

MAŁGORZATA GÓRALSKA
Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Wrocławski
e-mail: malgorzata.goralska@uwr.edu.pl
ORCID 0000-0002-2376-4404

WYKORZYSTANIE DANYCH Z SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH LIBRARYTHING, GOODREADS I ANOBII W BADANIACH NAUKOWYCH W LATACH 2006-2019



Małgorzata Góralska, profesor Uniwersytetu Wrocławskiego, kierownik Zakładu Książki Współczesnej i Edytorstwa w Instytucie Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa UWr. Główny obszar jej zainteresowań badawczych skoncentrowany jest wokół zagadnień rewolucji cyfrowej oraz współczesnego oblicza kultury książki. Opublikowała m.in. *Piśmienność i rewolucja cyfrowa* (Wrocław, 2012), *Książki, nowe media i ich czasoprzestrzenie* (Warszawa, 2009), a także liczne artykuły naukowe i hasła w *Encyklopedii książki* (Wrocław, 2017).

SŁOWA KLUCZOWE: Media społecznościowe. LibraryThing. Goodreads. Anobii. Analiza bibliometryczna.

ABSTRAKT: **Teza** – Narzędzia teleinformatyczne umożliwiły powstanie takich charakterystycznych miejsc współdzielenia doświadczeń lekturowych w sieci, jakimi są serwisy społecznościowe dla czytelników. Witryny tego typu służą integracji i wymianie informacji o książkach, ale stają się również ważnym źródłem danych o współczesnych praktykach i zachowaniach czytelniczych. **Cel** – Celem przeprowadzonego badania było określenie stopnia zainteresowania serwisami społecznościowymi dla czytelników w środowiskach naukowych oraz wskazanie, jakie ich elementy są najczęściej wykorzystywane jako materiał źródłowy. **Metody badawcze** – Na potrzeby badania została opracowana baza zawierająca artykuły z Web of Science oraz Scopus (opublikowane w latach 2007-2019),

w których występowały serwisy: LibraryThing, Goodreads i Anobii. Zgromadzone dane zostały przebadane w wykorzystaniem elementów analizy bibliometrycznej. **Wyniki/wnioski** – Wyniki badania wykazały wzrost liczby opracowań, których autorzy podejmowali problematykę portali czytelniczych lub korzystali z ich zasobów do badań. Najwięcej tego typu prac ukazało się w czasopiśmie z zakresu informatyki oraz informacji naukowej i bibliotekoznawstwa. W odniesieniu do tematyki poszczególnych artykułów dostrzeżono zmniejszające się zainteresowanie problematyką folksonomii i dynamicznie rosnącą liczbę opracowań dotyczących systemów rekomendacji. Materiałem źródłowym wykorzystywanym w badaniach często były tagi i recenzje, ale brano również pod uwagę inne elementy serwisów (dane o użytkownikach i ich wypowiedzi, półki z książkami, oceny tytułów itp.). Do ekstrakcji danych ogólnie częściej był wykorzystywany serwis LibraryThing, chociaż Goodreads miał trzy razy więcej wskazań w artykułach z ostatniego przeanalizowanego roku.

Kilka lat temu Łukasz Gołębiewski w tytule swojej książki zadał bardzo istotne pytanie – „Gdzie jest czytelnik?” (Gołębiewski, 2012). W obecnej rzeczywistości komunikacyjnej najłatwiej tych, którzy w dalszym ciągu oddają się lekturze papierowych i cyfrowych tomów, odnaleźć w środowisku internetowym. Sieć stanowi bowiem wirtualną przestrzeń, w której kulturotwórcze i opiniotwórcze komunikaty mieszają się ze sprzedażą produktów i usług, co sprawia, że współczesny czytelnik zyskuje bogactwo możliwości w realizacji swoich potrzeb lekturowych. Może zatem przeglądać niezmierzone zasoby baz, katalogów i rankingów w poszukiwaniu interesujących go tytułów, następnie wypożyczać je lub nabywać w postaci drukowanej, a w przypadku wersji cyfrowej wyświetlać ich treść na ekranie laptopa, tabletu, czytnika e-booków czy smartfona. Atrakcyjność sieci wiąże się jednak również z nowymi sposobami wyrażania przynależności do audytorium książki. Czytelnicy dzielą się swoimi doświadczeniami i wrażeniami na niespotykaną dotąd skalę wykorzystując różne kanały i formy komunikacji elektronicznej – na blogach, w postaci książkowych podcastów czy filmów z amatorskimi recenzjami. Ich aktywność w ramach mediów społecznościowych jest na tyle intensywna, że zasoby określonych serwisów poświęcone książkom i czytaniu doczekały się własnych określeń (Bookstagram czy BookTube). Wszystkie te działania mają wspólny mianownik – czytelnicy nie tylko czytają, ale także wytwarzają nowe treści okołoksiążkowe w postaci recenzji, dyskusji, opinii, ocen itd. Co więcej, coraz śmielej wkraczają na terytorium zarezerwowane dotąd dla profesjonalistów zawodowo związanych z kulturą książki – tworzą własne wersje swoich ulubionych opowieści (*fanfiction*), współfinansują wydawanie nowych tytułów (*crowdfunding*), ale także podejmują samodzielne inicjatywy wydawnicze (*self-publishing*).

Stworzenie bloga zawierającego informacje o przeczytanych tytułach czy profilu na Instagramie ze zdjęciami okładek pozostaje w zakresie możliwości i kompetencji niemal każdego internauty. Organizacja miejsc sie-

ciowych skoncentrowanych wokół problematyki książki i czytania, które gromadziłyby całe zbiorowości użytkowników zainteresowanych wymianą informacji wpisujących się w kontekst doświadczeń czytelniczych jest sprawą bardziej złożoną (Roszkowski, 2015). Tego typu strefy utożsamiane są obecnie z serwisami społecznościowymi dla „miłośników książek”. Ich funkcjonowanie zależne jest od kompletności zbioru informacji bibliograficznych o książkach, wielkości bazy zarejestrowanych użytkowników oraz zestawu narzędzi przeznaczonych do gromadzenia, publikowania i wymiany informacji o różnym charakterze (mogą to być zarówno dane bibliograficzne, spisy tytułów, jak i recenzje, oceny czy wypowiedzi w dyskusjach o książkach).

