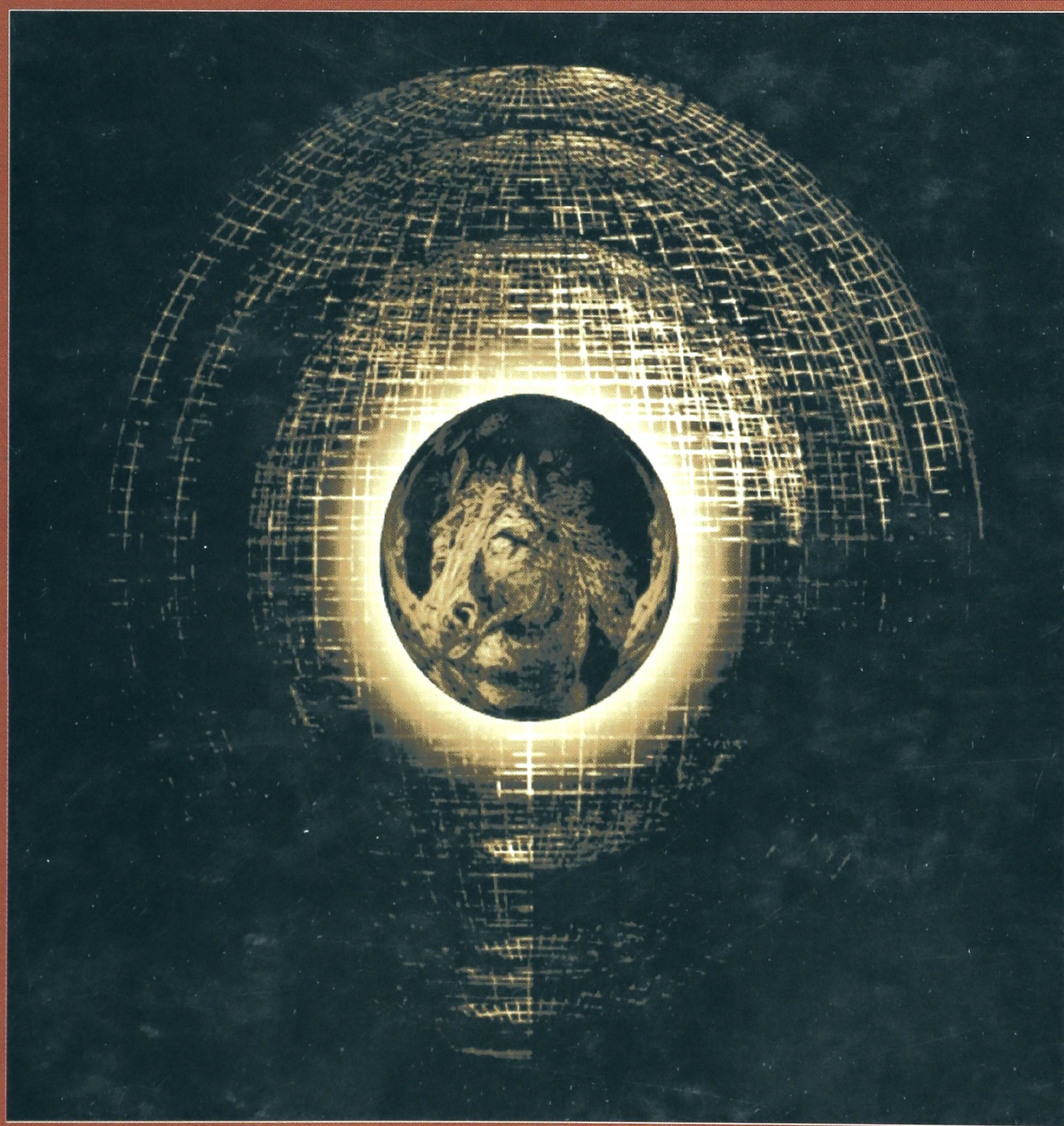


Przestrzenie lęku



PRZESTRZENIE LĘKU
LĘK W KULTURZE I SZTUCE
XIX-XX WIEKU

POMORSKA AKADEMIA PEDAGOGICZNA W SŁUPSKU

PRZESTRZENIE LĘKU

LĘK W KULTURZE I SZTUCE XIX-XX WIEKU

Pod redakcją

Dariusza Konrada Sikorskiego
Tadeusza Sucharskiego

SŁUPSK 2006

Recenzent dr hab. Ewa Nawrocka

**Publikacja dofinansowana przez
Komitet Badań Naukowych**

548

Redakcja Elżbieta Pieprzyk-Bagińska
Korekta Magdalena Lindmajer

Projekt okładki Maciej Pestka
(w projekcie wykorzystano fragment obrazu:
Johann Heinrich Füssli, *Koszmar nocny*)

ISBN 83-7467-056-8

Wydawnictwo Pomorskiej Akademii Pedagogicznej w Słupsku
ul. K. Arciszewskiego 22a, 76-200 Słupsk
tel. 0(...)59 84 05 378, 84 05 375; faks 840 54 75
www.pap.edu.pl e-mail: wydaw@pap.edu.pl

