

Magdalena LISIECKA-CZOP

Uniwersytet Szczeciński

„Super słownik, polecam!!!” Słowniki dwujęzyczne i ich użytkownicy w świetle recenzji konsumenckich na portalach internetowych

Abstract:

“Great dictionary, totally recommend!!!” Bilingual dictionaries and their users in the context of online consumer reviews.

Online customer reviews allow the users to share their opinion on a product with other shoppers. They express either satisfaction or dissatisfaction with the item as well as its strong and weak features. Henceforth the reviews are a valuable source of information about the community and its expectations. I have used the reviews of German-Polish and Polish-German dictionaries from online bookshops to investigate the information conveyed in the dictionaries as well as their structure and functions. Who are the users of bilingual dictionaries and what are their expectations? Which lexicographic aspects are important to them, which less so? How do the investigated dictionaries fulfil the expectations of their users?

Wstęp

Wraz z rozwojem zjawiska Web 2.0 w sieci, użytkownicy Internetu stali się pełnoprawnymi uczestnikami i twórcami treści serwisów sieciowych. Trend ten dotyczy zarówno serwisów społecznościowych, blogosfery jak i portali internetowych, na których kupujący mogą wyrazić swoje zdanie o recenzowanym obiekcie czy zjawisku oraz wymieniać opinie z innymi użytkownikami.

Rozwój handlu w Internecie sprzyjał wykształceniu się nowego rodzaju tekstu – recenzji konsumenckiej – która z jednej strony wskazuje na mocne czy słabe strony produktu lub danego sklepu internetowego, a z drugiej może stanowić cenne źródło informacji na temat grupy użytkowników i ich oczekiwań.

Na przykładzie opinii o słownikach bilingwalnych polsko-niemieckich i niemiecko-polskich, publikowanych na portalach księgarni internetowych i portalach czytelniczych, badam, jakie informacje zawierają tego typu teksty, jaką mają strukturę i funkcje. Ponadto celem niniejszego artykułu jest odpowiedź na pytanie, kim są i czego oczekują użytkownicy od słowników dwujęzycznych, do jakich cech leksyko-graficznych przywiązują większą, a do jakich mniejszą wagę i w jakim stopniu omawiane słowniki spełniają oczekiwania ich odbiorców?

1. Badania metaleksyko-graficzne nad użytkownikami słowników

Chociaż pierwsze prace poświęcone korzystaniu ze słowników i ich użytkownikom

sporadycznie pojawiały się w latach 70-tych i 80-tych XX wieku¹, to jednak dopiero ostatnie dwie dekady przyniosły przesunięcie paradygmatu badawczego w metaleksykografii w kierunku antropocentrycznym – od słowników jako takich, w stronę aspektów związanych z motywacją do korzystania ze słownika, kompetencją leksykograficzną użytkowników i sytuacjami, w których sięgają oni po słowniki.

Kompleksowy model Herberta Ernsta Wieganda (1998) rozpatruje korzystanie ze słowników w kontekście teorii działania (niem. *Handlungstheorie*). Wiegand dyskutuje m.in. przyczyny i cele działania w odniesieniu do użytkowania słowników, typowe i nietypowe sytuacje korzystania ze słownika, określa poszczególne typy użytkowników, jak również proponuje metody badawcze, stosowane z powodzeniem w tradycji badań empirycznych z zakresu nauk społecznych.

Od lat 90-tych dynamicznie rozwija się obszar badań nad użytkownikami słowników (ang. *user research* – por. B. Svensén 2009: 452, niem. *Wörterbuchbenutzungsforschung* – por. H. E. Wiegand 1998), przede wszystkim w zakresie badań empirycznych dotyczących korzystania z różnego typu słowników w praktyce nauczania-uczenia się języka obcego i tłumaczeniowej. Wymienić tutaj należy choćby prace B. Laufer/ L. Melamed (1994), S. Atkins/ K. Varantoli (1998), jak również R. Lwa (2004) czy A. Dziemianko/ R. Lwa (2006), odnoszące się do zastosowania słowników mono-, bilingwalnych i zbilingwalizowanych w dydaktyce języka angielskiego. W odniesieniu do korzystania ze słowników języka niemieckiego w nauce tego języka jako obcego, można wspomnieć m.in. prace R. Nadobnik (2005, 2010), czy M. Lisieckiej-Czop (2015).

Badania użytkowników mogą obejmować różne obszary i zagadnienia, przede wszystkim jednak dotyczą tak istotnych dla praktyki leksykograficznej aspektów jak:

- sytuacje, w których użytkownicy konsultują słownik (kontrola kompetencji językowej, recepcja, produkcja tekstu, tłumaczenie, nauka języka, przyswojenie wiedzy specjalistycznej, badania naukowe)²;
- problemy językowe, do rozwiązania których użytkownicy preferują sięgnięcie po słownik, mając do dyspozycji również inne strategie lub źródła;
- niepowodzenia w rozwiązywaniu problemów językowych przy pomocy słownika;
- najczęściej/najrzadziej wyszukiwane jednostki leksykalne;
- szczególnie relewantne i poszukiwane rodzaje informacji leksykalnej;
- typy słowników preferowane do rozwiązywania poszczególnych problemów językowych;
- efektywność korzystania ze słownika a akceptowalny dla użytkownika nakład czasu i pracy³.

W odniesieniu do kompetencji leksykograficznej użytkownika:

¹ np. J. Tomaszczyk (1979), H. E. Wiegand (1987), czy też funkcjonalna typologia słowników P. Kühna (1989) w zależności od sposobu korzystania z nich, por. również S. Engelberg/ L. Lemnitzer (2008: 68)

² por. P. Kühn (1989: 121)

³ por. H. Béjoint (2000: 141), B. Svensén (2009: 454)

- jak użytkownicy identyfikują jednostki leksykalne, które zamierzają sprawdzić w słowniku?
- jak znajdują poszukiwaną jednostkę w makrostrukturze słownika, w szczególności trudniejsze przypadki - jednostki wielowyrazowe, homonimy itp.?
- jak użytkownicy odnajdują potrzebne informacje w mikrostrukturze artykułu hasłowego, szczególnie w przypadku leksemów polisemicznych?
- jakie są ich preferencje i oczekiwania w odniesieniu do struktury artykułu hasłowego, formatu prezentacji, typografii, układu graficznego?
- kiedy użytkownik kończy konsultację słownika? – w przypadku, gdy uważa, że znalazł poszukiwaną informację, lub gdy konsultacja nie powiodła się;
- zróżnicowanie zachowań użytkowników w odmiennych grupach (społecznych, zawodowych, wiekowych) i „kulturach słownikowych”;
- w jakim stopniu wykształcona jest świadomość leksykograficzna użytkowników⁴?

