

Recenzje użytkowników księgarni internetowej jako źródło informacji o książce i czytelnictwie. Komunikat z badań

Streszczenie

Księgarnia internetowa dla wielu osób jest pierwszym źródłem informacji o książce. Poza danymi bibliograficznymi i streszczeniem, czytelnicy poszukują również opinii innych osób, żeby podjąć decyzję o zakupie. Rekomendacje innych użytkowników, jak dowodzą przeprowadzone badania, mogą mieć niebagatelny wpływ na wybory klientów.

Przeprowadzonemu w sierpniu i wrześniu 2009 roku badaniu przyświecały dwa główne cele:

1. Ocena recenzji jako źródła informacji o książce. Interesowało nas, na jakie informacje mogą liczyć odbiorcy recenzji w księgarniach internetowych. Do analizy przyjęto schemat, według którego sprawdzano, w ilu recenzjach pojawiają się wzmianki o: fabule, autorze, cechach wydawniczo-formalnych, błędach dostrzeżonych w książce, odbiorcach książki, elementach polemicznych w stosunku do innych recenzji. Ponadto analizowano liczbę recenzji dla danego tytułu oraz ocenę, jaką przyznają książkom użytkownicy. Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej grupie 20% tytułów z działu *Proza polska* i *Proza obca* wydanych w 2008 roku, które zostały zrecenzowane przez klientów największej polskiej księgarni internetowej Merlin.pl.
2. Ocena recenzji jako źródła informacji o czytelnikach i czytelnictwie. Analizowano indywidualny profil recenzenta, liczbę napisanych recenzji, ich średnią długość, wysokość ocen wystawianych książkom, noty wystawiane recenzjom przez innych użytkowników, problem wpływu anonimowości użytkowników na ocenianie przydatności opinii. Zidentyfikowano także wątki podejmowane przez autorów recenzji.

Mając na uwadze fakt, że funkcja recenzowania książek została stworzona głównie z myślą o marketingowym wykorzystaniu opinii, recenzje należy uwzględnić w badaniach czytelniczych jako komplementarne w stosunku do innych źródło informacji o czytelnictwie, preferencjach i nawykach lekturowych. Z uwagi na stosunkowo niewielką liczbę informacji o fabule, autorstwie czy stylu wypowiedzi w ograniczonym zakresie mogą być traktowane jako uzupełniające źródło informa-

cji o książkach. Pomimo tego, przeważający odsetek osób czytających opinie innych użytkowników uznaje je za przydatne, co świadczy o znaczeniu tego typu wypowiedzi dla wyborów lekturowych klientów księgarni, która poza miejscem handlu, staje się pewnego rodzaju platformą komunikacyjną łączącą miłośników lektury.

Wstęp

Przed upowszechnieniem się Internetu czytelnicy zainteresowani opiniami na temat określonego tytułu mogli polegać jedynie na recenzjach prasowych, rekomendacjach księgarzy czy osób z kręgu rodziny lub znajomych. Niekiedy miłośnicy książek tworzyli mniej lub bardziej formalne grupy dyskusyjne, które były miejscem wymiany doświadczeń lekturowych. Internet rozszerzył możliwości kontaktu i przepływu informacji. Czytelnicy zaczęli się wymieniać opiniami na listach i grupach dyskusyjnych poświęconych książkom. Wraz z rozwojem elektronicznego handlu popularne stały się księgarnie internetowe, które przy opisach książek udostępniły także funkcję ich komentowania. Dla szerokiej grupy czytelników właśnie te księgarnie stanowią ważne źródło informacji o poszukiwanym tytule. Niektórzy z nich chcą tylko zidentyfikować tytuł, żeby wypożyczyć go później w bibliotece¹. Od kilku lat coraz większą popularność zyskują także serwisy społecznościowe ukierunkowane wyłącznie na wymianę informacji o książkach między czytelnikami. Zastosowana w nich technologia pozwala użytkownikom na samodzielne sporządzenie opisu książki lub skopiowanie go z katalogu bibliotecznego czy księgarni internetowej. Spośród anglojęzycznych stron WWW najszerzy zasięg mają takie serwisy, jak LibraryThing, Shelfari czy Goodreads². Wśród polskich witryn wyróżniają się Biblionetka i NaKanapie.pl.

Poza danymi bibliograficznymi i streszczeniem, czytelnicy poszukują również opinii innych osób, żeby podjąć decyzję o zakupie książki³. Rekomendacje użytkowników, jak dowodzą przeprowadzone badania, mogą mieć niebagatelny wpływ

¹ Na takie wykorzystywanie księgarni internetowej zwróciła m.in. uwagę M. Žumer, *Amazon: Competition or Complement to OPACS* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web: <http://elag2007.upf.edu/papers/zumer-original.pdf>

² Scharakteryzowała je m.in. K. M. Stover, *Stalking the Wild Appeal Factor. Readers' Advisory and Social Networking Sites*, „Reference & User Services Quarterly” 2009, vol. 48, iss. 3.

³ W związku z recenzjami w literaturze pojawiło się określenie klienta sklepu internetowego, tzw. klient social, który, jak definiuje autor artykułu w portalu Wirtualnedia.pl, „chce kontaktować się z innymi klientami. Chce się dzielić wrażeniami, informować o wadach i zaletach produktu oraz doradzać w sprawach związanych z jego użytkowaniem. Klienci sklepów internetowych dzielą się na solo i social” [dokument elektroniczny] 2007, dostępny w World Wide Web: http://www.wirtualnedia.pl/article/142174_Klienci_sklepow_internetowych_dziela_sie_na_solo_i_social.htm [dostęp: 3.12.2011].

na wybory klientów⁴. Odsetek osób, które przed zakupem w Internecie sugerują się takimi ocenami, jest bardzo wysoki⁵. Możliwość oceniania zakupionych książek jest więc jedną z kluczowych części witryny księgarskiej. Dobrze obrazuje to przykład Amazon.com, który w 2004 roku informował, że jego klienci opublikowali na witrynie księgarni blisko 3 miliony opinii⁶.

