

Agnieszka Patalong  <https://orcid.org/0009-0001-5055-228X>
Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
e-mail: agnieszka_patalong@wp.pl

Natręctwa i maniery w języku polskim – cz. II (badania własne)

Obsessions and manners in the Polish language – Part 2 (own research)

Streszczenie

Artykuł porusza zjawisko deminutywności w języku, które może być odbierane zarówno negatywnie – jako infantylne lub nieodpowiednie, jak i pozytywnie – jako naturalna ewolucja języka i sposób wyrażania emocji. Użycie zdrobnień często pełni funkcje emocjonalne i komunikacyjne, budując bliskość, czułość czy sympatię między rozmówcami. Szczególnie widoczne jest to w kontekście współczesnych transmisji sprzedażowych, na przykład na Facebooku, gdzie zdrobnienia służą budowaniu relacji z klientem i tworzeniu przyjaznej atmosfery. Zauważa się jednak, że mimo istniejących opracowań temat ten nadal zawiera niewystarczająco zgłębiane obszary.

Celem artykułu jest nie tylko analiza i identyfikacja tych zjawisk, ale również odkrycie ich źródeł, znaczenia oraz wpływu na odbiorcę, a także wniesienie nowych perspektyw do dotychczasowej wiedzy.

Jest to druga część opublikowanego już artykułu na temat natręctw i manier w języku polskim, który został przedstawiony jedynie w ujęciu teoretycznym. Niniejsze opracowanie stanowi natomiast próbę identyfikacji natręctw i manier w odniesieniu do przeprowadzonych badań.

Słowa kluczowe: deminutywa, natręctwa, maniery językowe, moda językowa, snobizm językowy

Abstract

The article explores the phenomenon of diminutiveness in language, which can be perceived both negatively – as infantile or inappropriate – and positively, as a natural evolution of language and a way of expressing emotions. The use of diminutives often serves emotional and communicative functions, fostering closeness, affection, and sympathy between speakers. This is particularly evident in the context of modern sales broadcasts, such as those on Facebook, where diminutives help build relationships with clients and create a friendly atmosphere.

However, it is noted that despite existing studies, this topic still contains areas that remain insufficiently explored. The aim of this article is not only to analyze and identify these phenomena, but also to uncover their roots, significance, and impact on the audience, as well as to bring new perspectives to the current body of knowledge. This is the second part of an already published article on mannerisms and verbal tics in the Polish language, which was previously presented from a theoretical perspective. The present article, however, constitutes an attempt to identify mannerisms and verbal tics in relation to the conducted research.

Keywords: diminutives, linguistic obsessions, language mannerisms, language fashion, linguistic snobbery

Wprowadzenie

Niewątpliwie, zdrobnienia i spieszczenia są przejawem ekspresji w języku. Wielu literaturoznawców poświęciło swój czas na badanie infantyizmów oraz natręctw językowych, które pojawiały się w tekstach literackich. Ukazały się już znaczące prace, które zgłębiają te zjawiska, lecz mimo to nadal istnieje pewna luka w tym obszarze. Jest to przestrzeń, która czeka na odkrycie, wnikliwszą analizę i nowe spojrzenie. Jako autorka tej pracy pragnę tę lukę wypełnić. Moja ambicja sięga dalej niż jedynie dokonanie identyfikacji tych zjawisk. Chcę dotrzeć do ich korzeni, zrozumieć ich znaczenie oraz odkryć, jak zdrobnienia i spieszczenia wpływają na odbiór rozmówców.

Moim celem jest nie tylko zapewnienie luki w dotychczasowej wiedzy, ale także dostarczenie nowych perspektyw i świeżego spojrzenia na te często pomijane aspekty.

Badania własne

Stosowanie w sytuacjach handlowych czy sprzedażowych zdrobniałych form słów, które w głównej mierze kształtują atmosferę relacji pomiędzy klientem a sprzedawcą, jest zjawiskiem negatywnym w opinii językoznawców (Handke, 2009: 13–27). Warto przyjrzeć się funkcjonowaniu mechanizmów ludzkiej mowy i używaniu zdrobnień, tj. wyrażen powstających w wyniku derywacji słowotwórczej – dodawania do podstawy formantów typu: *-ek*, *-ko*, *-ka*. W ramach badania zestawiono w tym celu słownictwo używane przez dwie osoby prowadzące transmisje sprzedażowe na portalu Facebook. Dokonano stosownego zapisu, podsumowania i przedstawiono frazy będące zdrobnieniami i spieszzeniami, używane przez pierwszą, obserwowaną w celu analizy, osobę (tab. 1).

Tab. 1. Zestawienie najczęściej stosowanych zdrobnień i spieszczeń – pierwsza analizowana osoba

Lp.	Frazy
1	<i>guziczki</i> , <i>pliseczka</i> , <i>dekoldzik</i> , <i>milusie</i> , <i>wiosenka</i> , <i>bluzeczki</i> , <i>kolorki</i> , <i>wzorek</i> , <i>katanka</i> , <i>rozmiaarki</i> , <i>spodenki</i> , <i>biuścik</i> , <i>dziewczynki</i> , <i>kieszonki</i> , <i>kieszoneczki</i> , <i>stóweńka</i> , <i>emeczka</i> , <i>elecza</i> , <i>rozmiaróweczka</i> , <i>prezenciki</i>
2	<i>gumeczka</i> , <i>sznurowadło</i> , <i>kieszonki</i> , <i>paseczki</i> , <i>złotko</i> , <i>bluzeczka</i> , <i>bawelanka</i> , <i>komplecik</i> , <i>zameczek</i> , <i>rozmiaróweczka</i> , <i>spodenki</i> , <i>myszki</i>
3	<i>mankieci</i> , <i>marynareczki</i> , <i>rękawek</i> , <i>guziczki</i> , <i>kolorki</i>