W badaniach metaleksykograficznych zdecydowanie rzadziej uwzględniano i analizowano czynniki socjologiczne i ekonomiczne, towarzyszące czynności korzystania ze słowników:

- postawy i zwyczaje sprzyjające korzystaniu ze słowników;
- przynależność do określonej grupy społecznej, zawodowej, wiekowej itp. a korzystanie ze słowników;
- korzystanie ze słowników w szkole, w domu, w życiu zawodowym;
- kto kupuje i posiada określone typy słowników?
- kiedy słownik uznawany jest przez użytkowników za przestarzały i zastępowany jest nowym?
- wpływ ceny na decyzję o zakupie słownika;
- jak często słowniki są wypożyczane z bibliotek;
- różnice w zakresie „kultury słownikowej” w różnych krajach⁵.

2. Metody i techniki badania użytkowników słowników oraz sposobów korzystania ze słowników

Wśród szerokiego wachlarza technik i metod badawczych, stosowanych w empirycznych badaniach nad korzystaniem ze słowników można wyróżnić działania inicjowane przez badacza, takie jak:

- wywiady ustne z użytkownikami (lub nauczycielami);
- ankiety pisemne – umożliwiające przebadanie również większych grup osób;
- testy w formie różnorodnych zadań i ćwiczeń, wymagających posłużenia się słownikiem przez badane osoby;
- ustne lub pisemne protokoły korzystania ze słownika, sporządzone przez badane osoby na prośbę badacza⁶;

⁴ Ibidem. Świadomością leksykograficzną uczących się zajmowali się m. in. P. Żmigrodzki/ E. Ułitzka/ T. Nowak (2005), M. Bielińska (2008) i M. Lisiecka-Czop (2015).

⁵ por. B. Svensén (2009: 454)

⁶ por. S. Engelberg/ L. Lemnitzer (2008: 69), B. Svensén (2009: 455)

- obserwację korzystania ze słownika przez badane osoby w warunkach laboratoryjnych, np. przy pomocy technik eye-trackingowych;

Inną grupę stanowi bezpośrednio lub pośrednio monitorowanie czynności konsultowania słownika w warunkach naturalnego – nie stworzonego na potrzeby badania naukowego – kontekstu sytuacyjnego. Wymienić tu można takie działania jak:

- bezpośrednią obserwację działań badanych osób w sytuacji autentycznej, np. szkolnej nauki języka obcego;
- monitorowanie sposobu korzystania ze słownika (elektronicznego) poprzez wbudowane moduły software umożliwiające śledzenie aktywności użytkowników.

Wobec coraz powszechniejszej praktyki dzielenia się w sieci przez użytkowników słowników opiniami na temat nabywanych i wykorzystywanych dzieł leksykograficznych ich analiza wydaje się być cennym uzupełnieniem obu tych grup metod i technik badawczych.

Ewaluacja przeniosła się z dość ograniczonej sfery komunikacji prywatnej, branżowej (czasopisma, spotkania) lub organizacji konsumenckiej na demokratyczne i ogólnodostępne łamy internetowe. Sklep internetowy czy portal czytelniczy co prawda udostępnia konsumentom możliwość wyrażenia swojego zdania na temat nabywanych produktów, czy nawet ich do tego zachęca, ale ostatecznie inicjatorem działań jest sam użytkownik słownika, który pisze recenzję konsumencką, komentuje na blogu, forum czy wypowiada się w serwisach społecznościowych. To on uwypukla aspekty bardziej dla niego ważne, a pomija te mniej istotne. Dlatego też takie wpisy mogą stanowić dla badacza-leksykografa interesujące źródło informacji na temat odbiorców słowników, ich oczekiwań, wartościowania, sposobu i skuteczności korzystania ze słowników.

3. Recenzja ekspercka, dziennikarska a recenzja konsumencka

W odróżnieniu od recenzji eksperckiej recenzja konsumencka pisana jest przez użytkowników-laików, podczas gdy autorami recenzji eksperckich są profesjonaliści – językoznawcy, (meta)leksykografowie. Recenzje eksperckie słowników publikowane są w specjalistycznych czasopismach, adresowanych do odbiorców ze środowisk naukowych – lingwistów, leksykografów, względnie redaktorów słownikowych w wydawnictwach. Ich celem jest zatem przede wszystkim dyskurs naukowy, a w dalszej kolejności przełożenie wniosków z dyskusji na inspiracje dla leksykografii praktycznej. Takie zadania przekładają się na formę recenzji – jest to dłuższy tekst, stanowiący pogłębioną analizę krytyczną słownika przy pomocy specjalistycznego aparatu pojęciowego metaleksykografii⁷.

Recenzje słowników publikowane w czasopismach branżowych (dla nauczycieli, tłumaczy) mogą być autorstwa naukowców – metaleksykografów, glottodydaktyków, przekładoznawców bądź specjalistów-praktyków z danej dziedziny i do takich prak-

⁷ por. G.M. Ripfel (1989), G. Jehle (1990: 299 i nast.), T. Herbst/ M. Klotz (2003: 282 i nast.), S. Engelberg/ L. Lemnitzer (2008: 162)

tyków są one adresowane. Dlatego też mają charakter nieco bardziej popularnonaukowy, niż recenzje w czasopismach naukowych, choć autorzy również posługują się w nich terminologią specjalistyczną z zakresu metaleksykografii.