Geneza tego typu projektów wiąże się z przyjętym u progu XXI w. społecznościowym kierunkiem rozwoju sieci określanym jako Web 2.0. Pierwsze portale społecznościowe dla czytelników powstały natomiast w latach 2005-2007. Najstarszym z nich jest LibraryThing, który został uruchomiony w sierpniu 2005 r. jako platforma ułatwiająca rejestrowanie książek pochodzących z domowych księgozbiorów. Stąd serwisy tego typu zaliczane są niekiedy do kategorii *social cataloging website* lub *social cataloging application*, która obejmuje zasoby cyfrowe oparte na wspólnym katalogowaniu różnych obiektów gromadzonych przez użytkowników (książek, ale także filmów, muzyki itd.). Kolejny serwis dla czytelników – Shelfari – został uruchomiony w październiku 2006 r. W tym samym roku powstał również portal Goodreads, który w sieci zaczął działać od stycznia 2007 r. Rok wcześniej została uruchomiona platforma Anobii. Choć wszystkie serwisy tego typu przeznaczone są dla czytelników, większość z nich rozwija się w określonym kierunku, co decyduje o specyficznym profilu poszczególnych witryn. LibraryThing umożliwia odnajdywanie czytelników o podobnych doświadczeniach lekturowych, ale wygenerowane przez nich dane pozwalają przede wszystkim na organizację i katalogowanie zbiorów książek posiadanych lub czytanych. Goodreads stanowi z kolei środowisko zapewniające sprawniejsze dokonywanie wyborów lekturowych, zgodnych z zainteresowaniami jego użytkowników. Twórcy Anobii zachęcają do korzystania z serwisu podkreślając możliwość współdzielenia pasji do książek.

Rozwój tego typu serwisów nie pozostaje bez wpływu na jakość i status czytelnictwa w XXI w. Czytanie, które do tej pory było utożsamiane z czynnością raczej samotniczą, zmienia swoje oblicze, ponieważ nawet najbardziej intymne, osobiste refleksje związane z lekturą mogą obecnie zostać upublicznione i stać się częścią jeśli nie zbiorowej świadomości, to z pewnością grupowej dyskusji (Albrechtslund, 2020). Miliony użytkowników serwisów społecznościowych, w ramach których książki są nieustannie opisywane, oceniane i omawiane, mają potencjał, aby zmienić dotychczasowe praktyki czytelnicze w skali globalnej. Rangi i zna-

czenia tych witryn nie sposób jednak rozpatrywać jedynie w kontekście ich wpływu na zwyczaje odbiorców treści piśmienniczych. Serwisy społecznościowe dla czytelników, zakładane początkowo jako indywidualne projekty, wraz ze wzrostem zarówno liczby użytkowników, jak i baz zawierających wytworzone przez nich treści stały się obiektem eksploracji potentatów z branży nowych technologii. Charakterystyczne działania w tym zakresie podjęła firma Amazon w odniesieniu do takich serwisów jak Shelfari czy Goodreads. W kilka miesięcy po uruchomieniu Shelfari Amazon zainwestował w ten serwis znaczne środki finansowe po to, aby w sierpniu 2008 r. przejąć go całkowicie. Kolejnym nabytym przez Amazona serwisem społecznościowym dla czytelników był Goodreads, co miało miejsce w 2013 r. Ostatecznie Amazon ogłosił w styczniu 2016 r. scalenie Shelfari z Goodreads. Chociaż nowe podmioty na rynku książki przejawiają największe zainteresowanie serwisami społecznościowymi, tradycyjne instytucje wydawnicze również podejmują działania na rzecz wykorzystania ich potencjału. W 2014 r. platforma Anobii została sprzedana jednej z największych włoskich firm wydawniczych Arnoldo Mondadori Editore. Ostatecznie jednak Anobii również powiązano z branżą nowych technologii, ponieważ pięć lat później witrynę przejął włoski producent oprogramowania i aplikacji mobilnych firma Ovolab.

Obecnie zatem poszczególne serwisy społecznościowe funkcjonują z jednej strony, jak sprawnie zarządzana machina zaspokajająca określone potrzeby czytelników, z drugiej zaś, są narzędziem wykorzystywanym do generowania zysków firm. W tym drugim przypadku podmioty komercyjne przyciąga atrakcyjny zasób danych, na który składają się generowane przez użytkowników treści i określone działania podejmowane przez nich w ramach usług oferowanych na stronach serwisów. Nie chodzi wyłącznie o recenzje pisane przez samych czytelników, ale w zasadzie o każdą, nawet najprostszą czynność. Wystarczy kliknięcie na skali ocen, oznaczenie książki jako przeczytanej lub pozostawionej do przeczytania na później i na tej podstawie system gromadzi informacje o naszych zwyczajach lekturowych, często po to, aby opierając się na sieci powiązań pomiędzy czytelnikami i ich lekturami oferować indywidualnie dostosowane rekomendacje. System oparty na algorytmach komputerowych tworzących normatywne modele konsumpcji czytelniczej sprawia, że ze względu na swoją skuteczność skłaniają one czytelników do coraz ściślejszego dostosowywania się do stereotypowych wyborów lekturowych. W konsekwencji, jak wskazuje Simone Murray, wielowymiarowość i złożoność gustów czytelniczych może ulec spłaszczeniu i homogenizacji (Murray, 2019). Czytelnicy wraz z każdym kolejnym wyborem tytułu poruszają się w obrębie tego samego kręgu lekturowego, a przecież zwyczaje czytelnicze łączą się również z poszukiwaniem nowych wyzwań i ciekawością perspektyw zarysowanych w innych książkach niż te, które są zazwyczaj czytane.

Murray w swoim artykule wskazuje przykładowe implikacje zwiększającego się wpływu kultury algorytmicznej na współczesne czytelnictwo i świat książek. Postuluje również intensywniejsze włączenie analiz tego typu zjawisk w obszar badań nad kulturą książki w celu lepszego zrozumienia zachodzących w niej obecnie przemian. Podobnie o wykorzystaniu tych świadectw aktywności czytelniczej, które upubliczniane są w postaci recenzji, komentarzy na blogach, wpisów i głosów w dyskusjach w portalach społecznościowych wypowiadał się również Maciej Maryl w swoim projekcie „badań totalnych piśmienności” (Maryl, 2015). Środowiska naukowe humanistów dostrzegają zatem konieczność zintensyfikowania badań nad mediami społecznościowymi, ponieważ wynikająca z nich wiedza staje się niezbędna do poznania i zrozumienia reguł rządzących współczesnym uniwersum książki. Zwiększonemu wykorzystaniu treści wytwarzanych przez czytelników w sieci powinno jednak towarzyszyć rozeznanie dotychczasowego dorobku w tym zakresie.

