

Kinga Żukowska

UNIwersytet Jagielloński

sergeantkhymczak@gmail.com

NOWE FORMY KOMUNIKOWANIA, CZYLI FENOMEN RECENZJI MÓWIONEJ

New forms of communication,
or the phenomenon of spoken review

ABSTRAKT

Autorka omawia trend, jakim jest nowopowstała forma, tzw. recenzja mówiona. Dokonuje analizy treści materiałów na przykładowym, reprezentującym tę hybrydę gatunkową kanale, Strefa Czytacza, wykorzystując też elementy analizy ilościowej. W celu odpowiedzenia na pytanie, dlaczego można mówić o fenomenie mówionej recenzji książek, wspiera się analizą porównawczą. Wykazane zostały różnice w odbiorze materiałów publikowanych zarówno w tej formie, jak i w formie bliższej tradycyjnym recenzjom, którą reprezentują przykładowe profile z recenzjami w formie tekstowej na Instagramie. Autorka opisuje nowe zjawisko, a także wskazuje proces zmian zachodzących w kwestii gatunku recenzji związanych z coraz bardziej powszechnym użytkowaniem internetu..

SŁOWA KLUCZOWE: KRECENZJA, KSIĄŻKI, CZYTELNICTWO, MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, NOWE MEDIA, INTERNET, PUBLICYSTYKA, YOUTUBE, INSTAGRAM

ABSTRACT

The author discusses the trend of a newly created form, the so-called spoken review. She analyzes the content of materials on an example channel representing this genre hybrid, Strefa Czytacza, also using elements of quantitative analysis. In order to answer the question „why there can be a conversation about the phenomenon of spoken book reviews”, a comparative analysis is used. Differences in the reception of materials published in this form and those closer to traditional reviews (represented by exemplary profiles with text reviews on Instagram), have been demonstrated. The author describes the new phenomenon and indicates the process of changes taking place in the genre of reviews related to the increasingly widespread use of the Internet.

KEYWORDS: REVIEW, BOOKS, READING, SOCIAL MEDIA, NEW MEDIA, INTERNET, JOURNALISM, YOUTUBE, INSTAGRAM

Żukowska, K. (2024), Nowe formy komunikowania, czyli fenomen recenzji mówionej, *com.press*, 7(1), s. 154–173.

DOI: 10.51480/compress.2023.7-1.656

www.compress.edu.pl

WSTĘP

Niepodważalnym faktem jest, iż wraz z rozwojem technologicznym zmienia się zapotrzebowanie na treści medialne oraz sposób ich konsumowania przez użytkowników. Nowe możliwości budzą nowe potrzeby, w wyniku czego dochodzi do powstawania nowych form przekazu, rozwijania i zmian starych. Dobrze obrazuje to nowy sposób przedstawiania starych gatunków, jaki ma miejsce odnośnie do recenzji książkowych. Odchodzi się od tradycyjnych recenzji pisanych, a przechodzi do recenzji mówionych. Są one zamieszczane w formie wideo, głównie na YouTube, lub tzw. rolek w mediach społecznościowych, takich jak Instagram czy TikTok. Jako że recenzje książek wielu osobom mogą się bardziej kojarzyć z mediami pisanymi, łatwo, by badacze mediów nie zwrócili uwagi na nowy trend w mediach, jakim są mówione recenzje książek. Prezentacje tego rodzaju czasem przywodzą na myśl podcasty, a ich zaklasyfikowanie jest trudne, stąd istotne jest śledzenie i analiza rozwoju tego zjawiska. Biorąc pod uwagę sposób, w jaki działają media społecznościowe oraz jak zachowują się użytkownicy internetu ze względu na mediatyzację życia, możliwe, iż fenomen mówionych recenzji książek jest jedynie początkiem większej zmiany w zakresie komunikacji dotyczącej treści rozrywkowych aniżeli jedynie modą. Stąd moje zainteresowanie tematem i próba przeanalizowania, efektem czego jest ten fenomen.

Wybraną metodą badawczą jest analiza zawartości, ponieważ umożliwia wykazanie, dlaczego powstała i czym różni się recenzja mówiona od zwykłej, a jedynie napisanej, na podstawie przykładowego kanału na YouTube z recenzjami mówionymi – Strefa Czytacza. Jest on prowadzony przez Natalię i Daniela Muniowskich. Przystudiowane zostały zamieszczone tam recenzje w formie filmów (łącznie sześciu) dodane w okresie styczeń–luty 2023 r. Badanie zostało wzbogacone o analizę ilościową oraz porównawczą, zestawiającą Strefę Czytacza z innymi profilami w internecie dotyczącymi książek (konta na Instagramie: [zapatrzonawksiazki](#), [ksiazkowe_serce](#) i [niedziela_z_ksiazka](#)), ażeby można było omówić, w jakim kontekście występuje zjawisko recenzji mówionej. Analiza ilościowa pokazuje liczbę obserwujących, komentarzy i polubień poszczególnych kont i kanału, natomiast porównawcza obrazuje, jak się ona ma do materiałów innych twórców internetowych recenzji książek.

Zastosowanym w tym celu narzędziem badawczym jest klucz kategoryzacyjny. To narzędzie umożliwiło także porównanie feedbacku z przykładowymi

profilami na Instagramie, na których zamieszczane są recenzje pisemne. Dane zostały zebrane i zaprezentowane w tabelach.

ZJAWISKO MÓWIONYCH RECENZJI KSIĄŻEK

Recenzje w dzisiejszych czasach przybierają różną formę, więc nie ma sensu próba ich jednoznacznego zdefiniowania. Najogólniej można przyjąć, iż recenzja jest wyrażeniem opinii popartym argumentami o danym dziele. Andrzej Kaliszewski i Kazimierz Wolny-Zmorzyński, choć do recenzji dodali słowo „dziennikarska”, trafnie to ujęli, pisząc: „(...) omówienie i/lub ocena dzieła artystycznego, naukowego lub innej publikacji będącej przedmiotem działania prawa autorskiego dokonane w prasie lub innych środkach masowego przekazu” (Wolny-Zmorzyński, 2009, s. 97). Obecnie pozostaje dyskusyjne, czy istotnie recenzja musi dotyczyć przedmiotu prawa autorskiego, lecz rozważania te nie są celem tej pracy. Już jednak o recenzji dziennikarskiej autorzy zacytowanej definicji napisali, że od niej „w porównaniu z naukową wymaga się na ogół mniej wnikliwości i profesjonalizmu, prostszego aparatu krytycznego i ogólniejszej oceny” (Wolny-Zmorzyński, 2009, s. 97). Można więc uznać, iż odnośnie do recenzji tworzonych przez internautów istnieje jeszcze większe przyzwolenie na mniejszy zakres profesjonalizmu. Wiąże się to ze zmianą stylu życia w silnie zmediatyzowanym świecie, przekładającą się na ewolucję gatunku recenzji. Po analizie tego, co się na przestrzeni lat działo z recenzją, Paweł Matonoga doszedł do wniosku, iż „rozwój gatunku polegał zatem głównie na zmniejszaniu się długości recenzji, ograniczaniu i zmianie funkcji streszczenia oraz wyodrębnieniu się dostosowanych do konkretnych tekstów narzędzi krytycznych” (Matonoga, 2020, s. 144). Zauważył bowiem, że kiedyś w recenzji dużo uwagi poświęcano streszczeniu dzieła, było ono jakoby najważniejszą częścią, a obecnie się je ogranicza do minimum. Podkreślił także, iż „obecnie autorzy recenzji jak ognia starają się unikać tzw. spoilerów, czyli informacji zdradzających ważne momenty fabularne” (Matonoga, 2020, s. 133). Wskazuje to na fakt, iż współcześni czytelnicy nie szukają w recenzjach książek odpowiedzi na pytanie, o czym one są, lecz są nastawieni na dowiedzenie się, co o danej książce myślą inni.