Słowniki specjalistyczne (np. techniczne, medyczne, prawnicze itp.) recenzowane są także w czasopismach danej branży – zwykle przez specjalistów z owej dziedziny, natomiast słowniki elektroniczne znajdują omówienia na łamach prasy komputerowej. (por. S. Engelberg/ L. Lemnitzer 2008: 162).

Jako formę krytyki leksykograficznej wymienia się również recenzję dziennikarską, publikowaną w gazetach codziennych i czasopismach o szerokim kręgu odbiorców⁸. Niegdyś takie recenzje informowały czytelników w przystępny, choć nierzadko subiektywny, sposób o nowościach na słownikowym rynku wydawniczym. Obecnie zadanie to przejął Internet, witryny wydawnictw i księgarni internetowych oraz recenzje autorów nieprofesjonalnych, choć zdarzają się wśród recenzentów również osoby posiadające pewną wiedzę lingwistyczną i metaleksykograficzną.

Z jednej strony słowniki są wytworami leksykografii praktycznej – a zatem obszaru lingwistyki stosowanej – a z drugiej produktami rynkowymi i jako takie podlegają różnorodnym działaniom uczestników wymiany rynkowej (producentów, sprzedających i kupujących), ukierunkowanych na zaspokojenie ich potrzeb. Wraz z udostępnieniem konsumentom możliwości wyrażania swojej opinii na stronach sklepów internetowych, portali sprzedażowych i wyspecjalizowanych portali tematycznych, wykształcił się nowy rodzaj tekstu – recenzja konsumentka.

Przez recenzje konsumentkie rozumiemy opinie na temat dóbr [produktów i usług – MLC] [...], opublikowane w pewnym źródle internetowym, wyrażone przez podmioty niebędące ekspertami w danej dziedzinie. Autorami takich opinii często są konsumenci, czyli członkowie gospodarstw domowych, dążący do zaspokojenia potrzeb osobistych lub potrzeb innych członków gospodarstwa domowego. [...] Recenzje konsumentkie wykorzystywane są przez podmioty będące uczestnikami wymiany rynkowej w celu optymalizacji prowadzonych przez nie działań. Sposób wykorzystania recenzji przez takie podmioty jest różny w zależności od charakteru, w jakim uczestniczą one w rynku. Inną funkcję w podejmowaniu decyzji recenzje pełnią dla kupujących (nabywców), a inną dla sprzedających (J. Małyżko 2015: 7).

Mają one zatem za zadanie służyć racjonalizacji decyzji potencjalnych nabywców – o ewentualnym kupnie (lub nie) albo badaniu poziomu satysfakcji konsumentów przez producentów i sprzedających. Można powiedzieć, że w obu przypadkach celem recenzji jest maksymalizacja korzyści. Dla badacza-leksykografa stanowią natomiast źródło wiedzy o użytkownikach słownika.

4. Jak wygląda typowa recenzja konsumentka słownika?

Recenzje konsumentkie można zwykle spotkać na stronach sklepów internetowych (w tym przypadku księgarni) pod opisem sprzedawanego produktu. Istnieją również wyspecjalizowane portale recenzyjne, w których oceniane są produkty lub usługi z

⁸ por. S. Engelberg/ L. Lemnitzer (2008: 162 i nast.), B. Svensén (2009: 455)

określonej branży. Do takich portali należy m.in. serwis miłośników książek *lubimy czytać.pl*, choć akurat słowniki i ich ocena są na nim potraktowane marginalnie.

Na potrzeby niniejszego badania wybranych zostało 38 recenzji konsumenckich, które dotyczą bilingwalnych słowników niemiecko-polskich i polsko-niemieckich. Wśród nich znalazły się słowniki ogólne (10), szkolne (2) i słowniki dla dzieci (5), zarówno o układzie alfabetycznym jak i tematycznym. Z analizy wyłączono słowniki specjalistyczne, lematyzujące słownictwo tylko z określonej dziedziny. W sumie opinie dotyczą 17 pozycji leksykograficznych, wydanych w latach 2003-2014. Recenzje konsumenckie ukazały się na stronie księgarni internetowych *empik.com* (19), *dalej (E)*, *matras* (14), *dalej (M)*, *bookcity*⁹ (4), *dalej (B)* oraz portalu czytelniczego „*lubimy czytać*” (1), *dalej (L)*.

Recenzja konsumencka jest krótką formą tekstową, o objętości od jednego do kilku zdań, np.:

(M.1) Katarzyna

Słownik jak najbardziej spełnił oczekiwania: łatwość odnajdywania dużej ilości haseł, przydatny w szkole

(E.5) Świetny słownik nie tylko dla dzieci (5/5)

Super sprawa! Słownik ilustrowany bardzo ułatwia i uatrakcyjnia naukę. Przeznaczony dla dzieci, ale mogą z niego korzystać równie dobrze osoby dorosłe, które zaczynają swoją przygodę z językiem niemieckim. Ilustracje są po prostu przeurocze, ciekawe i zabawne, bardzo pomagają w zapamiętywaniu słówek. Starannie, można powiedzieć rewelacyjnie wydany, solidna twarda oprawa, dobrej jakości papier, poręczne rozmiary, atrakcyjny dla dziecka jak i dorosłego. Ten słownik po prostu mnie zachwyił, jest świetny nie tylko dla osób zaczynających swoją przygodę z niemieckim. To mój kolejny nabytek z serii "1000 słówek" i tym razem również mogę polecić z czystym sumieniem.

