkalmazásában; másrészt felnőtt egy új generáció, amely nehezen vagy egyáltalán nem illeszthető az eddig alkalmazott generáció-fogalmakhoz; és végül, de egyáltalán nem utolsósorban a Covid-19 által előidézett helyzet cezúraként választja el egymástól a megelőző és következő korszakokat. A korlátozó intézkedések és az azt kísérő online oktatás (és ezzel párhuzamosan sok szülő home office-munkarendje) gyökeresen változtatta meg a vizsgált tanulók média- és internethasználati szokásait és kérdőjelezte meg az általunk korábban bevezetett fogalmak használhatóságát. A fentiek alapján a következő hipotézisek mentén vizsgáljuk a kérdőívekből nyert adatokat:

- H1 – a digitális eszköz- és internethasználat, valamint a digitális kompetenciák elsajátításának folyamata a vizsgált korosztályt jelentősen megkülönbözteti az idősebb generációktól, így a digitális szakadék már nem feltétlenül a hozzáférés, sokkal inkább az alkalmazás/felhasználás szintjén fogalmazódik meg

<sup>1</sup> KAPOCS (Kultúra, Könyvtár, Közösség – Andragógia – Pedagógia – Oktatás KutatóCSoport) – a Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar Művelődéstudományi Tanszékének multidiszciplináris kutatócsoportja, amely igyekszik lefedni a tanszéken oktató-kutató munkatársak sokrétű tudományos tevékenységét, és egyidejűleg érvényesíteni az interdiszciplinaritás elvét.

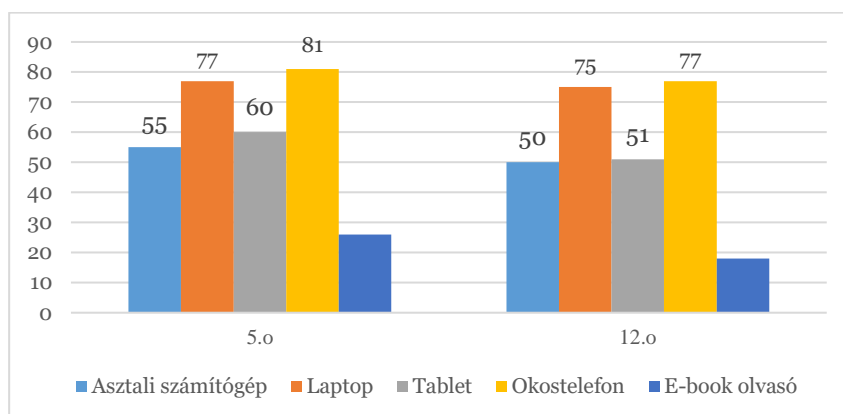
<sup>2</sup> Bár 2015-ben a Szegedi Tudományegyetem szenátusa elfogadta a gyakorló gimnázium és általános iskola új elnevezéséről, a Ságvári személynév törléséről szóló határozatot, a városi köznyelv, az iskola volt és jelenlegi diákjai, munkatársai továbbra is Ságváriknak nevezik a gimnáziumot, nem a Ságvári Endrére való emlékezés, sokkal inkább a „ságvárizmus” mint az iskola szellemiségét jelentő hagyományhoz való ragaszkodás jegyében. (Az iskola közelében lévő buszmegálló még mindig őrzi az elnevezést: *Ságvári Gimnázium – SZTK.*)

- H2 – az „olvasás” a digitális térben nem elsősorban lineáris tartalomfogyasztást, sokkal inkább interaktív, multimediális platformok alkalmazását jelenti egy nyitott végű keresési folyamat eszközeként

## Digitális olvasók

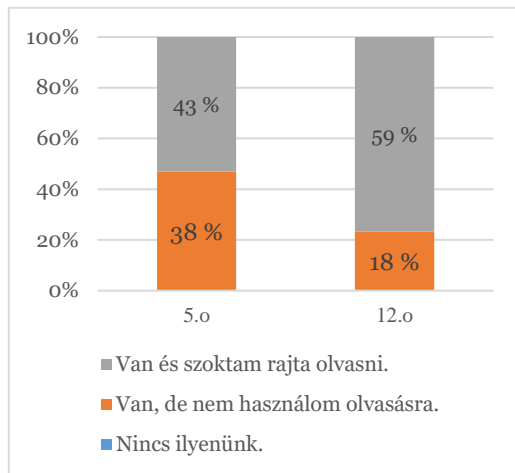
### Eszközhasználat

A kutatásban szereplő két felmérés közötti időszakban az IKT-s eszközök robbanásszerű fejlődése, valamint ezen technológiáknak a társadalomra, digitális kultúránkra gyakorolt jelentős hatása volt a jellemző. A 2011-es felmérésben az eszközhasználatról elegendőnek bizonyult egyetlen kérdés (*Van-e otthon nálatok internettel ellátott számítógép, laptop?*), hiszen a számítógép-felhasználói szokások megváltozását megalapozó folyamatok már elkezdődtek ugyan, de Magyarországon kissé megkésve jelentek meg. Az Interneten fellelhető statisztikák (IDC, Statistica, Gartner stb.) szerint az 1993-ban megjelenő okostelefonok értékesítése 2010 év végén meghaladta a hagyományos PC-k, laptopok eladását. A 2001-ben debütáló Microsoft Tablet PC után a táblagépek is komoly fejlődésen mentek keresztül, ennek hatására először 2009-ben ugrott meg a kereslet, majd kisebb visszaesés után újabb fejlesztéseknek köszönhetően 2013-ban már táblagépből is többet adtak el, mint személyi számítógépből. Napjainkban az értékesített okostelefonok száma több mint tízszerese az asztali számítógépek, laptopok, notebookok számának, így a felmérésben több releváns, az eszközökre (*asztali számítógép, laptop, tablet, okostelefon, e-book olvasó*), valamint eszközhasználatra irányuló kérdést fogalmaztunk meg. A számos felhasználási lehetőség miatt nem csak a meglétre, hanem célirányosan, az olvasási szokásokra is rákérdeztünk (*Jelöld meg, milyen eszközeitek vannak otthon, illetve Te milyenekkel rendelkezel és szoktál-e rajta olvasni?*). A fent említett módon a felmérésben a felső tagozatos, illetve középiskolás diákok vettek részt. Az eszközhasználatot az intervallum két végpontjában, azaz az 5. (82 kitöltés) és 12. (77 kitöltés) évfolyamon vizsgáltuk.