Lp.	Frazy
4	guziczki , rozmiaraki, bawelenka, bluzeczki , milusie, mięciusie, kolorki , kwiateczki, kwiatuszki, niteczka, piórka, pereleczeni, sweterki, dzianinka, sreberko
5	adidaski, paseczek, popielek, beżyk, spodenki , emeczka, lineczka, szlufeczka, biuścik, tiszerciki, kolorki , sukieneczki, śmietanka, dekolczyk
6	paseczek, komplecik , biuścik, koniczynka, bawelenka, tiszerciki, losowanko, dziewczynki, dzianinki, bluzeczki , perelki, pereleczeni, diamenciki, oczka, rękawek, malutkie, kokardeczka, kolorki, milusie
7	bluzeczka , kieszonki, rozporeczki, dziewczynki, komplecik , sweterki, bombereczki, spodenki , kamizeleczeni, kompleciki
8	beżyk, kolorki, kamizeleczeni, bawelenka, nereczki, paseczek, zameczek, ryneczek, bluzeczka
9	jaśniutka, trawka, wrzosik, amarancik, guziczek, kolorki, kieszonki, kamizeleczeni, sznuruczki, kolczyczki
10	stuwienka, sweterek, spodenki, ciepłutki, dzianinka, marynareczka, wzorek, kolorek, gumeczka, wiosenka, kolorek, płaszczyki, kurteczki
11	mankiecik, białutko, dzianinka, spodenki, bioderka, jodeleczeni, losowanko, topik, zapasek, niespodzianeczka, sweterek, gumeczka

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokonanej obserwacji.

Najczęściej używane i powtarzające się frazy, stanowiące badany aspekt – infantylizmy wyróżniono wytłuszczeniem tekstu.

Analizie poddano również osiem transmisji sprzedażowych, prowadzonych przez drugą badaną osobę (tab. 2).

Tab. 2. Zestawienie zdrobnień i spieszceń – druga analizowana osoba

Lp.	Frazy
1	garneeczki, nowiutkie, nóweczki, puszeki, nóżka, wygodniutkie, sandalki, kremóweczki, skóreczka, torebeczka, plaszczyczek , płaszczek, eseczka , wiosenka, skórka, kurteczka , paseczek , kardiganek, bejsbolóweczka, Miczki-miczki
2	kurteczki , sukieneczki , torebeczka, kufereczkowa, cieniutka, plaszczyczek , eseczka , panterka, bombereczki, dziewczynki, spodeneczki , bluzeczka, trampeczki, eleczka, kapturek, kwiatuszki, leciutka, staniczek, emeczka
3	sznuróweczki, broszeczka, malutkie, milusie, ciepłutkie, nóweczki, świetniutka, sukienusia, sukieneczka , buciki, kokardusia
4	pięknutki, malutkie, nowiutkie, perelki, paseczki , kokardki, śliczniutki, dziewczynki, swetereczek, spodeneczki , kurteczka, czapeczka
5	mięciuchna, emeczka, koszuleczka, paszki, sukieneczka , najeczki, eseczka , kolorek, kamerka, szyjka
6	maselko, bioderko, sukieneczka, mięciutenkie, wymiarki, biuścik, hiciorek, sznureczek, komplecik , bluzeczka , gumeczka, zestawik, rozmiarok, kolorek, kodzik, paseczki

Lp.	Frazy
7	<i>kamizelecza, topik, bluzeczka, kwiatuszki, kokardeczka, czerwoniutki, malutkie, niespodzianeczka, dziewczyneczki, bluzeczki</i>
8	<i>zestawik, kolorek, piękniutki, plaszyczyczki, malutkie, śliczniutki, kolorki, taniutko, wymiarki, staniczki, biuścik</i>

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokonanej obserwacji.

Deminutywa i hipokorystyki najczęściej używane przez drugą obserwowaną prowadzącą sprzedaż na portalu Facebook zostały wyróżnione wytłuszczeniem.

W kolejnej części badania, przeprowadzonej metodą sondażu diagnostycznego, podjęto działania zmierzające do wskazania opinii badanej społeczności na temat manier językowych w komunikacji. Badaną grupę ($n = 100$) stanowili obywatele Polski, zarówno kobiety, jak i mężczyźni w różnym wieku, o różnym poziomie wykształcenia, zamieszkujący miasta i tereny wiejskie. W badanej grupie dominującą część stanowiły kobiety (91% badanej populacji), osoby w wieku 27–40 lat (42% ogółu), z wykształceniem wyższym magisterskim (43%), zamieszkujące miasta powyżej 200 tys. mieszkańców (55%).

W celu zbadania wiedzy ankietowanych na temat występowania natręctw językowych skierowano do nich cztery pytania o charakterze otwartym. Poproszono respondentów o maksymalnie obszerne i wyczerpujące odpowiedzi. Dostarczyły one materiał, który posłużył za podstawę badań. Badania rozpoczęto od następującego pytania: „Czy wie Pani/Pan, czym są natręctwa i maniery językowe w języku polskim?”. Poproszono następnie, by ankietowani, bez posilkowania się informacjami z internetu, zdefiniowali te terminy (wskazali wyjaśnienie, cechy i skojarzenia). Odpowiedzi na zadane pytanie nie znało pięć osób, a dwie osoby jedynie potwierdziły znajomość terminów, o które pytano, jednak nie zdecydowały się na rozwinięcie wypowiedzi. Wiele osób odpowiadało na pytanie, zamieszczając obszerną wypowiedź, natomiast niektórzy badani odpowiadali jednym zdaniem bądź równoważnikiem zdania. Wśród najczęściej wskazywanych odpowiedzi były (mowa niezależna):

