

KATARZYNA KONDZIOŁA-PICH

ORCID: 0000-0003-1950-9299

Uniwersytet Szczeciński, Szczecin

katarzyna.kondziola-pich@usz.edu.pl

## Uwodzenie okiem pragmalingwisty

### Słowa kluczowe

strategie językowe, teoria aktów mowy, warunki skuteczności

### Keywords

language strategies, theory of speech acts, conditions of effectiveness

Gwarantem istnienia życia na ziemi jest rozmnażanie się poszczególnych gatunków. W świecie zwierząt odbywa się to instynktownie, przy czym bardzo ważnym elementem jest tu walka o względy osobników płci przeciwnej. Najczęściej walkę tę podejmują przedstawiciele płci męskiej, których natura wyposażyła w cały szereg przeróżnych narzędzi, umiejętności i cech zewnętrznych. Samce na czas godów prezentują swe największe atrybuty – stroszą kolorowe pióra, urządzają popisy taneczne, wydają przyciągające samice dźwięki, nierzadko też walczą o swą wybraną na śmierć i życie.

Wśród ludzi dostrzegamy przejawy tych pierwotnych instynktów, które jednak przybierają zdecydowanie bardziej skomplikowaną i złożoną formę. W odniesieniu do zdobywania względów płci przeciwnej mówimy często o uwodzeniu. Współczesny rozwój cywilizacji i życie w ciągłym pośpiechu powodują, że ludzie w każdym obszarze życia cenią sobie łatwe i szybkie rozwiązania, przynoszące natychmiastowe efekty. Dotyczy to również tak delikatnej sfery, jaką są relacje damsko-męskie.

Powszechna dostępność internetu sprawia, że często przenosimy prawdziwe relacje do rzeczywistości wirtualnej. Szukamy w niej także sposobów ułatwiających nam funkcjonowanie w prawdziwym świecie. Budowanie relacji z partnerem często zaczyna się

właśnie w sieci. Obok czatów i forów o charakterze randkowym w internecie funkcjonuje cały szereg wyspecjalizowanych portali, których użytkownicy dzielą się swoimi sukcesami i sposobami na skuteczne uwodzenie kobiet. Z łatwością można także znaleźć internetowe poradniki na ten temat. Zjawisko staje się na tyle powszechne, że socjologowie zaczynają opisywać je jako „nieformalny, niezinstytucjonalizowany i częściowo niejawnny ruch (względnie społeczność) mężczyzn podejmujących usystematyzowane i steoretyzowane działania mające na celu zwiększenie swojego powodzenia u kobiet, a przez to liczby partnerek seksualnych”<sup>1</sup>, a nawet próbują je charakteryzować jako subkulturę posługującą się „własnym, wysoce technicyzowanym językiem, własną hierarchią społeczną i własną, hermetyczną filozofią uwodzenia”<sup>2</sup>.

Członkowie opisywanych grup są zwolennikami tzw. PU (ang. *Pick Up* – podrywać) i w relacjach z kobietami bazują na kształtowaniu własnego zachowania zgodnie z regułami NLS (ang. *Neurolinguistic Seduction*). Są to metody uwodzenia powstałe na bazie programowania neurolingwistycznego (NLP), czyli technik komunikacji, których celem jest tworzenie i modyfikowanie wzorców postrzegania i myślenia u ludzi<sup>3</sup>. Członków takich grup nazywa się często społecznością PUA (*Pick-Up Artists* – artyści uwodzenia) lub SC (ang. *Seduction Community*). Ich cechą charakterystyczną, a zarazem czynnikiem spajającym, jest specyficzny sposób porozumiewania się. Polega on na stosowaniu dziesiątków skrótów i zapożyczeń (najczęściej z języka angielskiego) oraz słów, którym nadaje się nowe, specyficzne znaczenia. W internecie można znaleźć amatorskie opracowania słownikowe, zawierające podstawowe terminy i ich wyjaśnienia. Fragment takiego słowniczka prezentuje się następująco<sup>4</sup>:

**AFC** (Average Frustrated Chump) – przeciętny chłopak, który nie potrafi podrywać dziewczyny, zob. też: PSF, WSN

**AI** (Approach Invitation) – zaproszenie do poznania, sygnały wysyłane przez dziewczynę, kiedy chce, żebyś ją poderwał

**AMOG** (Alpha Male Other Guy) – chłopak o dominującym charakterze (alfa) i dobrym statusie towarzyskim, który też chce poderwać dziewczynę, którą podrywasz lub który przeszkadza ci (świadomie lub nieświadomie) w podrywaniu

**Anchor** – zob. Kotwica

<sup>1</sup> Sławomir Waciewicz, „«Gra» w uwodzenie. Seduction community jako nowe zjawisko społeczne”, *Homo Ludens*, 1 (2009): 280.

<sup>2</sup> Adriana Sylwia Bartnik, Anna Krajewska, „Strategie uwodzenia. Analiza socjologiczna wybranych forów internetowych”, *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Sociologica*, 34 (2009): 91.

<sup>3</sup> Programowanie neurolingwistyczne zostało opisane m.in. w pracy: Peter Young, *Zrozumieć NLP: reguły i praktyka* (Gliwice: Helion, 2008).

<sup>4</sup> Całe opracowanie – *Słownik PUA* – znajduje się w internecie, dostęp 9.11.2018, [http://www.podrywaj.org/s%C5%82ownik\\_pua\\_0](http://www.podrywaj.org/s%C5%82ownik_pua_0).