W czasach konwergencji mediów, gatunków i form przekazów medialnych powstało więc wiele hybryd tychże. Ich twórcy w XXI wieku zyskali

wiele narzędzi do wyrażania siebie. Nic więc dziwnego, że obecnie recenzja równie dobrze kojarzy się z filmami na stronach, takich jak YouTube, co z recenzjami pisanymi. W przypadku książek jest to o tyle intrygujące, że można by założyć, iż czytelnicy chętniej przeczytają recenzję niż ją odsłuchają czy obejrzą. Pojawia się również pytanie, w jakim stopniu owe nagrywane recenzje pełnią funkcję jedynie recenzji, a więc przedstawienia danego tytułu i jego oceny, a w jakim urozmaicają ją i przybierają formę podcastu, słuchowiska. Dlatego sformułowano dwa pytania badawcze: jaka jest geneza i okoliczności powstania recenzji mówionych, a także skąd się bierze ich fenomen? Odpowiadając na te kwestie, uwzględniłam więc sposób użytkowania mediów przez ich odbiorców. Na przestrzeni lat bardzo się ona zmieniła, o czym pisał już w 2012 roku Bogusław Dziadzia:

Wyrażając sedno zachodzących przemian wewnątrz środowiska komunikacyjnego, nominalnie reprezentowanych przez to, co nazywamy Web2.0, można zaryzykować powtórzenie stwierdzenia Michaela Zimmera, iż Web2.0 zaciera granice pomiędzy użytkownikami sieci a producentami, konsumpcją a uczestnictwem, autorytetem a amatorstwem, pracą a grą, realnością a wirtualnością (Zimmer, 2008, za: Dziadzia, 2012, s. 103).

Obecnie użytkownicy internetu oczekują więc zupełnie innych treści niż przed paroma laty, co pokazują zmiany zachodzące w jego obszarze. Oddolne inicjatywy wskazują, iż ludzie nie tylko biernie oglądają czy czytają. Wraz z rozwojem kultury uczestnictwa¹ zadawane jest coraz więcej pytań wokoło tematu np. oglądanego na YouTube materiału. Użytkownicy tych mediów wykazują zainteresowaniem autorem, a także jego zdaniem na inne tematy. Komentując oraz wyświetlając lub pomijając dane treści, wskazują, co ich interesuje, co chcą oglądać. Ażeby utrzymać popularność, autorzy recenzji książkowych muszą zwracać na to uwagę, ponieważ oczywiste jest, iż internetowi twórcy, ażeby mieć odbiorców, po prostu o wyświetlenia muszą zabiegać.

Obrazuje to fakt przewagi w liczbie wyświetleń i liczbie osób obserwujących kanały z mówionymi recenzjami książek nad profilami, gdzie pojawiają się jedynie pisane teksty. Choć zarówno w chociażby pozornie swobodnie

¹ Dowodem na jej rozwój, pokazującym również tendencje w korzystaniu z internetu, są badania dotyczące trendów w tym, na jakie strony internetowe zgłaszany jest popyt konsumentów treści internetowych, zob. Kledzik, 2022.

mówionych filmach², jak i pisanych jako posty recenzjach pojawiają się dygresje, te pierwsze są oglądane przez większą liczbę osób. Autorzy podejmują kroki w celu urozmaicenia treści, oprócz recenzji dodając inne filmy lub posty i wówczas również to na filmy jest większa reakcja odbiorców. Interesujący jest jednak fakt, iż na kanale z założenia poświęconego głównie recenzjom³ to te urozmaicenia, a więc jednak nie recenzje, a filmy pośrednio związane z tematem książek lub dotyczące samych autorów, cieszą się jeszcze większą oglądalnością. Wchodząc na popularny kanał na YouTube, Strefa Czytacza, bez trudu można zobaczyć, że to filmy związane z samymi twórcami kanału, a więc na tematy bardziej osobiste czy też przedstawiające ich przemyślenia, jak również związane z uniwersum Harry'ego Pottera mają powyżej 10 tysięcy wyświetleń, natomiast recenzje raczej nie przekraczają 5 tysięcy⁴. Widać więc, że to nie sama czysta recenzja interesuje odbiorców. Nic więc dziwnego, że twórcy kanału także same recenzje wzbogacają na różne sposoby. Właśnie na przykładzie kanału Strefa Czytacza staram się wykazać, dlaczego można mówić o fenomenie w kontekście recenzji książek w formie wideo.

W filmach, w których pokazywana osoba mówi na dany temat, jest mnóstwo zabiegów retorycznych, a niektóre przypominają nawet zachowania wyuczone przez trenerów osobistych. Przemysław Kutnyj, trener wystąpień publicznych i komunikacji, pisał o tym, jak ważna jest w rozmowach uważność oraz jak ją podtrzymywać. To samo można odnieść do nagrań, w których osoba mówiąca zwraca się do widzów. Napisał, że „zmiana tematu (...) to narzędzie wymagające skupienia na tym, co zostało powiedziane do tej pory” (Kutnyj, 2023, s. 21). Swego rodzaju zmianą tematu (chwilową) są anegdota, które w recenzji mówionej wydają się o wiele bardziej tolerowalne i uzasadnione, aniżeli w pisemnej, od której wymaga się ścisłego trzymania się tematu.

² Nie rozpatruję, czy rzeczywiście są one spontaniczne, czy też narracja została uprzednio skrupulatnie przygotowana.