Tak więc impulsem do przeprowadzenia opisanych w niniejszym artykule badań była chęć odpowiedzi na pytania dotyczące stopnia zainteresowania serwisami społecznościowymi dla czytelników wśród różnych środowisk naukowych oraz skali ich wykorzystywania w badaniach. Do analizy zostały wybrane trzy serwisy – LibraryThing (LT), Goodreads (GR) i Anobii (AN), ze względu na ich popularność, która we wstępnych założeniach projektu powinna znaleźć odzwierciedlenie w piśmiennictwie naukowym. Wysoka pozycja Goodreads w świecie cyfrowym nie budzi wątpliwości, ponieważ serwis ten zajmuje 314 miejsce w rankingu najpopularniejszych stron internetowych na platformie Alexa (dane z listopada 2020 r.). W przypadku pozostałych witryn dodatkowym kryterium wyboru było także ich występowanie w publikacjach naukowych. Inne serwisy cieszące się nawet większym zainteresowaniem wśród czytelników nie spełniały tego kryterium, jak chociażby francuski serwis społecznościowy dla czytelników Babelio, który w wybranych do analizy bazach wystąpił zaledwie w czterech artykułach. Do analizy zostały wykorzystane dane o publikacjach naukowych pochodzące z baz Web of Science oraz Scopus. Podstawą do stworzenia odpowiedniego zbioru danych była kwerenda zrealizowana 25 kwietnia 2020 r. na stronach Web of Science, która uwzględniła trzy wspomniane serwisy społecznościowe dla czytelników. Wyszukiwane były wszystkie teksty (artykuły, fragmenty prac zbiorowych czy materiały z konferencji), opublikowane do 2019 r. włącznie. Uzyskany w ten sposób zbiór 114 prac został następnie porównany z wynikami analogicznego wyszukiwania w bazie Scopus w celu uzupełnienia całości o nowe tytuły, niewystępujące w WoS. W efekcie powstała baza zawierająca zestaw 193 tekstów, z której wyeliminowano jeszcze dziesięć, ponieważ serwisy LibraryThing, Goodreads i Anobii nie występowały w tytułach, słowach kluczowych czy abstraktach (pojawi-

ły się natomiast np. w adresach stron wymienionych w bibliografii), co wskazywało na ich niewielką użyteczność jako materiału badawczego.

Tabela 1

Kryteria i wyniki wyszukiwania publikacji w bazach Web of Science i Scopus

Kryteria wyszukiwania	Liczba publikacji w wynikach wyszukiwania	
	Web of Science	Scopus
Zapytanie: „goodreads or librarything or anobii”	115	208
Filtr: z wyłączeniem roku publikacji 2020	114	200

Źródło: oprac. własne.

PROBLEMATYKA ARTYKUŁÓW

Pierwszym etapem badania było określenie najczęściej powtarzającej się problematyki 183 artykułów występujących w bazie oraz przyporządkowanie poszczególnych prac do jednej z dziesięciu kategorii. Informacje o kontekście, w jakim występowały wybrane do analizy serwisy zostały zaczerpnięte z tytułów artykułów i ich abstraktów.

1. Czytelnicze serwisy społecznościowe i zachowania ich użytkowników

W pierwszej grupie 32 artykułów dominowały zagadnienia dotyczące różnych aspektów funkcjonowania mediów społecznościowych uwzględniające zachowania ich użytkowników. Występujące w nich portale czytelnicze stanowiły dla autorów z jednej strony, przykład realizacji idei Web 2.0, z drugiej – formę integracji sieciowej zorientowanej na książki i czytanie. Celem tych badań było profilowanie czytelników na podstawie ich aktywności i preferencji w zakresie relacji z innymi użytkownikami (skłonność do dołączania do grup) oraz zachowań informacyjnych (tagowanie, recenzowanie, sporządzanie list tytułów itd.) (Worrall, 2019). Badano również konkretne grupy użytkowników serwisów dla czytelników: porównywano zachowania i standardy profesjonalistów (autorów) oraz nieprofesjonalistów (czytelników amatorsko recenzujących książki), a także oceniano wiarygodność użytkowników (Matthews, 2016). Przedmiotem analiz były ponadto struktura i organizacja różnych serwisów, a także możliwości, jakie oferują użytkownikom w zakresie gromadzenia i wymiany informacji czy budowania i utrzymywania więzi społecznych. Innym charakterystycznym przedmiotem badań w tej grupie tekstów był repertuar czytelniczy użytkowników portali społecznościowych. W artykułach prezentowane były zatem analizy tytułów widocznych na wirtualnych półkach czytelników przeprowadzane w celu ustalenia me-

chanizmów kształtowania się preferencji lekturowych, a także wytypowania książek, które cieszyły się największą popularnością. Zakładanym efektem tych badań miało być ustalenie współczesnych wzorców czytania oraz określenie zmian zachodzących pod wpływem mediów społecznościowych w praktykach i zwyczajach czytelniczych (Thelwall, 2019).

2. Recepcja literatury i narracji transmedialnej

Z zagadnieniami czytelniczymi łączyła się również grupa siedmiu artykułów z zakresu literaturoznawstwa dotycząca recepcji literatury i narracji transmedialnej. W odniesieniu do konkretnych autorów, tytułów czy gatunków literackich analizowane były recenzje, komentarze i listy rankingowe książek. Serwisy społecznościowe dla czytelników stanowiły albo jedyne źródło danych, albo jedno z wielu (obok recenzji w czasopismach i gazetach) (Viro, 2019).

3. Znakowanie społecznościowe (folksonomia)

W osobnej grupie artykułów uwzględniono wyniki badań skupionych wokół charakterystycznych dla serwisów społecznościowych form aktywności czytelników (tagowanie, recenzowanie, dyskusje itd.). Największa liczba z nich (40) została poświęcona problematyce folksonomii. Tagi zamieszczane w portalach czytelniczych były analizowane jako reprezentacja języka danej społeczności, a także forma wypowiedzi odzwierciedlająca światopogląd i/lub przekonania poszczególnych jej członków, w zakresie takich problemów, jak np. cenzura czy mniejszości etniczne i seksualne. Badania nad funkcjonalnością tagów objęły znaczniki zarówno książek, jak i innych produktów medialnych (filmów i zdjęć) (Desrochers et al., 2016). Ponad połowa artykułów obejmowała jednak analizy porównawcze tagów i formalnych systemów klasyfikacji piśmiennictwa, poszerzone w wielu przypadkach o refleksję na temat zasadności wykorzystania znaczników społecznościowych w katalogach bibliotecznych (Voorbij, 2012). Podstawą analizy jakości tagów było najczęściej porównanie znaczników charakteryzujących wybrane pozycje książkowe pochodzące z LibraryThing z odpowiednimi hasłami występującymi w Library of Congress Subject Headings lub określonym katalogu bibliotecznym. Badania wykazały, że tagi stanowią dodatkowe wsparcie narzędzi wyszukiwawczych dla użytkownika i zapewniają poprawę dostępności księgozbiorów, jednak w kontekście przyszłości katalogów bibliotecznych autorzy tych opracowań byli zgodni, że znaczniki społecznościowe nie są w stanie zastąpić słowników kontrolowanych (Vaidya & Harinarayana, 2016).