Do wyjątków należą recenzje obszerniejsze, zbliżone objętością do recenzji dziennikarskich, jak np.:

(M.11) Polecam,

Magdalena Krysińska, 25 stycznia 2011

Pierwszy raz, biorąc do ręki słownik, doznałam – zupełnie dosłownie – takiego uczucia lekkości – aż trudno uwierzyć, że tak opasłe tomisko (prawie 1200 stron) w twardej oprawie może być lekkie jak... przeciętnych rozmiarów przewodnik po kraju naszych zachodnich sąsiadów. Na pewno jednak nie można stwierdzić, że słownik ten jest małej wagi – przygotowany przez doświadczonych leksykografów, językoznawców i konsultantów z kraju i zagranicy jest to największy na polskim rynku wydawniczym słownik niemiecko-polski, jaki ukazał się w ciągu ostatnich 30 lat. Zawiera około 400 tys. niemieckich jednostek leksykalnych – znaczeń wyrazów, typowych połączeń wyrazowych, fraz i idiomów. Wydawca oraz zespoły opracowujące słownik (filologów, leksykografów, językoznawców, tłumaczy i konsultantów z różnych dziedzin) dołożyli starań, by publikacja zawierała słownictwo jak najbardziej aktualne – w tym m.in. celu przy opracowywaniu słownika korzystano z zaawansowanych narzędzi informatycznych, pozwalających na wyselekcjo-

⁹ Recenzje w witrynie *bookcity.pl* zebrane zostały w kwietniu 2016. W sierpniu 2016 opcja przeglądania i dodawania recenzji została wyłączona.

nowanie najczęściej występujących słów i wyrażeń w naturalnej postaci. Publikacja stanowi drugą część wydanego w 2008 roku największego na rynku, nowoczesnego „Wielkiego słownika polskoniemieckiego”. Znalazło się w niej nie tylko najnowsze oraz najczęściej używane słownictwo ogólne, ale również terminy specjalistyczne z ponad 90 różnych dziedzin oraz nazwy własne, słownictwo o różnej skali zabarwienia stylistycznego i emocjonalnego, w tym wyrażenia i zwroty potoczne oraz slangowe. Nie zabrakło charakterystycznych słów i zwrotów dla niemieczyzny austriackiej czy szwajcarskiej, a więc austriacyzmów i helwetyzmów, czy wreszcie w różnych regionach Niemiec (niemieckie słownictwo regionalne). Zamieszczono ponadto bogaty materiał przykładowy, a także informacje kulturowe związane z niemieckim obszarem językowym. W słowniku uwzględniono typowe połączenia wyrazowe i konstrukcje gramatyczne zilustrowane pełnymi, naturalnymi przykładami zdaniowymi, nie brakuje tu też trafnych tłumaczeń idiomów i przysłów. Celem grupy autorów było bowiem pokazanie, jak mówić i pisać po niemiecku w sposób poprawny i naturalny. [...]

Recenzji konsumenckiej często towarzyszy ocena punktowa (np. w skali 1 do 10 albo od 1 do 5 gwiazdek), wyrażająca stopień satysfakcji klienta z produktu. Oceny punktowe mogą być łatwo podsumowywane, co umożliwia wyliczenie i przedstawienie na stronie produktu średniej uzyskanej ze wszystkich ocen oraz tworzenie rankingu najlepiej ocenianych produktów. Fakultatywnymi elementami recenzji są ponadto:

- tytuł – krótka, hasłowa informacja precyzująca temat lub opinię;
- autor (pseudonim, tzw. nick, względnie imię lub/i nazwisko);
- data zamieszczenia recenzji.

5. Aspekty funkcjonalne recenzji konsumenckiej

Z powyższych rozważań i przykładów wynika, że recenzja konsumencka jest tekstem, w którym spotykają się elementy informacyjne i apelatywne.

5.1 Elementy informacyjne

Podstawowe informacje o recenzowanych słownikach zawarte są co prawda w opisie na stronie internetowej księgarni, tym niemniej w niektórych recenzjach można odnaleźć dane na temat wersji słownika, jego elementów składowych i innych aspektów formalnych:

(E.13) bardzo przydatny

Ten słownik to prawdziwy ‘mistrz’ pośród innych słowników. Właśnie niedawno go nabyłam i jestem zachwycona jego wszechstronnym zastosowaniem. **W razie potrzeby mogę skorzystać także z wersji słownika online**¹⁰, co jest dla mnie dużym udogodnieniem. Praktyczny i prosty w obsłudze, polecam, to słownik na miarę nowych czasów.

(M.4) Początek nauki,

Andrzej, 2 sierpnia 2014

Słownik dobrze przygotowany. **Zawiera** w przystępny sposób opisane **zasady gramatyczne** i co równie ważne dla młodego czytelnika **zawiera szereg tablic z ilustracjami do słówek** co ułatwia ich pamięciowe opanowanie przez dziecko. Polecam zakup tego

¹⁰ Wszystkie wyłuszczenia w cytowanych tekstach pochodzą od autorki artykułu.

słownika.

(M.14) Super !!!,

NINA , 18 lutego 2014

Polecam dla dzieci rozpoczynających naukę języka niemieckiego. **Słownik ma duży format i zawiera** wszystkie niezbędne **informacje uporządkowane tematycznie**.

5.2 Elementy apelatywne

Centralną i dominującą funkcją recenzji konsumenckich jest funkcja apelatywna (por. K. Brinker 1992: 108 i nast.), mająca na celu wpłynięcie na odbiorcę i jego poglądy poprzez ewaluację, a więc wartościowanie omawianego produktu – w tym przypadku słownika – oraz poprzez skłonienie go do działania – kupna (lub jego zaniechania), poprawy jakości produktu, obsługi etc.

W analizowanych recenzjach można spotkać zarówno ewaluację popartą rzeczową argumentacją:

(E.1) słaby materiał (2/5)

Obsługa OK, natomiast **bardzo niskiej jakości wykonanie słownika, po miesiącu wypadają strony, rozpada się okładka, a nie kupilem słownika żeby stał na półce**. Nie polecam.