**Anti-AI** (Anti Approach Invitation) – antyzaproszenie do poznania, kiedy dziewczyna nie chce z tobą nawet rozmawiać

**Arcyztukmistrz** – zob. MPUA

**ASD** (Anti-Slut Defense) – reakcja dziewczyny, spowodowana tym, że nie chce ona brać na siebie odpowiedzialności za rozwój wydarzeń podczas podrywu; często jest to reakcja odruchowa; polskie określenie: OND, Obrona Niby Dziewicza

**ASF** (alt.seduction.fast) – grupa dyskusyjna, która dała początek społeczności PUA

**Asmistrz** – zob. MPUA

**B** (Babe) – dziewczyna, zwykle podaje się też cyfrę w skali 1-10, będącą oceną jej wyglądu zewnętrznego

**BAFC** (Below Average Frustrated Chump) – określenie faceta gorszego niż AFC

**Bawelna cukrowa** – zob. Chick Crack

**Befriending** – zaprzyjaźnienie się ze znajomymi dziewczyny, zanim zacznie się ją podrywać

**BF** (Boyfriend) – chłopak

**BF Destroyer** (Boyfriend Destroyer) – tekst, metoda lub zachowanie mające na celu poderwanie dziewczyny, która ma chłopaka

**BL** (Body Language) – mowa ciała, ważny element komunikacji niewerbalnej; też MC

**Bloker** – zob. CB

**Blur** – sytuacja, kiedy kobieta nie odpowiada na twoje telefony, pomimo tego, że wcześniej była zainteresowana; polskie określenie: wymaz

**Błyskoteka** – zob. Peacocking

**BS** (Bitch Shield) – lekceważąca (a czasem agresywna) reakcja kobiety na podryw, często jest to reakcja odruchowa; polskie określenia: sukskafander, sukotarcza

**BT** (Buying Temperature) – stopień gotowości dziewczyny do nawiązania kontaktu intymnego, zwykle wzrasta i opada b. szybko; polskie tłumaczenie: temperatura drżenia<sup>5</sup>.

Bez zapoznania się z przynajmniej podstawowymi terminami ze słownika uwodzicieli zrozumienie prowadzonych przez nich rozmów internetowych staje się niemal niemożliwe. Obfitują one bowiem w wypowiedzi typu:

(1) *Byłem na fieldzie po wcześniejszym FPC. Był hook point ale później zmieniło się to we fluff talk. Zrobiłem SO i postanowiłem wejść w STR...*<sup>6</sup>

<sup>5</sup> W powyższym cytacie oraz we wszystkich kolejnych pochodzących z forów i poradników internetowych zachowana została oryginalna pisownia i interpunkcja.

<sup>6</sup> *Słownik PUA.*

(2) *To takie moje małe życzenie związane z forum na ten rok – żeby znów pojawiały się FRy, które chce się czytać, które nie muszą kończyć się wcale 5FC z 3SHB, a jednak oddają prawdziwe emocje, pokazują, jak wiele można osiągnąć przy odpowiednim nastawieniu... Czekam na FRy, które pokazują radość z uwodzenia, a ich autor traktuje kobiety jako równorzędnych partnerów w odwiecznej grze, a nie jak przedmiot do zaliczania<sup>7</sup>.*

Wypowiadanie się oraz odczytywanie wiadomości na forach społeczności PUA najczęściej możliwe jest dopiero po zarejestrowaniu się. To, że strony internetowe tego typu nie są w pełni dostępne dla osób nieposiadających własnego loginu i hasła, świadczy o pewnej hermetyczności opisywanych grup. W internecie istnieje jednak cały szereg podobnych portali, z których można korzystać bez ograniczeń. Choć dotyczą one uwodzenia i najczęściej można na nich znaleźć poradniki na ten temat, nie obowiązuje tam znajomość języka społeczności PUA. Polski internet obfituje w tego typu poradniki, np. uwodzenie.blox.pl, podrywam.pl, www.uwodzenie.org, www.podrywaj.org, www.uwodziciel.fora.pl. Powszecznie dostępne są również internetowe wydania publikacji książkowych na ten temat<sup>8</sup>, których autorzy często ukrywają się pod pseudonimami<sup>9</sup>.

Celem niniejszego artykułu jest przeanalizowanie opisywanych w tego typu poradnikach sposobów uwodzenia z punktu widzenia strategii językowych. Za Urszulą Żydek-Bednarczuk przyjmuje się, że strategia językowa to „świadomie i nieświadomie kierowany przez nadawcę i odbiorcę spójny ciąg aktów mowy, za pomocą którego interlokutorzy dążą do osiągnięcia własnych celów komunikacyjnych, jak i celów wspólnych”<sup>10</sup>. W przypadku uwodzenia mamy raczej do czynienia ze świadomym działaniem. Nie należy jednak zapominać, że dotyczy ono sfery damsko-męskiej, w której bardzo często do gry włączają się emocje. Ten obszar ludzkiej psychiki łatwo wymyka się spod świadomej kontroli człowieka i przejawia się na przykład w komunikacji pozawerbalnej. Jej znaczenie w sytuacjach uwodzenia również zostanie tu pokrótce omówione. Podczas analizowania materiału zastosowana będzie metoda pragmalingwistyczna, w szczególności teoria aktów mowy.

Zgodnie z eksplikacją słownikową *uwieść* to znaczy ‘wzbudzić w kimś zachwyty, pożądanie, oczarować kogoś czymś, np. urodą’ (USJP). Słownik ten odnosi również uwodzenie do sfery seksualności człowieka i zwraca uwagę na jego perswazyjny charakter – ‘zalotami skłonić kogoś do współżycia seksualnego’. Znajdziemy także eksplikację, która plasuje uwodzenie wśród technik manipulacji wykorzystujących kłamstwo – ‘mamiąc obietnicami,

<sup>7</sup> *Blog uwodzenie*, dostęp 10.08.2018, <http://uwodzenie.blox.pl/html>.

<sup>8</sup> Por. Jacek Wylężek, *Jak uwieść kobietę. Poradnik krok po kroku* (Kraków: Wydawnictwo Dobry eBook, 2010).

<sup>9</sup> Por. Uncle Uwo, *Uwodzenie słowem. Jak mówić i rozmawiać, żeby uwodzić?*, dostęp 3.10.2018, [uwodzicielki.pl](http://uwodzicielki.pl).