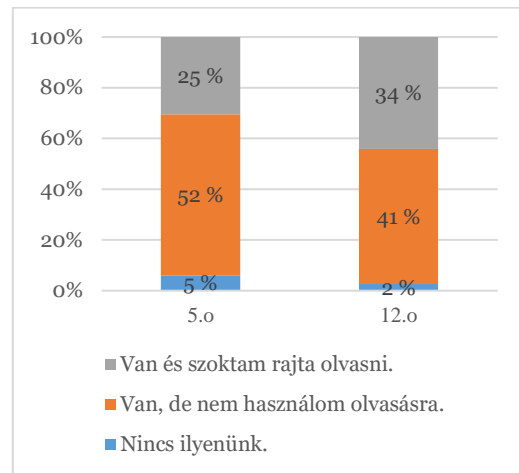


1. ábra: A *Jelöld meg, milyen eszközeitek vannak otthon, illetve Te milyenekkel rendelkezel és szoktál-e rajta olvasni?* kérdésre adott válaszok a válaszadók száma szerint

Az első, 2011-es felmérésből az egyes háztartások személyi számítógép használata, az otthoni internethasználat, míg a 2022-es eredményekből az eszközök mobilitásának jelentősége tükröződik. A diákok igényét, miszerint ne legyenek helyhez, lakáshoz, könyvtárhoz kötve, az információ bárhol, bármikor a rendelkezésükre álljon, legjobban a laptopok és okostelefonok elégítik ki. Természetesen ide kell sorolnunk még a táblagépeket is, de meg kell említeni, hogy egy nagy kijelzővel rendelkező okostelefon mellett a tanulók nem érznek szükségesnek még egy táblagépet is. Az 1. ábrán jól látható, hogy mindkét korosztályban az említett két eszközön van a hangsúly. Az ötödik osztályosok közül mindösszesen 5 diák családjában nincs laptop – asztali számítógép lehet, de ez nem derül ki a felmérésből –, ez a minta 6,1%-a, és csupán egy tanulónak nincs okostelefonja, ami a minta 1,3%-a. A 12. évfolyamon 2 tanulónak, a minta 2,6%-ának nincs laptopja, viszont minden tanuló rendelkezik okostelefonnal.



2. ábra Okostelefonok használata a vizsgált két évfolyamon



3. ábra Laptopok használata a vizsgált két évfolyamon

A 2. és 3. ábrán az olvasási, illetve egyéb használati szokásokat láthatjuk a vizsgált évfolyamokon. Összevetve az itt kapott eredményeket az NMHH (2017) kutatásával – igaz mi kimondottan az olvasási szokásokra kérdeztünk rá – elmondható, hogy az eredmények közel azonosak, azaz az „elvárt” eredményeket kaptuk.

### Internethasználat – tartalomfogyasztás

A teljes kérdőív 12 nyitott kérdést tartalmaz, amelyek többségére a kitöltők nagy arányban válaszoltak (2. sz. melléklet), ami arra utal, hogy az olvasáshoz (különösen az irodalmi alkotásokhoz és a kötelező olvasmányokhoz) való viszonyukról szívesen nyilatkoznak. Ugyanakkor feltűnően magas a nem válaszolók vagy ’nem tudom’-típusú választ adók száma a 8. (nyitott) kérdés (*Ha van ötleted, milyen szolgáltatásai, programjai lehetnének még az iskolai könyvtárnak, oszd meg velünk!*), ill. a mi elemzési szempontunkból különösen fontos 9. (nyitott) kérdés (*Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten?*) esetében<sup>3</sup>.

A látogatott weboldalakra vonatkozó kérdés olyan elemzési és értelmezési szempontokat vet fel, amelyek közelebb vihetnek bennünket hipotéziseink bizonyításához. Az elemzést Maxqda<sup>4</sup> tartalomelemző szoftverrel végeztük; adatbázisként az e kérdésre adott válaszokat használtuk. A kódolás (3. sz. melléklet) során olyan markereket igyekeztünk meghatározni, amelyek az olvasási, azon belül kiemelten az internethasználati szokásokra vonatkozó hipotéziseinkhez illeszkedtek (közösségi oldalak, online képi tartalmak, filmek, online játék, hobbihoz és önképzéshez kapcsolódó weboldalak, olvasás, híroldalak), de pótlólag olyan markereket is fel kellett vennünk a kódrendszerbe, amelyekre e korosztály esetében nem számítottunk (felhívó tartalmak, ill. e-kereskedelem). A kvalitatív elemzési adatokat összevetettük az előző kérdés (*Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet?*) kvantitatív adataival, és – mivel ez a kérdés a 2011-es kutatásban is csaknem azonos módon szerepelt – lehetővé vált három adatsor összehasonlító elemzése.

A teljes kérdőívet kitöltők (880) mindössze 58%-a (510<sup>5</sup>) válaszolt a feltett kérdésre, ami még akkor is nagyon alacsony arányúnak tűnik, ha a felső tagozatosok és a gimnazisták válaszadási hajlandósága jelentős mértékben eltér (1. táblázat).

<sup>3</sup> Azt gondolhatnánk, hogy a tanulók számára túlságosan is terjedelmesnek bizonyult a kérdőív (az utolsó kérdésre adott válaszokban ennek hangot is adnak), így az egyszerűbb megoldást választották, és kihagyták a nyitott kérdéseket. Ennek azonban ellentmondani látszik, hogy a következőkben visszatér a válaszadási hajlandóság.

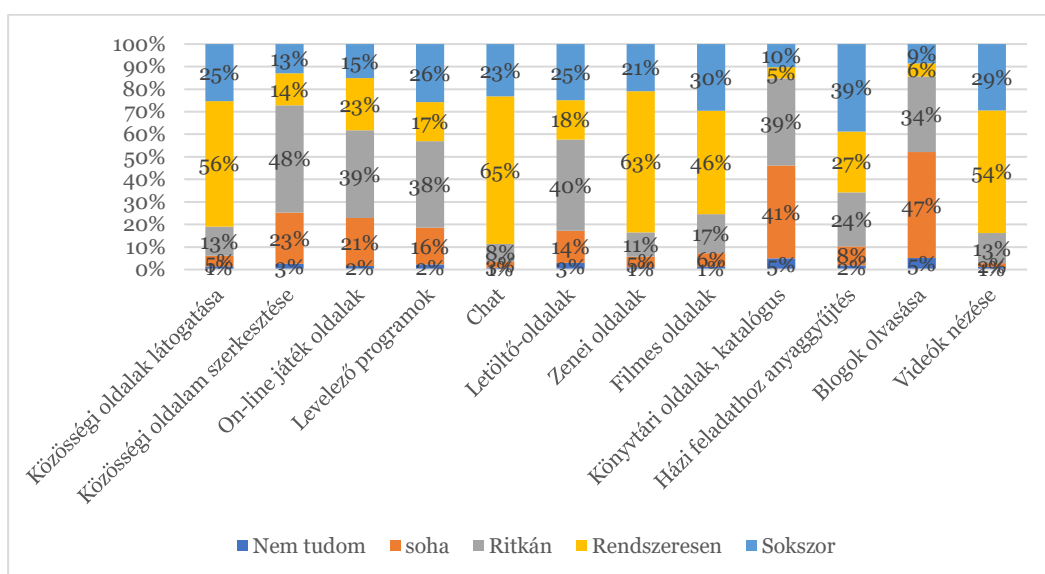
<sup>4</sup> A tartalomelemzéshez használt MAXQDA 2022 szoftver támogatja a kvalitatív és kevert vizsgálati módszerek alkalmazását, könnyen kezelhető és szemléletes felhasználói felület jellemzi, amely a rögzített kvalitatív adatok (fókuszcsoporthoz, interjú, közvélemény-kutatások, video- és audiófájlok stb.) elemzéséhez nyújt segítséget. A szoftver lehetőséget ad az adatok exportálására különféle statisztikai elemző programokba (SPSS, Excel), de a legújabb verziói önmagukban is alkalmasak az adatbázisok feldolgozására.

<sup>5</sup> A tisztított mintában eltávolítottuk az „üres sorokat”, ezzel magyarázható, hogy az összes, erre a kérdésre adott válaszból (550) az elemzés során 510 elemmel operáltunk.