4. Serwisy dla czytelników a usługi biblioteczne

Zestaw artykułów uwzględniających problematykę folksonomii odnosił się również w dużym stopniu do praktyki bibliotecznej. W dziesięciu innych tekstach dotyczących funkcjonowania współczesnych placówek bibliotecznych analizowano z kolei możliwości wykorzystania mechanizmów przepływu informacji i wiedzy z portali społecznościowych w aktywizacji użytkowników bibliotek, a także w celach promocyjnych i w realizacji innych, w tym mobilnych, usług bibliotecznych (Richards & Sen, 2013).

5. Maszynowe i językowe analizy recenzji książek

Obok tagów, innym charakterystycznym elementem serwisów LibraryThing, Goodreads i Anobii, stanowiącym przedmiot zainteresowania autorów dziesięciu artykułów były recenzje. W serwisach społecznościowych dla czytelników występują ich zbiory liczące dziesiątki milionów jednostek i w zasadzie jedyną możliwością, aby w pełni wykorzystać ten potencjał w badaniach jest przetwarzanie komputerowe. W zestawieniu znalazły się zatem artykuły z zakresu informatyki, których autorzy zaprezentowali wyniki badań nad rozwojem algorytmów analizy recenzji książek w kontekście uczenia maszynowego, przetwarzania emocjonalnego i sztucznej inteligencji (Kaur, 2018). Z kolei badania nad cechami językowymi recenzji, miały na celu zrozumienie, w jaki sposób i za pomocą jakich środków czytelnicy wyrażają swoje doświadczenia lekturowe i związane z nimi emocje, oceny i opinie.

6. Mechanizmy wyszukiwania tytułów książek

Kolejny zestaw 26 artykułów wiązał się z problematyką rozwoju narzędzi zapewniających dostęp do poszukiwanych książek. Usprawnienia mechanizmów wyszukiwania tytułów prezentowane w artykułach z zakresu informatyki uwzględniały niejednoznaczność języka naturalnego i wiązały się z analizami zachowań informacyjnych użytkowników portali społecznościowych. Najważniejszym elementem tych badań było jednak wykorzystanie metadanych społecznościowych w systemach wyszukiwania książek i ich organizacji. Konkretnie analizy dotyczyły projektowania skuteczniejszych wyszukiwarek uwzględniających specyfikę indeksowanych zasobów oraz zróżnicowanie potrzeb informacyjnych użytkowników poszczególnych witryn. Badania tego typu na gruncie informatycznym realizowane były przede wszystkim w ramach obszaru tematycznego funkcjonującego pod nazwą Social Book Search (Kumar et al., 2017). Oprócz skuteczności wyszukiwarek analizowana była również jakość innych narzędzi wyszukiwawczych dostępnych na stronach portali czytelniczych (np. kolekcji tematycznych). Tego typu badania często łączyły się również z analizą skuteczności różnych systemów rekomendacji.

7. Systemy rekomendacji

Grupa 22 artykułów z zakresu informatyki dotyczyła wyłącznie systemów rekomendacji. Wykorzystywane w serwisach społecznościowych, zapewniają prosty sposób dotarcia do tytułów książek poszukiwanych przez użytkowników. Z kolei na stronach księgarń internetowych pozostają narzędziem zapewniającym klientom dostęp do szerokiej oferty asortymentowej dostosowanej do ich potrzeb. Systemy polecające książki do przeczytania czy zakupu oparte są przede wszystkim na mechanizmach filtrowania grupowego (*collaborative filtering*), które łączy użytkowników wspólnymi tytułami wykorzystując preferencje w danej grupie. Badania nad rozwojem systemów rekomendacji zawarte w tym zestawie tekstów uwzględniały wykorzystanie w nich grafów wiedzy oraz mechanizmów sztucznej inteligencji. Prowadzone były ponadto w kierunku oparcia tych systemów w większym stopniu na indywidualnych preferencjach lekturowych oraz interakcjach społecznych zachodzących w danej grupie czytelników (Cho & Han, 2019).

8. Mierniki wpływu książek naukowych

Dane pochodzące z portali społecznościowych były również rozpatrywane w siedmiu artykułach jako wskaźniki umożliwiające określanie wpływu książek naukowych obok takich tradycyjnych mierników jak cytowania czy recenzje naukowe. Ranga i użyteczność wskaźników altmetrycznych badana była za pomocą analiz porównawczych dokonywanych dla tych samych tytułów książek z uwzględnieniem ich wskaźników cytowań w naukowych bazach danych (np. Scopus), obecności w katalogach (np. WorldCat) i występowania w portalach społecznościowych (np. Goodreads) (Zuccala et al., 2015). Badania tego typu wykazały charakterystyczne zróżnicowanie w określaniu wpływu książki naukowej, które wynikało z zastosowanych mierników. Tradycyjne wskaźniki bibliometryczne (cytowania, recenzje naukowe) odzwierciedlają akademicki wpływ publikacji naukowych, podczas gdy recenzje czytelników, ale także oceny wystawiane poszczególnym tytułom i związane z nimi miejsca w rankingach książek – ich wpływ społeczny dostrzegalny również poza środowiskiem naukowym.

9. Współczesny rynek książki

Kolejnym, podjętym w 12 artykułach, tematem był współczesny rynek książki. Badano wpływ portali społecznościowych i ich powiązań z firmami komercyjnymi na konsumpcję książek i rynek wydawniczy. Analizowano zależności pomiędzy bieżącą produkcją wydawniczą a obecnością określonych produktów kulturalnych w księgarniach internetowych i w portalach czytelniczych (Maity et al., 2017). Serwisem, który pojawił się najczęściej w tej grupie tekstów, był Goodreads, zestawiany najczęściej

z firmą Amazon. Dane pochodzące z portali czytelniczych zostały wykorzystane ponadto do badań nad recepcją wydawniczą w kontekście globalnego obiegu książki oraz analiz porównawczych oferty wydawniczej poszczególnych oficyn.