<sup>10</sup> Urszula Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu* (Kraków: Universitas, 2005), 167–168.

pochlebstwami itp., szukać kogoś; zwieść'. Wśród synonimów leksemu *uwodzić* odnajdziemy m.in. *bałamucić, podrywać, kokietować, zwodzić, mamić, bajerować, kusić, nęcić*. Wszystkie one wypuklają złą wolę uwodziciela, który za wszelką cenę chce osiągnąć swój cel i zdobyć względy upatrzonej przez siebie kobiety. Z punktu widzenia pragmalingwistyki zaś uwodzenie jest sytuacją komunikacyjną, której składowe można skatalogować w dość precyzyjny sposób. Tę sytuację sami uwodziciele bardzo często nazywają grą, która w jednej z książek-poradników została opisana w ten sposób:

Uwodzenie powszechnie nazywane jest grą. To metafora, która bardzo dobrze oddaje to, czego będziesz się uczyć. Każda gra ma swoje zasady, których należy przestrzegać. Jeśli łamiesz zasady gry, po prostu z niej wylatujesz, musisz zacząć od nowa. Jeśli ich przestrzegasz, grasz dalej. Gra to również coś, co dostarcza nam zabawy i nie jest prawdziwe. Oznacza to, że jeśli przegrasz, nic się nie dzieje. Jeśli przegrasz, grasz znowu, bo to dobra zabawa, a im więcej grasz, tym lepszy jesteś, tym częściej wygrywasz. Natomiast gdy przegrywasz, analizujesz, jakie błędy popełniłeś, i grasz od nowa, tym razem tych błędów unikając, aż dochodzisz do mistrzostwa<sup>11</sup>.

Uwodzenie, jak każda gra, kieruje się określonymi zasadami. Te najbardziej ogólne sformułował w swoim artykule S. Waciewicz:

- powodzenie u kobiet zależy w mniejszym stopniu od czynników takich, jak wygląd czy faktyczny status zawodowy/materialny, a w większym od warstwy zachowań;
- możliwe jest wyróżnienie i teoretyczne opisanie skutecznych schematów zachowań;
- możliwe jest nauczenie się tych schematów zachowań (powodzenie u kobiet to wyuczalna zdolność);
- możliwe jest zautomatyzowanie/internalizacja tych schematów zachowań (od świadomego stosowania technik do naturalnego, intuicyjnego zachowania we właściwy sposób)<sup>12</sup>.

Dla pełnego opisu należy uzupełnić składowe tej gry o kilka elementów, które można określić mianem warunków skuteczności uwodzenia. Należą do nich:

**a) Warunki stosowności kontekstowej.** Jest to przede wszystkim scharakteryzowanie interlokutorów i sytuacji, w której prowadzona jest interakcja. Co prawda uwodzenie może się odbywać zarówno na linii mężczyzna–kobieta oraz kobieta–mężczyzna, jak i na linii kobieta–kobieta lub mężczyzna–mężczyzna, jednak wszystkie przeanalizowane poradniki dotyczą sytuacji, w których uwodzicielem jest mężczyzna, uwodzoną zaś kobieta. Przyjmujemy, że ten układ jest najbardziej powszechny i to on stanie się jednym z warunków skuteczności.

<sup>11</sup> Wylęzek, *Jak uwieść*, 6.

<sup>12</sup> Waciewicz, „Gra”, 281.

Pozostając w konwencji gry, należy zaznaczyć, że głównym rozgrywającym (graczem) jest w tej sytuacji mężczyzna. To on inicjuje interakcję i stara się narzucić jej określony kierunek. On też decyduje o tym, kogo do gry zaprosi, a więc w pewnym sensie narzuca reguły. Status społeczny ani wiek nie są elementami stałymi lub narzuconymi. Wydaje się, że jedynym ograniczeniem jest osiągnięcie dojrzałości płciowej, co automatycznie wyklucza z gry osoby w wieku dziecięcym. Można także przyjąć, że warunki skuteczności nie określają jednoznacznie miejsca, w którym gra musi się toczyć. Może to być miejsce pracy, ulica, szkoła, sklep, park itd. Na podstawie przeanalizowanych poradników można jedynie określić, że najczęstszymi miejscami, w których spotykamy się z uwodzeniem, są miejsca rozrywki, takie jak dyskoteki, kluby, bary, kawiarnie itp.

**b) Adekwatność wypowiedzi do sytuacji.** Ten warunek należy potraktować dwubiegunowo. Pamiętając, że głównym celem uwodzenia jest zdobycie przez mężczyznę względy kobiety, należy zwrócić uwagę na fakt, że ten cel jest czasem ujawniany na samym początku gry, czasem zaś ukrywany i osiągany w sposób pośredni. Sami uwodziciele w swoich poradnikach zaznaczają, że ukrywanie bądź ujawnienie celu zależy od jego charakteru. Niekiedy sprowadza się on jedynie do tego, by uwodzenie skończyło się zbliżeniem seksualnym. W takich przypadkach adekwatność wypowiedzi do sytuacji oznacza bezpośredniość, np.

(3) *Wow... masz tak świetną figurę, że musiałem do Ciebie podejść*<sup>13</sup>.

Z drugiej zaś strony celem nie musi być natychmiastowe zbliżenie, tylko nawiązanie znajomości, która będzie się rozwijać nieco wolniej. W takich sytuacjach „eksperci” w uwodzeniu zalecają pośredniość, która oznacza asekualny i prozaiczny kontekst nawiązania interakcji. Za przykład może posłużyć fragment internetowego poradnika:

(4) – *Hej, wiesz może gdzie tu w pobliżu jest empik albo księgarnia? Chciałbym kupić siostrze książkę na urodziny, ale nie mam pojęcia gdzie takie cuda mogą dostać. Zresztą przy okazji przydałaby mi się fachowa kobieca porada co najbardziej lubicie czytać I tak przez kilka minut rozmawiacie o książkach, a ona tłumaczy Ci jak dojść do najbliższej księgarni. Jednak Ty po chwili przerywasz jej i mówisz:*

– *Tak na prawdę nie interesuje mnie droga do księgarni, a moja siostra nie ma urodzin... bo nie mam nawet siostry... Podszedłem do Ciebie bo mi się spodobałaś, ale nie miałem pojęcia jak Ci to powiedzieć...*

<sup>13</sup> *Sposoby na podryw*, dostęp 10.08.2018, <http://podrywam.pl/podrywanie-dziewczyn/sposoby-na-podryw>.

*Tym samym mówisz jej dlaczego tak na prawdę do niej podszedłeś, lecz nie od razu, tylko po kilku minutach rozmowy*<sup>14</sup>.

Zdaniem internetowych uwodzicieli adekwatność wypowiedzi do sytuacji – w uwodzeniu pośrednim – oznacza również stosowanie poczucia humoru, co prezentuje poniższy przykład:

(5) *Cześć! Nie widziałaś może przebiegającego miśka polarnego, bo zerwał mi się ze smyczy i nie mogę teraz tej bestii znaleźć*<sup>15</sup>.