(E.12) słownik (5/5)

Jest bardzo przydatny , zwłaszcza na studia . **Posiada wiele słówek, nawet tych , które nie są popularne w mowie i piśmie** .Jest rewelacyjny. Polecam¹¹

wartościowanie, w którym taka czy inna ocena została uzasadniona subiektywną korzyścią użytkownika:

(M.1) Katarzyna

Słownik jak najbardziej spełnił oczekiwania: łatwość odnajdywania dużej ilości haseł, przydatny w szkole

(M.9) Polecam,

Patrycja , 4 grudnia 2015

Słownik kolorowy i czytelny dla dziecka. Mój syn ucieszony bo może sam z łatwością wyszukać interesujące go słówko.

jak również wartościowanie oparte w całości na subiektywnych odczuciach i wrażeniach, którymi autor dzieli się z odbiorcą recenzji:

(B.4) iza

Dobry, ale uważam, że mimo wszystko słownik jednojęzyczny jest lepszy. Kupiłam go zanim zaczęłam studiować języki. Teraz rzadziej korzystam. Wole jednojęzyczne wydania

(E.18) Mój pierwszy słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki Opracowanie zbiorowe

Super słownik, uczę się właśnie z niego i jest naprawdę pomocny!

¹¹ Interpunkcja w cytatach jest zgodna z zapisem oryginalnym.

(B.2) Majka

Świetny podczas pisania wypracowań!

(B.3) ka.

Najlepszy słownik z dostępnych na rynku. Z pewnością wart swojej ceny. Polecam!

Wartościowanie wyrażane jest zwykle przez:

- różnorakie **epitety**, takie jak - *wykonanie/towar niskiej jakości/ dobrej jakości, świetny słownik, przeurocze ilustracje, po(d)ręczny/niewielki format, słownik tani, przydatny w szkole, bardzo dobry produkt*. Czasem epitety pochodzą z rejestru języka kolokwialnego lub są silnie nacechowane ekspresywnie: **ok, super sprawa, gruba cegła, fajna obsługa, świetny słownik za śmieszne pieniądze** albo są wzmocnione przysłówkami: *jest naprawdę pomocny!*
- **porównania** z innymi produktami: *jeden z najlepszych słowników, ten słownik to prawdziwy 'mistrz' wśród innych słowników; mam porównanie z innymi słownikami tego typu i ten mogę polecić bez zawahania; najlepszy słownik z dostępnych na rynku; dobry, ale uważam, że mimo wszystko słownik jednojęzyczny jest lepszy*
- **elementy graficzne**: interpunkcja, typografia i emotikony: *super sprawa!, polecam!!! POLECAM SŁOWNIK I KSIĘGARNIE, ;), :)*

Funkcja apelatywna realizowana jest przez wezwanie czytelnika do określonego zachowania – kupienia (lub nie) recenzowanego słownika, zwykle dokonującego się poprzez eksplicitną rekomendację (lub jej zaprzeczenie) produktu za pomocą pary sformułowań w przeciwstawnej relacji: *polecam – nie polecam*:

(E.12) słownik (5/5)

Jest bardzo przydatny , zwłaszcza na studia . Posiada wiele słówek , nawet tych , które nie są popularne w mowie i piśmie .Jest rewelacyjny . **Polecam**

(E.1) słaby materiał (2/5)

Obsługa OK, natomiast bardzo niskiej jakości wykonanie słownika, po miesiącu wypadają strony, rozpada się okładka, a nie kupiłem słownika żeby stał na półce. **Nie polecam.**

(E.2) ok (5/5)

jedne z najlepszych słowników, bardzo dużo słówek. **Polecam** - w szkole bardzo się przydaje.

(M.2) **Warto Kupić!**

Beata.

Niewielki format słownika sprawia, że łatwo go zabrać nawet w daleką podróż. Ma on jednak wiele innych zalet: jest niedrogi, zawiera wiele haseł, dużo gramatyki i nawet rozmówki... Polecam.

6. Autorzy recenzji jako użytkownicy słowników

Wśród powodów zamieszczania recenzji w Internecie J. Małyшко (2015: 18 i nast.) wymienia

- poczucie zbiorowości w Sieci, wynikające ze wspólnoty zainteresowań i związana z tym chęć wymieniana opinii;
- zamiar pomocy lub zaszkodzenia – w zależności od zadowolenia z produktu czy usługi – konkretnemu podmiotowi gospodarczemu (sprzedawcy, producentowi, usługodawcy) poprzez pozytywną lub negatywną recenzję;
- pobudki altruistyczne – chęć pomocy innym konsumentom, którzy potencjalnie mogą być nabywcami danego produktu lub usługi, poprzez polecenie dobrego produktu lub poradę, aby unikać złego;
- satysfakcję czerpaną z samego faktu dzielenia się swoimi przeżyciami;
- zachęty ze strony sprzedawcy (producenta, usługodawcy) – publikowanie recenzji bywa nagradzane np. udziałem w konkursie z nagrodami, punktami bonusowymi itp.;
- zamiar skłonienia danego podmiotu gospodarczego do podjęcia konkretnych działań związanych z produktem lub usługą, na przykład poprzez opublikowanie na witrynie podmiotu negatywnej opinii tego produktu lub usługi, wskazującej na wykryte wady.

Każdy użytkownik może napisać recenzję konsumencką, która później jest dostępna szerokiemu gronu odbiorców. Jest ona wyrazem subiektywnej satysfakcji lub rozczarowania z produktu lub usługi. Wśród autorów recenzji słowników można wyróżnić zasadniczo dwie grupy:

- sami użytkownicy (uczniowie, studenci, kursanci), np.:

(E.12) słownik (5/5)

Jest bardzo przydatny , zwłaszcza na studia . Posiada wiele słówek , nawet tych , które nie są popularne w mowie i piśmie .Jest rewelacyjny . Polecam

(E.13) bardzo przydatny

Ten słownik to prawdziwy ‘mistrz’ pośród innych słowników. Właśnie niedawno go nabyłam i jestem zachwycona jego wszechstronnym zastosowaniem. W razie potrzeby mogę skorzystać także z wersji słownika online, co jest dla mnie dużym udogodnieniem. Praktyczny i prosty w obsłudze, polecam, to słownik na miarę nowych czasów.

(E.18) Mój pierwszy słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki Opracowanie zbiorowe

Super słownik, uczę się właśnie z niego i jest naprawdę pomocny!