10. Inne zagadnienia

W ramach ostatniej grupy 17 artykułów znalazły się pojedyncze opracowania zróżnicowanych pod względem tematycznym zagadnień z zakresu socjologii, filozofii, informatyki itp., których autorzy wymienili serwisy społecznościowe dla czytelników lub powoływali się na dane z nich pochodzące. Przykładowe tematy tych prac uwzględniały problematykę światopoglądu i przekonań religijnych czy zagadnienia związane z systemami klasyfikacji i identyfikacji różnych obiektów występujących w środowisku cyfrowym.

Największy odsetek (21,8%) wszystkich zanalizowanych 183 artykułów stanowiły prace dotyczące znakowania społecznościowego (folksonomii). Kolejny często pojawiający się zestaw tematów mieścił się w zakresie problematyki czytelniczych serwisów społecznościowych i zachowania ich użytkowników (17,4%). W sporej grupie artykułów uwzględnione zostały również zagadnienia mechanizmów wyszukiwania książek (14,2%) i systemów rekomendacji (12%). Badania współczesnego rynku książki były tematem 6,5% artykułów. Po 5,4% prac dotyczyło przydatności serwisów w kontekście usprawniania usług bibliotecznych, a także maszynowych i językowych analiz recenzji książek. Identyczny był również rozkład artykułów (po 3,8%) uwzględniający problematykę mierników altmetrycznych pozwalających na określanie wpływu książek naukowych oraz zagadnień związanych z recepcją literatury czy narracji transmedialnej. Inne różne zagadnienia pojawiły się w 9,2% tekstów.

PROFILE CZASOPISM I PRAC ZBIOROWYCH

Określanie profilów czasopism czy prac zbiorowych, w których ukazały się analizowane artykuły, było utrudnione ze względu na problematyczny system ich kategoryzacji stosowany w wybranych do analizy bazach piśmiennictwa naukowego, o czym napisali już Barbara Sosińska-Kalata (Sosińska-Kalata, 2013) i Zbigniew Osiński (Osiński, 2019). Dodatkową trudność stanowił fakt, że niekiedy ujęcie tematu w konkretnych artykułach nie pokrywało się z profilem czasopisma. Pomimo tych zastrzeżeń, ze względu na potrzebę wskazania dyscyplin, w ramach których badane są serwisy społecznościowe dla czytelników, skorzystałam z kategorii występujących w Web of Science i Scopus.

Analiza wykazała, że największa liczba artykułów (78) została opublikowana w czasopismach należących do kategorii Computer Science. W wydawnictwach informatycznych ukazywały się teksty dotyczące, przede wszystkim, mechanizmów wyszukiwania książek (25), systemów rekomendacji (19), serwisów społecznościowych i ich użytkowników (14). Pojedyncze teksty pojawiły się także w kilku innych grupach tematycznych. W kolejnym zbiorze znalazło się 59 artykułów opublikowanych w czasopismach z zakresu Information Science & Library Science (w bazie Scopus występującej pod nazwą Library and Information Sciences). Ich autorzy najczęściej podejmowali problematykę folksonomii (30), ale wiele artykułów z tych czasopism było również poświęconych badaniom serwisów społecznościowych w kontekście praktyk czytelniczych (12) oraz możliwości ich wykorzystania w działalności bibliotecznej (10). Osobną grupę stanowiło 15 artykułów, które ukazały się w czasopismach oznaczonych zarówno Computer Science, jak i Information Science & Library Science, w której znalazło się siedem artykułów na temat folksonomii i pięć artykułów dotyczących mierników wpływu książek naukowych. Charakterystyczny był ponadto zbiór dziesięciu artykułów z czasopism oznaczonych Literature i/lub Linguistics, które w sześciu przypadkach dotyczyły recepcji literatury. Wydawnictwa z zakresu Social Sciences były reprezentowane przez sześć artykułów z różnych grup tematycznych. Kilka artykułów pochodziło również z czasopism przypisanych do kategorii Communication (trzy artykuły na temat serwisów społecznościowych i ich użytkowników oraz dwa dotyczące współczesnego rynku książki) i Business (trzy artykuły z zakresu współczesny rynek książki i jeden odnoszący się do rekomendacji). Pozostałe kategorie czasopism pojawiły się sporadycznie. Ogółem procentowy udział artykułów z czasopism o określonym profilu prezentował się następująco: Computer Science 42,6%, Information Science & Library Science 32,2%, CS/IS&LS 8,1%, Literature i/lub Linguistics 5,4%, Social Sciences 3,2%, Communication 2,7%, Business 2,1% oraz inne kategorie czasopism 3,2%.

FREKWENCJA SERWISÓW W POSZCZEGÓLNYCH GRUPACH TEMATYCZNYCH

Serwisy Goodreads, LibraryThing i Anobii były wymieniane w artykułach wspólnie lub występowały pojedynczo, więc podane w dalszej części pracy wartości nie są zgodne z liczbą artykułów w określonych obszarach problemowych. Goodreads pojawił się we wszystkich grupach tematycznych, ale w zbiorze mierniki wpływu książek naukowych wystąpił siedem razy jako jedyny serwis. W przypadku artykułów dotyczących współczesnego rynku książki Goodreads został wymieniony 11 razy, na-

tomiast dwa pozostałe serwisy zaledwie jeden raz. Podobną dominację Goodreads można było zauważyć w odniesieniu do artykułów z zakresu analizy recenzji książek (GR 8, AN 1) i recepcji literatury (GR 7, LT 1). Serwis LibraryThing był natomiast zdecydowanie najczęściej wspominany w grupie 37 tekstów poświęconych znakowaniu społecznościowemu (folksonomii), chociaż pojawiły się cztery wskazania serwisu Goodreads. Wśród autorów artykułów dotyczących mechanizmów wyszukiwania książek podobnie preferowany był serwis LibraryThing (23), jednak wymienione zostały również pozostałe serwisy (GR 4, AN 2). Równomiernie zostały rozłożone wskazania poszczególnych serwisów w ramach grupy zawierającej artykuły dotyczące systemów rekomendacji (GR 11, LT 11). W pozostałych grupach dominowały odwołania do Goodreads lub LibraryThing: czytelnicze serwisy społecznościowe i zachowania ich użytkowników (GR 17, LT 12, AN 8), serwisy dla czytelników w kontekście usprawniania usług bibliotecznych (LT 8, GR 2, AN 1), inne artykuły (GR 10, LT 7).