Jak zatem widać, warunek adekwatności wypowiedzi do sytuacji jest zależny od celu, jaki chce osiągnąć uwodziciel. W obu przypadkach odbiorca komunikatu prawdopodobnie domyśli się, że stał się obiektem zainteresowania rozmówcy, jednak w zależności od zastosowanej strategii (pośredniej lub bezpośredniej) łatwiej mu będzie zidentyfikować konkretne zamiary nadawcy wypowiedzi. Z pewnością wybór jednego z tych dwóch wzorów zależy również od temperamentu uwodziciela. Istnieją jednak takie sposoby nawiązywania kontaktu z kobietą, które bezwzględnie odradzają użytkownicy wszystkich przeanalizowanych portali. Zaliczają do nich wypowiedzi o charakterze poetyckim, które określają jako „tanie”, „słabe” i „oklepane”, np.

(6) *Czy to bolało? Jak spadłaś z nieba aniołku...*

(7) *Czy Twój ojciec był złodziejem? Bo ukradł wszystkie gwiazdy z nieba i włożył je w Twoje oczy.*

(8) *Czy wierzysz w miłość od pierwszego wejrzenia, czy może powinienem podejść jeszcze raz?*

(9) *Musisz być bardzo zmęczona, bo biegasz po moich myślach cały dzień.*

(10) *Hej, czy całujesz się z nieznanymi osobami? Nie? Więc pozwól, że się przedstawię...*<sup>16</sup>

**e) Wiarygodność nadawcy.** W sytuacji uwodzenia warunek ten sprowadza się do wyglądu nadawcy. W internetowych poradnikach z jednej strony często zwraca się uwagę, że dla kobiety najważniejsza jest osobowość mężczyzny, jednakże z drugiej strony przywołuje się tam zasadę „Jak cię widzą, tak cię piszą”, dlatego zaleca się dbanie o siebie.

<sup>14</sup> 2 teksty na podryw, które warto znać!, dostęp 10.08.2018, <http://tekstynapodryw.com.pl/2-tekstyna-podryw-ktore-warto-znac>.

<sup>15</sup> Jak uwodzić – teksty na podryw, dostęp 10.08.2018, <http://www.perfectdating.pl/22-perfect-dating/jak-podrywac/578-jak-uwodzić-teksty-na-podryw.html>.

<sup>16</sup> Teksty na podryw – czy mogą zadziałać?, dostęp 8.10.2018, <http://www.uwodzenie.org/teksty-na-podryw-czy-moga-zadzialac>.

Wygląd zewnętrzny nadawcy ustala wstępną opinię o nim i decyduje o interpretacji wygłaszanych przez niego słów. Przykładem może być sytuacja, w której uwodziciel zwraca się do kobiety słowami: *Czy mogę zaprosić Panią na kawę?* W jednym przypadku mówi to człowiek o niechlujnym wyglądzie, w drugim zaś mężczyzna w dopasowanym garniturze i o nienagannej fryzurze. Jest oczywiste, że to właśnie on ma większe szanse na otrzymanie aprobującej odpowiedzi.

Wiarygodność nadawcy łączy się także z jego zachowaniem, a w szczególności z sygnałami pozawerbalnymi, które wysyła w trakcie rozmowy. Poradniki uwodzicieli obfitują we wskazówki, czego nie powinien robić mężczyzna podczas spotkania z kobietą. Najważniejsza jest jednak postawa, która ma przekazywać komunikat o pewności siebie. Osiąga się ją dzięki świadomemu posługiwaniu się komunikacją niewerbalną:

- **Oczy.** Należy zachować kontakt wzrokowy. Nie zaleca się oczywiście ciągłego patrzenia prosto w oczy rozmówczyni, ponieważ może to ją spłoszyć. Nie wolno jednak spuszczać wzroku. Opisuje to jeden z fragmentów poradnika:

(11) *Masz nawiązywać kontakt wzrokowy i nie bać się go, ale kiedy dziewczyna go przerwie, Ty również powinieneś go przerwać. Dopiero kiedy ona spojrzy się na Ciebie znowu, nawiąź kontakt wzrokowy i uśmiechnij się, żebyś nie wyglądał jak psychopata. Pamiętaj. Spuszczenie wzroku, kiedy kobieta patrzy na Ciebie jest błędem. Jeśli unikasz kontaktu wzrokowego, to jest to znak, że masz mniej pewności siebie niż ona i niekomfortowo czujesz się wśród innych*<sup>17</sup>.

- **Uśmiech.** Uśmiechanie się niweluje napięcie:

(12) *Ludzie lubią, gdy inni się uśmiechają w ich towarzystwie, bo to pozwala im się poczuć bardziej swobodnie. Szczególnie w takiej sytuacji jak randka będzie między Wami trochę napięcia i uśmiech pozwoli go rozładować*<sup>18</sup>.

- **Brak szybkich, nerwowych ruchów.** Stosowanie ich oznacza zdenerwowanie i brak pewności siebie:

(13) *Jeśli się stresujesz, to działasz szybko, a nawet za szybko. Jeśli się denerwujesz, to z miejsca kobieta będzie to czuła i prawdopodobnie też zacznie się denerwować*<sup>19</sup>.

- **Otwarta postawa ciała.** Jej zachowanie oznacza brak skrzyżowanych rąk lub nóg. Takie skrzyżowanie jest podświadomym komunikatem dla rozmówczyni, że

<sup>17</sup> Uncle Uwo, *Uwodzenie słowem*, 13.