(B.4) iza

Dobry, ale uważam, że mimo wszystko słownik jednojęzyczny jest lepszy. Kupiłam go zanim zaczęłam studiować języki. Teraz rzadziej korzystam. Wole jednojęzyczne wydania

- rodzice, którzy kupili słownik swoim dzieciom (14 recenzji, głównie słowników dla dzieci i słowników typowo szkolnych):

(E.7) Słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki

Słownik bardzo tani. Wydanie to polecane jest przez nauczycieli i tak mojemu synowi w gimnazjum to akurat wydanie poleciła nauczycielka. Jest to słownik 3 w 1: Gramatyka niemiecka, Rozmówki niemiecko - polskie i 40 000 haseł, zwrotów i znaczeń. Czcionka

haseł wytluszczona, objaśnienia są drukowane zwykłą czcionką, wszystko wygląda przejrzysto. Zasady gramatyczne umożliwiają na lepsze zrozumienie podstaw języka niemieckiego.

(M.13) Bardzo dobry słownik,
Katarzyna, 13 lutego 2014

Bardzo dobry słownik, córka jest zadowolona z zakupu, przydatny w nauce języka niemieckiego w wieku szkolnym.

Prawdopodobnie istnieje jeszcze trzecia grupa autorów – osoby piszące recenzje na zlecenie wydawców czy księgarni internetowych i podszywające się pod „zwykłych” użytkowników Internetu. Ponieważ znaczna grupa kupujących kieruje się przy wyborze konkretnego produktu lub usługi rekomendacjami w sieci, takie sfabrykowane recenzje mają za zadanie promować produkt w dyskretny i zakamuflowany sposób lub dyskredytować produkt konkurencji.

7. Cechy słownika wymieniane w recenzjach

Aby stwierdzić, jakie cechy słowników użytkownicy uważają za szczególnie istotne, a jakie pomijają, porównałam recenzje konsumenckie z listą kryteriów zastosowanych przez A. Frączek i R. Lipczuka (2014) do specjalistycznego, metaleksykograficznego opisu słowników niemiecko-polskich i polsko-niemieckich. Opis ten uwzględnia aspekty dotyczące ogólnej charakterystyki słownika (budowy i przeznaczenia), zagadnienia dotyczące lematyzacji (dobór i forma haseł) oraz szczegółową analizę mikrostruktury (rodzaj podawanych informacji gramatycznych, kontekstowych, kwalifikatory i in.) słownika (por. A. Frączek/ R. Lipczuk 2004: 7). Wyodrębniłam z opisu i wyszczególniłam w tabeli 19 parametrów leksykograficznych, a następnie zbadałam, czy występują one i jak często w analizowanych recenzjach konsumenckich. Ponadto sformułowałam 9 innych parametrów (wyróżnionych w tabeli tłustym drukiem), dotyczących szeroko pojętych aspektów funkcjonalnych słownika, które nie były wymieniane przez A. Frączek i R. Lipczuka, ale które są często obecne w recenzjach internautów:

kryterium	występowanie w recenzji								
autorzy słownika	M.11								
grupa adresatów	E.4	E.6	M.3	E.16	M.8	M.14			
wersja (drukowana, elektroniczna)	E.13								
metateksty (przedmowa, wskazówki gramatyczne, fonetyczne, indeksy, plany itp.)	E.7	E.17	M.2	M.3	M.5	M.11			
LEMATYZACJA									
liczba haseł	E.2	M.1	M.2	E.9	E.12	E.15	M.11		
uporządkowanie haseł (makrostruktura alfabetyczna, tematyczna)	M.14								

itp.)									
dobór leksyki (fachowa, regionalna, potoczna, nazwy własne, neologizmy)	M.11	M.12							
rozdzielenie homonimii i polisemii									
uwzględnienie form fleksyjnych, zaimków									
MIKROSTRUKTURA									
ekwiwalenty	M.11								
konteksty użycia	M.11	M.12							
głosy									
informacje morfologiczne	E.10								
oznaczenie części mowy									
rekcja									
kolokacje	M.11								
frazjeologizmy	M.11								
wymowa	E.17	M.6							
kwalifikatory									
FUNKCJA SŁOWNIKA									
cena	E.6	E.14	M.2	B.3					
jakość wykonania	E.1	E.4	M.6						
(poręczny) format słownika, waga	E.4	E.6	L.1	M.2	M.3	M.11	M.12	M.14	
obsługa w księgarni internetowej, czas dostawy	E.1	E.3	E.7	E.14					
ilustracje	E.4	M.4	E.16	M.7					
przejrzysty układ	E.7	E.17	E.10	E.13	E.15	M.9	M.10	M.12	
łatwość wyszukiwania haseł	M.1	E.12	E.17	M.9					
rekomendacja nauczyciela	E.7								
przydatność w szkole, na studiach	E.2	M.1	E.11	E.12	M.5	B.1	B.2	M.13	E.5

Wśród kryteriów, które recenzenci wymieniają najczęściej znajdują się: przydatność w szkole i na studiach, przejrzysty układ haseł i innych treści słownika, gabaryty słownika (a więc poręczny format i akceptowalna waga) oraz liczba haseł.

Przejrzystość, poręczność i przydatność to co prawda cechy do pewnego stopnia subiektywne, jednak mają znaczący wpływ na komfort korzystania ze słownika. Wciąż istotnym czynnikiem przy ocenie słownika jest liczba zamieszczonych haseł,

traktowana czasami przez wydawnictwa dość arbitralnie, jako instrument marketingowy, choć z punktu widzenia metaleksykografii jest to parametr o znaczeniu drugorzędym dla oceny merytorycznej słownika (por. T. Herbst/ M. Klotz 2003: 282).

O wartości słownika w oczach użytkowników decyduje również dopasowanie go do potrzeb konkretnej grupy adresatów. Jako że wśród analizowanych recenzji znalazło się pięć słowników dla dzieci i dwa słowniki szkolne, jest to zrozumiałe i uzasadnione. Użytkownicy zwracają również uwagę na to, czy słownik oferuje coś więcej poza listą haseł, a więc wskazówki wymowy, gramatyczne, plansze tematyczne itp.