³ Opis kanału Strefa Czytacza i kolejność przedstawienia treści to właśnie sugeruje: „Czytamy i recenzujemy fantastykę, literaturę piękną, obyczajową, książki młodzieżowe (dla młodszej, starszej i wiecznej młodzieży) i dziecięce. Lubimy też książki dziwne. Naprawdę DZIWNE. No i stałe miejsce na kanale ma Harry Potter, który nas połączył i który przez wiele lat był naszą prawdziwą pasją. Lubimy czytać i gadać. Gadamy dużo. Na różne książkowe tematy. Bywa śmiesznie, bywa strasznie, bywa kontrowersyjnie. A wszystko to w otoczeniu masy lepszych (bądź gorszych) książek”. Strefa Czytacza, YouTube, online: <https://www.youtube.com/@StrefaCzytacza/about> [dostęp: 20.04.2023].

⁴ Strefa Czytacza, YouTube, online: <https://www.youtube.com/@StrefaCzytacza/videos> [dostęp: 21.04.2023].

Recenzja nagrana w formie filmu umożliwia recenzentowi zdynamizowanie przekazu poprzez mimikę i gestykulację. Ludzie szukający nie tylko informacji o książce, a przy okazji też rozrywki, mogą być więc dzięki temu bardziej zainteresowani właśnie nagraniem niż samym tekstem. W swoich badaniach Katarzyna Liber dowodzi, iż: „zwiększona gestykulacja jest odbierana jako oznaka zaangażowania nadawcy w wypowiedane treści” (Liber, 2011, s. 230), a wydaje się oczywiste, że z większą sympatią słucha się kogoś właśnie zaangażowanego. Pokazywanie, że to, o czym się mówi, jak również odbiorca, są dla twórcy ważni, może sprawić, iż więcej widzów będzie chciało obejrzeć jego kolejne materiały.

Odpowiednimi gestami można podkreślić wagę danych słów, tak samo jak akcentując je w wyróżniający się sposób. Widać w tym kolejną przewagę, jaką ma recenzent, który mówi do kamery, nad autorem recenzji pisanej. Jak napisał Przemysław Kutnyj, „akcent logiczny jest bardzo istotny – wskazuje na wyraz, który w danej frazie jest dla Ciebie najważniejszy. Zwróć uwagę na to, jak duże masz pole do popisu, zmieniając ważność w zależności od swoich upodobań” (Kutnyj, 2023, s. 110). Tym samym recenzent, który mówi, zyskuje udogodnienie w postaci większej, w pełni zrozumiałej swobody wypowiedzi.

Kolejnym elementem charakterystycznym dla filmów na YouTube jest bezpośrednie zwracanie się do widza, które wzmacnia poczucie wzajemności i bliskości. W materiałach tam zamieszczanych wydaje się wręcz intuicyjne, a mogłoby nie spodobać się odbiorcom tekstów. Prosty wniosek pojawił się w jednym z tekstów, iż: „mówienie na *ty* można by zatem traktować jako ułatwienie komunikacji” (Kawamoto, 2021, s. 311). Zdecydowanie jest to więc ułatwienie komunikacji z odbiorcami recenzji.

O ile w pisanych recenzjach nie jest zbyt dobrze odbierane pisanie zbyt dużo o sobie przez autora, o tyle w filmach o bardziej swobodnym charakterze pasuje to już o wiele bardziej, jest nawet uzasadnione, jako że autor pokazuje siebie. Nie jest niczym nowym, iż „nadawca stara się o zapewnienie sobie aprobaty odbiorców” (Michalewski, 2014, s. 76), mówiąc o sobie lub swoich poglądach, przeważnie oczywiście pozytywnie.

Mówione recenzje nagrywane w formie filmów przypominają rozbudowane BookToki. Z początkiem roku 2023 tego rodzaju materiały stały się nowym trendem wśród Polaków na TikToku, a Elly Roberts nazwała je bardzo trafnie i krótko „kącikami” na TikToku, gdzie „miłośnicy książek” polecają sobie tytuły, wstawiając recenzje. W swoim tekście określiła to jako „szybki klub książkowy”, podkreślając, że takie materiały trwają przeważnie nie dłużej niż jedną minutę (Roberts, 2021, s. 27). YouTube

umożliwia twórcom nagranie dłuższych materiałów, dzięki czemu stają się one ambitniejsze i zawierają więcej elementów profesjonalnych i charakterystycznych dla recenzji pisanych. Różnią się jednak od nich znacząco. Prawdopodobnie właśnie połączenie starej oraz bardzo nowoczesnej formy, a tym samym stworzenie zupełnie nowej, przełożyło się na zainteresowanie odbiorców. Wiele czynników wskazuje na to, iż recenzja mówiona nie jest odosobnionym przypadkiem, a być może jest to nowy trend w internecie, któremu warto przyglądać się pod kątem badawczym. Zjawisko to wydaje się o tyle intrygujące, że czytelnicy w większości prawdopodobnie kojarzą się z samym czytaniem, a to, że dynamiczniejsze materiały filmowe są właśnie tym, czego w internecie szukają, nie jest takie oczywiste.

Pomysł, jak też zapotrzebowanie na recenzję mówioną, nagrywaną jako filmy i często dodawaną jedynie jako część materiałów danego twórcy lub twórców, narodził się w ostatnich latach. Przykładem tego może być wspomniany już kanał Strefa Czytacza, który istnieje od 2013 roku, a zaczął się rozwijać i zyskał popularność znacznie później. Pierwsze filmy, choć poruszające tematy związane z filmami, nie były szczególnie ze sobą powiązane, a dodawano je nieregularnie. W samym 2013 był to jeden materiał, kolejny pojawił się w 2014, wraz z jeszcze jednym. Publikacja następnych materiałów miała miejsce dopiero w 2016 w liczbie pięciu. Następnie na kanale pojawiło się wiele filmów związanych z książkami, reklamy nowości, przemyslenia odnośnie do danych serii, recenzje gier, rozmaite zestawienia itd., a w końcu i same recenzje mówione.

Ażeby w ogóle pisać o fenomenie danego zjawiska, należy dowieść jego istnienia. Poniższa tabela pokazuje, iż rzeczywiście wykreowany został podgatunek, który można określić jako mówione recenzje książek i w ciągu ostatnich miesięcy rozwija się oraz szybko rośnie ich popularność. Stąd też potrzeba przyglądania się temu procesowi, gdyż może okazać się istotny w zakresie medioznawstwa.

W celu sprawdzenia, czy istotnie recenzje mówione cechuje coraz wyższa popularność, należy porównać je z recenzjami pisаныmi. Zostały więc wybrane trzy losowe konta z recenzjami z Instagrama oznaczone jako „#recenzjaksiazki”. Są to: zapatronawksiazki, ksiazkowe_serce i niedziela_z_ksiazka. Ażeby lepiej były widoczne preferencje internautów do oglądania niż do czytania, w tabeli 1 zamieszczono dane dotyczące Strefy Czytacza zarówno na YouTube, jak i Instagramie.