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> Tamże.



mężczyzna jest zamknięty na rozmowę z nią, wycofany i niepewny. W poradniku zaleca się:

(14) *Dlatego zwracaj na to uwagę i zawsze staraj się swoją mową ciała pokazać, że jesteś otwarty na ludzi i czujesz się przy nich komfortowo. Usiądź wygodnie na krześle, rozszerz nogi, oprzyj sobie ręce, tak, aby było Ci wygodnie<sup>20</sup>.*

- **Ręce.** W poradnikach nie zaleca się trzymania rąk w kieszeniach, ponieważ może to być odebrane jako brak kultury. Nie wolno także wykonywać żadnych monottonnych lub nerwowych ruchów, jak np. stukanie o blat, „bawienie się” telefonem komórkowym, wykręcanie palców itp. To także świadczy o zdenerwowaniu i, co najbardziej niepożądane, braku pewności siebie. Dlatego autor jednego z poradników dzieli się swoją radą:

(15) *Dam Ci jeszcze dobrą sztuczkę, którą poznałem od specjalistów zajmujących się przemówieniami publicznymi. Kiedy stoisz w miejscu i nie wiesz, w jaki sposób masz trzymać dłonie, to rozluźnij je, a następnie połącz największy palec z kciukiem, tak aby ledwo się dotykały. Jeśli tak zrobisz, to już będziesz dobrze wyglądał i nie będziesz musiał w żaden sposób się martwić o to, jak się prezentujesz<sup>21</sup>.*

**d) Warunek szczerości nadawcy.** Po raz pierwszy o warunku szczerości pisał John Searle, ustanawiając go dla aktu mowy prośby: „Nadawca chce, żeby Odbiorca wykonał X”<sup>22</sup>. Jeśli przyjmiemy, że zastosowany przez Searle’a symbol X oznacza podczas uwodzenia poddanie się wpływowi uwodziciela, to warunek ten z pewnością jest jednym z głównych. Podejmując wszelkie działania, mężczyzna w sytuacji uwodzenia chce, aby kobieta odpowiedziała aprobującym zachowaniem. Odwołując się do wcześniej przywołanego pojęcia gry – chce odnieść zwycięstwo. Może co prawda do niego dążyć poprzez szereg nieszczerých intencjonalnie zachowań (takich jak np. okłamywanie, namawianie, oszukiwanie), ale najważniejsza jest szczerość w dążeniu do nakłonienia kobiety do pożądanego zachowania.

Na podstawie opisanych warunków skuteczności można dokładniej przeanalizować strategie komunikacyjne stosowane przez uwodzicieli, które sprowadzają się do realizowania określonych aktów mowy. Są one zróżnicowane w zależności od etapu interakcji. Podczas uwodzenia wydzielimy dwa główne stadia – nawiązanie kontaktu i – jeśli zakończy się ono sukcesem – kontynuowanie interakcji. Etap drugi jest nieograniczony czasowo, a cały

<sup>20</sup> Tamże, 14.

<sup>21</sup> Tamże, 15.

<sup>22</sup> Podaję za: Aleksy Awdiejew, *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzeń* (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1987), 44.

akt uwodzenia można uznać za dokonany, kiedy nadawca osiągnie zamierzony cel. Może być nim jednorazowe zbliżenie seksualne lub nawiązanie dłuższej znajomości.

Analiza materiału wykazała, że podczas uwodzenia najczęściej mamy do czynienia z trzema aktami mowy. W pierwszym stadium – z pytaniem, w drugim stadium – z komplementem i propozycją.

Pytanie jako akt mowy zostało zaliczone przez Searle'a do grupy dyrektywów<sup>23</sup>. Z pragmatycznego punktu widzenia jest to prośba o udzielenie informacji lub rady. Pytanie należałoby scharakteryzować jako akt mowy pobudzający adresata do wypełnienia określonego działania, którym w tym wypadku jest udzielenie odpowiedzi. Jak pokazuje analiza, uwodziciele najczęściej nawiązując kontakt, kierują do drugiej osoby pytanie. I choć konstruowane przez nich wypowiedzi mają formę pytania, to otrzymanie na nie odpowiedzi jest tylko celem pośrednim. Celem podstawowym jest nawiązanie kontaktu, który w zamierzeniu ma doprowadzić do realizacji celu głównego. Stosowanie pytań w pierwszym stadium uwodzenia obrazują przykłady z poradników:

(16) *W perfumerii, gdy skroplimy sobie nadgarstki:  
Sorry, mogłabyś mi powiedzieć, który z zapachów jest lepszy?*<sup>24</sup>

(17) *Idąc drogą:  
Cześć, czy możesz mi powiedzieć, jak dojdę do klubu XXX?*<sup>25</sup>

Sposób na osiągnięcie celu podstawowego, czyli nawiązania dłuższego kontaktu poprzez zadanie pytania, obrazuje kolejny fragment:

(18) *Będąc w supermarkecie zawsze możesz zagadać do dziewczyny, która Ci się podoba: Ty: **Przepraszam – wiesz może jak to przyrządzić?** (pokazujesz jej klopsy czy coś)*

*Ona: Jasne wystarczy x y z.*

*Ty: Wow widzę, że znasz się na kuchni chcesz może zostać moją żoną/dziewczyną albo coś? Jesteś fajna, umiesz gotować, a ja szukam takiej dziewczyny jak Ty. Mówię serio, w dzisiejszych czasach dziewczyny prawie wcale nie potrafią gotować i nawet nie chcą się uczyć. Wszystkim tylko paznokcie i ciuchy w głowie.*

*Ona: (Uśmiech) Nie no nie mogę za Ciebie wyjść.*

*Ty: (trochę zawiedziony) No cóż mówi się trudno, zawsze przynajmniej wiem jak teraz przyrządzić xxxx. Masz może email?*<sup>26</sup>

<sup>23</sup> Por. Izabela Prokop, *Aspekty analizy pragmatycznej* (Poznań: Wydawnictwo UAM, 2010), 54.

<sup>24</sup> *Sposoby na podryw*, dostęp 11.08.2018, <http://podrywam.pl/podrywanie-dziewczyn/sposoby-na-podryw>.

<sup>25</sup> Tamże.

<sup>26</sup> Uncle Uwo, *Uwodzenie słowem*, 190–191.

Jak widać, sposób na kontynuowanie rozmowy zależy przede wszystkim od kreatywności i pewności siebie uwodziciela. Kiedy jednak jego zamiar się powiedzie, mamy do czynienia z drugim stadium interakcji. Występuje w nim komplement. Przez Aleksiego Awdiejewa jest on klasyfikowany jako akt mowy emotywno-oceniający, w którym nadawca daje wyraz swojej pozytywnej ocenie działań lub wyglądu odbiorcy<sup>27</sup>. Językoznawcy zwracają jednak uwagę, że komplement może stać się narzędziem manipulacji, szczególnie wtedy, kiedy przybiera formę pochlebstwa<sup>28</sup>.