ROK PUBLIKACJI

Pierwszy występujący w bazie artykuł ukazał się w 2006 r. i został zakwalifikowany do grupy czytelnicze serwisy społecznościowe i zachowania ich użytkowników. Artykuły dotyczące tej problematyki były publikowane regularnie każdego roku, natomiast najwięcej (sześć) pojawiło się ich w 2017 r. Kolejne teksty, które ukazały się w 2007 r., dotyczyły, oprócz problematyki serwisów i czytelników, również zagadnień folksonomii oraz wykorzystania serwisów społecznościowych w działalności bibliotecznej. Przy czym prace z tej ostatniej grupy tematycznej były publikowane przede wszystkim w latach 2007-2013, a następnie pojawiły się dopiero w 2019 r. Z kolei opracowania dotyczące znaczników społecznościowych (tagów) ukazywały się w latach 2007-2019 z wyjątkiem roku 2017 (natomiast w 2018 r. pojawiło się ich sześć). Trzeba jednak przyznać, że popularność tej problematyki maleje: w 2009 r. opublikowano dziewięć artykułów, cztery w latach 2010-2012 a w 2019 r. tylko dwa. Wzrasta natomiast zainteresowanie systemami rekomendacji: w latach 2010-2018 publikowano rokrocznie od jednego do trzech artykułów na ten temat, w 2019 r. ukazało się ich dziesięć. Artykuły dotyczące rynku książki ukazywały się nieregularnie, chociaż z tendencją wzrostową (od jednego w 2011 r. do czterech w 2019 r.). Artykuły z zakresu mechanizmów wyszukiwania książek publikowano w latach 2012-2018 a najwięcej (pięć) było ich w 2017 r. W odniesieniu do pozostałych grup tematycznych artykuły ukazywały się od 2015 r. (mierniki wpływu książek naukowych, analizy recenzji książek) oraz od 2016 r. (recepcja literatury) w liczbie 1-3 opracowań

rocznie. W tym samym roku ogólnie opublikowano 20 artykułów i ich liczba systematycznie rosła do 29 w 2019 r., co wskazuje na coraz większe zainteresowanie badaczy problematyką serwisów społecznościowych dla czytelników.

W zakresie występowania poszczególnych serwisów w artykułach naukowych w ujęciu czasowym LibraryThing pojawia się w każdym roku (począwszy od 2006), chociaż najwięcej wystąpień tego serwisu (14) odnotowano w 2012 r. Ogólnie LT wystąpił w 100 publikacjach. Goodreads był wzmiankowany w 2008 r., a od 2011 r. pojawia się w artykułach publikowanych każdego roku i ich liczba stale rośnie (w 2019 r. było ich 24, co w sumie daje liczbę 81 publikacji zawierających odniesienie do GR). Serwis Anobii pojawiał się nieregularnie od 2009 r. w liczbie jednego lub dwóch wskazań rocznie i w efekcie wystąpił w 13 artykułach.

WYKORZYSTANIE DANYCH Z SERWISÓW DO BADAŃ

Występowanie LibraryThing, Goodreads czy Anobii w poszczególnych artykułach nie musiało oznaczać, że ich autorzy za każdym razem wykorzystali dane pochodzące z tych serwisów jako materiał badawczy. Na kolejnym etapie analizy abstrakty wszystkich artykułów zostały zatem zweryfikowane pod względem wspomnianej w nich ekstrakcji danych do badań. W efekcie okazało się, że w stosunku do ogólnej liczby artykułów w bazie publikacje, w których opisano badania oparte na analizie danych z LT, GR i AN stanowiły 77,5% wszystkich tekstów. Autorzy 40 artykułów wskazali ogólne wykorzystanie danych dostępnych na jednym, dwóch lub trzech serwisach. W kolejnej grupie opracowań pojawiły się informacje o wykorzystywaniu do badań takich treści generowanych przez czytelników, jak tagi (39) i recenzje (31). Pozostałe dane pochodzące z serwisów społecznościowych (oceny tytułów, wypowiedzi użytkowników w dyskusjach, półki z książkami itp.) wystąpiły w sumie w 43 artykułach. Ogólnie autorzy w tytułach i abstraktach artykułów 153 razy wskazali różne elementy serwisów społecznościowych, z których korzystali w badaniach. Ich wyniki zostały opublikowane w 142 tekstach, ponieważ autorzy wymieniali niekiedy różne elementy czytelniczych serwisów społecznościowych (np. zarówno recenzje, jak i oceny czy tagi i dane o czytelnikach).

Kolejny etap analizy uwzględniał zweryfikowanie wykorzystanych w badaniach danych pod kątem grup tematycznych oraz rodzaju serwisu. Znaczniki społeczne (tagi) pojawiły się w tytułach i abstraktach 45 artykułów, ale po wyeliminowaniu tych tekstów, w których nie było wzmianki o ich wykorzystaniu do konkretnych badań pozostało ich 39. Wśród nich odnotowano publikacje przede wszystkim z zakresu folksonomii (33), ale także od jednego do trzech wystąpień w innych grupach

tematycznych (czytelnicze serwisy społecznościowe i ich użytkownicy, systemy rekomendacji oraz mechanizmy wyszukiwania książek). Tagi były najczęściej pobierane z serwisu LibraryThing, który został wskazany przez autorów 36 artykułów. Pojawiły się również cztery wystąpienia Goodreads jako źródła tagów, jednak trzeba zastrzec w tym miejscu, że w przypadku tego serwisu tagowanie utożsamiane jest z przypisywaniem etykiet półkom z książkami, którymi dysponują użytkownicy na swoich profilach (Desrochers et al., 2016).

Charakterystycznym elementem serwisów społecznościowych dla czytelników, wykorzystywanym jako materiał badawczy, były również recenzje, które zostały wymienione przez autorów 31 artykułów i występowały w większej liczbie obszarów tematycznych. Oprócz dziesięciu prac z kategorii maszynowych i językowych analiz recenzji, ta forma wypowiedzi czytelników o przeczytanych książkach pojawiła się również co najmniej w trzech artykułach z zakresu: czytelnicze serwisy społecznościowe i ich użytkownicy (7), recepcja literatury i współczesny rynek książki (po 4), mierniki wpływu książek naukowych (3). Recenzje najczęściej były importowane z serwisu Goodreads (25 wystąpień), ale cztery razy wymieniono również LibraryThing i trzy razy Anobii.

