

**Krytyka literacka
w mediach
społecznościowych**

**Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytetu Gdańskiego**

Seria: **Medi@stery**

Redakcja naukowa:

dr hab. Anna Ryłko-Kurpiewska, prof. UG

dr hab. Małgorzata Łosiewicz, prof. UG

Agnieszka Kurpias

**Krytyka literacka
w mediach
społecznościowych**

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
Gdańsk 2025

Recenzent
dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK

Redaktor Wydawnictwa
Jerzy Toczek

Projekt okładki i stron tytułowych
Filip Sendal

Skład i łamanie
Mariusz Szewczyk

Publikacja sfinansowana w ramach nagrody X edycji Ogólnopolskiego Konkursu
na Najlepszą Pracę Magisterską z Wiedzy o Komunikacji Społecznej i Mediach
Medi@stery ze środków Miasta Gdańska

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-739-2

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 11 37, tel. kom. +48 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
wydawnictwo.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa: wydawnictwo.ug.edu.pl/sklep/

Druk i oprawa
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. +48 58 523 14 49

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Krytyka literacka	10
1.1. Istota recenzji i jej miejsce w dziennikarstwie	10
1.2. Ewolucja krytyki literackiej	18
1.3. Recenzja jako element komunikacji	28
1.4. Techniki perswazyjne w budowaniu treści	34
1.5. Wpływ działań z obszaru krytyki literackiej na odbiorców	42
Rozdział 2. Charakterystyka działań z obszaru krytyki literackiej w mediach społecznościowych	47
2.1. Specyfika recenzji publikowanych na Instagramie	47
2.2. Specyfika recenzji publikowanych na TikToku	63
2.3. Specyfika recenzji publikowanych na YouTube	73
Rozdział 3. Ocena efektywności krytyki literackiej w mediach społecznościowych	84
3.1. Metodyka, narzędzia oraz organizacja badań	84
3.1.1. Problem badawczy	84
3.1.2. Model badawczy	88
3.1.3. Próba badawcza	93
3.1.4. Narzędzia badawcze	94
3.2. Podsumowanie badań i wnioski końcowe	98
3.2.1. Struktura próby	98
3.2.2. Statystyki opisowe	100
Zakończenie	132
Bibliografia	135
Aneks	140
Spis tabel	151
Spis rysunków	152
Spis wykresów	153

Wstęp

Recenzja, jako forma literacka, ewoluuje nieprzerwanie od czasów starożytnych. Na przestrzeni wieków zmieniało się podejście do sztuki oraz jej twórców. Zmianie ulegał również sposób prezentowania opinii na temat dzieł kultury. Począwszy od pochwał w formie oralnej, poprzez rozprawy, artykuły w prasie, tradycyjne blogi, po publikowanie recenzji w mediach społecznościowych, takich jak Instagram, TikTok czy YouTube. Fakt, że każdy powyżej trzynastego roku życia może założyć własny profil i publikować swoje opinie na temat książek, spowodował, że codziennie powstają dziesiątki nowych recenzji.

Jednak nie tylko rosnąca liczba kont o książkowej tematyce i publikowanych na nich recenzji przyczyniła się do napisania niniejszej pracy. Jej autorka od wielu lat na bieżąco śledzi rynek książki, obserwuje najnowsze premiery oraz zapoznaje się z recenzjami książek. Czytanie stanowi dla niej główną pasję. Od niemal dwóch lat sama prowadzi konto o tematyce książkowej na Instagramie. Praca magisterska stanowi rozwinięcie badania przeprowadzonego w ramach pracy licencjackiej, która dotyczyła odbioru działań z obszaru komunikacji marketingowej wybranych wydawnictw. Wyniki badań umożliwiły jedynie spekulacje, dlatego czytelnicy zapoznają się z recenzjami książek. Istotne okazało się również dowiedzenie się, co sprawia, że YouTube jest tak popularnym źródłem informacji o książkach. Dzięki przeprowadzeniu badań skupiających się na treściach krytycznoliterackich w mediach społecznościowych udało się odpowiedzieć na te pytania.

Przeprowadzenie badania miało na celu rozwiązanie głównego problemu, jakim było znalezienie odpowiedzi na pytanie, jak czytelnicy odbierają treści krytycznoliterackie w mediach społecznościowych oraz dlaczego się z nimi zapoznają. Istotne stało się sprawdzenie, które elementy recenzji najbardziej zwracają uwagę i wskazanie tych obligatoryjnych. Do głównych celów zaliczyć można również zbadanie, co wpływa na postrzeganie komunikatu jako wiarygodnego. Na potrzeby badań zdefiniowano takie pojęcia, jak odbiór, recenzent oraz wiarygodność. Pierwsze

Wstęp

z nich oznacza dostrzeżenie, zrozumienie oraz zareagowanie na publikację, jaką jest recenzja. Recenzentem w kontekście badania jest osoba, która udostępnia własną opinię o książkach w mediach społecznościowych przez siebie prowadzonych, natomiast wiarygodność to odczucie odbiorcy wskazujące na szczerość tej opinii.