- „notorycznie powtarzane wyrazy, np. generalnie i jakby”,
- „wielokrotne powtarzanie tych samych słów”,
- „wyrazy zbędne, często używane”,
- „przyzwyczajenia, zwroty, wtrącenia ciągle powtarzane”,
- „nieświadomie powtarzane słowa i zwroty”,
- „częste powtórzenia wyrazu na końcu zdań”,
- „natarczywe poprawianie błędów innych osób w mowie, ścisłe trzymanie się zasad językowych”;
- „powtarzanie danych słów”,
- „przyzwyczajenia, zazwyczaj używane podczas mówienia”,
- „powtarzanie danego słowa czasami bez wyraźnej potrzeby”,
- „powtarzane i często nierozumiane przez innych słowa, wyrażenia”,
- „zbyt często używane zwroty”,
- „wyrazy i sformułowania nadużywane i charakterystyczne”,

- „nadmierne używanie tych samych słów”,
- „przyzwyczajenie do używania danego rodzaju zwrotów/słów”,
- „wyrażenia używane częściej niż inne”,
- „powtarzanie określonych słów i zwrotów bardzo często w wypowiedzi”,
- „nieprawidłowe/zbyt częste używanie określonych słów/wyrażeń i zwrotów”,
- „często używane słowa lub inne wtrącenia, używane nieświadomie”,
- „używanie złych form słów z przyzwyczajenia”,
- „słowa, które często są wplatanie w wypowiedziach, bez zastanowienia”,
- „denerwujące zwroty, które rzucają się nam w uszy, zauważamy je, zarówno u siebie jak i u innych”,
- „charakterystyczne dla danej osoby błędy bądź zniekształcenia językowe, a natręctwa to kwestie wymowy nieprawidłowej np. egzystencjonalny zamiast egzystencyjalny”,
- „natręctwa językowe to pewne naleciałości, które uwidaczniają się zwłaszcza w dłuższych wypowiedziach; maniery językowe są zjawiskiem podobnym, jednak przejawiają się raczej w sferze osobistej; są to charakterystyczne dla danego człowieka sposoby wypowiadania pewnych słów, zdań oraz związków wyrazowych; maniery te są często związane z niedostateczną wiedzą lub z przejmowaniem ich od innych osób”,
- „słowa używane bardzo często niekoniecznie w prawidłowy sposób”,
- „indywidualne i niepowtarzalne sposoby wypowiedzi”,
- „myśli czy czyny, które musimy zrobić lub myśleć, mimo że tego nie chcemy”,
- „niepotrzebne słowa, które wciska się do swoich wypowiedzi”,
- „wyczone schematy mowy, artykulacji lub słownictwa, które są niezgodne z panującymi zasadami mowy; maniery językowe – sposób artykulacji lub wypowiadania słów charakterystyczny dla osoby tudzież grupy osób”,
- „dodatki i urozmaicenia zakłócające często klarowność i płynność wypowiedzi”,
- „słowa lub wyrażenia, które są wypowiadane bezwiednie, są nadużywane i nie wnoszą nic do wypowiedzi”,
- „częste powtarzanie zwrotów lub pojedynczych wyrazów bez zwracania uwagi na ich dopasowanie do reszty wypowiedzi znaczeniem i poprawnością”,
- „niepotrzebne i często błędnie użyte wtrącenia”,
- „słowa, których bezwiednie używamy, a są zbędne w wypowiedzi”,
- „uporczywe używanie niektórych słów”,
- „dziwne słowa, wtrącane w rozmowę”,
- „przyzwyczajenia językowe, których używamy podczas komunikacji, a które nie wynikają z reguł poprawnej polszczyzny”,
- „słowa, które dana osoba cały czas powtarza w swoich wypowiedziach, mimo że nie są potrzebne”,
- „nadmiernie używane słowa”,
- „często używane zwroty w języku mówionym”,
- „powtarzanie tych samych sformułowań odruchowo, bezmyślnie”,
- „często powtarzane sformułowania lub słowa”,
- „wtrącanie zbędnych słów”,

- „nadużywanie niektórych słów oraz sposób mówienia, który odbiega od standardu i może być męczący dla słuchającego”,
- „często używane wyrażenia”,
- „słowa używane, aby wzbogacić wypowiedź, występują jako nawyk i faktycznie nie wzbogacają a zaśmiecają nasze wypowiedzi”,
- „używanie zwrotów, które są niepoprawne, nie są zgodne z normami języka polskiego”,
- „słowa wypowiadane mimowolnie, sposób wypowiadania się i dobór słownictwa”,
- „wielokrotne powtarzanie jednego słowa lub wyrażenia w wypowiedzi”,
- „powtarzanie w wymawianych zdaniach tych samych słów”,
- „powtarzanie pewnych słów/wyrażeń”,
- „przyzwyczajenia konkretnej osoby, wypowiadanie się w konkretny sposób, z konkretną intonacją, z właściwym sobie doбором słownictwa”,
- „dodatki w wypowiedzi”,
- „słowa, które przychodzą bez zastanowienia i używane są np. parę razy w jednym zadaniu, takie przerywniki”,
- „używanie danego słowa w każdym zdaniu, przeważnie bez potrzeby”,
- „powtarzalnie używanie tych samych słów lub słów/zwrotów w pewnym stopniu niepoprawnych”,
- „nadmierne używanie jakichś charakterystycznych zwrotów, słów w swoich wypowiedziach, co może być denerwujące dla słuchacza”,
- „charakterystyczny sposób wypowiadania się danej osoby”,
- „mechanizm niekontrolowanego używania niepotrzebnych wstawek o natężeniu emocjonalnym lub wulgarny bądź też są wynikiem przyzwyczajenia”,
- „częste używanie słów, które nie zawsze pasują do reszty wypowiedzi”,
- „powtarzanie jakichś zwrotów/słów, żeby wypełnić wypowiedź”,
- „słowa, wyrażenia, które wciąż powtarzamy”,
- „swego rodzaju »tiki« leksykalne, którymi mimowolnie musi posługiwać się nadawca. Maniery to wyuczone, powtarzalne zachowania”,
- „natręctwa językowe mogą być rozumiane, jako nadużywanie pewnych zwrotów w swoich wypowiedziach; do manier językowych może należeć używanie zdrobnień typu *pieniążki, kawusia*”,
- „częste używanie słów lub fraz, które najczęściej są zapychaczami”,
- „nagminne używanie jakiegoś zwrotu na końcu zdań, zwykle zauważalne w trakcie dłuższych wypowiedzi, często nieadekwatnie używane”,
- „natręctwa to słowa, które wypowiadamy z przyzwyczajenia, w większości przypadków są niepotrzebne w zdaniu/naszej wypowiedzi”,
- „używanie na końcu zdania słów np. *no nie?, co nie?* albo częste wtrącanie w zdaniu słowa *po prostu*”,
- „powtarzanie tych samych słów, zwrotów, np. *tak, nie, prawda* na końcu każdego zdania”.