Ważna w kontekście tego zestawienia jest liczba widzów czy obserwatorów oraz to, ile mają polubień i komentarzy poszczególne materiały, ponieważ to one pozwalają wyciągnąć wnioski na temat tego, czy dany materiał

spotyka się z aprobatą internautów. Zamieszczona niżej tabela 1 oddaje stan z 24.04.2023 r. i ma charakter podglądowy, ponieważ celem jej utworzenia było ukazanie proporcji. Miesięczne wyniki, ile właściciel danego profilu uzyskał polubień i komentarzy, zostały uśrednione.

Tabela 1. Odbiór materiałów przez internautów

Pytanie	Miesiąc	Liczba				
		Strefa Czytacza		książkowe_	zapatrzona	niedziela_z_
		na Instagramie	na YouTube	serce (Instagram)	wksiążki (Instagram)	książka (Instagram)
Ilu obserwatorów?		15,6 tys.	73 tys.	4167	3477	1802
Ile komentarzy mają materiały z recenzją?	styczeń	1	11	11	32	40
	luty	1	47	17	68	23
Ile polubień mają materiały z recenzją?	styczeń	277	117	219	111	251
	luty	231	435	201	157	233

Źródło: opracowanie własne

Pierwsze, co rzuca się w oczy, to różnica w liczbie polubień filmów na kanale Strefa Czytacza na YouTube. W styczniu było ich jedynie 117, a w lutym 435, czyli wartość najwyższa w całym zestawieniu. Może to świadczyć o szybkim wzroście zainteresowania odbiorców właśnie nagrywaną formą recenzji książek. Przy tym należy zwrócić uwagę na fakt, iż dodawane w tym samym okresie recenzje pisane na Instagramie przez twórców kanału Strefa Czytacza nie wyróżniały się większym feedbackiem niż konta o podobnej tematyce. Zwraca to uwagę na fakt, iż to nie sami autorzy materiałów przyciągają do siebie odbiorców, a treści, jakie dodają. Widzowie mogą więc wykazywać zainteresowanie także samymi autorami, jednak robią to w kontekście materiału nagrywanego.

Komentowane były wszystkie analizowane treści. Większość postów na Instagramie nie przekroczyła 50 komentarzy na post (dane uśrednione). Jedynie jedno konto z badanych (zapatrzona.wksiążki) uzyskało więcej, bo 68 komentarzy. W tabeli drugie w kolejności jest konto na YouTube Strefa Czytacza w lutym (47). Jest to oczywiście znacząco mniejsza liczba, lecz w tej kwestii zwraca uwagę fakt, jak duży nastąpił wzrost komentarzy w zakresie samego kanału Strefa Czytacza. W styczniu recenzje na nim miały jedynie 11 komentarzy. Dowodzi to, iż mówiona recenzja na YouTube jest czymś dopiero rozwijającym się, a także zyskującym popularność. Podobnie znacząco wzrosła liczba komentarzy pod filmami od stycznia (11) do lutego (47). Pokazuje to, iż właśnie recenzja mówiona znajduje więcej odbiorców,

ponieważ w tym samym okresie liczba komentarzy i polubień postów związanych z recenzjami na instagramowym koncie Strefy Czytacza nie uległa zmianom.

Z tabeli jasno wynika też, że internetowi twórcy ze Strefy Czytacza, którzy recenzje urozmaicają innymi treściami o tematyce przynajmniej trochę zbieżnej z książkami, mają o wiele więcej stałych widzów, czyli subskrybentów. 73 tysiące w porównaniu do kont instagramowych innych internetowych twórców, niemających więcej niż 5 tysięcy obserwatorów jawi się jako liczba ogromna. Także konto na Instagramie Strefy Czytacza przewyższa innych recenzentów książek, ponieważ Strefę Czytacza obserwuje tam ponad 15 tysięcy osób. Prawdopodobnie część z nich to osoby mające także konta na YouTube, stąd w analizie nie zostało to zsumowane.

Z tego wszystkiego wynika, iż kanał na YouTube poświęcony książkom i ich recenzjom szybko zyskał o wiele większą grupę odbiorców niż związane z podobną tematyką miejsca w internecie, gdzie publikowane są recenzje w formie pisanej.

METODOLOGIA, PRÓBA BADAWCZA I OBSZAR BADANIA

Kwestie poruszane na blogach są rozmaite, jednak można je pogrupować zgodnie z tematyką. Wielu czytelników podejmuje w internecie działania związane właśnie z książkami. Powstała więc grupa blogów określana mianem bibliotekarskich, których celem było zarówno dzielenie się informacjami zawodowymi, jak i omawianie z czytelnikami różnych kwestii. Aldona Zawałkiewicz napisała, że twórcy blogów będący bibliotekarzami „prezentowali też nowe trendy w bibliotekarstwie, niekiedy poruszali tematy związane z książką i czytelnictwem” (Zawałkiewicz, 2018, s. 4). Zauważyła tym samym, że już w latach 2007–2017⁵ internauci zajmujący się tematyką książkową, w swojej przestrzeni wychodzili poza ten motyw i z innymi użytkownikami danego medium wchodzili w interakcje dotyczące innych. W badaniach przedstawiła zjawisko wygasania tych blogów, przy czym doszła do tego, że żaden z blogujących nie skończył tego robić ze względu na „mało zadawalający *feedback* ze strony użytkowników” (Zawałkiewicz,

⁵ Aldona Zawałkiewicz charakteryzowała bibliotekarską blogosferę właśnie z lat 2007–2017.

2018, s. 6). Przyczynami były głównie zmiana zawodu lub zainteresowań oraz brak czasu. Wynika z tego, że ludzie chętnie piszą z innymi o książkach, a następnie już nie tylko o nich, lecz rezygnują z tego z powodów bardziej materialnych i związanych z życiem codziennym.

Ze sfery dotyczącej książek można wywnioskować, że wśród części Polaków książkowe recenzje cieszą się popularnością. Najnowsze badania Biblioteki Narodowej pokazują (Zawałkiewicz, 2018, s. 6), iż czytelnictwo w Polsce rośnie. Oznaczać to może także rozrastanie się w internecie grup skupionych na tematyce książek, w tym na recenzjach. W niniejszej pracy analizowane jest zaś konkretnie zjawisko recenzji mówionej.

Od lat spada popularność prasy w Polsce, co udowadniają liczne badania dotyczące użytkowania mediów przez Polaków. Analiza na stronie Infocraft pokazuje, że druk traci na znaczeniu, a ludzie swoje zachowania medialne kierują ku telewizji i, obecnie głównie, internetowi, w tym mediom społecznościowych. Internet jest medium bardzo prężnie rozwijającym się. Wraz z nim powstały liczne blogi i fora, cieszące się popularnością.

W związku z powyższym stawiam następującą hipotezę badawczą:

- (H) Recenzje mówione powstały i znalazły odbiorców wraz z rozwojem użytkowania internetu w kierunku coraz bardziej dynamicznych i rozrywkowych treści.