Ponadto w 20 artykułach analizowane były dane o użytkownikach portali czytelniczych. Badano liczbę i płeć czytelników, ich przynależność do grup formowanych na portalach, a także relacje z innymi użytkownikami. Pod uwagę brane były również określone tytuły książek zarejestrowanych w portalach czytelniczych, a także zawartość dostępnych publicznie półek z książkami. Dane dotyczące czytelników, poza kategorią czytelnicze serwisy społecznościowe i ich użytkownicy (8 wskazań), wykorzystano w publikacjach z zakresu mechanizmów wyszukiwania książek i systemów rekomendacji (po 6). Źródłem danych o czytelnikach i książkach najczęściej był serwis LibraryThing (9), a także Anobii (7) i Goodreads (4). Z kolei w 13 artykułach wykorzystano analizy wypowiedzi czytelników zawarte w komentarzach, dyskusjach i forach. Uwzględnili je przede wszystkim autorzy publikacji z zakresu mechanizmów wyszukiwania książek (6), a także czytelniczych serwisów społecznościowych i ich użytkowników (3) oraz w pojedynczych przypadkach autorzy prac z zakresu recepcji literatury, systemów rekomendacji i innych zagadnień. Wykorzystane dane pochodziły zarówno z serwisu LibraryThing (8), jak i Goodreads (6). Oceny wystawiane tytułom książek przez czytelników pojawiły się w dziesięciu artykułach z zakresu czytelniczych serwisów społecznościowych i ich użytkowników (4), altmetrycznych mierników publikacji naukowych (3) i współczesnego rynku książki (2). Oceny pobierano przede wszystkim z serwisu Goodreads.

Autorzy 40 artykułów podali w abstraktach jedynie informację, że w badaniach korzystano z danych, treści i/lub statystyk pochodzących

z LibraryThing, Goodreads lub Anobii. W tym zestawie pojawiło się po 13 opracowań z zakresu zarówno systemów rekomendacji, jak i wyszukiwania książek oraz sześć artykułów z obszaru serwisów społecznościowych i ich użytkowników. Pozostałe 8 tekstów było rozproszonych w innych grupach tematycznych. Do ekstrakcji danych wykorzystano LibraryThing (22), Goodreads (21) i Anobii (1).

Ogółem najczęściej korzystano z danych pochodzących z czytelnich serwisów społecznościowych w badaniach z zakresu folksonomii (33), serwisów społecznościowych i ich użytkowników (31), mechanizmów wyszukiwania książek (26), systemów rekomendacji (22), analiz recenzji książek (11), współczesnego rynku książki (7), mierników książki naukowej (6), recepcji literatury (6), bibliotek (2) i innych (9). Sumaryczna analiza wykorzystania poszczególnych serwisów wskazała na większą liczbę wystąpień LibraryThing (80) w stosunku do Goodreads (70). Portal Anobii ogólnie był źródłem danych do badań w 11 artykułach. Przy konkretnym wskazaniu tego elementu serwisu, który stanowił podstawę przeprowadzonych badań LibraryThing był najczęściej wykorzystywany do pobierania tagów (36), natomiast Goodreads do recenzji (25) i ocen książek (10). Z kolei serwis Anobii służył najczęściej jako źródło wiedzy o czytelnikach (7).

W odniesieniu do czasowego rozkładu artykułów opartych na danych z LibraryThing, Goodreads i Anobii z każdego roku zostały zliczone pojedyncze wystąpienia określonego serwisu, bez względu na to, czy został on wykorzystany jedynie do pobrania recenzji czy też do pobrania recenzji i ocen. Serwis LibraryThing był zatem wykorzystywany do ekstrakcji danych od 2007 r. i najwięcej artykułów (9) pojawiło się w 2012 r. Od 2015 r. było ich 6 lub 7 w każdym roku. Goodreads był wykorzystywany do pobierania danych od 2012 r. i liczba artykułów opartych na danych z tego serwisu rosła – w 2019 r. było ich 21. Anobii występował jako źródło danych nieregularnie od 2009 do 2018 r., w liczbie 1 lub 2 artykułów rocznie.

PODSUMOWANIE

Zebrany materiał pozwolił stwierdzić, że zainteresowanie serwisami społecznościowymi dla czytelników w środowisku naukowym jest spore, chociaż trudno mówić w tym przypadku o tak intensywnej eksploracji, jaka występuje w odniesieniu do innych mediów społecznościowych. Dla porównania – najprostsze wyszukiwanie (zrealizowane 6 grudnia 2020 r.) w Web of Science i dokonane na podstawie zapytania „Goodreads” przynosi efekt w postaci listy 74 artykułów, natomiast wpisanie jako kryterium wyszukiwawczego słowa „Facebook” ujawnia 23 856 tekstów w wy-

nikach. Nawet w odniesieniu do analogicznych platform poświęconych innym mediom rezultaty są większe (baza filmów IMDb – 442 artykułów w wynikach wyszukiwania; serwis muzyczny Last.fm – 207 artykułów). Opracowana baza, zawierająca artykuły naukowe odnoszące się do trzech wytypowanych witryn, pozwoliła jednak na ogólną charakterystykę tych obszarów badawczych, w których pod uwagę brane były serwisy społecznościowe dla czytelników. W wyniku przeprowadzonej analizy okazało się, że ponad 90% wszystkich tekstów dotyczyło nie tylko problematyki mediów społecznościowych, ale także zagadnień kultury piśmienniczej oraz stosowanych w środowisku cyfrowym metod i narzędzi wyszukiwania, rekomendowania, klasyfikowania czy opiniowania książek. W szerszym kontekście analizowane w artykułach problemy były wykorzystywane do rozwijania zasobów wiedzy w takich obszarach badawczych jak: czytelnictwo, nowe media, rynek książki, bibliotekarstwo, bibliometria, literaturoznawstwo i językoznawstwo. Warto w tym miejscu podkreślić jednak, że znaczna liczba tekstów była poświęcona wyłącznie rozwijaniu algorytmów komputerowych wykorzystywanych w strukturach serwisów społecznościowych dla czytelników, z czym wiązał się pokaźny udział opracowań z zakresu informatyki w zbiorze wszystkich artykułów.

W odniesieniu do wykorzystania danych z portali czytelniczych wyniki analizy były w wielu przypadkach zgodne z przewidywaniami, jak np. posługiwanie się LibraryThing do ekstrakcji tagów czy Goodreads do pobierania recenzji. Badanie umożliwiło jednak określenie innych prawidłowości, związanych ze zmianami w zakresie częstotliwości wykorzystania poszczególnych serwisów czy popularności tematów realizowanych w oparciu o analizy pochodzących z nich danych. Znamienne wydaje się w tym przypadku zredukowanie liczby badań folksonomii w kontekście ewolucji tradycyjnych systemów klasyfikacji piśmiennictwa i katalogów bibliotecznych na rzecz większego zainteresowania wykorzystaniem danych generowanych przez czytelników serwisów społecznościowych w analizach systemów rekomendacji czy ewaluacji książek naukowych. Wzrasta również liczba opracowań, których autorzy sięgają do tych źródeł, aby charakteryzować współczesny rynek książki.