Wśród wielu prób zdefiniowania przez pytanych, czym są natręctwa i maniery językowe, zauważa się pewne powtarzające się określenia. Najczęściej wskazywanymi określeniami były: „powtarzanie”, „przyzwyczajenie”, „nagminne używanie”, „niekontrolowane używanie”, „częste używanie”, „nadmierne powtarzanie”, „nawyk”, „zbyt częste używanie”, „charakterystyczne”. Słusznie zatem badani uważają, że natręctwami i manierami językowymi są niepotrzebne i zbyt często używane wtrącenia do wypowiedzi słownej (zdarza się, że też pisemnej) słów, które są w niej zbędne lub po prostu niepasujące.

Kontynuując badanie, poinformowano respondentów, że natręctwa i maniery językowe to „niepotrzebne, zbyt często używane wtrącenia, które dają osobie ich używającej fałszywe przekonanie, że jej wypowiedź jest ciekawsza, bardziej interesująca, bardziej elokwentna” (za: Satoła-Staśkowiak, 2021: 38), a następnie poproszono o odpowiedź na pytania: „Jakie natręctwa/maniery słyszy Pani/Pan u osób z Pani/Pana otoczenia? Jakich natręctw/manier używają Państwa znajomi/rodzina w komunikacji werbalnej (w mowie)?”. Poproszono o wskazanie przykładów (choć te w małym stopniu padły już w odpowiedziach dotyczących definicji manier językowych i natręctw językowych). Wyniki prezentuje tabela 3.

Tab. 3. Przykłady manier i natręctw językowych najczęściej podawanych przez badanych

Lp.	Maniery i natręctwa językowe	Liczba wskazań
1	<i>bynajmniej</i>	24
2	<i>jakby</i>	23
3	<i>generalnie</i>	14
4	<i>w każdym bądź razie</i>	12
5	<i>co nie?</i>	10
6	<i>przekleństwa</i>	9
7	<i>no i wiesz</i>	8
8	<i>prawda?</i>	8
9	<i>tak?</i>	7

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W odniesieniu do używanego powszechnie słowa *bynajmniej* (błędnie używanego i stosowanego zamiast: *przynajmniej*) okazuje się, że te rodzime, o podobnym brzmieniu lub budowie wyrazy również sprawiają kłopoty komunikacyjne. Wówczas w zdaniu słyszy się na przykład: *Ola nie ma jutro pierwszej lekcji. Bynajmniej się wyśpi, bo nie będzie musiała wstać tak wcześnie.* Partykuła *bynajmniej* winna być w tym przypadku zastąpiona słowem *przynajmniej*. Rozważając używaną w mowie frazę *jakby*, warto przytoczyć słowa Jana Miodka (1996: 15):

[...] nadużywanie *jakby* to problem i stylistyczny, i logiczny. Stylistyczny – bo każde natrętne słowo jest zaburzeniem ładu komunikacyjnego: skupiając na sobie całą uwagę odbiorcy, nie pozwala mu się skupić na wypowiedzi. Ściśle logiczny – bo przecież *jakby* to forma o określonym znaczeniu: to „osłabione *jak* w funkcjach porównawczych”; to „partykuła osłabiająca dosłowność znaczenia wyrazu”; to wreszcie potoczny „wyraz

równoważny ze spójnikami *gdyby, jeżeliby*”. Z kolei we frazeologii potocznej *tak jakby* to tyle co ‘prawie’. Poza te obszary semantyczne wychodzić nie można!

W odniesieniu do kolejnego wskazanego przykładu natręctwa językowego – *w każdym bądź razie* – należy podkreślić, że jest ono uważane przez językoznawców za niepoprawne, natomiast najprawdopodobniej zestawienie takie wzięło się z pomieszania dwóch osobnych fraz: *bądź co bądź* i *w każdym razie*.

Najczęściej wskazywane natręctwa/maniery językowe zostały również poddane analizie statystycznej. Dokonano podziału odpowiedzi dotyczących spotykania tych zagadnień przez badanych w zależności od ich wieku. Wiek respondentów został podzielony w taki sposób, by odpowiadał danym generacjom ludzkim, na przykład osoby urodzone w latach 1997–2012 to pokolenie Z, a zatem mają maksymalnie 26 lat (tab. 4).

Analizę statystyczną przeprowadzono w programie Statistica (StatSoft) w wersji 13.3. Wykorzystano test niezależności χ^2 . Każdorazowo testowano na poziomie istotności wynoszącym $\alpha = 0,05$ ($p \leq 0,05$), a wartości istotne statystycznie oznaczano pogrubieniem. Przyjęto, że wartości istotności znajdujące się w przedziale $0,05 < p < 0,1$ wskazują na tendencję statystyczną (oznaczano podkreśleniem).