W celu dokonania jej weryfikacji zostały sformułowane następujące pytania badawcze:

- P1: Jaka jest geneza i okoliczności powstania recenzji mówionych?
- P2: Czy można mówić o rodzaju fenomenu tego typu komunikatów w przestrzeni mediów społecznościowych?
- P3: Czy odbiorcy są zainteresowani taką formą przekazów wartościujących?

Jako metoda badawcza wybrana została analiza zawartości, ponieważ właśnie ona najlepiej umożliwia zbadanie zjawisk społecznych, takich jak sposób użytkowania mediów czy oczekiwania wobec danych rzeczy albo, jak w przypadku tematu niniejszej pracy, gatunku. Zmiany w mediach wiążą się ściśle ze zmianami społecznymi, więc analiza zawartości, umożliwiająca badaczowi nieco swobodniejsze podejście, najlepiej pozwala wskazać wszelkie detale powodujące lub tłumaczące te zmiany. Treści wypowiedziane lub pokazywane przez ludzi mogą być jednak postrzegane mniej lub bardziej obiektywnie, więc w celu zobiektywizowania badań oparto się na kwestiach jak najlepiej mierzalnych. Ażeby w niepodważalny sposób można było policzyć, odczytać oraz skategoryzować dane, posłużono się kluczem kategoryzacyjnym jako narzędziem. Umożliwia on sprawdzenie, ile razy

pojawili się dane materiały. Analizie zawartości została poddana zawartość, a więc treść, wybranych materiałów filmowych.

Próba badawcza to recenzje z okresu od 1 stycznia do 28 lutego 2023 roku, czyli łącznie sześć filmów. To jedyne recenzje, które w tym okresie pojawiły się na kanale Strefa Czytacza. Są to filmy z dni: 23 stycznia (*Alternatywna Rosja walczy z ptakami – kto jest dobry, a kto zły?*), 22 lutego (*Czytanie dla rozrywki a „Anna Karenina” (Lew Tolstoj)*), 27 lutego (*Holly Black i komiks: czy YA fantasy w tej formie potrafi zaskoczyć?*), 6 lutego (*Czytaczowa vs „Rodzina Monet” Weroniki Anny Marczak*), 17 lutego (*Glukhovskiy vs Putin: czy to jego najlepsza książka? | „Opowieści o Ojczyźnie”*), 20 lutego (*Ale mnie ta książka wkurzyła! | „Kiedy kobiety były smokami”*). Mimo iż autor w ostatnim z nich przyznał, że on swoich filmów nie traktuje jako recenzje, tłumacząc to nazbyt wielkimi emocjami, niewątpliwie funkcje recenzji pełnią i jako takie są postrzegane przez widzów, a przede mną badane.

Ażeby zaprezentować różnicę pomiędzy odbiorem kanału Strefa Czytacza z materiałami wideo a profilami z tradycyjnymi recenzjami pisany, została wykonana analiza porównawcza kanału w serwisie YouTube Strefa Czytacza ze związanym z nim kontem na Instagramie (strefaczytacza) oraz innymi przykładowymi kontami oznaczonych tagiem #recenzjaksiazki: zapatronawksiazki, ksiazkowe_serce i niedziela_z_ksiazka. Badanie zostało wykonane w okresie styczeń–luty 2023 r.

KOMPONENTY KSIĄŻKOWYCH RECENZJI MÓWIONYCH

W okresie styczeń–luty 2023 r. na kanale Strefa Czytacza pojawiło się sześć filmowych recenzji. W poniższej tabeli zapisane zostały datami i pierwszym słowem tytułu. Dokonano analizy, które z nich zawierają elementy charakterystyczne, pojawiające się w mówionej recenzji książek, a nie pojawiają się (lub byłyby nieprofesjonalną osobliwością) w recenzjach pisanych. Poniższa tabela wskazuje cechy, na których mówione recenzje książek najprawdopodobniej opierają swój fenomen.

Elementy występujące w mówionych recenzjach książek zostały nazwane urozmaicheniami, bo niewątpliwie taką właśnie funkcję pełnią. Oprócz krótkiego opisu książki oraz własnej opinii o niej z wyszczególnieniem zalet i wad, autor lub autorka materiału posługuje się czasem rozmaitymi anegdotami,

gestykuluje lub zwraca się bezpośrednio do widzów. Zwroty potoczne czy nawet kolokwialne w emocjonalnej narracji łatwo mogą wydawać się wręcz adekwatne, podczas gdy w recenzjach pisanych zdecydowanie się ich unika. Pojawia się mówienie o sobie, niekoniecznie będące własnymi wnioskami o recenzowanej książce. Przez rekwiizyty rozumiem choćby książkę w wydaniu papierowym, która jest pokazywana w materiale filmowym. Zapowiedzi lub reklamowanie jakichś treści zdecydowanie łatwiej jest wpleść subtelnie w recenzję mówioną aniżeli miałyby się to zrobić w pisanej. Także tego rodzaju elementy pojawiają się w nagraniach analizowanego kanału.

Tabela 2. Cechy mówionych recenzji książek

Urozmaicenia	Film					
	23.02 Alternatywna (...)	6.02 Czytaczowa (...)	17.02 Glukhovskij (...)	20.02 Ale (...)	22.02 Czytanie (...)	27.02 Holly (...)
Anegdoty	tak	tak	nie	nie	tak	tak
Rekwiizyty	tak	nie	tak	tak	tak	tak
Gestykulacja	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Zwroty do widzów	tak	tak	tak		tak	
Mówienie o sobie	tak	tak	tak	tak	tak	tak
Zapowiedzi/reklama	nie	tak	nie	nie	tak	
Zwroty potoczne/ kolokwialne	nie	nie	nie	tak	tak	tak
Dynamika, np. zmiana ujęcia/kadru	tak	tak	tak	tak	tak	tak

Źródło: opracowanie własne

Zdrobnienia w zasadzie nie są zwrotami potocznymi, jednak ich używanie w profesjonalnych tekstach nie jest przyjmowane ze zbyt dużą aprobatą. Kiedy już do tego dochodzi, ważne, by ich zastosowanie miało wyraźny cel lub powód, a i tak zbyt duża ich liczba może po prostu osłabić odbiór tekstu. W tym przypadku recenzja mówiona daje twórcy – mówcy – więcej możliwości, bo wraz z dostosowaną, odmienną intonacją czy mimiką taka „zabawa” słowem może o wiele lepiej wpasować się w cały przekaz. Bardziej potoczny ton, słyszalne i widzialne emocje także ułatwiają wplecenie w recenzję takich zwrotów.