Przegląd literatury

W piśmiennictwie, głównie anglojęzycznym, recenzje książek w księgarniach internetowych występują wyłącznie w kontekście tzw. word-of-mouth marketing (marketing szeptany), czyli działań marketingowych pobudzających nieformalną komunikację między konsumentami⁷. Jednym z narzędzi elektronicznego marketingu mogą być internetowe recenzje książek, nawet negatywne, gdyż mogą one wywoływać zainteresowanie innych klientów i wpływać na decyzje o zakupie⁸.

Rozpoznania wpływu internetowych recenzji książek na decyzje konsumenckie podjęli się badacze z Tajwanu. Ustalili oni m.in., że stosunkowo duża liczba opinii może bardziej skłaniać do zakupu. Negatywny wpływ na decyzje o zakupie może mieć zbliżona liczba ocen pozytywnych i negatywnych. W przypadku wielu opinii znaczenie ma także kolejność negatywnych recenzji, gdyż pojawienie się ich na początku lub na końcu listy znacznie obniża gotowość zakupu⁹.

Badani przyznawali, że dłuższe recenzje (ok. 8 linii) i wartościowe komentarze mogą wpływać na decyzje konsumenckie. Część zwracała uwagę na znaczenie pozytywnych ocen książki, ale podkreślała także, że sztuczność wypowiedzi może zniechęcać do kupna. W przypadku recenzji negatywnych znaczenie może mieć także użyte słownictwo zniechęcające potencjalnych czytelników. Większej roli nie odgrywała natomiast anonimowość recenzentów, gdyż mogła ona sprzyjać ujawnianiu ich prawdziwych refleksji na temat książki¹⁰.

⁴ T. M.Y. Lin, Pin Luarn and Yun Kuei Huang, *Effect of Internet Book Reviews on Purchase Intention: a Focus Group Study*, „The Journal of Academic Librarianship” 2005, vol. 31, nr 5, s. 466.

⁵ Gazeta.pl: *Nie myślcie, że to jakaś ściema*. [dokument elektroniczny] 2009, dostępny w World Wide Web: <http://technologytrend.pl/2009/03/gazetapl-%E2%80%99Enie-myslcie-ze-to-jakas-sciema%E2%80%9D/> [dostęp: 3.12.2011]. Wg szacunków, w Polsce sięga on nawet 80% kupujących w Internecie.

⁶ T. M.Y. Lin, Pin Luarn and Yun Kuei Huang, *Effect of Internet Book Reviews*, s. 461.

⁷ *Word of Mouth Marketing* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web: <http://www.streetcom.pl/language/pl-PL/Wordofmouth/> [dostęp: 3.12.2011].

⁸ T. M.Y. Lin, Yun Kuei Huang, Wen I. Yang, *An Experimental Design Approach to Investigating the Relationship between Internet Book Reviews and Purchase Intention*, „Library & Information Science Research” 2007, nr 29, s. 398.

⁹ Tamże, s. 411–412.

¹⁰ T. M.Y. Lin, Pin Luarn and Yun Kuei Huang, *Effect of Internet Book Reviews*, s. 464–466.

Zidentyfikowano także powody, dla których użytkownicy czytają internetowe recenzje książek. Liczy się dla nich chęć zaspokojenia potrzeb informacyjnych o poszukiwanym tytule, korzyści wynikające z lektury, np. zaoszczędzenie czasu czy uniknięcie zakupu złej jakości towaru. Wielu z nich czyta dla przyjemności i lubi konfrontować swoje opinie ze spostrzeżeniami innych osób¹¹.

Metodologia

Postawiliśmy sobie cel przeanalizowania recenzji napisanych przez klientów największej polskiej księgarni internetowej Merlin.pl. Wybór tej placówki był podyktowany jej wielkością, gdyż oferowała około 90 tysięcy tytułów książek¹². Oficjalnie została uruchomiona 1 kwietnia 1999 roku i szybko stała się jednym z najpopularniejszych polskich sklepów internetowych sprzedających także sprzęt elektroniczny, muzykę, filmy, kosmetyki, zabawki¹³. W ciągu 10 lat istnienia zdobyła rzeszę klientów, z których niemała część recenzuje zakupione produkty.

Badaniu przyświecały dwa główne cele:

1. Ocena recenzji jako źródła informacji o książce. Interesowało nas, na jakie informacje mogą liczyć odbiorcy recenzji w księgarniach internetowych. Z przeprowadzonych przez nas wyliczeń wynika bowiem, że stosunkowo niewielka liczba analizowanych tytułów została omówiona w prasie. Na 90 tytułów z polskiej prozy tylko dla 31 napisano 77 recenzji. Spośród 90 książek z literatury obcojęzycznej zrecenzowano jedynie 27 (ogółem 54 recenzje). W sumie na 180 tytułów tylko 30 doczekało się więcej niż jednej recenzji. Nawet jeśli część tych opinii będzie zamieszczona w Internecie, to przeczyta je niewiele osób, gdyż mogą być one dostępne w płatnych archiwach prasowych¹⁴.

Badanie obecności recenzji w internetowej księgarni Merlin przeprowadzono w okresie od sierpnia do września 2009 roku. Najpierw wyselekcjonowano grupę zrecenzowanych książek z działu *Proza polska* i *Proza obca* wydanych w 2008 roku. Braliśmy pod uwagę wszystkie tytuły, łącznie z książkami niedostępnymi już w księgarni. Z tej grupy wylosowano próbkę 20% (180) tytułów, dla których czytelnicy napisali w sumie 454 recenzje. Analizie poddaliśmy ich zawartość.