Tab. 4. Najczęściej spotykane natręctwa/maniery językowe w zależności od wieku badanych

Natręctwa/ maniery	Wiek						chi ²	p
	18–26 (n = 40)		27–42 lata (n = 42)		43–58 lat (n = 18)			
	n	%	n	%	n	%		
jakby	14	35,0	5	11,9	2	11,1	7,88	0,019
bynajmniej	9	22,5	8	19,0	4	22,2	0,17	0,920
generalnie	2	5,0	7	16,7	2	11,1	2,85	0,241

Źródło: opracowanie własne.

Wykazano istotne ($p < 0,05$) różnice pomiędzy wiekiem respondentów a spotykaniem przez nich natręctw językowych/manier (tab. 4). Grupa osób w wieku 18–26 lat częściej wskazywała na słowo *jakby* jako przejaw manieri językowej oraz na słowo *bynajmniej*. Respondenci, których wiek mieścił się w przedziale wiekowym 27–42 lata, częściej wskazywali na słowo *generalnie*.

Ankietowani wypowiadali się również na temat używania natręctw językowych przez Polaków. Zostali spytani o okoliczności, w których zdarza się to najczęściej. Na pytanie „Czy uważa Pani/Pan, że Polacy używają natręctw językowych, kiedy się wypowiadają? Jeśli tak, w jakich najczęściej okolicznościach?” najliczniej udzielono następujących odpowiedzi:

- tak, w swobodnej, codziennej rozmowie – 28 wskazań,
- tak, w mowie potocznej, kiedy chcą się pokazać jako elokwentni – 16 wskazań,
- tak, kiedy ludzie się stresują – 14 wskazań,
- tak – przemowy, wykłady, wystąpienia – 10 wskazań,
- tak, kiedy są nadmiernie podekscytowani/pod wpływem emocji – 9 wskazań,
- tak, podczas wypowiedzi na forum – 7 wskazań,

– tak, podczas rozmów ze znajomymi (szybkie i spontaniczne rozmowy) i rodziną – 7 wskazań.

Większość badanych uważa, że Polacy używają natręctw językowych, a najczęstszymi okolicznościami występowania tego zjawiska są swobodne, codzienne rozmowy. Najczęściej wynika to z emocjonalnego podejścia rozmówcy do danego tematu. Źródłem jest również brak poprawnego zarządzania emocjami. Ludzie ponadto próbują w ten sposób ukryć brak wiedzy lub kompetencji w danym temacie albo sprawić wrażenie inteligentniejszych. Czasami starają się wydobyć od rozmówcy pewnego rodzaju potwierdzenie na to, że to, co mówią, jest uważnie wysłuchiwanie. Może to wynikać z niepewności odnośnie do wypowiadanych treści albo oczekiwania, że odbiorca przyzna nadawcy komunikatu rację, co podbuduje samoocenę mówiącego. Bardzo często Polacy używają w swoich wypowiedziach natręctw językowych, ponieważ wydaje im się (błędnie), że dzięki temu staną się w oczach rozmówcy bardziej elokwentni. Ankietowani często wskazywali sytuacje stresujące jako powód występowania natręctw językowych. Według nich powodem stosowania tego rodzaju sformułowań są również silne emocje, ekscytacja. Co ciekawe, respondenci zauważali, że Polacy używają tych wyrażeń również podczas wygłaszania przemów na forum (wystąpienie publicznych czy wykładów).

Ankietowani zostali zapytani o przykłady używanych przez nich natręctw językowych w komunikacji werbalnej (tab. 5).

Tab. 5. Natręctwa językowe najczęściej używane przez badanych w komunikacji werbalnej

Lp.	Natręctwo językowe (odpowiedzi badanych)	Liczba wskazań
1	<i>jakby</i>	14
2	nie wiem/nie mam świadomości, czy stosuję, czy nie	12
3	nie mam/nie stosuję	11
4	<i>no</i>	6
5	<i>co nie?</i>	5

Źródło: opracowanie własne.

Wśród natręctw językowych najczęściej używanych przez badaną społeczność są: *jakby* (14 wskazań), *no* (6 wskazań) oraz *co nie?* (5 wskazań). Wielu z badanych (12 osób) nie było w stanie wskazać, czy stosuje takie sformułowania, czy nie, ponieważ (jak przyznali w odpowiedziach otwartych) nie mają oni świadomości używania takowych fraz. Wypowiedziała się również część osób, która nie stosuje takich wtrąceń językowych (11 osób), ale także taka, która stosuje wtrącenia angielskie (4 osoby). Zdecydowana większość podawała przykłady natręctw językowych, których używa podczas rozmowy.

W tabeli 6 przedstawiono natręctwa i maniery językowe najczęściej używane przez badanych w zależności od ich wieku.

Tab. 6. Najczęściej używane natręstwa/maniery językowe w zależności od wieku badanych

Natręstwa/ maniery	Wiek						chi²	p
	18–26 (n = 40)		27–42 lata (n = 42)		43–58 lat (n = 18)			
	n	%	n	%	n	%		
generalnie	0	0,0	3	7,1	0	0,0	4,27	0,118
masakra	0	0,0	3	7,1	1	5,6	2,86	0,239
dokładnie	1	2,5	1	2,4	0	0,0	0,45	0,799
jakby	6	15,0	5	11,9	2	11,1	0,24	0,886

Źródło: opracowanie własne.

Nie wykazano istotnych statystycznie zależności ($p > 0,05$) pomiędzy wiekiem badanych a najczęściej używanymi przez nich natręstwami/manierami językowymi.