BIBLIOGRAFIA

- Albrechtslund, Anne-Mette Bech (2020). Amazon, Kindle, and Goodreads: implications for literary consumption in the digital age. *Consumption Markets & Culture*, vol. 23, no. 6, pp. 553-568.
- Cho, Erin; Han, Meng (2019). AI Powered Book Recommendation System. W: *Proceedings of the 2019 ACM Southeast Conference (ACM SE '19)*. New York, NY: Association for Computing Machinery, pp. 230-232.
- Desrochers, Nadine; Laplante, Audrey; Martin, Kim; Quan-Haase, Anabel; Spi-

- teri, Louise (2016). Illusions of a "Bond": tagging cultural products across online platforms. *Journal of Documentation*, vol. 72, no. 6, pp. 1027-1051.
- Gołębiewski, Łukasz (2012). *Gdzie jest czytelnik?* Warszawa: Biblioteka Analiz.
- Kaur, Vipin Deep (2018). Sentimental Analysis of Book Reviews using Unsupervised Semantic Orientation and Supervised Machine Learning Approaches. W: *Proceedings of the Second International Conference on Green Computing and Internet of Things (ICGCIoT 2018)*. New York, pp. 519-524.
- Kumar, Ritesh; Bhanodai, Guggila; Pamula, Rajendra (2017), Social Book Search: Reranking based on Document and query expansion with keyword Filtering. W: *2017 4th International Conference on Advanced Computing and Communication Systems (ICACCS)*, Coimbatore, pp. 1-5.
- Maity, Suman Kalyan; Panigrahi, Abhishek; Mukherjee, Animesh (2017), Book Reading Behavior on Goodreads Can Predict the Amazon Best Sellers. W: *Proceedings of the 2017 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2017 (ASONAM '17)*. New York, NY: Association for Computing Machinery, pp. 451-454.
- Maryl, Maciej (2015). Kulturowa piśmienność: projekt badań totalnych kultury literackiej. *Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja*, nr 3, s. 9-29.
- Matthews, Jolie C. (2016). Professionals and Nonprofessionals on Goodreads: Behavior Standards for Authors, Reviewers, and Readers. *New Media & Society*, vol. 18, no. 10, pp. 2305-2322.
- Murray, Simone (2019). Secret agents: Algorithmic culture, Goodreads and datafication of the contemporary book world. *European Journal of Cultural Studies* [online], December [dostęp: 6.12.2020]. Dostępny w WWW: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1367549419886026>>.
- Osiński, Zbigniew (2019). The Usefulness of Data from Web of Science and Scopus Databases for Analyzing the State of a Scientific Discipline. The Case of Library and Information Science. *Zagadnienia Informacji Naukowej – Studia Informacyjne*, vol. 57, nr 2A, s. 94-106.
- Richards, Anna; Sen, Barbara (2013). An investigation into the viability of LibraryThing for promotional and user engagement purposes in libraries. *Library Hi Tech*, vol. 31, no. 3, pp. 493-519.
- Roszkowski, Marcin (2015). Wykorzystanie technologii informacyjnych do gromadzenia i analizy danych ze społecznościowego serwisu Lubimy Czytać. W: *LaTeI – z badań nad wykorzystaniem technologii informacyjnych w bibliologii i informatologii*. Pod red. G. Gmitterka, M. Ochmańskiego, M. Roszkowskiego. Warszawa: Wydaw. SBP, s. 145-173.
- Sosińska-Kalata, Barbara (2013). Obszary badań współczesnej informatologii (nauki o informacji). *Zagadnienia Informacji Naukowej – Studia Informacyjne*, vol. 51, nr 2, s. 9-41.
- Thelwall, Mike (2019). Reader and author gender and genre in Goodreads. *Journal of Librarianship & Information Science*, vol. 51 no. 2, pp. 403-430.
- Vaidya, Praveenkumar; Harinarayana, N. S. (2016). The Comparative and Analytical Study of LibraryThing Tags with Library of Congress Subject Headings. *Knowledge Organization*, vol. 43, no. 1, pp. 35-43.
- Viro, Alvaro Ceballos (2019). The Empirical Reception of Benito Perez Galdos in „Goodreads”. *Anales Galdosianos*, vol. 54, no. 1, pp. 31-48.

- Voorbij, Henk (2012). The value of LibraryThing tags for academic libraries. *Online Information Review*, vol. 36, no. 2, pp. 196-217.
- Worrall, Adam (2019). „Connections above and beyond”: Information, translation, and community boundaries in LibraryThing and Goodreads. *Journal of the Association for Information Science & Technology*, vol. 70, no. 7, pp. 742-753.
- Zuccala, Alesia A.; Verleysen, Frederik T.; Cornacchia, Roberto; Engels, Tim C. E. (2015), Altmetrics for the humanities: Comparing Goodreads reader ratings with citations to history books. *Aslib Journal of Information Management*, vol. 67, no. 3, pp. 320-336.

Artykuł w wersji poprawionej wpłynął do Redakcji 31 stycznia 2021 r.

MAŁGORZATA GÓRALSKA
Institute of Information and Library Studies
Wrocław University
e-mail: malgorzata.goralska@uwr.edu.pl
ORCID 0000-0002-2376-4404

THE USE OF DATA FROM LIBRARYTHING, GOODREADS AND ANOBII SOCIAL NETWORKING SERVICES FOR RESEARCH PURPOSES IN THE YEARS 2006-2019

KEYWORDS: Social media. LibraryThing. Goodreads. Anobii. Bibliometric analysis.

ABSTRACT: **Thesis** – ICT tools enabled the development of social media for readers – special websites to share readership experience. Such websites not only allow readers to integrate and share information on books, but they also become an important source of data on contemporary reading practice and behavior. **Objective** – The aim of this research was to specify the level of researchers’ interest in social media addressed to readers and indicate which elements of those media are most often used as source materials. **Research methods** – The research was based on the content of the database including articles collected from Web of Science and Scopus databases (published in the years 2007-2019) focused on three social media websites, that is LibraryThing, Goodreads and Anobii. The data in question were analyzed with bibliometric tools. **Results/Conclusions** – The results of the research revealed the increase in the number of papers discussing portals addressed to the readers or analyzing the content of such portals. Most of these papers were published in IT and LIS journals. With regard to the topics the author discovered a decreasing interest in folksonomies and dynamically growing number of articles on recommendation systems. The source materials used in research were usually tags and reviews but also other elements of websites were taken into consideration (user bios and quotes, individual book shelf content, title scores, etc.) Data were more frequently extracted from LibraryThing although Goodreads were mentioned three times more often in the papers published in the last year of the analyzed period.