¹¹ Y. K. Huang and Wen I Yang, *Motives and Consequences of Reading Internet Book Reviews*, „The Electronic Library”, 2008, vol. 26, iss. 1, s. 102–106.

¹² W dniu 23 listopada 2009 r.

¹³ *O firmie* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web: http://merlin.pl/info/about_firm/main.html?jsessionid=D2B02C92707BB579A09D003F722C352B.LB3 [dostęp: 3.12.2011].

¹⁴ Wyliczenia te oparto na bazach bibliograficznych Biblioteki Narodowej: Artykuły z gazet i tygodników polskich (MARC 21, 2005–); Artykuły z czasopism polskich (MARC 21, 2005–); Artykuły z czasopism polskich (MARC-BN, 1996–2004); Artykuły z gazet i tygodników polskich (MARC-BN, 1996–2004). Z uwagi na selekcję stosowaną we wspomnianych źródłach liczba rzeczywiście opublikowanych recenzji może być większa.

Przyjęliśmy schemat, według którego sprawdzaliśmy, w ilu recenzjach pojawiły się wzmianki o: fabule, autorze, cechach wydawniczo-formalnych, błędach dostrzeżonych w książce, odbiorcach książki, elementach polemicznych w stosunku do innych recenzji. Ponadto analizowaliśmy liczbę recenzji dla danego tytułu oraz ocenę, jaką książkom przyznali użytkownicy.

2. Ocena recenzji jako źródła informacji o czytelnikach i czytelnictwie. Łącznie 454 recenzje napisało 360 recenzentów. Z tej grupy wylosowaliśmy 72 osoby, które były autorami 967 recenzji¹⁵. Interesowały nas: indywidualny profil recenzenta (jego informacja o sobie, płeć), liczba napisanych recenzji, średnia długość recenzji¹⁶, wysokość ocen wystawianych książkom, noty wystawiane recenzjom przez innych użytkowników. Staraliśmy się wychwycić zależności między długością recenzji, jej oceną a opinią o jej przydatności i ukazać je w kontekście cech demograficznych recenzentów.

Przeanalizowaliśmy również zawartość recenzji w odniesieniu do poszczególnych recenzentów. Z uwagi na dużą różnorodność pojawiających się wątków, nie analizowaliśmy ich statystycznie, ale ograniczyliśmy się jedynie do zidentyfikowania najczęściej występujących.

W analizie recenzji nie pominęliśmy ich tytułów, gdyż niejednokrotnie zawierały one elementy wartościowania czy emocjonalne słownictwo, które może wpływać w pierwszym rzędzie na stosunek czytelnika do recenzowanej książki.

Ograniczenia formalne badania

Na wiarygodność wniosków z obserwacji może wpływać kilka niezależnych od badaczy (obiektywnych) elementów, takich jak:

1. Moderowanie recenzji przez administratora serwisu może powodować zawyżanie końcowej oceny książki. Nie byliśmy w stanie jednak sprawdzić, jaki odsetek napisanych opinii został odrzucony i z jakiego powodu.
2. Ocena książki wyrażona liczbą tzw. merlinów (jednostek w skali ewaluacyjnej) może być nieadekwatna do treści recenzji. Niekiedy recenzjom jednoznacznie negatywnym towarzyszyła wysoka ocena.
3. Problemem handlu internetowego są opinie pisane na zamówienie¹⁷. Czasami firmy wynajmują osoby, których zadaniem jest wyszukiwanie negatywnych recen-

¹⁵ Osoby te pisały recenzje książek z różnych działów. Mogły też pisać opinie na temat innych produktów.

¹⁶ Długość recenzji mierzyliśmy liczbą linii. Jedna linia zawiera średnio ok. 60 znaków.

¹⁷ Opis tego zjawiska zob. w: P. Mączyński, T. Grynkiewicz, *Nie myślcie, że to jakaś ściema* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web: http://wyborcza.pl/1,87648,6338261,Nie_myslcie_ze_to_jakas_sciema.html [dostęp: 3.12.2011]; *Falszywe rekomendacje zalewają sieć* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web http://wyborcza.pl/1,75478,6333155,Falszywe_rekomen-

zji i pisanie pozytywnych komentarzy. W przypadku księgarni Merlin.pl należy się liczyć z takim zjawiskiem, gdyż należy ona do najpopularniejszych polskich sklepów internetowych.

Definicja recenzji

W potocznym ujęciu recenzja oznacza zwerbalizowany pogląd opublikowany w prasie lub w Internecie (bądź inną wypowiedź publiczną, np. radiową lub telewizyjną) dotyczący merytorycznej lub estetycznej wartości dzieła literackiego, muzycznego, filmowego, telewizyjnego czy programu komputerowego, autorstwa najczęściej znawcy danej dziedziny lub zagadnienia. Polskie encyklopedie i słowniki zwracają uwagę również na element krytyki i oceny (także subiektywnej) dopuszczalnej w recenzji. Pod tym względem EWOK wyróżnia np. recenzję sprawozdawczą i krytyczną¹⁸. J. Trzynadłowski dzieli recenzje na trzy grupy: sprawozdawcze, interpretacyjne i programujące, czyli bardziej rozbudowane recenzje interpretacyjne¹⁹.