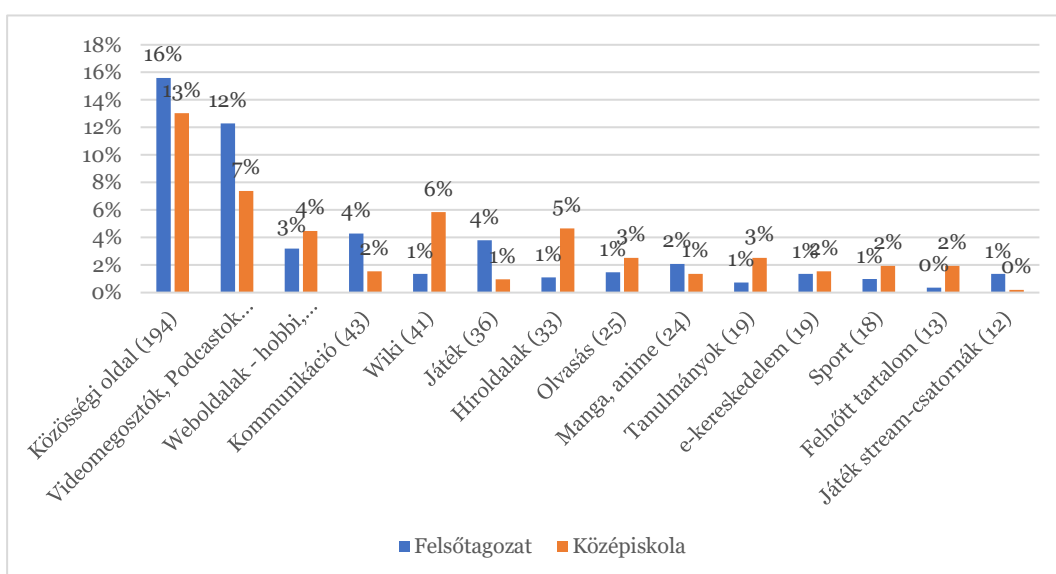
	Juhász Gy.	Arany J.	Ságvári	3. Gimn.	Deák
Össz. kitöltő	262	159	158	33	258
Válasz	197	117	65	9	122
	75%	73%	41%	27%	47%
	74%			42%	

1. táblázat: A Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten? kérdésre adott válaszok százalékos megoszlása

A nyitott kérdések egyikénél sem talákoztunk ilyen jelentős eltéréssel, így viszont célszerűnek látszott a felső tagozatosok és a gimnazisták válaszait külön kezelni a kódolás során. Összesen 754 ítemet (több válasz is adható volt) láttunk el kóddal, ez az összes említés (793) 95%-a. Itt is szignifikáns különbség van a két „korosztály” között, a felső tagozatosok a kódolt válaszok 63%-át (482), míg a középiskolások 37%-át (272) adták. Tovább módosította a képet, hogy mindkét csoportban jelentős számú a *Nincs más* kóddal ellátott ítem (FT: 53, KI: 32), ami csak megfogalmazásában különbözik az üres soroktól, ill. a kihagyott választól. Így összességében a felső tagozatosoknál 429, míg a középiskolásoknál 240 elemszámmal operálhattunk.

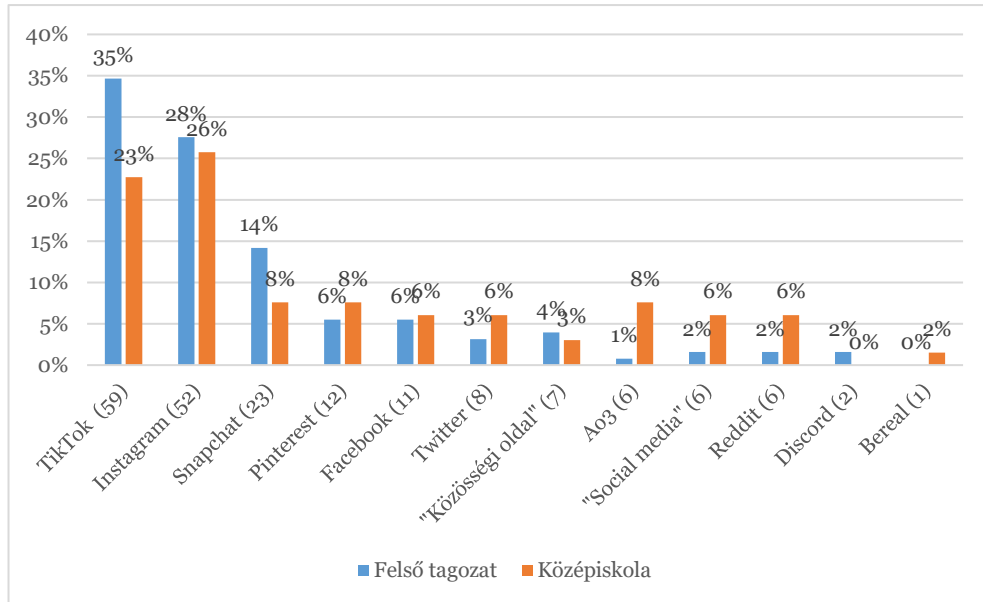


4. ábra: A Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet? kérdésre adott válaszok a teljes mintában



5. ábra: Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten? kérdésre adott (kódolt) válaszok

Ha a fenti adatsort összevetjük az előző kérdésben (*Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet?*) megjelenő válaszlehetőségekkel, úgy tűnhet, hogy a tendenciákat tekintve közel azonos eredményeket mutatnak (4. és 5. ábra). Ha azonban az általunk javasolt és a ki-töltők által megnevezett oldal(típus)okat egymásra vetítjük, meghatározó különbségeket tapasztalhatunk. A közösségi oldalak látogatása mindkét „korosztályban” és a teljes mintában is kiugróan magas, ez megfelel a korábbi kutatásokban tapasztaltaknak (Bozsó et al. 2011; NMHH 2017; Tóth 2019), azonban – az elmúlt 2-3 év világszerte tapasztalható tendenciáinak megfelelően – a közösségi oldal szinonimájaként értelmezett Facebook mellett/helyett egyre nagyobb szerepet kapnak az új platformok (6. ábra).



6. ábra Közösségi oldalként kódolt itemek megoszlása

A felső tagozatosok és a középiskolások is a TikTok és az Instagram látogatását emelték ki a legnagyobb számban. Feltételezzük, hogy ez egyrészt összefügg azzal, hogy a Facebook egyre inkább az idősebb korosztályok territóriumává válik, ezért a 10–18 éves korosztály számára a szülői, nagyszülői ellenőrzés nem feltétlenül kívánatos lehetőségét jelenti, másrészt az idősebb felhasználók egészen más motivációval használják a platformot: a kapcsolattartás mellett sokkal inkább az (elsősorban szöveges) tartalmak megosztása, egyfajta közéleti részvétel, véleménynyilvánítás lehetőségeként tekintenek rá. Az alapvetően képi tartalmakra épülő közösségi médiumok egyfajta passzív fogyasztásra utalnak – ezt erősíti a közösségi profil szerkesztésének alacsony aránya is az internethasználati szokások között. Az általunk vizsgált korosztályra a korábbi kutatások alapján is jellemző, hogy „kevesen érintettek a tartalom-előállításban” (Tóth 2019: 67), ill. „a szofisztikáltabb tevékenységformák kevésbé elterjedtek, még a 11-16 évesek körében is, (...) kifejezett 'alkotói' tevékenységet alig-alig folytatnak a gyermekek (blogok, applikációk, weblapok, gifek, stb. készítése), túlnyomó többségük 'csak' fogyasztó” (NMHH 2017: 37). A helyzet azért tűnik némiképp ellentmondásosnak, mert a Web 2.0 felhasználóit szokás azzal megkülönböztetni, hogy épp a tartalomelőállítás terén meghaladják a korábbi generációkban megszokott fogyasztói attitűdöt.