Autorzy podręczników uwodzenia uczulają, że używanie komplementów w kontaktach z kobietami może przysporzyć kłopotów. Szczególnie wtedy, gdy używa się ich zbyt często lub nachalnie. Może to przynieść odwrotny skutek, czyli zniechęcić uwodzoną kobietę. Istnieją jednak techniki udzielania wiarygodnych komplementów<sup>29</sup>:

- **Obiektywizm.** Słyszac pozytywne opinie na swój temat, chętniej w nie wierzymy, jeśli noszą znamiona obiektywizmu. W codziennej komunikacji często spotykamy wypowiedzi typu: *Obiektywnie mówiąc...*, których celem jest przekonanie odbiorcy o prawdziwości wygłaszanych sądów. W przypadku uwodzenia taki obiektywizm również ma znaczenie. Można go osiągnąć poprzez unikanie oceniająco-ekspresywnej leksyki. Dlatego zamiast powiedzieć:

(19) *Masz sexy figurę*<sup>30</sup>

lepiej użyć stwierdzenia:

(20) *Masz dobrą figurę*<sup>31</sup>.

Obiektywność uzyskuje się także dzięki stosowaniu formuł typu: *Mówię to nie dlatego, że ja...; Obiektywnie rzecz ujmując...; Nawet gdybym cię nie znał, powiedziałbym, że...*, np.

(21) *Obiektywnie rzecz ujmując, jesteś tu najpiękniejszą kobietą*<sup>32</sup>.

- **Subiektywizm.** Autorzy podręczników uwodzenia zwracają uwagę, że na początku znajomości równie ważne jak zachowanie pozorów obiektywizmu jest wyrażanie

<sup>27</sup> Por. Aleksy Awdiejew, *Gramatyka interakcji werbalnej* (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007), 126.

<sup>28</sup> Beata Drabik, *Komplement i komplementowanie jako akt mowy i komunikacyjna strategia* (Kraków: Universitas, 2004), 22.

<sup>29</sup> Gloria Beck, *Komplement. Sztuka uwodzenia słowem* (Gliwice: Helion, 2010), 147–156.

<sup>30</sup> Tamże, 148.

<sup>31</sup> Tamże.

<sup>32</sup> *Komplementy – jak je prawić?*, dostęp 11.08.2018, <http://polki.pl/zwiazki-i-seks/zwiazek,komplementy-jak-je-prawic,10354651,artykul.html>.

własnych opinii na temat kobiety. Pozwoli to nawiązać początkową więź i wzbudzi w niej zainteresowanie. Taki subiektywizm osiągamy poprzez stosowanie formuł typu: *uwazam, że; moim zdaniem...; sądzę, że...; podoba mi się (to, że)...*, a następnie wyrażanie opinii na temat rozmówczynie. Wypowiedzi tego typu mają charakter asertywów, czyli aktów mowy, za pomocą których informujemy odbiorcę o zewnętrznych stanach rzeczy, opowiadamy coś, wypowiadamy swój sąd, np.

(22) *Świetny szalik, pasuje do Twoich butów i makijażu, **podoba mi się** takie zestawienie. Sama wybierałaś, czy inspirowałaś się jakimiś gazetami?*<sup>33</sup>

– **Udawana bezradność.** Jest to strategia, w której uwodziciel daje rozmówczynie do zrozumienia, że traci przy niej zdolność racjonalnego myślenia i przestaje panować nad swoimi reakcjami. W takich wypowiedziach stosowane są formuły typu:

– *Nie wiem (czy..., jak...), np.*

(23) ***Nie wiem, jak mam to powiedzieć, ale uważam, że jesteś wspaniała***<sup>34</sup>.

(24) *Ale ten świat jest mały. Nie pomyślałbym, że również kolekcjonujesz... **chętnie** pokazałbym Ci moją kolekcję, choć **nie wiem czy potrafiłbym się skupić przy Tobie***<sup>35</sup>.

– *Nie znajduję słów..., np.*

(25) *Co mam teraz powiedzieć? **Nie znajduję właściwych słów** – ale jest pani po prostu wspaniała*<sup>36</sup>.

Dla podniesienia wiarygodności wypowiedzi uwodziciele stosują również inne techniki, które tworzą poczucie bezradności. Jedną z nich jest przeplatanie wypowiedzi wykrzyknikami emotywnymi wyrażającymi niepewność. Należą do nich ciągi samogłosek *yyyyy...* oraz *eeee...*, których zastosowanie stwarza wrażenie, jakby komplement był z trudem tworzony na bieżąco – mimo że uwodziciel posługuje się ułożonymi przez siebie wcześniej sformułowaniami. Taki zamierzony zabieg komunikacyjny rodzi u odbiorcy przekonanie, że nadawca zastanawia się, porządkuje myśli, układa w głowie wypowiedź, gubi się z przejęcia, a wszystko to z powodu ogromnego wrażenia, jakie wywarła na nim uwodziona kobieta. Co prawda taka technika zaprzecza zalecanemu w poradnikach tworzeniu wrażenia poczucia własnej wartości i pewności siebie, jednak w przypadku komplementów zaleca się jej umiarkowane stosowanie. Obrazują ją następujące przykłady:

<sup>33</sup> Uncle Uwo, *Uwodzenie słowem*, 74.

<sup>34</sup> *Dzień mówienia komplementów*, dostęp 11.08.2018, <http://wklejka24.pl/24-stycznia-dzien-mowienia-komplementow>.

<sup>35</sup> *Sposoby na podryw*, dostęp 11.08.2018, <http://podrywam.pl/podrywanie-dziewczyn/sposoby-na-podryw>.

<sup>36</sup> Beck, *Komplement*, 150.

(26) *Jesteś, eee, najcudowniejszą rzeczą, jaka mi się przydarzyła*<sup>37</sup>.

(27) *Naprawdę jesteś, yyy, najcudowniejszą rzeczą, naprawdę najcudowniejszą, jaka mi się przydarzyła*<sup>38</sup>.

Ostatni przykład obrazuje również świadome i zamierzone stosowanie powtórzeń, które sprawiają wrażenia gubienia wątku wypowiedzi i dobierania właściwych słów.