W opracowaniu pojęcie recenzji rozszerzyliśmy również na opinie towarzyszące książkom w księgarniach internetowych. Skrótowość wypowiedzi odróżnia je od profesjonalnych recenzji, kompleksowo oceniających dzieło pod kątem formy i treści. Trudność sprawia także dokonanie jednoznacznej typologii recenzji w księgarniach internetowych. Niewielką część będzie można zaliczyć do sprawozdawczych lub interpretacyjnych, ale niemałą grupę będą stanowiły krótkie wypowiedzi typu „Zdecydowanie odradzam”, „Warto przeczytać”, które choć niosą element interpretacji, to nie zawierają wielu istotnych, z punktu widzenia oczekiwań czytelnika, argumentów. Tego typu opinie o książkach pojawiają się także w blogach internetowych, na indywidualnych stronach WWW, forach dyskusyjnych, specjalnych serwisach poświęconym książkom²⁰. Pewną cechą wyróżniającą jest także to, że są one publikowane w głównej mierze przez nieprofesjonalistów, którym brak formalnego wykształcenia w danej dziedzinie, co nie oznacza, że nie posiadają inną drogą nabytych kompetencji, warunkujących wiedzę w tym zakresie.

dacje_zalewaja_siec.html [dostęp: 3.12.2011]; M. Wiśniewski, *Nie znamy, a wierzymy, nie wierzymy – nie placimy* [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web <http://media2.pl/badania/48271-nie-znamy,-a-wierzymy,-nie-wierzymy-nie-placimy.html> [dostęp: 3.12.2011].

¹⁸ *Encyklopedia wiedzy o książce*, red. nac. A. Birkenmajer, B. Kocowski, J. Trzynadłowski, Wrocław 1971, szp. 2057–2058.

¹⁹ J. Trzynadłowski, *Edytorstwo: tekst, język, opracowanie*, wyd. 3 uzup., Warszawa 1983, s. 59–60.

²⁰ Opieramy się na definicji przedstawionej przez T. M.Y. Lin, Pin Luarn and Yun Kuei Huang, *Effect of Internet Book Reviews*, s. 462.

Zasady recenzowania w księgarni Merlin.pl

Zdecydowana większość polskich księgarń internetowych umożliwia pisanie recenzji. Na 10 księgarń najwyżej ocenionych w rankingu serwisu Money.pl i tygodnika „Wprost” w 2008 roku tylko jedna Poczytaj.pl nie dawała takiej możliwości²¹. W księgarniach internetowych recenzowanie odbywa się na dwóch poziomach. Na jednym użytkownik wyraża swoje zdanie o publikacji, a na drugim inny klient ocenia przydatność tej opinii dla jego konsumenckiego wyboru. Merlin.pl pozwala na pisanie recenzji jedynie zarejestrowanym użytkownikom. Opinie osób, które przesyłają swoją pierwszą recenzję, są redagowane przez redaktorów księgarni. Natomiast opinie klientów, którzy dokonali przynajmniej jednego zakupu i opublikowali co najmniej jedną opinię, są automatycznie dodawane do opisu produktu.

Piszący recenzje mogą występować pod własnym nazwiskiem lub pseudonimem (nickiem), ale, jak się wydaje, nic nie stoi na przeszkodzie, żeby podać nieprawdziwe dane. Nie będzie można jednak używać tego konta do realizacji zamówień.

Recenzent ocenia książkę, przyznając jej notę (od 1 do 5 merlinów, gdzie 1 oznacza najniższą ocenę, a 5 najwyższą).

Formularz umożliwia zatytułowanie recenzji oraz napisanie tekstu nieprzekraczającego 3000 znaków. Zgodnie z regulaminem księgarnia zastrzega sobie prawo do poprawiania błędów ortograficznych, gramatycznych, stylistycznych, usuwania wyrazów obraźliwych i „niekonwencjonalnych treści”, ale nie wyjaśnia dokładnie, co oznacza to określenie. Księgarnia ma również „prawo do decydowania o umieszczeniu na stronach lub odrzuceniu nadesłanych recenzji”. Nie jest jednak jasne, kiedy może odrzucić recenzję, jeśli nie narusza ona żadnego punktu regulaminu. Księgarnia informuje, że nie będzie publikować zidentyfikowanych plagiatów czy tekstów, których autorstwo może budzić wątpliwości. Odmawia również publikowania recenzji książek, płyt czy filmów, które jeszcze nie miały swojej oficjalnej premiery.

Inni zarejestrowani klienci mogą oceniać nadesłane recenzje. Do każdej można dołączyć tylko jedną opinię, ale nie wolno wypowiadać się na temat napisanych przez siebie. Autorom najlepiej ocenianych recenzji przyznawane są tzw. piórka. Użytkownik może je otrzymać wtedy, kiedy dokonał przynajmniej jednego zakupu w księgarni, napisał nie mniej niż 20 recenzji, które zostały pozytywnie ocenione przez co najmniej 50 osób. Księgarnia publikuje ranking najwyżej ocenianych recenzentów.

W księgarni można się zapoznać ze wszystkimi recenzjami napisanymi przez daną osobę, ale nie można wyszukiwać według nazw recenzentów. Dostępny jest także profil określonego recenzenta (występuje on stosunkowo rzadko) i lista re-

²¹ Ranking sklepów internetowych Money.pl i Wprost [dokument elektroniczny], dostępny w World Wide Web: <http://manager.money.pl/news/arttykul/ranking;sklepow;internetowych;money;pl;i;wprost,110,0,379758.html> [dostęp: 3.12.2011].

komendowanych przez niego książek. Ogólna liczba recenzji widniejąca w profilu danej osoby, w wielu wypadkach jest zawyżona. System komputerowy księgarni przypisuje bowiem opinie o danym tytule różnym jego wariantom wydawniczym. Dotyczy to np. wydań w twardej lub miękkiej oprawie lub edycji jednego tytułu opracowanego przez różnych wydawców.

W księgarni Merlin.pl można przeczytać fragmenty recenzji opublikowanych w prasie, m.in. w „Polityce” czy „Przekroju”. Nie są one jednak wyraźnie oddzielone od opinii czytelników. Jedynie przy nazwie autora recenzji pojawia się ikona z tytułem gazety.