Feltűnően magas a *filmes oldalak* látogatása és a *videók nézésének* aránya a tevékenységi formák között. Túl azon, hogy ez is alátámasztja azt a feltételezésünket, hogy az olvasás helyére egyre inkább a vizuális tartalmak fogyasztása lép, a médiahasználati szokások gyökeres átalakulására is utal. A helyhez és időhöz kötött hagyományos médiafogyasztás (televíziózás és rádiózás) helyét átveszi az online térben jelentős variabilitást, választási lehetőségeket biztosító csatornák (erre utal az is, hogy az online tv-műsorok fogyasztására alkalmas oldalak – mint pl. a Telekom TvGo – még említés szintjén sem jelennek meg). A nyitott kérdésre adott válaszok alapján mind a felső tagozatosok, mind a gimnazisták körében a YouTube a legkedveltebb videós oldal (FT 70%, KI 60%), a Spotify-t és a Netflixet sokkal kevesebben említették, utóbbi



esetében feltehetően a nem alacsony előfizetési díjak játszhatnak szerepet, illetve az a körülmény, hogy ellentétben a „szabad hozzáférésű” stream-csatornákkal, ezek megrendeléséről jellemzően az „előző” generációba tartozó szülők döntenek,

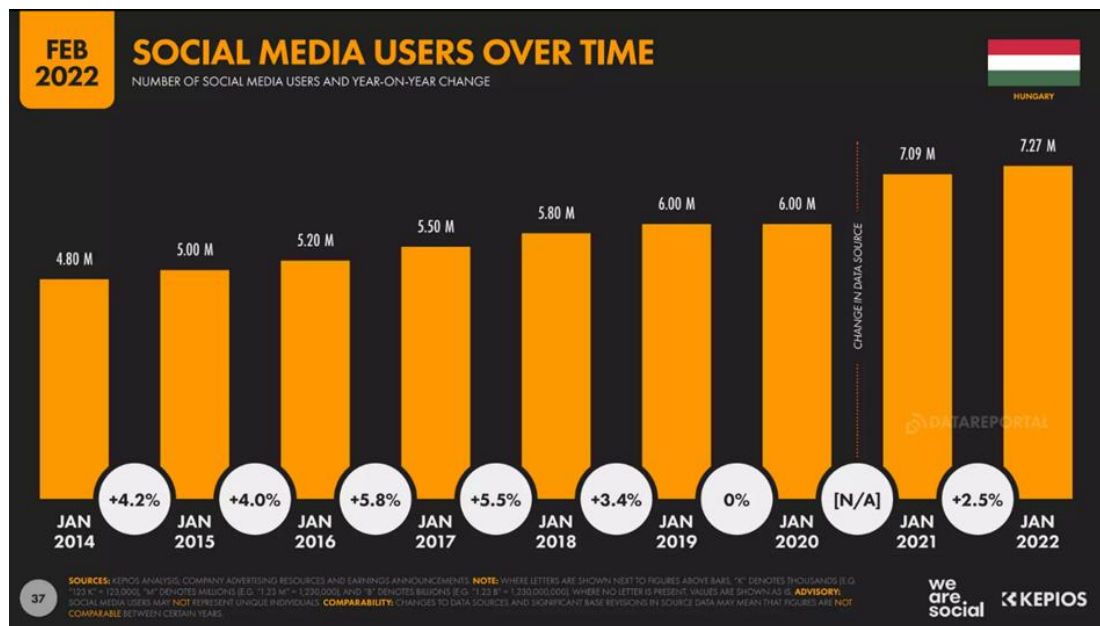
E két adatsor elemzése kapcsán érzékelhető egy sajátos ellentmondás, ha tetszik, a kutató és a vizsgált korosztályok közötti generációs szakadék a fogalomhasználat tekintetében. A *filmes oldalak* és a *videók nézése* válaszlehetőségek elválasztása legalábbis megkérdőjelezhető, a gyerekek számára – a nyitott kérdésekre adott válaszok alapján – ezek között nincs különbség, ill. a *videók nézése* sokkal inkább a TikTok használatára vonatkozhat. Ugyanakkor az általunk közösségi oldalként meghatározott lehetőség nem feltétlenül elégíti ki a vizsgált korosztály értelmezési próbálkozásait – mintha a *közösségi oldal* számukra a Facebookkal azonosítódna, ezért fontosnak gondolják a nyitott kérdésre adott válaszaikban „pontosítani” a fogalmat, azaz – bár a hagyományos felfogás szerint a tanulók által megnevezett oldalak közösségi médiaplatformnak minősülnek – számukra ez a jelentése elhalványul, ugyanúgy, mint ahogy jellemzően a tartalomfogyasztás, nem pedig -megosztás tereként gondolnak rá. Meglepően magas a *nem tudom* és a *soha* válaszok aránya a letöltő- és katalógusoldalak és blogok használatára vonatkozó kérdések esetében, ami arra enged következtetni, hogy ezek a „műfajok” a 10–18 évesek életéből már kikoptak. Ugyanakkor jelentős tudatosság érzékelhető a választott tartalmak fogyasztásában, legyen az játék vagy a sokak érdeklődésére számot tartó anime- és manga-műfaj, ill. az idősebbek esetében a célirányos (hobbyhoz, önképzéshez, iskolai feladatok megoldásához kapcsolódó) keresések. És persze a közvetlen kapcsolattartásra irányuló chat (a MAXQDA-ban kommunikációként kódoltuk) műfaja.

### Képernyőgeneráció

E tanulmány kereteit szétfeszítené a generációs elméletek pertraktálása. A kutatás alapján elkészült első tanulmányokban „a vizsgálat alapsokaságát a Z és Alfa generáció határán, azok metszeteként” (Bozsó, Patkósné 2022; Bozsó et al. 2022) határozzák meg a szerzők. Ez a generációelnevezés a jelenkori tudományos irodalomban nagyon elterjedt, mint ahogy azok az összefoglalónak szánt elnevezések (mint pl. a „digitális bennszülöttek”) is, amelyek elsősorban Prensky (2001) nevéhez kötődnek, de ezek mellett sokan más-más jellemzőnek gondolt fogalmakat alkalmaznak. Ugyanakkor erős kritikák is érik az életkor (születési dátum) alapú generáció-meghatározást. A legtöbben Karl Mannheim *Das Problem der Generationen* (A nemzedékek problémája) című tanulmányát tekintik a generációkutatás alapművének, amelyben Mannheim kifejti: „az egy időben felnövő egyéneket mind legnagyobb fogékonyságuk éveiben, mind pedig később ugyanazok a vezérlő hatások érik – úgy a rájuk benyomást tevő intellektuális kultúrából, mint a társadalmi-politikai állapotokból. Azáltal alkotnak nemzedéket, egyidejűséget, hogy e hatások egységesek” (Mannheim 1928/2000: 208). Maga Prensky (2009) is árnyalja korábbi, meglehetősen egyoldalú generációelméletét, a „digitális bennszülött” és „digitális bevándorló” helyett bevezeti a „homo sapiens digitalis” megnevezést, ezzel leginkább a digitális technológiákhoz való személyes viszony szempontjából értelmezi át a korábbi elnevezést. Önmagukban az elnevezések persze legfeljebb a generációkutatók leleményességét jelzik, ennél talán sokkal fontosabb lehet, hogy milyen tényezőket vesznek figyelembe a generációs határok kijelölésénél. Buda András (2019) és Csutorás Gábor Ákos (2021) fontos kísérletet tesznek a generációelméletek kritikai megközelítésre, utóbbi pedig módszertani útmutatót is ad a „felelős generációkutatás” tudományos megalapozásához. Többek között fontosnak tartja a történeti, társadalmi, földrajzi különbségek meghatározását, mint ahogy McCrindle és Wolfinger (2010) és McCrindle (2014) is kijelöli azokat a folyamatokat és kulcseseményeket, amelyek meghatározhatják egy-egy kortárs csoport világgképét, a digitális térben való tájékozódását, attitűdjeit. Akárhogy is nevezzük egy-egy kortárs csoport tagjait, fontos belátnunk, hogy a globális folyamatok uniformizáló hatását felülírja a lokális kultúra viszonyulásmódjai, társadalmi környezete, digitális fejlettsége, eszközellátottsága, jövőre vonatkozó kilátásai és további megkülönböztető jegyei. Z. Karvalics (2013) „a közeljövő sok mindenre képes, erőforrásként kezelt, részvételi jelenléttel folyamatokba bevont, tudatosan tervezett eszköz-szolgáltatás-játék és tanulási környezetben felcseperedett fiataljait” (Z. Karvalics 2013: 23) *digitális beavatottaknak* (digital initiates) nevezi, és bár 2013-ban még nem létezőnek gondolja a jelenséget, a fogalom mind a mai napig működőképesnek tűnik.