- **Pytania retoryczne.** Są to wypowiedzenia, które co prawda mają formę zdań pytających, ale nie można ich zaliczyć do aktów mowy pytania. Stosując je, nadawca nie kieruje się deficytem informacyjnym, ale pragnie przekazać własne przekonania, opinię lub wiedzę i czyni to w sposób pośredni. Dlatego też pytania retoryczne są w istocie aktami asertywnymi, którym nadano formę pytań w celu wzmocnienia efektu perlokucyjnego<sup>39</sup>. Podczas uwodzenia są częstym sposobem na udzielanie komplementów, np.

(26) *Naprawdę myślisz, że jakkolwiek mężczyzna na tej sali mógłby ci się oprzeć?*<sup>40</sup> (pragmatyczne znaczenie komplementu: ‘Żaden mężczyzna na tej sali nie mógłby ci się oprzeć’)

(27) *Myślisz, że siedziałbym cały wieczór z kobietą, która mnie nie interesuje?*<sup>41</sup> (pragmatyczne znaczenie komplementu: ‘interesujesz mnie’).

Stosowanie pytań retorycznych służy czasem tworzeniu dialogizmu, czyli sprawianiu wrażenia, że nadawca rozmawia z samym sobą, sam odpowiada na stawiane przez siebie pytania. Taki zabieg podnosi wiarygodność komplementu oraz wzmacnia jego funkcję perswazyjną, np.

(28) *Czy mam ci teraz powiedzieć, że jesteś piękna? Przecież to wiesz*<sup>42</sup>.

(29) *Czy mam ci wyznać, że jestem poruszony? Przecież to widzisz*<sup>43</sup>.

- **Pozorna autokorekta.** Jest to kolejna strategia służąca uzyskaniu naturalności udzielanego komplementu. Polega ona na korygowaniu własnych wypowiedzi w celu uściślenia ich treści, np.

<sup>37</sup> Tamże, 153.

<sup>38</sup> Tamże.

<sup>39</sup> Prokop, *Aspekty analizy*, 114.

<sup>40</sup> Beck, *Komplement*, 150.

<sup>41</sup> Tamże.

<sup>42</sup> Tamże, 154.

<sup>43</sup> Tamże.

(30) *Jesteś po prostu super, ach nie, super to niewłaściwe słowo. Jesteś wyjątkowa!*<sup>44</sup>

W drugiej fazie uwodzenia, kiedy interakcja jest kontynuowana, a kontakt stale się zacieśnia, zadaniem uwodziciela jest utrzymanie inicjatywy w interakcji. Oznacza to, że powinien unikać sytuacji, w których daje wybór swojej rozmówczyni. Musi zatem unikać pytań, a stosować przede wszystkim propozycje. Z punktu widzenia pragmatyki językowej propozycja jest dyrektywnym aktem mowy, w którym nadawca skłania odbiorcę do wykonania pewnej czynności lub szeregu działań dla wspólnego interesu czy wspólnego podjęcia decyzji o wypełnieniu jakiegoś działania<sup>45</sup>. Podczas uwodzenia propozycje najczęściej wyrażane są przez mówiącego za pomocą stosowania form czasownikowych w pierwszej osobie liczby mnogiej, np.

(31) *Chodźmy zatańczyć!*<sup>46</sup>

(32) *Chodźmy na spacer*<sup>47</sup>.

Na koniec należy zaznaczyć, że uwodzenie jest zjawiskiem, któremu przypisuje się czasem nadzwyczajne cechy. Powszechnie słyszy się przecież wypowiedzi, w których mowa o tym, że ktoś stracił panowanie nad sobą oraz zdolność racjonalnego myślenia, ponieważ został uwiedziony. Mówi się o „magii uwodzenia”, „czarujących uwodzicielkach” czy „uwodzeniu cudzych żon”, przez co umieszcza się uwodzenie wśród zjawisk pozaracjonalnych, czynności grzesznych i owianych złą sławą.

Jednak z punktu widzenia pragmatyki językowej jest to tylko jedno z działań komunikacyjnych, którego cechy da się w dość precyzyjny sposób opisać. Istnieje kilka niezbędnych warunków skuteczności, które muszą być spełnione, aby do uwodzenia doszło. Są to: warunek stosowności kontekstowej, adekwatność wypowiedzi do sytuacji, wiarygodność nadawcy i warunek szczerości. Uwodzenie można podzielić na dwie fazy, z których każda charakteryzuje się występowaniem w niej innych aktów mowy. W fazie pierwszej mamy do czynienia z aktem pytania, którego celem nie jest jednak otrzymanie odpowiedzi, ale skuteczne nawiązanie kontaktu. Faza druga charakteryzuje się występowaniem komplementów, w których najważniejsze jest to, aby były wiarygodne. W tym celu stosuje się szereg strategii komunikacyjnych podnoszących wiarygodność. Należą do nich m.in.: obiektywizm, subiektywizm, udawana bezradność, stosowanie pytań retorycznych, udawana autokorekta.

<sup>44</sup> Tamże, 156.

<sup>45</sup> Por. Ewa Komorowska, *Pragmatyka dyrektywnych aktów mowy w języku polskim* (Szczecin–Rostock: PRINT GROUP Sp. z o.o., 2008), 92.

<sup>46</sup> *Jak poderwać dziewczynę w tańcu?*, dostęp 11.08.2018, <http://www.uwodzic-uwodzicielki.pl/482/jak-poderwac-dziewczyne-w-tancu-12-najwazniejszych-zasad-1>.

<sup>47</sup> *Zaproszenie*, dostęp 11.08.2018, [http://www.podrywaj.org/forum/zaproszenie\\_kwestia\\_konstrukcji\\_zdania](http://www.podrywaj.org/forum/zaproszenie_kwestia_konstrukcji_zdania).

W dalszym stadium kontaktu najważniejsze jest, by uwodziciel nie stracił kontroli nad kierunkiem interakcji. Jest to możliwe dzięki stosowaniu aktu mowy propozycji.

W komunikacyjnej sytuacji uwodzenia równie ważne są komunikaty niewerbalne. Ich umiejętne wysyłanie służy przede wszystkim stworzeniu wrażenia, że nadawca jest pewny siebie. Dlatego nie bez znaczenia jest umiejętne panowanie nad spojrzeniem, ruchami rąk, postawą czy mimiką.