Recenzje pisane mają jednego autora (choć mogą zdarzyć się wyjątki). Wydaje się to naturalne dla większości autorskich tekstów. W filmie-recenzji pojawienie się dwóch recenzentów stanowi urozmaicenie, niewątpliwie ciekawe dla odbiorcy, a jednocześnie nie wprowadza chaosu do materiału. Daje za to kolejne przywileje dla jego twórców. Mogą z jeszcze większą łatwością wyjść z konwencji po prostu mówienia o książce, a przejść na swobodniejszy

ton, prowadząc narrację w formie rozmowy. W takiej formie pojawiają się nawet potoczne zwroty, takie jak potwierdzenie „no”.

Innym przykładem mowy potocznej, pojawiającym się w recenzjach mówionych, są zwroty, z którymi młodzi ludzie, a więc internetowi odbiorcy, są zaznajomieni bardzo dobrze, np. określenie „fajne” czy „mega” (lub połączenia „mega fajne”). Zaliczyć do mowy potocznej można także wulgaryzmy, które – ocenzone, bo nie w pełni słyszalne – pojawiły się jedynie w jednym z analizowanych materiałów (*Ale mnie ta książka wkurzyła!* | „*Kiedy kobiety były smokami*”).

WNIOSKI

W mówionych recenzjach książek zamieszczanych na kanale o takiej tematyce pojawiają się luźne, bardzo krótkie opowiadania, nie do końca związane z samą recenzowaną książką. Można je najogólniej nazwać anegdotami, czasem pełnią funkcję porównań. Autor badanego kanału Strefa Czytacza robił na przykład analogie do uniwersum *Władcy Pierścieni* i *Hobbita*, które w założeniu powinny być klarowne i zrozumiałe dla odbiorców. Przejawia się w tym założenie, iż autor jest pewien, że jego widzowie to zrozumieją. Musi ich więc przynajmniej w pewnym stopniu znać; zakładać, iż mają wspólne zainteresowania. Jest to swego rodzaju wytwarzanie więzi, wrażenia bliskości z tymi, którzy śledzą jego kanał. Prawdopodobnie bowiem zakłada, że widzowie znają także inne publikowane treści i omawiane przez niego tematy. Takie solidaryzowanie się z odbiorcami niewątpliwie przywiązuje ich do recenzenta.

Podobnie zwroty typu „trzymajcie się ciepło” w materiałach filmowych, podcastach zamieszczanych w serwisie YouTube, których autorzy zakładają, iż ich widownia jest stała, są niemal pożądane. Można je nazwać charakterystycznymi dla nagrań. Nie występują w recenzjach, profesjonalnych artykułach. Mogą pojawiać się w recenzjach pisanych przez internautów, ale i tam mogą wydawać się niepasujące. W filmie, w którym widzi się recenzenta, jego twarz, ma się wrażenie kontaktu z człowiekiem, więc takie zakończenia mogą być odbierane o wiele pozytywniej.

Kwestie związane z człowiekiem, a nie obiektem recenzji, w materiałach mówionych porusza się często. Są nimi np. emocje. W filmach z recenzjami autorzy czasem mówią o swoich emocjach niezwiązanych z recenzowaną

książką, a np. opowiadając o okolicznościach nagrywania. Omawiają swój stres, podekscytowanie lub inne emocje, jakie czuli podczas niego.

Z emocjami i relacjami wiążą się także krótkie zwroty typu „wiecie”. Tworzą klimat rozmowy, a także wrażenie, że autor filmu zwraca się do oglądającego. Tworzy poczucie wzajemności, odwołuje się do zrozumienia, co też jest rodzajem budowania relacji i zwiększa prawdopodobieństwo, że dany widz zostanie widzem stałym.

Wiele emocji przejawia się także w słownictwie. Zwroty typowe dla nieformalnych rozmów, potoczne, takie jak np. „wkurzający”, w recenzji mówionej mogą nie przeszkadzać. Kiedy tworzy się wrażenie, że autor filmu mówi do odbiorcy w niemal koleżeńskim tonie, a recenzja przybiera gawędziarski ton, mogą one po prostu pasować do całości. Z kolei w recenzjach pisanych używanie takowych zwrotów mogłoby z łatwością wydać się nieprofesjonalne. Sporadycznie także w nich mogą pasować, ale nietrudno o to, by po prostu zaburzały wrażenie merytoryczności tekstu. Od recenzji mówionej oczywiście także oczekuje się merytoryczności, lecz gdy tworzony jest klimat rozmowy, łatwiej o akceptację zwrotów z mowy potocznej. Co więcej, mogą one nawet przełożyć się na większą sympatię i poczucie, że jest się z nieznanym osobiście autorem recenzji w pewien sposób w koleżeńskej relacji.

W jednym z analizowanych filmów (*Ale mnie ta książka wkurzyła!* | „Kiedy kobiety były smokami”) pojawił się ocenizowany wulgaryzm. Nie było słyszalne całe słowo. Wulgaryzmy, przekleństwa w mediach, m.in. w telewizji, gdy już się trafiają, występują właśnie w takiej formie. Autor recenzji więc w tej kwestii utrzymał odpowiedni stopień profesjonalizmu, a jednocześnie wyraził to, co najprawdopodobniej chciał. W mediach pisanych, takich jak recenzja, jednak przekleństw unika się niemal zupełnie. W mówionych łatwiej zawrzeć je w przekazie tak, by językowo całość wciąż reprezentowała pewien poziom. Wyrażając tak emocje, recenzent może wydać się widzowi bardziej spontaniczny czy „ludzki”. Autor recenzji pisanej z kolei może wydawać się niemal nieobecny.

Osoba, która recenzuje książkę, mówiąc o niej, pokazując się przed kamerą, ma możliwości, które dla recenzentów piszących nie istnieją. Może gestykulować, robić miny, zmieniać intonację czy robić pauzę w odpowiednich momentach. Takie przerwy potrafią niezwykle podkreślić np. dane zdanie. Intonacja, mimika i gestykulacja również mogą pełnić funkcję podkreślania, ale także dynamizowania samego przekazu. Już samo przyspieszenie tempa mówienia może to zrobić. Zmiana tonu to ogromna zaleta recenzji mówionej, zarówno dla widza, którego nie znudzi monotonia, jak i twórcy, który nie

musi używać wyszukanych zwrotów, by wzbogacić swój przekaz słowny. Gesty i ruch z kolei dbają także o uwagę widza, sprawiają wrażenie, że „coś się dzieje”. Konsument mediów w 2023 roku to odbiorca nastawiony na akcję, więc może on odebrać taki materiał jako bardziej atrakcyjny niż sam tekst.

Recenzent nagrywający, zwłaszcza w nieco mniej oficjalnej konwencji, ma też sposobność urozmaicenia materiału poprzez zaproszenie kogoś lub, jak w przypadku jednego z analizowanych materiałów (*Holly Black i komiks: czy YA fantasy w tej formie potrafi zaskoczyć?*) wystąpienia we dwoje (ponieważ kanał Strefa Czytacza jest prowadzony przez dwie osoby). Nagrywanie w duecie otwiera kolejne drogi, którymi autorzy mogą pójść. Przyjęta przez nich konwencja rozmowy o książce może świadczyć o ich wzajemnych relacjach. Pozytywne emocje łatwo mogą wzbudzić w widzach sympatię. Dodatkowo mogą oni żartować, zadawać sobie pytania. Dzięki temu film-recenzja nabiera akcji.