Ugyanakkor az általunk vizsgált életkori csoportok esetében nem hagyhatjuk figyelmen kívül a „beavatódás” speciális körülményét, a világjárványt mint „jelentős kohorszélményt” (Csutórács 2021: 111). Szabó Andrea (2020) feltételezi egy V-generáció kialakulását, amelynek életében a Covid-19 éles választóvonalat húz a generációs tudat és generációs identitás szempontjából. Elképzelhetőnek tartja, hogy „lesznek, vannak olyan fiatalok, akik többet fognak tanulni a következő napokban, hetekben más országok fiataljaitól – akik szintén távoktatásban vannak éppen – mint a drága, kedves, nagy tudású, de a modern platformokhoz kevésbé értő saját tanárjaiktól. Egymás támaszai lehetnek, és így még gyorsabban ébredhetnek önnön másságukra. Kérdéseket fognak feltenni, amikre nehezen fog az idősebb generáció válaszolni” (Szabó 2020).

Bernshütz Mária (2021) a pandémia időszakában, a digitális oktatás első időszakában készített online felmérést a 14–25 éves korosztály internethasználati szokásairól. E felmérés eredményei az internethasználat tekintetében hasonló eredményeket hoztak, mint a mi kutatásunk, de pl. erőteljesebben megjelenőként értékelik a politikai érdeklődést és a hírfogyasztást. Van azonban egy olyan életkori csoport, amely az aktuális kutatásokban nem kap kellő teret: az általános iskolai tanulók, az „alfák”, akiket a járványhelyzet pontosan olyan felkészületlenül ért, mint a szüleiket, ill. tanáraikat. Tőke Anita (2021) 2019-ben vizsgálta az akkor alsó tagozatos diákok internethasználati szokásait, és azt, hogy a szülők milyen mértékben képesek felügyelet alatt tartani gyermekeik online jelenlétét, a felnőttek és gyermekeik (többnyire eltérő) digitális kompetenciái mennyiben befolyásolják az internethasználati szokásokat. Ezek a gyerekek a 2022-es kutatás résztvevőivé váltak, és bár a vizsgált kérdések eltérőek a két esetben, világosan kirajzolódnak belőlük a „V-generáció” jellegzetes vonásai.



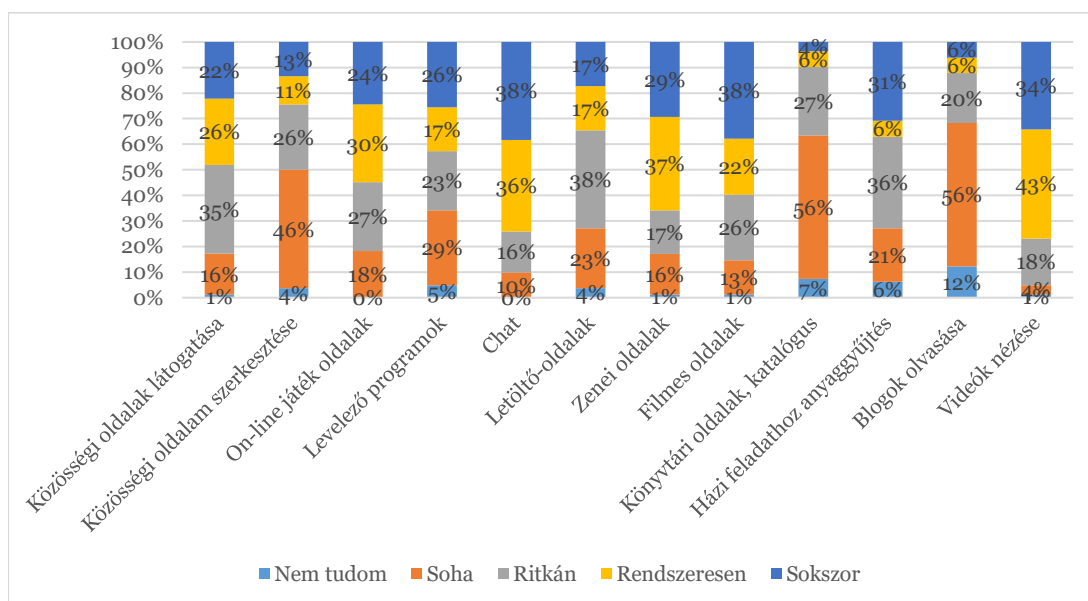
7. ábra: A közösségi média felhasználói számának változása 2014–2022  
(Forrás: Datareportal 2022)

A 7. ábra azokat a tendenciákat érzékelteti, amelyek a közösségi médiában jelentkeztek 2014 és 2022 januárja között. Még ha az adatforrások változása miatt nem is vállalkoztak a szerkesztők a 2020 és 2021 közötti növekedés százalékos kimutatására, mindenképpen jelentős ugrással kell számolnunk. Feltételezhetjük, hogy a járványhelyzet okozta internethasználati szokások jelentős mértékben változtak, különösen a social media területén. Az is okozhatja ezt a hirtelen növekedést, hogy a lezárások időszakában mind a szülők, mind a gyerekek az online térbe kényszerültek (home office és digitális oktatás), amire – utóbbiak esetében különösen – sem az infrastruktúra, sem a digitális kompetenciák szempontjából nem voltak felkészülve. A rendelkezésre álló online platformok nagy száma ellenére mind az oktatási segédanyagok és módszertani ajánlások, mind a szakértelem szempontjából jelentős lemaradás jellemezte a magyar viszonyokat. A pedagógusok azt a teret használták, amelyet ismertek: a közösségi média felületek (ill. szinte kizárólag a Facebook) vált a kapcsolattartás, a tananyagok megosztása