## Wykaz skrótów

USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. Stanisław Dubisz. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008.

## Bibliografia

- Awdziejew, Aleksy. *Gramatyka interakcji werbalnej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007.
- Awdziejew, Aleksy. *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzeń*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1987.
- Bartnik, Adriana Sylwia, Anna Krajewska. „Strategie uwodzenia. Analiza socjologiczna wybranych forów internetowych”. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica*, 34 (2009): 89–105.
- Beck, Gloria. *Komplement. Sztuka uwodzenia słowem*. Gliwice: Helion, 2010.
- Drabik, Beata. *Komplement i komplementowanie jako akt mowy i komunikacyjna strategia*. Kraków: Universitas, 2004.
- Komorowska, Ewa. *Pragmatyka dyrektywnych aktów mowy w języku polskim*. Szczecin–Rostock: PRINT GROUP Sp. z o.o., 2008.
- Prokop, Izabela. *Aspekty analizy pragmalingwistycznej*. Poznań: Wydawnictwo UAM, 2010.
- Uncle Uwo. *Uwodzenie słowem. Jak mówić i rozmawiać, żeby uwodzić?* Dostęp 3.10.2018. [uwodzic-uwodzicielki.pl](http://uwodzic-uwodzicielki.pl).
- Wacewicz, Sławomir. „«Gra» w uwodzenie. Seduction community jako nowe zjawisko społeczne”. *Homo Ludens*, 1 (2009): 279–287.
- Wylęzek, Jacek. *Jak uwieść kobietę. Poradnik krok po kroku*. Kraków: Wydawnictwo Dobry eBook, 2010.
- Young, Peter. *Zrozumieć NLP: reguły i praktyka*. Gliwice: Helion, 2008.
- Żydek-Bednarczuk, Urszula. *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*. Kraków: Universitas, 2005.

## Źródła internetowe

- 2 teksty na podryw, które warto znać! Dostęp: 10.08.2018. <http://tekstynapodryw.com.pl/2-teksty-na-podryw-ktore-warto-znac>.
- Blog uwodzenie. Dostęp 10.08.2018. <http://uwodzenie.blox.pl/html>.
- Dzień mówienia komplementów. Dostęp 11.08.2018. <http://wklejka24.pl/24-stycznia-dzien-mowienia-komplementow>.

*Jak poderwać dziewczynę w tańcu?* Dostęp 11.08.2018. <http://www.uwodzic-uwodzicielki.pl/482/jak-poderwac-dziewczyne-w-tancu-12-najwazniejszych-zasad-1>.

*Jak uwodzić – teksty na podryw.* Dostęp 10.08.2018. <http://www.perfectdating.pl/22-perfect-dating/jak-podrywac/578-jak-uwodzic-teksty-na-podryw.html>.

*Komplementy – jak je prawić.* Dostęp 11.08.2018. <http://polki.pl/zwiazki-i-seks/zwiazek,komplementy-jak-je-prawic,10354651,artykul.html>.

*Słownik PUA.* Dostęp 9.11.2018. [http://www.podrywaj.org/s%C5%82ownik\\_pua\\_0](http://www.podrywaj.org/s%C5%82ownik_pua_0).

*Sposoby na podryw.* Dostęp 10.08.2018. <http://podrywam.pl/podrywanie-dziewczyn/sposoby-na-podryw>.

*Teksty na podryw – czy mogą zadziałać?* Dostęp 8.10.2018. <http://www.uwodzenie.org/teksty-na-podryw-czy-moga-zadzialac>.

*Zaproszenie.* Dostęp 11.08.2018. [http://www.podrywaj.org/forum/zaproszenie\\_kwestia\\_konstrukcji\\_zdania](http://www.podrywaj.org/forum/zaproszenie_kwestia_konstrukcji_zdania).

## Uwodzenie okiem pragmaty

### Streszczenie

Artykuł jest próbą pragmatycznej analizy uwodzenia traktowanego jako celowe działanie komunikacyjne. Materiał pochodzi z internetowych poradników dla mężczyzn. Jego analiza pokazuje, że istnieje kilka pragmatycznych warunków skuteczności niezbędnych do tego, aby mówić o uwodzeniu. Należą do nich: warunek stosowności kontekstowej, adekwatność wypowiedzi do sytuacji, wiarygodność nadawcy i warunek szczerości. Ważne jest także świadome posługiwanie się komunikacją niewerbalną, polegające na umiejętnym stosowaniu mimiki oraz ruchów i postawy ciała. Proces uwodzenia został w artykule podzielony na dwie fazy, z których każda charakteryzuje się występowaniem w niej innych aktów mowy. W fazie pierwszej mamy do czynienia z aktem pytania, którego celem nie jest jednak otrzymanie odpowiedzi, ale skuteczne nawiązanie kontaktu. Faza druga polega natomiast na prawienu komplementów, w których najważniejsze jest to, aby były przekonujące. W tym celu stosuje się szereg strategii komunikacyjnych, podnoszących wiarygodność. W dalszym stadium kontaktu nadawca posługuje się aktem propozycji, który umożliwia mu kontrolowanie przebiegu interakcji.

## Seduction from a point of view of the pragmalinguist

### Summary

The article contains a pragmalinguistic analysis of seduction as a deliberate communicative activity. The analysed material comes from Internet guide for men, according to which there are several pragmatic conditions of effectiveness necessary to talk about seducing. Among them there are: the condition of context appropriateness, the adequacy of response to the situation, the credibility of the sender and the condition of frankness. Equally important is the conscious use of non-verbal communication, which consists in skilful use of facial expression and body movements. The process of seduction has been divided into two phases, and in both of them there are speech acts. The first phase contains an act of question, but the purpose is not to get the



answer, the point is to establish contact. The second phase consists in complimenting, and the most important thing is to make it credible. That is why several communicative strategies are used, which enhance the credibility. Next, the sender applies an act of proposal, which enables him to control the interaction.

#### Cytowanie

Kondziola-Pich, Katarzyna. Uwodzenie okiem pragmalingwisty. *Studia Językoznawcze. Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny* 18 (2019): 91–107. DOI: 10.18276/sj.2019.18-07.