Mniejszą wagę recenzenci przywiązują do szczegółów mikrostruktury słownika. Nie wdają się w rozważania na temat objętości, zawartości ani sposobu przedstawienia poszczególnych segmentów artykułu hasłowego. Nie zaprzatają sobie głowy niuansami polisemii, homonimii, ani meandrami gramatycznymi. Niektórzy dociekliwi użytkownicy korzystają ze słowników krytycznie i dostrzegają jednak błędy i braki, choć jest to raczej sytuacja wyjątkowa, niż reguła. Jeśli coś jest oceniane krytycznie, to raczej jakość wykonania, czy trudności przy zakupie, a nie zawartość słownika.

Konsumentom jest w zasadzie obojętne, kto jest autorem słownika, często te informacje nie są również eksponowane przez wydawnictwa. W zamian za to wydawcy eksponują własną markę (Langenscheidt) lub serię (Pons).

8. Uwagi końcowe

Wśród analizowanych recenzji zdecydowanie przeważają opinie pozytywne, świadczące o satysfakcji konsumentów z użytkowania kupionych słowników. Od słowników oczekują oni szeroko pojętego komfortu użytkowania i wsparcia w nauce języka obcego. I choć oceny te z reguły bywają dość powierzchowne, to, jak widać, większość oferowanych słowników spełnia te oczekiwania, albo nabywcy chcą wierzyć, że spełnia i że dokonali oni trafnej inwestycji.

Z pewnością internauci piszący recenzje są tylko jedną z grup użytkowników słowników. Wśród analizowanych tekstów brak jest opinii nauczycieli języków obcych i tłumaczy, do których również adresowane są słowniki bilingwalne. Obszarem wymiany doświadczeń tych grup zawodowych, na których obecna jest tematyka leksykograficzna, są bowiem raczej fora i blogi branżowe oraz grupy społecznościowe, a nie witryny księgarń internetowych.

Recenzja konsumentka pozostaje więc formą wypowiedzi użytkownika-laika, kształtując wybory jemu podobnych, ale również dostarczając ich wydawcom, sprzedawcom i leksykografom informacji zwrotnej na temat recepcji słowników.

Bibliografia

- Atkins, B. T. S./ K. Varantola (1998), *Monitoring dictionary use*, (w:) B.T.S. Atkins (red.), *Using dictionaries: Studies of Dictionary Use by Language Learners and Translators*. Tübingen, 83–122.
- Béjoint, H. (2000), *Modern Lexicography: An Introduction*. London.
- Bielińska, M. (2008), *O kulturze słownikowej*, (w:) *Poradnik Językowy*, 1, 3–15.

- Brinker, K., (1992), *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin.
- Dziemianko, A./ R. Lew (2006), *Research into dictionary use by Polish learners of English: Some methodological considerations*, (w:) K. Dziubalska-Kołaczyk (red.), *IFAtuation: A life in IFA. A festschrift for Prof. Jacek Fisiak on the occasion of his 70th birthday by his IFAtuated staff from The School of English, AMU*. Poznań, 211–233.
- Engelberg, S./ L. Lemnitzer, (2008), *Lexikographie und Wörterbuchbenutzung*. Tübingen
- Frączek, A./ R. Lipczuk, (2004), *Słowniki polsko-niemieckie i niemiecko-polskie. Historia i terażniejszość*. Szczecin.
- Herbst, T./ M. Klotz, (2003), *Lexikografie*. Paderborn.
- Jehle, G. (1990), *Das englische und das französische Lernerwörterbuch in der Rezension. Theorie und Praxis der Wörterbuchkritik*. Tübingen.
- Kühn, P. (1989), *Typologie der Wörterbücher nach Benutzungsmöglichkeiten*, (w:) F. J. Hausmann/ O. Reichmann/ H. E. Wiegand/ L. Zgusta (red.), *Wörterbücher. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*, 1. Teilbd., Art. 13, 111–127.
- Laufer, B./ L. Melamed (1994), *Monolingual, bilingual and bilingualised dictionaries: which are more effective, for what and for whom?*, (w:) W. Martin/ W. Meijs/ M. Moerland/ E. Ten Pas/ P. van Sterkenburg (eds.), *Euralex 1994 Proceedings: Papers Submitted to the 6th EURALEX International Congress on Lexicography in Amsterdam, The Netherlands*. Amsterdam, 565–576.
- Lew, R. (2004), *Which dictionary for whom? Receptive use of bilingual, monolingual and semi-bilingual dictionaries by Polish learners of English*. Poznań.
- Lisiecka-Czop, M. (2015), *Korzystanie ze słowników elektronicznych jako strategia rozwiązywania problemów językowych – o świadomości leksykograficznej studentów germanistyki*, (w:) *Lingwistyka Stosowana/ Applied Linguistics/ Angewandte Linguistik*, 15, 47–59.
- Małyszko, J. (2015), *Automatyczne przetwarzanie recenzji konsumenckich dla oceny użyteczności produktów i usług*. Praca doktorska, Poznań.
- Nadobnik, R. (2005), *Zur Rolle von zweisprachigen Wörterbüchern beim Erwerb des Deutschen*, (w:) *Colloquia Germanica Stetinensia* 14, Jubiläumsheft des Germanistischen Instituts der Universität Szczecin, 135–147.
- Nadobnik, R. (2010), *Znaczenie słowników bilingwalnych w dydaktyce języka niemieckiego w Polsce*. Gorzów Wielkopolski.
- Ripfel, M., (1989), *Wörterbuchkritik. Eine empirische Analyse von Wörterbuchrezensionen*. Tübingen.
- Svensén, B. (2009), *A Handbook of Lexicography. The Theory and Practice of Dictionary-Making*. Cambridge.
- Tomaszczyk, J. (1979), *Dictionaries: Users and Uses*, (w:) *Glottodidactica*, 12, 103–119.
- Wiegand, H. E. (1987): *Zur handlungstheoretischen Grundlegung der Wörterbuchbenutzungsforschung*, (w:) *Lexicographica* 3, 178–227.
- Wiegand, H. E. (1998), *Wörterbuchforschung. Untersuchungen zur Wörterbuchbenutzung, zur Theorie, Geschichte, Kritik und Automatisierung der Lexikographie*,

1. Teilbd., Berlin, New York.

Żmigrodzki, P./ E. Ulitzka/ T. Nowak (2005), *O świadomości leksykograficznej kandydatów na polonistów (na podstawie badań ankietowych)*, (w:) *Poradnik Językowy*, 5, 3–21.