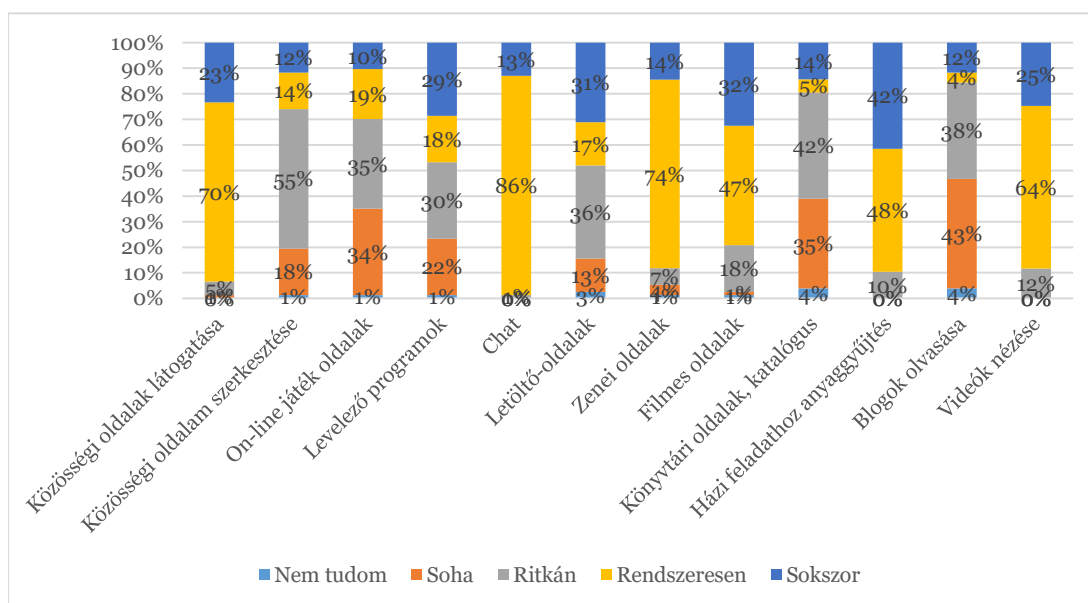


és minden egyéb, oktatási célú szinkron és aszinkron kommunikáció színterévé. Ebben a helyzetben jelentek meg nagy tömegben az új felhasználók: azok a 8–13 éves kisgyerekek, akik korábban – az életkori megkötések miatt – nem regisztrálhattak a közösségi oldalakon.

Ha az általunk vizsgált mintát nemcsak a látogatott iskolatípus (általános, ill. középiskola), hanem évfolyamok szerint is szegmentáljuk, pontosabb képet kaphatunk a fenti folyamatokról. Az 8. és 9. ábra az ötödik és tizenkettedik évfolyam válaszait mutatja a *Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet?* kérdésre. Azért gondoltuk összevetni a 10 és 18 évesek válaszait mert szignifikáns különbségeket feltételeztünk a két évfolyam között. A legjellemzőbb eltéréseket a közösségi oldalak látogatása, az online játékok és a házi feladathoz anyaggyűjtés lehetőségei esetében tapasztaltuk. Az anyaggyűjtésben a végzős középiskolások „profli” felhasználónak bizonyultak; erre utal, hogy a rendszeresen és sokszor válaszlehetőséget csaknem 90%-uk (N: 69), míg az ötödikeseknek „csak” 36%-a választotta (N: 30). Míg a 10 évesek a digitális oktatás során sajátították el az önálló munkavégzés, kutatás, a web használatának alapfogásait, a 18 évesek láthatóan rendelkeznek ezekkel a kompetenciákkal.



8. ábra: A *Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet?* kérdésre adott válaszok az 5. évfolyamon



9. ábra: A *Milyen célból, milyen gyakran használod az internetet?* kérdésre adott válaszok a 12. évfolyamon

A közösségi oldalakat – mint korábban már utaltunk rá – meglepően sokan látogatják a 10 évesek közül (48%-uk rendszeresen vagy sokszor látogatja ezeket, és csak 17%-uk mondta, hogy soha, vagy nem tudja). A tizenkettedikesek 94%-a (N: 72) használja rendszeresen vagy sokszor a közösségi médiaplatformokat, és csak egyvalaki mondta, hogy soha nem jelenik meg ezeken. Az online játékdalakat csaknem kétszer annyi ötödikes látogatja rendszeresen, mint végzős gimnazista.

A jellemző különbségek ellenére a két vizsgált korcsoportban vannak olyan elemek, amelyek azt mutatják, hogy az olvasás, ill. a média- és internethasználat szempontjából egy új generáció megjelenésével kell számolnunk. Erre leginkább az jellemző, hogy az interperszonális (többnyire kétoldalú) kommunikáció legjellegzetesebb műfaját, a chatet részesítik előnyben, leginkább ez váltotta fel az e-mail-műfajt is. A blog többnyire ismeretlen, vagy legalábbis nem fogyasztott/használt műfaj, mint ahogy a letöltő oldalakat is mobil-applikációkra cserélték. A filmes- és videó-oldalakat mindkét korcsoportban igen nagy számban látogatják sokszor és rendszeresen.

## Összegzés

A 2011 és 2022 között eltelt 11 év igen jelentős változásokat hozott a az IKT-eszközök és kompetenciák, a webhasználat, a digitális tanítás/tanulás, a szórakozás és a közösségi médián való jelenlét szempontjából. Kutatási hipotéziseink bizonyítására a KAPOCS olvasáskutatásának azokat a vonatkozásait emeltük ki, amelyek az internethasználatra vonatkoznak. „Generációs szakadékok” feltételeztünk a vizsgált korosztály (10–18 évesek) és az idősebbek (akár a kutatást végzők is!) között. A kérdőív eredményei azt mutatják, hogy előfeltevésünk nem volt alaptalan: jelentős eltérést látunk a fogalomhasználatban, a szöveges, ill. képi (videós) tartalmak fogyasztásának mértékében, a tartalomelőállítás és -fogyasztás arányaiban. A „beavatás” (Z. Karvalics 2013), beavatódás folyamatában nem hagyhatjuk figyelmen kívül a Covid-19 hatásait, amelyek egy új, V-generáció kialakulásához vezettek. Ennek a generációnak a legfontosabb jellemzői a következők: tudatosság és öntörvényűség a médiatartalmak fogyasztásában, az írott szövegek létrehozása és olvasása helyett a képi tartalmak preferálása, nagyfokú önállóság a számukra releváns témákkal kapcsolatos adatgyűjtésben, folyamatos online jelenlét (Székely 2013; Pásztor, Bak 2020), a helyhez kötöttség elutasítása, jelentős mobilitás. Ahhoz, hogy lépést tudjunk tartani ezzel a korosztállyal, gyermekeinkkel és unokáinkkal a tudatos internet- és médiahasználat érdekében, feltétlenül szükséges, hogy lássuk/átlássuk ezeket a folyamatokat, elengedhetetlen a „nevelő nevelése”.

Kutatásunk egy pontosan körülírható demográfiai csoport körében készült. A nagyvárosi, jól felszerelt iskolai környezetben tanuló diákok mintája természetesen nem tekinthető akár csak városi, de országos szinten sem reprezentatívnak. További összehasonlító vizsgálatra lenne szükség, például hátrányos helyzetű (kis)településeken, iskolákban tanuló diákok körében, hogy következtetéseink az új generáció kialakulásáról megerősítést nyerjenek.