Badana grupa wydaje się posiadać świadomość dotyczącą pojęć *natręctwo* i *maniera językowa*. Wielu uczestników wydaje się zaznajomionych z definicją tych terminów oraz umie podać trafne przykłady. Niemniej, istnieje pewna grupa osób, która może nie dostrzegać występowania tych zachowań u siebie. Możliwe, że osobom tym brakuje pełnej świadomości lub refleksji w kwestii własnych nawyków językowych. Warto zauważyć, że świadomość występowania natręctw i manier językowych może być różna wśród członków grupy. Może to wynikać z różnic w stopniu samoświadomości oraz zdolności do analizy własnego wypowiedzania się. Możliwe jest również, że niektórzy uczestnicy nie dostrzegają tych elementów w swoim języku codziennym ze względu na brak odpowiedniego spojrzenia krytycznego na własne działania.

Druga część badania ankietowego dotyczyła występowania infantylizmów i deminutywów w mowie. Wskazano ankietowanym definicję obu pojęć i poproszono o odpowiedź na cztery pytania – trzy otwarte i jedno zamknięte. Zapytano w pierwszej kolejności o to, z jakimi infantylizmami spotykają się najczęściej podczas rozmów ze znajomymi/rodziną. Odpowiedzi zebrano, pogrupowano i przedstawiono poniżej. Wśród najczęściej powtarzających się odpowiedzi były:

- *pieniężki* – 44 wskazania,
- *piesek/kotek/kiciuś* – 15 wskazań,
- *kawusia/kawka* – 15 wskazań,
- *obiadek/obiadzik* – 7 wskazań,
- zdrobnienia imion – 9 wskazań.

Pozostałe przykłady infantylizmów i deminutywów, z którymi spotykają się badani, ułożono według poszczególnych kategorii:

a) w odniesieniu do dzieci: *dzieciaczki* – 5 wskazań, *córeczka/syneczek* – 3 wskazania, *bąbelek* – 2 wskazania, *dzieciątko* – 2 wskazania, *bobasek, maluszek, maleństwo, bobaski*,

b) określające konkretne jedzenie/napoje: *herbatka* – 4 wskazania, *chlebek* – 3 wskazania, *zupka* – 3 wskazania, *piwko* – 2 wskazania, *mleczko, czekoladka, ciasteczko, winko, kotlecik, maselko, ziemniaczki, rosółek*,

c) określające posiłki: *jedzonko* – 6 wskazań, *śniadanko, kolacyjka*,

d) spieszczania przymiotników: *milutka* – 2 wskazania, *śliczniutki, słodziutki, pyszniutki*,

e) w mowie korporacyjnej/w pracy zawodowej: *fakturka* – 4 wskazania, *dowodzik*, *pracka*, *paragonik*, *zadanko*,

f) w odniesieniu do osób (podczas zwracania się):

– afektonimy: *kochanieńka/kochaniutka* – 4 wskazania,

– pozytywnie nacechowane deminutywa: *mamunia/mamusia*¹ – 3 wskazania, *żabcia*, *panienko*, *pańcia*, *rybka*, *osóbka*, *mężuś*, *żonka*,

g) w odniesieniu do przedmiotów: *buciki* – 7 wskazań, *torebunia/torebeczka* – 2 wskazania, *łapka/nózia*, *domek*, *kremik*, *kubeczek*, *podusia*, *spodeneczki*, *skarpeteczki*, *sukienusia/sukieneczka*, *książeczka*, *fotelik*, *fryzurka*, *prezencik*, *włoski*, *pazurki*, *rajstopki*, *ubranka*,

h) pozostałe: *chwilunia/chwileczka* – 5 wskazań, *spacerek* – 3 wskazania, *koteczek/pieseczek/psinka* – 2 wskazania, *piąteczek/piątunio* – 2 wskazania, *spanko* – 2 wskazania, *ile masz latek?*, *peszek*, *momencik*, *wakajki*, *troszkę*.

Otrzymane odpowiedzi wskazują, że badana społeczność spotyka się z różnymi infantyлизmami i deminutywami podczas rozmów ze znajomymi czy rodziną. Zdrobnienie *pieniążki* pojawiło się w odpowiedziach aż 44 razy, co oznacza, że dokładnie 44% badanej społeczności wskazało to słowo jako przykład infantyлизmów/deminutywów, z którymi ma kontakt podczas rozmów z bliskimi. Wśród najczęściej wskazywanych przykładów były również: *piesek/kotek/kiciuś* – 15 wskazań, *kawusia/kawka* – 15 wskazań, *obiadek/obiadzik* – 7 wskazań, zdrobnienia imion – 9 wskazań.

W tabeli 7 ujęto najczęściej spotykane infantyлизmy językowe w zależności od wieku badanych.

Tab. 7. Najczęściej spotykane infantyлизmy językowe w zależności od wieku badanych

Infantyлизmy	Wiek						chi ²	p
	18–26 (n = 40)		27–42 lata (n = 42)		43–58 lat (n = 18)			
	n	%	n	%	n	%		
pieniążki	15	37,5	21	50,0	12	66,7	4,35	0,114
kochaniutka/ kochanieńka	0	0,0	5	11,9	2	11,1	<u>5,03</u>	<u>0,081</u>
kawusia	2	5,0	8	19,0	1	5,6	<u>4,76</u>	<u>0,091</u>

Źródło: opracowanie własne.

Istnieje pewna grupa osób, która częściej wskazuje na infantyлизmy: *kochaniutka/kochanieńka*, *kawusia* (grupa osób w wieku 27–42 lata), lecz różnice są na poziomie tendencji statystycznej.

Poproszono, by respondenci określili, jakie grupy wiekowe lub grupy społeczne najczęściej używają infantyлизmów (na przykład: osoby starsze, użytkownicy internetu, środowisko akademickie, konkretna grupa zawodowa, na przykład nauczyciele wychowania przedszkolnego). Wyniki prezentuje tabela 8.

¹ Jest to ekspresywnie i pozytywnie nacechowany deminutyw (Dzienisiewicz, 2022).