Obj. 17,9 ark. wyd., format B5

Leszek Tymiakin

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
Lublin

WYWOŁYWANIE LĘKU JAKO STRATEGIA NAKŁANIAJĄCA (NA PRZYKŁADZIE WYPOWIEDZI UCZNIÓW GIMNAZJUM)

W komunikacji społecznej nierzadko podejmowane są działania polegające na takim stymulowaniu zachowania odbiorczego, które ma na celu nakłonienie interlokutora do oczekiwanych przez nadawcę zachowań. Jakkolwiek mogą one przybierać różnorodną formę słowną, zwykle dochodzi w nich do realizacji funkcji konatywnej. Istotą jej jest bowiem „wywołanie działań oraz wpłynięcie na stan mentalny odbiorcy”¹. Cele te osiąga się poprzez zaistnienie w przekazie werbalnym określonych sekwencji zachowań mownych, których skuteczność uzależniona bywa od „charakteru mówcy, od nastawienia, w jakie wprawia się słuchacza lub od samej mowy ze względu na rzeczywiste lub pozorne dowodzenie”². Aktywność może być przy tym „świadoma i zamierzona [...] lub wykonywana i stosowana przy niewielkiej dozie świadomości tego, co jest robione”³. Strategia nakłaniająca, jak się wydaje, jest – po uwzględnieniu przez nadawcę warunkujących komunikat czynników kontekstowych – zaplanowanym działaniem mownym, realizowanym w wybranej przez autora tekstu formie gatunkowej. Wykorzystanie wiedzy o odbiorcy i – szerzej – o sytuacji, w jakiej się on znajduje⁴, prowadzi do organizacji wypowiedzi, w której wpływ na zachowania odbiorcze dokonuje się m.in. poprzez odwołanie do nadrzędnej roli nadawcy (*rozkaz*) albo do wyrozumiałości odbiorcy (*prośba*) czy poprzez perspektywę określonej w sądzie propozycyjnym nagrody (*obietnica*). Zdarza się jednak i tak, że twórca komunikatu wywołuje *lęk*, spodziewając się, że pod wpływem wytworzonych, stosunkowo silnych emocji odbiorca zachowa się zgodnie z wyrażonymi intencjami nadawczymi.

O specyfice *lęku* i jego przydatności w nakłanianiu pisał już Arystoteles, charakteryzując ten afekt jako „przykrość i niepokój wywołane wyobrażeniem o grożącym

¹ R. Grzegorzczkova, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] *Język a kultura*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova, Wrocław 1991, t. 4, s. 23-24.

² Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Warszawa 1988, s. 67.

³ M. Argyle, *Psychologia stosunków międzyludzkich*, Warszawa 2001, s. 155.

⁴ Zob. A. Awdiejew, *Strategie nadawcy i odbiorcy w procesie konwersacji (analiza pragmaty lingwistyczna prośby)*, [w:] *Z zagadnień komunikowania interpersonalnego*, red. Z. Nęcki, Kraków 1989; J. Bralczyk, *Strategie w języku propagandy politycznej (o polskiej propagandzie partyjno-państwowej w latach 1982-88)*, [w:] *Język a kultura...*, t. 4, s. 105-114.

nieszczęściu, które niesie zgubę lub cierpienie”⁵. Świadomość nieprzyjemnych następstw i chęć ich uniknięcia powodują, że osoba nakłaniana często podporządkowuje się woli osoby nakłaniającej i postępuje tak, jak chciałby tego nadawca.

W nauce omówiono wiele aspektów *lęku*. Na jego temat wypowiadał się nie tylko Stagiryta; w stanie lękowym dostrzegano „podstawowy mechanizm obronny, któremu towarzyszy zwykle wiele zmian fizjologicznych, określanych mianem ‘fenomenu walki lub ucieczki’”⁶. Pisano także o *lęku* jako o emocji negatywnej, czyli „skłonności do czegoś, co jednostka intuicyjnie ocenia jako złe (szkodliwe)” – emocji powstałej na skutek „subiektywnego odczucia niebezpieczeństwa”⁷; twierdzono również, że *lęk* jest zjawiskiem kształtującym oblicze kulturowe świata⁸. *Lęk* rozpatrywany był jako „przesłanka, narastanie i następstwo grzechu pierworodnego”⁹ oraz jako czynnik religiotwórczy¹⁰, stanowiący inherentny element „czci, tajemnicy i po-dziwu, świętości i uświęcenia”¹¹.

Stosunkowo niewiele powiedziano dotychczas o wywoływaniu *lęku* jako sposobie nakłaniania, jednym z elementów konstruujących wskazane i nazwane przez J. L. Austina wypowiedzi performatywne¹². W takim kontekście interesujące wydaje się szukanie odpowiedzi na pytania: 1. Jak młodzież gimnazjalna rozumie pojęcie *lęku* i czy wykorzystuje go w komunikacji, budując wypowiedzenia, o których brytyjski filozof języka twierdził, że „mówienie jest robieniem”?¹³; 2. W jaki sposób nadawca wywołuje *lęk*, „tworząc nowe fakty” i skłaniając odbiorcę do pożądanых przez siebie zachowań?