Dane z analizy działów *Proza polska*, *Proza obca* i interpretacja wyników

W celu zaprezentowania skali zjawiska, czyli występowania recenzji w wybranych kategoriach, ogólnej analizie poddano również liczbę opinii we wszystkich 50 kategoriach, występujących w dziale – *Książki*.

Badanie przeprowadzono w dniach 28–31.08.2009 roku. Ogółem w dziale książek zamieszczono 24 776 tytułów, z których 3673 (14,82%) zostały zrecenzowane. Tylko kategoria *Pomoce dydaktyczne* (22 pozycje) nie posiadała żadnej recenzji. Udział procentowy tytułów recenzowanych w poszczególnych kategoriach wahał się od 0,55% do 61,61%. Najmniejsze zainteresowanie odnotowano w recenzowaniu *Książek obcojęzycznych* (0,55%). Najbardziej aktywni byli recenzenci następujących kategorii: *Fantastyka* (61,61%), *Patronat Merlina* (57,89%), *Autograf* (50%), *Proza obca* (48,37%), *Kryminał i sensacja* (47,67%), *Proza polska* (43,12%). W tym miejscu warto zwrócić uwagę, że niektóre tytuły występowały w kilku działach jednocześnie, gdyż taka zasada nierozłączności w klasyfikacji obowiązuje w Merlinie. W jakimś stopniu może to fałszować obraz przedstawionych wyników i utrudniać dalsze badania. Dokonano także analizy średnich ocen wystawianych przez recenzentów w poszczególnych kategoriach. Średnia nota we wszystkich opiniach wyniosła 4,5, a w poszczególnych kategoriach wahała się od 4,11 do 5,0. Najwięcej pozycji otrzymało średnie noty 5,0 (63,95%), najmniej 1,5 (0,21%). Maksymalne oceny odnotowano we wszystkich recenzowanych pozycjach w działach: *Kino, teatr; Notesy; Pedagogika*.

Tabela 1 przedstawia szczegółowe wyniki dotyczące recenzji książek z kategorii *Proza polska* i *Proza obca*.

Średnia liczba recenzji dla każdego tytułu wynosiła 2,7. Dało się zauważyć, iż użytkownicy chętniej recenzowali prozę polską. Porównywalna, stosunkowo wysoka – około 4,5, była średnia ocena tytułów w obydwu kategoriach. Taką samą prawidłowość wykazały badania dla całej grupy pozycji recenzowanych w tych kategoriach: *Proza polska* – 4,34 (dla 251 pozycji recenzowanych), *Proza obca* – 4,44 (dla 684 pozycji recenzowanych). Jeżeli chodzi o zawartość recenzji, z analizy wynika, że najczęściej pojawiał się opis fabuły. Drugie, co do częstotliwości występowania,

Tabela 1. Zawartość recenzji

Kategoria	Liczba pozycji recenzowanych	Liczba recenzji	Średnia liczba recenzji na 1 pozycję	Średnia ocena pozycji	Fabuła		Autor		Odbiorca		Cechy wydawniczo-formalne		Błędy		Polemika	
					liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Proza polska	39	146	3,74	4,35	18	12,32	4	2,73	5	3,42	4	2,73	–	–	–	–
Proza obca	128	308	2,4	4,44	51	16,55	29	9,41	8	2,59	6	1,94	9	2,92	6	1,94
Ogółem	167	454	2,7	4,42	69	15,19	33	7,26	13	2,86	10	2,2	9	1,98	6	1,32

Źródło: Obliczenia własne.

były wiadomości o autorze książki. Informacje te częściej pojawiały się w recenzjach prozy obcej. W około 3% recenzji podkreślano, dla kogo przeznaczona jest dana książka. Kwestie związane z cechami formalno-wydawniczymi i błędami pojawiającymi się w książkach występowały rzadko (w każdym przypadku w ok. 2% wypowiedzi)²².

Niezmiernie rzadko autorzy recenzji polemizowali z innymi recenzentami. Piszący wydają się skoncentrowani wyłącznie na swoich odczuciach i przemyśleniach. Zwróciliśmy uwagę również na liczbę wskazań przydatności i nieprzydatności danej recenzji dla innych użytkowników. Wyraźnie zauważalna jest przewaga przydatności ocen – 70% wszystkich wskazań w obydwu kategoriach. Nie dostrzegliśmy w tym względzie żadnych różnic między prozą polską a obcą.

Interpretacja wyników – recenzenci

Przebadaliśmy 72 recenzentów i możliwe do uchwycenia zależności pomiędzy płcią recenzentów a liczbą i długością recenzji oraz wystawioną książce oceną.

Na uwagę zasługuje widoczna dominacja piszących kobiet w badanej grupie (ok. 70%). Różnica ta w rzeczywistości może być jednak inna, zważywszy, że płeć ponad 12% badanych recenzentów nie została zidentyfikowana. Średnio na każdą osobę przypadało 13 napisanych recenzji. W badanej grupie najbardziej aktywna z kobiet napisała 121 recenzji, a wśród mężczyzn – 70. Warto zwrócić uwagę, że w Merlinie odnotowano osoby piszące po kilkaset opinii, a nawet zdarzali się autorzy ponad tysiąca recenzji. Mężczyźni pisali średnio więcej recenzji niż kobiety (16 do 14,68) i ich opinie były nieco dłuższe (11,45 do 8,85). Niemniej jednak to stosunkowo większy odsetek użytkowników uznał recenzje kobiet za przydatne. Średnia ocena wystawiana przez mężczyzn wynosiła 3,79. Kobiety oceniały nieco wyżej – średnio 4,46.