Tab. 8. Grupy wiekowe/grupy społeczne najczęściej stosujące infantylizmy w wypowiedziach

Lp.	Grupa	Liczba wskazań
1	osoby starsze	41
2	dzieci	19
3	osoby pracujące z małymi dziećmi	13
4	rodzice	9
5	nie ma reguły/wszyscy	8

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Według badanych grupą, która najczęściej używa infantylizmów, są osoby starsze. Grupę tę wskazano aż 41 razy. Ankietowani podawali oprócz tego następujące grupy: dzieci – 19 wskazań, osoby pracujące z małymi dziećmi – 13 wskazań, rodzice – 9 wskazań. Według 8 osób wszyscy używają infantylizmów.

Respondenci zostali następnie poproszeni o odpowiedź na pytanie „Jak Pani/Pan uważa, czemu służy używanie infantylizmów w komunikatach werbalnych? Dlaczego ludzie je stosują?”. Najczęstsze odpowiedzi pogrupowano i przedstawiono poniżej:

- aby być postrzeganym jako ktoś przyjazny, sympatyczny (ocieplenie wizerunku) – 45 wskazań,
- ponieważ nadają przedmiotowi mniej poważny wydźwięk – 7 wskazań,
- nie wiem/nie mam pojęcia – 7 wskazań,
- aby „dodać ładunku emocjonalnego komunikatowi” – 5 wskazań,
- aby zmniejszać różnicę wiekową między sobą a grupą, do której się mówi – 5 wskazań (na przykład do dzieci).

Wielu respondentów wskazało, że używanie infantylizmów ma na celu bycie postrzeganym jako ktoś przyjazny i sympatyczny. Ludzie stosują takie formy komunikacji w celu budowania pozytywnego wizerunku i relacji z innymi. Inna grupa ankietowanych była zdania, że infantylizmy nadają przedmiotowi mniej poważny charakter (stosowanie w sytuacjach, w których chce się uniknąć zbytniego formalizmu). Według niektórych badanych użytkownicy języka stosują infantylizmy, aby dodać komunikatowi emocji, które mogą pomagać w przekazywaniu uczuć w sposób bardziej wyrazisty. Istnieje grupa osób, która uważa, że niektórzy używają infantylizmów, aby zniwelować różnice wiekowe między sobą a grupą docelową, szczególnie w kontekście rozmowy z dziećmi. Ankietowani podawali także, że powodem stosowania infantylizmów może być stworzenie wrażenia osoby delikatnej, niewinnej i dziecinnej. Według niektórych powodem może być chęć ocieplenia komunikatu. W pewnych sytuacjach stosowanie infantylizmów może służyć złagodzeniu komunikatu, szczególnie gdy jest on trudny do przekazania, nieprzyjemny lub wymaga delikatnego podejścia. Wśród innych odpowiedzi znalazły się: chęć ukrycia zdenerwowania, przyzwyczajenie do stosowania infantylizmów czy chęć wywarcia pozytywnego wrażenia na innej osobie.

Ostatnie pytanie miało charakter zamknięty i dotyczyło opinii badanych na temat charakterystyki infantylizmów. Zapytano: „Czy uważa Pani/Pan, że infantylizmy nacechowane są pozytywnie czy negatywnie?”. Odpowiedzi przedstawiono w tabeli 9.

Tab. 9. Opinie na temat nacechowania infantyлизmów

Lp.	Odpowiedź	Liczba odpowiedzi
1	pozytywnie	45
2	negatywnie	20
3	nie mam zdania	35

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Odpowiedzi były zróżnicowane, jednak najwięcej respondentów uznało, że infantyлизmy mają wydźwięk pozytywny (45% badanej społeczności). Nie ma zdania na ten temat 35% ogółu badanych. Co piąta osoba natomiast wskazała na negatywny charakter stosowania infantyлизmów w mowie.

Wnioski i konkluzje

Osoby prowadzące sprzedaż on-line na żywo wielokrotnie używają zdrobnień, aby przypodobać się widzom i zachęcić ich do zakupu. Jest to nagminne zjawisko. Analizę obu profili sprzedażowych poprzedzono dokonaniem rozeznania i obserwacji innych tego typu transmisji sprzedażowych. Zauważono, że podczas prowadzenia innych transmisji sprzedażowych każda osoba prowadząca je stosowała te same techniki. Nagminnie i do przesady używane były zdrobnienia, takie jak: *plaszczyki*, *kurteczki* i podobne, co wydaje się standardem w tego typu transmisjach. Warto również dodać, że okazywanie emocji wobec klienta w trakcie rozmowy handlowej także jest oznaką stosowania strategii pozytywnej uprzejmości. Strategie te obejmują używanie przez sprzedawcę różnych technik, takich jak: żartowanie, sugerowanie, potwierdzanie wspólnych doświadczeń czy okazywanie zainteresowania sprawami klienta – i to też należy uwzględnić w rozważaniach.

W materiale, który poddano badaniu obserwacyjnemu, formy zdrobnień występują głównie jako środki ekspresji służące wyrażaniu uczuć przez nadawcę. W literaturze przedmiotu podkreśla się systemowy charakter wyrażania emocji za pomocą środków słowotwórczych. Formanty deminutywne zalicza się do pozaleksykalnych środków wartościowania, mając na względzie ekspresywne nacechowanie wybranej grupy zdrobnień językowych (Woszczyńska, 2012: 133–139), na przykład *chlebek*, *światelko*. Zdrabnianie służy w analizowanych sytuacjach do wyrażania emocji i sympatii w stosunku do innej osoby, o której mowa.

Należy podkreślić, że formanty deminutywne są jedynym sposobem wyrażania dodatniego nacechowania emocjonalnego z uczestnictwem środków słowotwórczych. Zdrabnianie wyrazów może być uznawane za wskaźnik przynależności tekstu do stylu potocznego.