Kutatási eredményeink további kérdéseket is felvetnek: hogyan érjük el ezt a korosztályt az olvasóvá nevelésben? Lehetséges-e, érdemes-e építeni az új generációk média- és digitális eszközhasználatának jellegzetességeire ebben a folyamatban? Kell-e kizárólag a nyomtatott könyv kultúrájában gondolkodnunk, vagy egyenértékűnek fogadjuk el a digitális eszközök kultúráját? E kérdések megválaszolása egy következő tanulmány feladata lesz.

## Irodalom

- Bernschütz M. (2021). Magyar Tinik a Neten 2021. *BeSocial*.  
[https://besocial.hu/magyar\\_tinik\\_a\\_neten/magyar-tinik-a-neten-2021.pdf](https://besocial.hu/magyar_tinik_a_neten/magyar-tinik-a-neten-2021.pdf)
- Bozsó R., Baráthné Hajdu Á., Harkai D., Pajor E., Patkósné Hanesz A. (2011). *Olvasási szokások a tizenévesek körében Szegeden – Kutatási beszámoló*. SZTE JGYPK Felnőttképzési Intézet.
- Bozsó R., Patkósné Hanesz A. (2023) Olvasáskutatás újrátöltve – Fiatlokra irányuló felmérések eredményeiről. In: Juhász E. (szerk.): *Innovációk a művelődés és felnőttképzés világában – A Durkó Mátyás emlékkonferencia előadásai*. (Előkészületben)
- Bozsó R., Patkósné Hanesz A., Urbanik T. (2022) A tizenévesek médiahasználatának jellemzői az olvasáskutatások tükrében. In: Fejős S., Forró L., Pusztai, V. (szerk.) *Média, Identitás, Lokalitás*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, Szeged. 164–175.

- Buda A. (2019). Generációk, társadalmi csoportok a 21. században. *Magyar Tudomány*, 180(2019)1. 120–129. doi: [10.1556/2065.180.2019.1.12](https://doi.org/10.1556/2065.180.2019.1.12)
- Csutorás G. Á. (2021). „Ratio Generationis” – Szempontok a felelős generációkutatáshoz. *Metszetek. Társadalomtudományi folyóirat*, 2. 104–126. doi: [10.18392/metsz/2021/2/6](https://doi.org/10.18392/metsz/2021/2/6)
- Datareportal (2022). *Digital 2022: Hungary*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-hungary>
- Gezgin, D. M. (2021) An Investigation on Social Media Use Behaviors and Reading Habits of High School Students. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2). 789–806.
- Gombos, P. (2020a). A digitális generáció olvasási szokásai – a 2017-es reprezentatív olvasásfelmérés tapasztalatai. In: uő. *Az olvasó gyermek. Tanulmányok az olvasáspedagógia, az olvasásszociológia és a gyermekkultúra tárgyköréből*. Savaria University Press Alapítvány. 13–53.
- Gombos, P. (2020b). A digitális bennszülöttek olvasási kedve, olvasáshoz való viszonya a 2017-es és 2019-es felmérés tükrében. In: uő. *Az olvasó gyermek. Tanulmányok az olvasáspedagógia, az olvasásszociológia és a gyermekkultúra tárgyköréből*. Savaria University Press Alapítvány. 53–67.
- Lehtonen, M. (2013). Reading, Literacy, and Education. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 15.3. doi: [10.7771/1481-4374.2240](https://doi.org/10.7771/1481-4374.2240)
- Mannheim K. (1928). Das Problem der Generationen. *Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie*, 7. 157–185. Magyarul: (2000): A nemzedékek problémája. In: Uő. *Tudásszociológiai tanulmányok*. Budapest. Osiris Kiadó, 201–255.
- McCrindle, M. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research Pty Ltd, BellaVista NSW, Sidney.
- McCrindle, M., Wolfinger, E. (2010). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. (Részlet uők (2009): *The ABC of XYZ. Understanding the Global Generations* című könyve első fejezetéből. UNSW Press, 1–22.) *Korunk*, 11. 13–18.
- NMHH – Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2017). *Médiahasználat-, médiafogyasztás-, médiaértés-kutatás 7–16 éves gyermekekkel és szüleikkel*. PSYMA Hungary Kft. [https://nmhh.hu/cikk/197725/Mediahasznalat\\_mediafogyasztas\\_mediaerteskutatas\\_716\\_ev\\_es\\_gyermekekkel\\_es\\_szuleikkel](https://nmhh.hu/cikk/197725/Mediahasznalat_mediafogyasztas_mediaerteskutatas_716_ev_es_gyermekekkel_es_szuleikkel)
- Pásztor J., Bak G. (2020). Z generáció online: Közösségi média használat, FoMO és a társas kapcsolatok közötti összefüggések. In: Szabó Csaba (szerk.): *Tavaszi Szél – Spring Wind 2020*. Doktoranduszok Országos Szövetsége. 509–520. doi: [10.23715/TSZ.2020](https://doi.org/10.23715/TSZ.2020)
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5). <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Prensky, M. (2009). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3). <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol5/iss3/1>
- Redenczki I. (2022). Nemzetközi kitekintés – a 2021-es év három olvasáskutatási vizsgálatának módszertani áttekintése. *Közösségi Kapcsolódások – tanulmányok kultúráról és oktatásról*, 2022(1). 113–123. doi: [10.14232/kapocs.2022.1.113-123](https://doi.org/10.14232/kapocs.2022.1.113-123)
- Szabó A. (2020). A V, mint Vírus-generáció születése? *PTIblog. A Magyar Tudományos Akadémia Társadalomtudományi Kutatóközpont Politikatudományi Intézet blogja*. <https://politikatudomany.tk.mta.hu/blog/2020/03/a-v-mint-virus-generacio-szuletese>
- Székely L. (2013). *Média multitasking. Az új generációk megváltozó médiafogyasztási és kommunikációs szokásairól*. PhD értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem. doi: [10.14267/phd.2014015](https://doi.org/10.14267/phd.2014015)
- Tóth M. (2019). *A 3–18 év közötti hazai lakosság olvasási és könyvtárhasználati szokásai 2019-ben. Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek EFOP-3.3.3-VEKOP/16-2016-00001 Az én könyvtáram*. Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár, Budapest.
- Tölke A. (2021). A szülők kultúraátadó szerepének változásai, és azok hatásai napjainkban. *Közösségi Kapcsolódások – tanulmányok kultúráról és oktatásról*, 1(1-2). 41–49. doi: [10.14232/kapocs.2021.1-2.41-49](https://doi.org/10.14232/kapocs.2021.1-2.41-49)
- Z. Karvalics L. (2013) Mangalány mondja: közeledik a „digitális beavatottak” ideje. In: Lévai D. (szerk.): *Digitális nemzedék konferencia 2013*. Konferenciakötet. ELTE, Budapest. 19–23. [https://www.eltereader.hu/media/2014/05/Digitalis\\_nemzedek\\_2013\\_konferenciakotet\\_READER.pdf](https://www.eltereader.hu/media/2014/05/Digitalis_nemzedek_2013_konferenciakotet_READER.pdf)