Piszących podzieliliśmy na grupy według liczby napisanych recenzji. Zidentyfikowaliśmy „okazjonalnych” recenzentów, którzy napisali nie więcej niż 5 recenzji; „średnio zaangażowanych” – od 6 do 10 opinii i „zaangażowanych” – powyżej 10 recenzji. Zdecydowanie najwięcej było tzw. okazjonalnych – piszących stosunkowo mało (52,77%). Zwracał jednak uwagę fakt, że istniała dość duża grupa osób, około 30%, które napisały powyżej 10 recenzji. To może świadczyć, że księgarnia była traktowana przez niemałą grupę czytelników jako ważne miejsce wymiany lekturowych doświadczeń. Prawdopodobnie, ale bardzo trudno to zidentyfikować, część

²² Przykładem może być opinia na temat *Bridy* P. Coelho: „Paulo Coelho jak zwykle świetny. Jest w »Bridzie« tajemnica, jest magia. Jest miłość i tęsknota. Ale pojawiła się malutka wpadka. Brida na krótko przed swoją inicjacją, czyli pewnie gdzieś w marcu, spotyka się z Magiem i idą... przez »łan pszenicy«. Litości... łan pszenicy wiosną? Dwójka z botaniki. Chyba, że to nieskoszona pszenica z poprzedniego sezonu”.

osób nie ograniczała się tylko do jednej księgarni przy pisaniu recenzji. Zapewne dzieliła się też swoimi spostrzeżeniami na takich forach, jak Biblionetka czy NaKapanapie.pl.

Dokonałiśmy również podziału recenzentów ze względu na długość opinii. Wyodrębniliśmy recenzje krótkie (1–5 linii), o średniej długości (6–10 linii) i długie (pow. 10 linii). Najczęściej w badanej grupie pisano krótkie recenzje (47,22%). Najwięcej opinii o przydatności lub nieprzydatności recenzji pojawiło się przy długich recenzjach. Można więc wnioskować, że czytelników bardziej przyciągają dłuższe recenzje. We wszystkich kategoriach widoczna była przewaga wskazań przydatności. Wydaje się więc, że nie ma istotnych różnic, jeśli chodzi o długość recenzji, a ocenę jej przydatności.

Wyodrębniliśmy także grupy recenzentów ze względu na wystawiane przez nich oceny: krytyczne (1–2 merliny), średnio krytyczne (3–4 merliny) i entuzjastyczne (5 merlinów). Do tych wyników trzeba podchodzić z największą ostrożnością, gdyż wystawiona ocena nie zawsze była adekwatna do treści recenzji²³. Z analizy wynikało, że na ogół recenzenci przyznawali książkom ocenę powyżej czterech merlinów. Bardziej krytyczni byli mężczyźni, którzy przeważali w dwóch pierwszych grupach.

Analizowaliśmy także zależność między oceną książki a wskazaniami przydatności recenzji. We wszystkich grupach występowała przewaga wskazań przydatności recenzji. Jednak opinie krytyczne stosunkowo częściej były oceniane jako nieprzydatne. Widać natomiast znaczną przewagę wskazań przydatności w grupie recenzji „entuzjastycznych”²⁴. Można więc ostrożnie założyć, że osoby oceniające były bardziej przekonane o przydatności recenzji, jeśli recenzent przyznał książce najwyższą ocenę. Może to też oznaczać, że użytkownicy szukali w recenzjach potwierdzenia dokonania przez siebie właściwego wyboru i stąd więcej pozytywnych opinii w przypadku recenzji z najwyższą oceną.

Próbowaliśmy sprawdzić, czy podpisywanie recenzji pełną formą nazwiska, oraz czy zastosowanie nicku ma znaczenie dla jej odbioru i wystawiania ocen – przy zastrzeżeniu, że podanie nazwiska niekoniecznie oznaczało prawdziwe. Jeżeli chodziło o średnie oceny, nie zaobserwowaliśmy żadnych różnic. Częściej jednak czytelnicy wyrażali opinie dotyczące recenzji podpisanych nazwiskiem. W obydwu grupach przeważały wskazania przydatności recenzji. W grupie podpisującej się nickiem nieznacznie przeważały stwierdzenia o nieprzydatności recenzji. Można więc

²³ Przykładem jest recenzja, w której autor przyznaje maksymalną ocenę, a w treści opinii pisze: „Żałuję pieniędzy wydanych na tę książkę. Jest nudna, niczym nie zaskakuje, nie trzyma w napięciu, pełna jest błędów merytorycznych, nie wymaga myślenia. Jestem fanem tego gatunku literatury, ale to »dzieło« mnie pokonało...”.

²⁴ Częściowo znajduje to potwierdzenie w badaniach firmy comScore/Kelsey, z których wynika, że klienci chętniej zapłacą więcej za produkt, który jest znacznie lepiej oceniany przez internautów. Za: M. Wiśniewski, *Nie znamy, a wierzymy, nie wierzymy – nie płacimy*.

wnioskować, że dla badanych kwestia anonimowości czytanych opinii nie miała większego znaczenia.

Zawartość recenzji

Opinie czytelników zamieszczone w Merlinie mogą być źródłem informacji o przeczytanych książkach, czytelnikach, a także o samym procesie czytania²⁵. W większości badanych przypadków recenzenci poddawali analizie treść książki. Rzadko opisywali losy bohaterów. Najczęściej wyraźnie ujawniali stosunek do fabuły, wyborów bohaterów, sposobu poprowadzenia akcji przez autora. W wielu przypadkach przeczytana książka wywołała u recenzentów potrzebę filozoficznych rozważań nad życiem, sensem istnienia, wyborami życiowymi.