Słowniki¹²

Chodera, J./ S. Kubica/ A. Bzdęga (2007), *Podręczny słownik niemiecko-polski. Nowy*. Wiedza Powszechna. (<http://www.bookcity.pl/podreczny-slownik-niemiecko-polski-nowy/pid/5927>). (B.4). [Pobrano 23.08.2016].

Dargacz, A./ D. Flisak (2007), *PONS. Wielki słownik niemiecko-polski*, LektorKlett. (<http://www.bookcity.pl/wielki-slownik-niemiecko-polski/pid/18532>). (B.3). [Pobrano 23.08.2016].

Drzyzga, K., (2012), *1000 niemieckich słówek. Ilustrowany słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki*, Level Trading. (<http://www.empik.com/1000-niemieckich-slowek-ilustrowany-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1052253479,ksiazka-p>). (E.4, E.5). [Pobrano 23.08.2016].

Golis, A. (2012), *Ilustrowany słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki*, Greg. (<http://www.empik.com/ilustrowany-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1047664486,ksiazka-p>). (E.16, E.17). (<http://www.matras.pl/ilustrowany-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki,p,162023>). (M.4). [Pobrano 23.08.2016].

Golis, A. (2012), *Mój pierwszy słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki*, Greg. (<http://www.empik.com/moj-pierwszy-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1046115406,ksiazka-p>). (E.18, E.19). (<http://www.matras.pl/moj-pierwszy-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki,p,160954>) (M.5). [Pobrano 23.08.2016].

Kaczmarek-Klose, M. (2013), *Ilustrowany słownik niemiecko-polski dla dzieci w wieku 7-10*, Siedmioróg. (URL <http://www.matras.pl/ilustrowany-slownik-niemiecko-polski-dla-dzieci-w-wieku-7-10,p,179568>). (M.7, M.8, M.9, M.10). [Pobrano 23.08.2016].

Knapik, K./ M. Książkiewicz/ A. Lichacz (2007), *Słownik niemiecko-polski polsko-niemiecki*, Greg. (<http://www.empik.com/slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,prod11900281,ksiazka-p>). (E.6, E.7). (<http://lubimyczytac.pl/ksiazka/133612/slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki>]. (L.1). (<http://www.matras.pl/slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki,p,141809>). (M.1). (<http://www.matras.pl/slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-greg,p,50127>). (M.2, M.3). [Pobrano 23.08.2016].

Mielnicki, K./ E. Kondrak/ E. Parszewska (2014), *PONS. Słownik uniwersalny niemiecko-polski i polsko-niemiecki*, LektorKlett. (<http://www.empik.com/pons-slownik-uniwersalny-niemiecko-polski-i-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1100282822,ksiazka-p>). (E.14, E.15). [Pobrano 23.08.2016].

¹² W nawiasach podano adresy witryn księgarni internetowych, pod którymi można odnaleźć recenzje konsumenckie słowników. Sygnatury recenzji umieszczono w nawiasach okrągłych obok adresu.

- Mielnicki, K./ E. Kondrak/ E. Parszewska (2014), *PONS. Słownik współczesny niemiecko-polski, polsko-niemiecki*, LektorKlett. (<http://www.empik.com/duzy-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1089718167,ksiazka-p>). (E.11, E.12, E.13). [Pobrano 23.08.2016].
- Multimedialny Słownik Niemiecko-Polski Polsko-Niemiecki* (2006), PWN. (<http://www.empik.com/slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-pwn-pl-sp-z-o-o,2353456,multimedia-p>). (E.8). [Pobrano 23.08.2016].
- Pilarczyk, M. (2004), *Groszek obrazkowy słownik niemiecko-polski*, Publicat. (<http://www.matras.pl/groszek-obrazkowy-slownik-niemiecko-polski,p,102363>). (M.14). [Pobrano 23.08.2016].
- PONS. *Duży słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki* (2006), LektorKlett. (<http://www.empik.com/duzy-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-opracowanie-zbiorowe,p1089718167,ksiazka-p>). (E.11, E.12, E.13). [Pobrano 23.08.2016].
- Rostek, E. M. (2003), *DEUTSCH. Słownik tematyczny*, Wagros. (<http://www.book-city.pl/deutsch-slownik-tematyczny/pid/9377>). (B.1, B.2). [Pobrano 23.08.2016].
- Słownik duży szkolny. Niemiecko-polski, polsko-niemiecki + mini CD*, LektorKlett, 2006. (<http://www.matras.pl/slownik-duzy-szkolny-niemiecko-polski-polsko-niemiecki-mini-cd,p,182796>). (M.13). [Pobrano 23.08.2016].
- Sprytny słownik niemiecko-polski, polsko-niemiecki*, (2002), Lingea. (<http://www.matras.pl/sprytny-slownik-niemiecko-polski-polsko-niemiecki,p,162848>). (M.6). [Pobrano 23.08.2016].
- Walewski, S. (2014), *Duży słownik Niemiecki polsko-niemiecki, niemiecko-polski*, Langenscheidt. (<http://www.empik.com/langenscheidt-duzy-slownik-niemiecki-polsko-niemiecki-niemiecko-polski-opracowanie-zbiorowe,p1101238730,ksiazka-p>). (E.1, E.2, E.3). [Pobrano 23.08.2016].
- Wielki słownik niemiecko-polski*, (2010), PWN. (<http://www.matras.pl/wielki-slownik-niemiecko-polski-pwn,p,152445>). (M.11, M.12). [Pobrano 23.08.2016].