## Mellékletek

### 1. sz. melléklet: Internethasználatra vonatkozó kérdések 2011-ben és 2022-ben

Kérdőívek 2022	Kérdőívek 2011
<p><b>7/2 Szabadidős tevékenységek –</b></p> <p><i>Az alábbiakban szabadidős tevékenységeket soroltunk fel. Arra kérünk, jelöld meg, melyiket milyen szívesen végzed, ha lehetőség van rá. (Minden tevékenység mellett jelöld meg, hogy 1=egyáltalán nem szereted, 2=inkább nem szereted, 3= is-is, 4= inkább szereted, vagy 5=nagyon szereted végezni)</i> 9. Filmek, sorozatok nézése (Internet, Netflix, HBO Max); 11. Számítógépes játék; 16. Internetezés;</p> <p>Jelöld meg, milyen gyakran nézed (TV-műsor típusok)</p> <p><b>7/3 Olvasási szokások</b></p> <p>– <i>Milyen gyakran olvasol a szabadidőben a magad szórakoztatására (könyvet, újságot, képregényt, internetes oldalakat)</i></p> <p>– <i>Olvasni többféle eszközön és számtalanféle tartalmat lehet. Jelöld, milyen gyakran olvasol ilyen tartalmakat (sms, tweet, emailek, chat, közösségi oldalak posztjai, blog, Wikipedia, papír alapú nyomtatott könyv, elektronikus könyv, hangoskönyv interaktív könyv)</i></p> <p>– <i>A magad örömeire olvasott könyveket általában hol szerzed be? (7. letöltöm az internetről)</i></p> <p>– <i>Jelöld meg a felsoroltak közül azokat, akiknek/aminek a hatására leginkább olvasmányt választasz! (7. Internet)</i></p> <p>– <i>A koronavírusal járó járványhelyzet és karantén-időszak alatt változtak-e az olvasási szokásaid? (4. kevesebb könyvet, több digitális szöveget olvastam; 5. több könyvet, kevesebb digitális szöveget olvastam; 6. Hangoskönyvet hallgattam)</i></p> <p><b>7/4 Könyvtárhasználat</b></p> <p>– <i>Milyen gyakran végzed ezeket a tevékenységeket könyvtárban? (4. Internet, wifi-használat; 12. Elektronikus könyvtár digitális gyűjtemények)</i></p> <p>– <i>Mit szeretnél, ha nyújtana az iskolai könyvtár? (13. számítógép-használatot; 16. elérhető wifit)</i></p> <p>– <i>Milyen könyves, olvasásnépszerűsítő tartalmakat, programokat ismersz?</i></p> <p><b>7/5 Internethasználat</b></p>	<p><b>5. Szabadidős tevékenységek –</b> 6. tévénézés; 7. számítógépes játék; 14. Internetezés</p> <p><b>11. Vezetsz-e vagy vezettél-e már (blogot) internetes naplót?</b></p> <p><b>17. Milyen gyakran olvasol a szabadidőben a magad szórakoztatására (könyvet, újságot, képregényt internetes oldalakat)</b></p> <p><b>19. A magad örömeire olvasott könyveket általában hol szerzed be? (7. letöltöm az internetről)</b></p>

<p>– Egy átlagos napon mennyit használsz az internetet?</p> <p>– Milyen célból, milyen gyakran használsz az internetet? (közösségi oldalak látogatása, közösségi oldalam szerkesztése, on-line játékok, levelező programok, chat, letöltő oldalak, zenei oldalak, filmes oldalak, könyvtári oldalak (katalógus), házi feladathoz anyaggyűjtés, blogok olvasása, videók nézése)</p> <p>– Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten?</p> <p>– Jelöld meg, milyen eszközeitek vannak otthon, illetve Te milyenekkel rendelkezel és szoktál-e rajta olvasni?</p>	<p><b>32.</b> Milyen gyakran használsz az internetet?</p> <p><b>33.</b> Milyen célból, milyen gyakran használsz az internetet? (közösségi oldalak – Facebook, iwiw; online játék oldalak, levelező programok, chat – msn, skype; letöltő oldalak, zenei oldalak, filmes oldalak könyvtári oldalak, katalógus; házi feladathoz anyaggyűjtés, blogok olvasása, on-line üzletek, vásárlás)</p> <p><b>31.</b> Van-e otthon nálatok internettel ellátott számítógép, laptop?</p>
---	---

## 2. sz. melléklet Nyitott kérdésekre adott válaszok aránya

		<b>3. Gimn. (33) db (%)</b>	<b>Ságvári (158) db (%)</b>	<b>Deák (258) db (%)</b>	<b>Juhász Gy. (262) db (%)</b>	<b>Arany János (159) db (%)</b>
1.	Tegyük fel, hogy meghallod a szót: 'OLVASÁS'. Mi az a három dolog, ami először eszedbe jut ekkor?	29 (88)	140 (88)	246 (95)	239 (91)	147 (92)
2.	Ha rajtad múlna, milyen könyvekkel gazdagítanád (vagy cserélnéd le) a kötelező olvasmányokat?	29 (88)	125 (79)	222 (86)	229 (87)	134 (84)
3.	Milyen könyvet, könyveket olvasol, illetve olvastál legutóbb?	31 (93)	138 (87)	237 (91)	246 (93)	148 (93)
4.	Ha magadtól kezdesz olvasni, mit vársz az olvasmánytól? Fejezd be a mondatot: Az olvasmánytól elsősorban azt várom, hogy	30 (90)	145 (91)	248 (96)	250 (95)	151 (95)
5.	Sorold fel két-három kedvenc könyvedet vagy szerződöt!	27 (81)	132 (83)	223 (86)	238 (90)	139 (87)
6.	Eddigi olvasmányaid szereplői, hősei közül kinek a bőrébe bújnál leginkább?	22 (66)	110 (69)	187 (72)	223 (85)	129 (81)
7.	Fejezd be a következő mondatot saját véleményed alapján: Szerintem a jó könyvtáros	27 (81)	130 (82)	236 (91)	231 (88)	144 (90)
8.	Ha van ötleted, milyen szolgáltatásai, programjai lehetnének még az iskolai könyvtárnak, oszd meg velünk!	11 (33)	58 (36)	122 (77)	187 (71)	104 (65)
9.	Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten?*	10 (30)	69 (43)	147 (56)	203 (77)	121 (76)
10.	Milyen emlékezetes képet, helyzetet, jelenetet vagy gondolatot tudnál említeni az olvasmányaidból? Ha lehet, írd meg a szerzőt és címet is.	15 (45)	77 (48)	151 (58)	192 (73)	111 (70)
11.	Mit jelent számokra a víz ebben a haikuban?***	20 (60)	107 (67)	198 (76)	-	-
12.	Amennyiben bármilyen megjegyzésed, véleményed, kiegészítésed van az olvasással, olvasmányokkal kapcsolatban, kérünk, írd le!	1 (3)	15 (9)	34 (13)	97 (37)	46 (28)



**3. sz. melléklet: Milyen egyéb oldalakat látogatsz az interneten? (Maxqda-kódrendszer)**

Code System	754
▼ Középiskola	3
Közösségi oldal (Instagram, TikTok,	67
Videomegosztók, Podcastok	38
Nincs más	32
Híroldalak	24
▼ Weboldalak - hobbi, önképzés	23
Wiki	30
Manga, anime	7
Tanulmányok	13
Sport	10
Olvasás	13
Felnőtt tartalom	10
e-kereskedelem	8
Kommunikáció	8
▼ Játék	5
Játék stream-csatornák	1
▼ Felsőtagozat	2
Közösségi oldal (Instagram, TikTok, Snapchat)	127
Videomegosztók, Podcastok	100
Nincs más	53
Kommunikáció	35
▼ Játék	31
Játék stream-csatornák	11
▼ Weboldalak - hobbi, önképzés	26
Wiki	11
Manga, anime	17
Tanulmányok	6
Sport	8
Olvasás	12
e-kereskedelem	11
Híroldalak	9
Felnőtt tartalom	3