Stosunkowo często w treści recenzji przekazywano informacje o autorze i jego twórczości. Wielu recenzentów, szczególnie tych najbardziej aktywnych, pisało o książkach autorów, których dorobek był im szerzej znany. Krótki życiorys i wykaz nagród – to niektóre z pojawiających się informacji. Nawiązując do twórczości autora, recenzenci wymieniali inne tytuły, omawiając je równocześnie lub porównując. Próbowali również dokonać oceny recenzowanej książki na tle całej twórczości danego pisarza. Dostyc często dodawano informacje o stylu, języku twórcy.

W recenzjach znajdują się ponadto wiadomości dotyczące cyklu, serii lub wydawnictw tomowych, jeżeli tytuł stanowił jedną z części. Oprócz tytułów poszczególnych tomów, zainteresowany otrzymywał informację o treści lub też kolejności, jaką należy zachować przy czytaniu.

W przypadku dzieł tłumaczonych wielu recenzentów zwracało uwagę na poziom tłumaczenia i jego wpływ na odbiór tekstu. Niektórzy oceniali pracę tłumacza, dostrzegali błędy. Czasami wyraźnie stwierdzali, że złe tłumaczenie jest powodem słabości określonej książki, np. „[...] przekład nie pozwala cieszyć się historią”. Zdarzało się tak zwłaszcza wtedy, gdy recenzent czytał książki w oryginale i mógł dokonać porównania. Pojawiały się również opinie, według których to właśnie przekład był powodem popularności książki. Bardziej wyrobieni czytelnicy wymieniali także inne prace tłumacza, zwracając uwagę na jego styl.

Kolejnym elementem pojawiającym się w recenzjach było odwołanie się do adaptacji filmowych. W recenzji umieszczano opisy wersji kinowych, porównywano ekranizację z książką, wskazywano film jako przyczynę zainteresowania książką lub odwrotną sytuację, kiedy lektura wywoływała potrzebę obejrzenia filmu.

Recenzenci próbowali również przypisać książkę konkretnemu rodzajowi odbiorców – określając jej przeznaczenie. Zdarzało się, że wytykano błędy popełnione przez autora, zarówno merytoryczne, jak i nielogiczność w poprowadzeniu wątku

²⁵ Dotyczy recenzji napisanych przez grupę badanych recenzentów i obejmuje analizę zawartości opinii we wszystkich kategoriach z działu – *Książka*.

czy opisywaniu losów bohaterów. Piszący opinie wykazywali się również znajomością innych wydań danego tytułu. Informowali kto i kiedy wydał poprzednie edycje w Polsce, a także podawali informacje o wydaniach zagranicznych.

Do innych elementów wydawniczo-formalnych, na które zwracali uwagę recenzenci, zaliczyć można objętość książki (konkretne podanie stron lub słowne określenie). Godne uwagi były także informacje o szacie graficznej, poziomie edytorskim, np. „Twarda oprawa, ciekawe okładki, żółtawy papier, nawet zdjęcia autora są dostosowane do klimatu poszczególnych powieści. Po prostu majstersztyk”. Odnoszono się do materiału ilustracyjnego zawartego w tekście, okładki czy nawet opracowania typograficznego i korekty. W recenzjach prac naukowych pojawiały się oceny aparatu naukowego i komentarzy.

Recenzje zawierały także informacje o książkach pokrewnych tematycznie lub z tego samego gatunku, co opisywany tytuł. Badany materiał to doskonałe źródło poznania upodobań recenzentów, a także dodatkowa informacja dla czytelników recenzji. Rzadko pojawiała się wzmianka o cenie książki. Jeżeli była, to w formie określenia słownego.

Reklama książki jako element recenzji występowała w sposób dwojaki. Po pierwsze – jako jeden z powodów wyboru książki i w tym przypadku opisywano formę i intensywność promocji. W drugiej wersji – recenzent skupiał się na jej ocenie, np. wytykając błędy w reklamie występującej na okładce książki. Zdarzały się polemiki, zarówno z tymi recenzjami, które ukazały się w *Merlinie*, jak i w innych miejscach. Piszący określał także wpływ tych opinii na wybór książki.

Bardzo interesujący element recenzji stanowiły opisy procesu czytania. Dowiadujemy się z nich gdzie, jak, jak długo, w jakich okolicznościach i ile razy czytano? Czasami recenzenci opowiadali o swoich zainteresowaniach, które stanowiły podstawę ich wyborów czytelniczych (dotyczyło to najczęściej miłośników krajów czy kontynentów, np. Japonii, Afryki).

Bardzo przydatne bywały wyjaśnienia odnoszące się do wystawionych ocen dla danego tytułu. Mamy możliwość poznać kryteria oceny książki – co czytelnik ceni najbardziej, jakie cechy książki powodują, że jej wartość się zmniejsza, a jakie w ogóle ją dyskwalifikują, np.

Od 5 merlinów więc za „chwytliwy” początek, w końcuccie optuję za trzema. I to głównie za wytrwałość w doprowadzeniu tej historii do jakiegokolwiek końca...; Za wkład wniesiony do literatury amerykańskiej niewątpliwie powinna otrzymać 5 merlinów, jako książka legenda i chyba najbardziej znany utwór w dorobku autora. Za przyjemność lektury, 3 merliny. Za sympatię do bohatera (pełną pożałowania, ale jednak sympatię) – 4. Tak więc krakowskim targiem, czwórka za całokształt.

Zdarzało się, że czytelnik po przeczytaniu książki był pełen emocji i recenzja, pisana zapewne tuż po lekturze, bardzo dobitnie wyrażała jego opinie. Czasami przybierała postać apelu do autora, czytelników czy też recenzentów, np. „Panie King, co to właściwie miało być?; Szanowni Państwo książkowego światka, przestańcie stawiać wszystko obok Dana Browna, bo jak się piernik ma do wiatraka?; Literac-

kim oszustkom mówimy: Nie” lub ostrych i jednoznacznych w swoim brzmieniu stwierdzeń, np. „Nic gorszego w życiu nie czytałam; Reszta do bani”. Autorzy recenzji często zachęcali do przeczytania książki lub też odradzali jej kupienie i lekturę, np. „[...] tę pozycję odradzam; [...] można przeczytać jak już nic innego nie ma pod ręką”. Pojawiały się także elementy żartobliwe, np. „Dodatkowa rekomendacja: wyznawcom Radia Maryja na pewno się nie spodoba”.