Przeprowadzone badanie miało charakter zarówno poznawczy, jak i wyjaśniający. Jego główną tezą było stwierdzenie, że odbiorcy w różnym stopniu reagują na zauważone i zrozumiane przez nich recenzje w mediach społecznościowych. W pierwszej kolejności w związku z wciąż wzrastającą ceną książki założono, że czytelnicy zapoznają się z recenzjami przede wszystkim przed zakupem i przeczytaniem danego tytułu. Następnie wskazano, że względu na fakt coraz większej liczby publikacji powstających w ramach współpracy z wydawnictwami, że treści tworzone przez niezależnych twórców są postrzegane jako bardziej wiarygodne. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku założenia, że negatywne recenzje oceniane są przez odbiorców jako te bardziej szczere. Media społecznościowe przyzwyczyły odbiorców do przekazywania informacji za pomocą obrazów, dlatego założono, że to właśnie ilustracje są w większym stopniu dostrzegane przez osoby zapoznające się z recenzjami. Wraz ze wzrostem popularności TikToka uznano, że również książkowa społeczność rozwija się zgodnie z tym trendem. Na końcu skupiono się na aspekcie, jakim jest poprawność gramatyczna i stylistyczna w publikowanych recenzjach. Stwierdzono, że odbiorcy nie zwracają na nią uwagi, między innymi przez to, że literówki w postach w mediach społecznościowych stały się już codziennością.

Praca składa się z trzech rozdziałów. W pierwszym zawarto opis szeroko pojętej krytyki literackiej. Wyjaśniono, jakie miejsce zajmuje recenzja w genealogii dziennikarstwa. Następnie prześledzono ewolucję tego gatunku od starożytności do współczesności. Uwzględniono w tym celu przedstawienie przejawów działalności krytyków w *Liście do Pizonów* Horacego, opisano XIX-wieczną odmianę gatunkową, jaką jest mowa pochwalna, oraz pokrewną jej rozprawę, wspomniano o rosyjskiej szkole formalnej oraz szkole Nowej Krytyki, zakończono na możliwościach, jakie daje Internet w kontekście krytyki literackiej. W trzecim podrozdziale potraktowano recenzję jako element komunikacji. Następnie opisano ją z uwzględnieniem nauki, jaką jest retoryka. Zostały wyszczególnione techniki perswazyjne, które mogą zostać wykorzystane w treściach krytycznoliterackich w mediach społecznościowych. Pierwszy rozdział

Wstęp

kończy wskazanie, jaki wpływ mogą mieć działania z tego obszaru na potencjalnego odbiorcę.

W drugim rozdziale skupiono się na przedstawieniu Instagrama, TikToka oraz YouTube'a jako miejsca wykorzystywanego do publikowania recenzji. Uwzględniony został zarówno język, jak i komunikacja wizualna.

Ostatni rozdział ma charakter empiryczny i zawiera takie elementy, jak problem badawczy, hipotezy, pytania badawcze, model, budowę kwestionariusza oraz wyniki przeprowadzonych badań.

W związku z tym, że w temacie krytyki literackiej można zauważyć pewną lukę poznawczą, a także ze względu na jej szybki rozwój, dostęp do najnowszych źródeł był ograniczony. W celu poznania dotychczasowego pojmowania recenzji w dużej mierze pomogły artykuły publikowane w czasopiśmie „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, wydawanym przez Wydawnictwo Instytutu Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk. W podobnym stopniu przydał się kwartalnik naukowy „Pamiętnik Literacki”, w którym można znaleźć prace z zakresu teorii literatury oraz krytyki literackiej. Opisanie genologii dziennikarstwa było możliwe dzięki pracom Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego. Rozdział poświęcony działaniom perswazyjnym został oparty na blogu prowadzonym przez Joannę Wryczę-Bekier: poradnikpisania.pl. Drugi rozdział powstał przede wszystkim na podstawie obserwacji autorki potwierdzonych praktycznymi przykładami. Problematyka recenzji publikowanych na YouTube została przedstawiona na podstawie pracy Zuzanny Nabiałek, która opisała elementy wideorecenzji z perspektywy retorycznej krytyki gatunkowej.