Zarówno osoby prowadzące transmisje sprzedażowe na portalu Facebook, jak i osoby rozmawiające ze sobą *tête-à-tête* w przypadkowych sytuacjach (warto dodać, że były to kobiety) używały zdrobnień i spieszczeń do wyrażenia emocji nacechowanych pozytywnie.

Badanie wiedzy na temat manier i natręctw językowych wskazuje, że uczestnicy są w stanie zidentyfikować i zrozumieć te pojęcia. Badani zdają się zauważać stosowanie tych elementów u innych osób i przyznają, że również sami je stosują. W badaniu dowiedziono,

że nie ma istotnych zależności pomiędzy wiekiem badanych (przynależnością do danej generacji) a najczęściej używanymi przez nich natręctwami/manierami językowymi. Oznacza to, że wszystkie badane grupy używają tego typu zwrotów.

Respondenci zgłosili wiele różnych nawyków i manier językowych, które zauważają u osób w najbliższym otoczeniu podczas komunikacji werbalnej. Wśród najczęściej wskazywanych znajdują się: *bynajmniej* – 24 zgłoszenia, *jakby* – 23 zgłoszenia, *generalnie* – 14 zgłoszeń, *w każdym bądź razie* – 12 zgłoszeń, *co nie?* – 10 zgłoszeń, przekleństwa (nie określono, które są najczęstsze) – 9 zgłoszeń, *prawda?* – 8 zgłoszeń, *no i wiesz* – 8 zgłoszeń, *tak?* – 7 zgłoszeń.

Wykazano istotne różnice pomiędzy wiekiem respondentów a spotykaniem przez nich natręctw językowych/manier. Grupa osób w wieku 18–26 lat częściej wskazywała na słowo *jakby* jako przejaw manieri językowej oraz na słowo *bynajmniej*. Respondenci, których wiek mieścił się w przedziale wiekowym 27–42 lata częściej wskazywali na słowo *generalnie*. Warto zauważyć różnorodność nawyków i manier, które występują w mowie i są zauważane przez badanych.

Infantyлизmy z kolei są używane najczęściej w celu ocieplenia wizerunku i bycia postrzeganym jako osoby przyjazne, sympatyczne. Przykłady takich infantyлизmów mogą obejmować słowa lub zwroty, które nadają rozmowie bardziej nieformalny i przyjacielski ton. Ankietowani uznali, że infantyлизmy są stosowane najczęściej przez: osoby starsze, dzieci, osoby pracujące z małymi dziećmi i rodziców. Analiza wyników badania umożliwia wskazanie na różnorodne motywacje i potrzeby, od dbania o pozytywny wizerunek po eksplorację aspektów emocjonalnych w komunikacji. Decyzje w tym kontekście mogą być podejmowane z myślą o szerokim spektrum celów, od budowania relacji po nadawanie komunikatom określonych tonów. Wykazano różnice, lecz tylko na poziomie tendencji statystycznej. Istnieje pewna grupa osób, która częściej wskazuje na infantyлизmy: *kochaniutka/kochanieńka, kawusia* (pokolenie Z), lecz różnice są na poziomie tendencji statystycznej.

Uzyskane wyniki stwarzają możliwość kontynuacji badań w tym zakresie. Należałoby przy tym uwzględnić następujące czynniki: region zamieszkania, przynależność pokoleniową oraz językową (gwara, dialekt itp.).

Podsumowanie

Obecnie w nowoczesnym handlu, zwłaszcza internetowym, używanie zdrobnień w rozmowach wiąże się ze strategicznymi celami sprzedawcy. Służy bowiem okazywaniu uprzejmości oraz zbliżeniu się do rozmówcy. To zjawisko wpisuje się w tendencję zauważaną przez językoznawców, która polega na instrumentalnym używaniu języka w celu wywołania odpowiednich reakcji u klienta. Warto również zauważyć, że potwierdzeniem tej tendencji są także próby zmniejszania dystansu poprzez pośrednie formy adresatywne oraz częste deklarowanie chęci pomocy. Dla wielu odbiorców jednakże może to stanowić brak profesjonalizmu ze strony osoby prowadzącej transmisję sprzedażową. Co więcej, niesie ze sobą negatywne skojarzenia z przyjmowaniem postawy służalczej wobec klienta lub wręcz nakłaniającej do zakupu.

Analizowany materiał obserwacyjny zawiera formy zdrobniałe używane przez nadawcę przede wszystkim jako środki ekspresji. W przedstawionych sytuacjach zdrobnienia służyły wyrażaniu emocji, takich jak: przyjemność, upodobanie wobec przedmiotu czy sympatia wobec osoby. Zarówno osoby prowadzące transmisje sprzedażowe na Facebooku, jak i osoby rozmawiające ze sobą w przypadkowych sytuacjach używały zdrobnień i spieszczeń do wyrażenia pozytywnych emocji.

W podjętej próbie wskazania, czy istnieje powiązanie między przynależnością do danego pokolenia uczestników badania a stosowaniem przez nich natręctw językowych, autorka doszła do wniosku, że nie ma istotnych zależności między wiekiem badanych a częstością używania natręctw/manier językowych. To oznacza, że takie zjawisko jest obecne we wszystkich badanych grupach.

Bibliografia

Dzienisiewicz D. (2022), *Zwroty adresatywne w polsko- i rosyjskojęzycznej korespondencji pocztówkowej*, „Językoznawstwo”, nr 2(17), s. 57–80.

Handke K. (2009), *Zakłócenia w komunikacji językowej w dzisiejszej Polsce*, „Studia Językoznawcze”, nr 8, s. 13–27.

Satoła-Staškowiak J. (2021), *Poradnik językoznawczy*, Łódź: Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.

Woszczyńska A. (2012), *Wyrażenia ekspresywne jako słownictwo wartościujące na przykładzie felietonów Krzysztofa Teodora Toeplitza*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, nr 6, s. 133–139.