Tytuły recenzji

Ciekawym materiałem do przeanalizowania były tytuły recenzji. Niejednokrotnie wskazywały one na ostateczną ocenę książki. Stanowiły także wskazówkę dla korzystających z opinii, a ich wydźwięk miał wpływ na nastawienie do całej recenzji – mógł zachęcić do jej przeczytania lub wręcz przeciwnie.

W analizowanych recenzjach wyodrębniono pewne typy tytułów. Najczęściej były to jednowyrazowe określenia książki, np. „Rozczarowująca, Piękna, Doskonała, Kiepska, Cudna, Wciągająca, Wspaniała, Inspirująca, Ciężkostrawna, Masakra, Gniot”. Pojawiały się także popularne określenia jak: „The Best, Cool”.

Apele do odbiorców to również jedna z bardziej popularnych form, np. „Lektura obowiązkowa; Warto kupić; Szkoda czasu; Polecam pomimo rozmiarów; To trzeba znać”.

Recenzenci często chcieli podkreślić autorstwo książki. Tworzyli wówczas tytuły zawierające nazwisko autora i akcentowali wielki kunszt pisarza, np. „Mario jest po prostu mistrzem; Nie masz pisarza współczesnego nad Vargasa!; Wielki majstersztyk Koontza!!!”.

Zdarzało się, że głównym elementem tytułu był bohater książki. Tego typu zabieg miał miejsce zazwyczaj, gdy omawiana książka stanowiła część cyklu, w którym występował wspólny bohater – „Hary Bosch po raz pierwszy ... i ostatni?; Epicki finał sagi rodu Otori”.

Dosyć często recenzenci używali punktacji w tytule, głównie gdy dotyczyło to oceny bardzo niskiej lub wysokiej. Bywało, że pojawiało się wytłumaczenie dla proponowanej noty, np. „Dałbym zero, ale nie ma ...; Gdzie jest szósta gwiazdka; 6+; Pomimo trójki, gorąco polecam; Gdyby pisał kto inny, byłaby piątka”.

Warto przyjrzeć się formie zapisu tytułów. Zwraca uwagę częste używanie wykrzykników, znaków zapytania, wielokropków, a także tytuły w formie pytań – „Paszkwil?; Kto to napisał?; Dla kogo jest ta książka?; Świetna książka ... ale dlaczego?”. Niektórzy piszący przyjmowali ten sam schemat budowy tytułów, np. „Tajemnicza powieść; Niesamowita powieść; Świetna powieść; Rewelacyjna, niesamowita, wciągająca powieść”. Jako ciekawostki można wymienić tytuły typu – „O!; Buuuuuu; Fuj!”, które niewątpliwie wiele mówiły o emocjach, jakie towarzyszyły recenzentowi po przeczytaniu książki.

Informacje o recenzentach

Dodatkowym źródłem informacji o recenzentach były notki pisane przez nich samych. Niestety, tylko w nielicznych przypadkach pojawiło się kilka dodatkowych informacji o osobach wyrażających swoje opinie o książkach. Dzięki tym krótkim wzmiankom można było poznać ich zawód, miejsce zamieszkania, np. „Jestem psychologiem; Student polonistyki; Pochodzę z jednego z najpiękniejszych miast w Polsce – Torunia”. Recenzenci opisywali również zainteresowania czytelnicze i inne, np. „W wolnych chwilach uwielbiam czytać książki i fotografować; Miłośnik fotografii, gadów i lotnictwa, niegardzący książkami, które pochłania niczym smok”, a także sposoby i motywy doboru lektury, opisy pierwszych kontaktów z książkami i z Merlinem. Niektóre notki były bardzo rozbudowane, recenzenci dzielili się swoimi przeżyciami i życiorysami. Inne w krótkiej formie pokazywały stosunek do książki i czytania. Zebranie dodatkowych informacji o recenzencie było także możliwe przy pomocy wnikliwej analizy treści recenzji.

Podsumowanie

Mając na uwadze fakt, że funkcja recenzowania książek została stworzona głównie z myślą o marketingowym wykorzystaniu opinii, że część recenzji będzie pisana na zamówienie lub usuwana z uwagi na ich negatywny wydźwięk dla książki, recenzje można uwzględnić w badaniach czytelniczych jako dodatkowe, komplementarne w stosunku do innych źródeł informacji o czytelnictwie, preferencjach i nawykach lekturowych. Z uwagi na ograniczoną liczbę informacji o fabule, autorstwie czy stylu wypowiedzi w niewielkim tylko stopniu mogą być traktowane jako uzupełniające źródło informacji o książkach. Przeważający odsetek osób czytających opinie innych użytkowników uznawał je za przydatne, co świadczy o pewnym znaczeniu tego typu wypowiedzi dla wyborów lekturowych. Autor opinii wywiera więc pewien wpływ na wybory lekturowe klientów księgarni, która poza miejscem handlu, staje się pewnego rodzaju platformą komunikacyjną łączącą miłośników lektury. Uzasadnia to, w szerszym niż dotychczas stopniu, potrzebę implementowania funkcji komentowania w zautomatyzowanych systemach bibliotecznych, dzięki czemu użytkownicy bibliotek otrzymają dodatkową informację o poszukiwanym tytule.

*Monika Olczak-Kardas
Adam Jachimczyk*