W recenzjach nagrywanych autorom zdarza się odbiegać od tematu głównego, a więc recenzowanej książki. Nie peszy ich to, nie przepraszają za to. Można wręcz odnieść wrażenie, iż robią to celowo. Przykładem tego jest schodzenie z tematu treści książki na formę wydania, w jakiej została ona przeczytana, np. w aplikacji mobilnej Wattpad, a potem kontynuowanie przez pewien czas tego jako planowanie czy zapowiadanie nagrania innego materiału. Można to uznać za swego rodzaju autoreklamę albo obietnicę, co w zamysle powinno widzów utrzymać na kanale na dłużej niż obejrzenie pojedynczego materiału.

Interesujące jest też reklamowanie czy też umacnianie w świadomości odbiorcy istnienia danego cyklu lub serii, jaki prowadzi autor recenzji. Kiedy widoczna jest jego osoba, niemożliwe jest, by oglądający przynajmniej nie spojrział na np. tło czy koszulkę. Koszulką można budować swój wizerunek lub potraktować ją jako miejsce na reklamę, chociażby właśnie swego cyklu. Jeden z analizowanych filmów wchodzi w skład cyklu „Czytanie dla rozrywki”, a autor miał koszulkę z jego logo.

Widz oglądający materiał trwający około 10 minut niewątpliwie zdąży przyrzeć się także otoczeniu autora. Już od czasu pandemii, kiedy w mediach wiele zjawisk, rozmów rozgrywało się online, popularne stało się pokazywanie się na tle książek. Nie inaczej jest w przypadku kanału związanego z książkami. W przypadku recenzji książek wręcz naturalne wydaje się, że właśnie na tle regału z nimi pokaże się recenzent. Widzowie mogą więc zobaczyć, jakie są tam tytuły. Niektóre ujęcia skupiają ostrość właśnie m.in. na książkach na regale, część z nich to zbliżenia. Warto odnotować, że twórcy kanału nie zawsze stoją w tym samym miejscu. W zależności od filmu widać więc różne

części regału. W jednej z analizowanych recenzji (*Czytaczowa vs „Rodzina Monet” Weroniki Anny Marczak*) dostrzec można nawet figurki postaci z książek (akurat nierecenzowanych w danym materiale).

Detalem, na który prawdopodobnie przynajmniej część widzów zwróci uwagę, są koszulki recenzentów. Nie rzucają się w oczy, jednak w niektórych kadrach są dobrze widoczne. Widz może na ich podstawie dowiedzieć się czegoś o autorach kanału, np. rozpoznając lubianego Wiedźmina z uniwersum stworzonego przez Andrzeja Sapkowskiego. Jeśli byłby to akurat jego fan, wzrasta szansa, że autor filmu spotka się z sympatią odbiorcy, a ten może się solidaryzować z recenzentem.

Samo występowanie w koszulkach wiąże się z tym, jak są oni odbierani. Na pewno podkreśla to swobodę. Swoboda i dynamika wywołana choćby żywą gestykulacją w materiale publikowanych w internecie przeważnie zapewnia większą popularność i przychyłność odbiorców.

Badane filmy z recenzjami zawierają różne ujęcia i kadry. W każdym pojawiają się zbliżenia na twarz osoby mówiącej. Czasem, acz znacznie rzadziej, ujęcie się zmienia i zobaczyć można np. przekładane kartki danej książki.

Recenzenci w analizowanych materiałach pokazują książki, o których mówią. Jako że pięć z sześciu recenzji dotyczyło wydań papierowych, to właśnie tradycyjną książkę autor lub autorka trzyma. Kiedy natomiast recenzowana była książka przeczytana w aplikacji, co pewien czas wyświetlała się jej okładka.

Analizowane recenzje mówione zawierają jednak treści i informacje nie tylko o samych omawianych tytułach czy książkach ogółem. Autorzy mówią o sobie, czasem nieco odbiegając od wątku głównego. Odnoszą się do innych przeczytanych przez nich książek, wspominają. W ich narracji nie brakuje porównań i anegdot. Wszystko to przekłada się na to, iż widz trochę ich poznaje. Choć oczywiście dowiaduje się tego, co autorzy chcą przekazać, może wykształcić się tu poczucie koleżeńskości. Gdy do tego dochodzi, o wiele łatwiej utworzyć wokół swojej twórczości poczucie wspólnoty. Zwroty typu „wicie” dodatkowo zacieśniają więzy z ludźmi, których w zasadzie się nie zna. Jest to przejaw solidaryzowania się, udowadniania, że dana sytuacja czy kwestia prawdopodobnie jest odbiorcy znana.

Kiedy autor recenzji staje się w odczuciu odbiorcy nie tylko osobą, która ocenia książkę, a kimś konkretnym, o pewnych cechach, upodobaniach i poglądach, najprawdopodobniej budzi to chęć dowiedzenia się jeszcze więcej. To z kolei przekłada się na wzrost popularności pozostałych materiałów, niebędących recenzjami, a gdy ogólna liczba rośnie, to znów same recenzje mają możliwość dotarcia do szerszego grona odbiorców. Internauci

obecni w tej części mediów społecznościowych co tego typu kanały książkowe, to w dużej mierze ludzie młodzi. Bliski jest im język mniej formalny, wręcz mowa potoczna. Stąd wszelkie potwierdzenia typu „no” czy określenia „fajne”, kiedy nie są nadużywane, raczej nie przeszkadzają w recenzji mówionej. Mogą wręcz być atutem, podczas gdy w tekście pisanym byłyby niepożądane i krytykowane.

Warto także zauważyć, że wszelkie potencjalne drobne błędy, przejęczenia itp. w recenzji mówionej mogą spotkać się ze zrozumieniem, ponieważ mowa, zwłaszcza gdy przyjmuje się swobodną konwencję, nie jest idealna, czysta. Każdy jednak drobny błąd, choćby brak przecinka, w recenzji pisanej może być odebrany źle.

Powyższa analiza i wnioski prowadzą do konkluzji, iż fenomen książkowej recenzji mówionej zaistniał, ponieważ zmienia się to, czego internauci oczekują od internetowych twórców czy – szerzej – zmienia się w 2023 roku sposób konsumowania treści medialnych. Dynamiczne, urozmaicone materiały stają się bardziej atrakcyjne. Ludzie nie szukają samych, czystych informacji na dany temat. Równie ważne widocznie są dla nich relacje międzyludzkie, bo choć jedynie internetowe, to jednak właśnie przynajmniej namiastkę kontaktu z człowiekiem zapewniają recenzje nagrywane. Mówione recenzje dają twórcom wiele możliwości, których nie mają ci, którzy je piszą, więc je wykorzystują. Tworzy się dzięki temu nowa forma, która spotkała się z aprobatą widowni. Recenzent, który nie jest tylko autorem tekstu, a człowiekiem w dany sposób określonym, może z większą łatwością zapewnić sobie stałą widownię. Swobodny ton, opinia o książce wyrażona bardziej potocznie i emocjonalnie pasuje do tego, co obecnie w internecie cieszy się popularnością i przynajmniej w niektórych kręgach odbiorców wygrywa z recenzjami pisanymi.

Zestawiając powyższe wnioski, należy uznać, że hipoteza, iż recenzje mówione powstały i znalazły odbiorców wraz z rozwojem użytkowania internetu w kierunku coraz bardziej dynamicznych i rozrywkowych treści została potwierdzona.

Wciąż jednak recenzje mówione są zjawiskiem na tyle rzadkim, rozwijającym się, że niniejsza praca ma na celu raczej wskazanie nowego obszaru wartego badania pod kątem medioznawczym niż zdefiniowanie go. To, jak rośnie popularność materiałów typu nagrywane recenzje książek, nie może zostać niezauważone. Prawdopodobnie będzie bowiem coraz powszechniejsze w kręgach czytelników-internautów.

BIBLIOGRAFIA

- Biłas-Pleszak, E., Sujkowska-Sobisz, K. (2011). Strategiczne gry gatunkami – blog i recenzja w witrynach internetowych perfumerii, W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. t. 4. *Gatunek a komunikacja społeczna* (s. 97–110). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Dziadzia, B. (2012). Dylematy tzw. kultury uczestnictwa. *Media i Społeczeństwo*, 2, 101–113.
- Kawamoto, Y. (2021). Relacja na ty w świetle tekstów z Narodowego Korpusu Języka Polskiego. *Socjolingwistyka*, 35, 303–317.
- Kledzik, L. (2022). *Trendy w tworzeniu stron internetowych w 2022 roku, które warto znać*. Droptica.pl. Pobrane z: <https://www.droptica.pl/blog/trendy-w-tworzeniu-stron-internetowych-w-2022-roku-ktore-warto-znac/> [dostęp: 16.06.2023].
- Kutnyj, P. (2023). *Jak być zabawnym, a nie śmiesznym. Przewodnik po dobrej rozmowie w pracy, w domu, w życiu*. Gliwice: Onepress.
- Liber, K. (2011). Komunikacja niewerbalna a wiarygodność nadawcy. *Bohemica Olomucensia*, 3, 223–233.
- Matonoga, P. (2020). Od czego zależy charakter recenzji? Analiza funkcjonowania gatunku w czasopismach XIX i XX wieku. *Białostockie Studia Literaturoznawcze*, 17, 131–147.
- Michalewski, K. (2014). Autoprezentacja i prezentacja w mediach, W: B. Kudra E. Olejniczak (red.). *Komunikowanie publiczne. Zagadnienia wybrane*. (s. 75–86). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*, Kraków: Universitas.
- Roberts, E. (2021). The Rise of BookTok. *The School Librarian*, 69, 4, 27–28.
- Zawałkiewicz, A. (2018). Bibliotekarska blogosfera. Rewolucja, ewolucja czy zmierzch?. *Biuletyn EBIB*, 1(178). Pobrane z: <https://ebibojs.pl/index.php/ebib/article/view/79> [dostęp: 14.07.2024].
- Zimmer, M. (2008). Critical perspective on Web2.0. *First Monday*, 13/3. Pobrane z: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2137/1943> [dostęp: 05.10.2011].
- Żmigrodzki, P. (2000). Przemiana czy upadek recenzji językoznawczej. Uwagi metalingwistyczne, W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. (s. 136–146). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

NETOGRAFIA

- Ale mnie ta książka wkurzyła!* | „Kiedy kobiety były smokami” | *Strefa Czytacza*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=VWcJDDSTb8g&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=4 [dostęp: 23.04.2023].
- Alternatywna Rosja walczy z ptakami – kto jest dobry, a kto zły?* | *Strefa Czytacza*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=_h0ignB32rA&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=1&t=102s&pp=gAQBiAQB [dostęp: 23.03.2023].
- Czytaczowa vs „Rodzina Monet” Weroniki Anny Marczak* | *Strefa Czytacza*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=BNYRg1u3E8U&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=2 [dostęp: 23.04.2023].
- Czytanie dla rozrywki, a „Anna Karenina” (Lew Tołstoj)* | *Strefa Czytacza* | *Klasyka dla rozrywki*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=GwlpY7i9hW4&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=5 [dostęp: 23.04.2023].
- Glukhovskiy vs Putin: czy to jego najlepsza książka?* | „Opowieści o Ojczyźnie” | *Strefa Czytacza*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=T7ZCPnmR7bs&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=3 [dostęp: 23.04.2023].
- Holly Black i komiks: czy YA fantasy w tej formie potrafi zaskoczyć?* | *Strefa Czytacza*, *Strefa Czytacza*, Youtube.com. Pobrane z: https://www.youtube.com/watch?v=KluXSavvc7I&list=PLTnZ_x3pyHH1kNaT5jsEmsdb4nBUbytGo&index=6 [dostęp: 23.04.2023].
- ksiaskowe_serce*. Instagram.com. Pobrane z: https://www.instagram.com/ksiaskowe_serce/ [dostęp: 24.04.2023].
- Najpopularniejsze media w Polsce (2022)*. Infocraft.pl. Pobrane z: <https://infocraft.pl/najpopularniejsze-media-w-polsce-2022/> [dostęp: 19.12.2022].
- niedziela_z_ksiadzka*. Instagram.com. Pobrane z: https://www.instagram.com/niedziela_z_ksiadzka/ [dostęp: 24.04.2023].
- Stan czytelnictwa w Polsce w 2020 r.* Pobrane z: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/stan-czytelnictwa-w-polsce/stan-czytelnictwa-w-polsce-w-2020-r.> [dostęp: 16.06.2023].

Stan czytelnictwa w Polsce w 2021/22 r. bn.org.pl. Pobrane z: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/stan-czytelnictwa-w-polsce/stan-czytelnictwa-w-polsce-w-202122-r>. [dostęp: 20.12.2022].

Strefa Czytacza. YouTube. Pobrane z: <https://www.youtube.com/@StrefaCzytacza> [dostęp: 20.04.2023].

strefaczytacza. Instagram.com. Pobrane z: <https://www.instagram.com/strefaczytacza/> [dostęp: 24.04.2023].

zapatrzonawksiazki. Instagram.com. Pobrane z: <https://www.instagram.com/zapatrzonawksiazki/> [dostęp: 24.04.2023].