1. Słownikowe a uczniowskie rozumienie pojęcia *lęku*

W polskim dialekcie kulturalnym pojęcia *lęku* i *strachu* bywają stosowane wymiennie, mimo wpisanych w ich znaczenia różnych semów intensywności¹⁴. *Lęk*, jak można sądzić, implikuje mniejszy ładunek negatywnych emocji niż *strach*. Stosując kryterium „racjonalności : irracjonalności”, oba pojęcia oddzielał S. Kierkegaard, stwierdzając, iż „lęk różni się od strachu i innych podobnych pojęć, które odnoszą się do czegoś określonego, podczas gdy lęk jest właśnie rzeczywistością wolności jako możliwość jej możliwości”¹⁵. Tymczasem żadnej z wymienionych różnic, czyli natężenia cechy kategoryjnej oraz odmiennego typu bodźca ją wywołującego,

⁵ Arystoteles, *Retoryka. Poetyka...*, s. 160.

⁶ T. Whitehead, *Pokonać lęk*, Warszawa 1995, s. 13.

⁷ J. Ranschburg, *Lęk, gniew, agresja*, tłum. M. Schweinitz-Kulisiewicz, Warszawa 1980, s. 8-10.

⁸ J. Jedlicki, *Świat zwyrodniały. Lęki krytyków nowoczesności*, Warszawa 2000.

⁹ S. Kierkegaard, *Pojęcie lęku*, Warszawa 1996.

¹⁰ M. Harris, *Krowy, świnie, wojny i czarownice. Zagadki kultury*, Warszawa 1985.

¹¹ I. G. Barbour, *Mity, modele, paradygmaty*, Kraków 1984, s. 70-71.

¹² J. Szymura, *Język, mowa i prawda w perspektywie fenomenologii lingwistycznej J. L. Austina*, Wrocław 1982; J. L. Austin, *Mówienie i poznawanie*, Warszawa 1993; J. Puzynina, *O języku prasy i polityki*, [w:] *Słowo – Wartość – Kultura*, Lublin 1997, s. 167-245.

¹³ E. Grodziński, *Wypowiedzi performatywne*, Wrocław 1980, s. 6.

¹⁴ A. Wierzbicka, *Dociekania semantyczne*, Warszawa 1969.

¹⁵ S. Kierkegaard, *Pojęcie lęku...*, s. 49-50.

w zasadzie nie uwzględniają współczesne słowniki: *Słownik języka polskiego* definiuje *lęk* jako „uczucie trwogi, obawy przed czymś”, dodając znaczenie specjalistyczne, funkcjonujące w psychologii, w której *lęk* jest „szczególnym rodzajem *strachu* występującym bez wyraźnych zewnętrznych zagrożeń i przyczyn” (SJP, 1988, t. 2, s. 29). Podobnie, tj. przez użycie leksemu *lęk* i wyrazów mu bliskich znaczeniowo, wyjaśniany jest *strach*, tłumaczony jako „niepokój wywołany przez niebezpieczeństwo lub rzecz nieznana, która się wydaje groźna, przez myśl o czymś grożącym; *strach* jest to lęk, obawa, przerażenie, trwoga” (SJP, 1989, t. 3, s. 343). Wymiennie potraktowane zostały oba pojęcia zarówno w *Słowniku wyrazów bliskoznacznych*, w którym przysłówkę *lękliwie* objaśniono poprzez użycie synonimów: „bojaźliwie, trwożnie, strachliwie, ze strachem” (SWB, 1988, s. 77), jak i w *Słowniku współczesnego języka polskiego*, w którym przymiotnik *lękliwy* znaczy tyle samo, co „strachliwy” (SWJP, 2001, t. 1, s. 461), a definiensy *lęku* i *strachu* są w tym leksonie niemal identyczne, gdyż pierwsze z pojęć opisuje się jako „uczucie powstające w sytuacji zagrożenia” (SWJP, 2001, t. 1, s. 461), natomiast drugie jako „emocję odzwierciedlającą poczucie zagrożenia”. Utożsamianie i w konsekwencji rozmywanie się znaczeń podkreślają zastosowane w objaśnieniach synonimy o niejednorodnym nacechowaniu: *strach* oznacza „trwogę, lęk, przerażenie, przestach, obawę, bojaźń, popłoch, panikę” (SWJP, 2001, t. 2, s. 360).

W takiej sytuacji łatwiej zrozumieć fakt definiowania przez młodzież gimnazjalną *lęku* przy pomocy wyrazów wprawdzie bliskoznacznych, ale w niektórych przypadkach niepoprawnie poszerzających zakres omawianego pojęcia. Wśród synonimów *lęku* wymieniane są takie leksemy, jak: *banie się, bojaźń, fobia, groza, niepokój, obawa, przerażenie, strach*¹⁶. Część osób nie dostrzega różnicy między wyjaśnianym pojęciem a gatunkami mowy, zawierającymi w swojej warstwie treściowej elementy wywołujące *lęk* (*groźba, szantaż*), lub utożsamia z nim postawy odbiorcze, zaistniałe wskutek odczuwania opisywanej emocji: *bezradność, „tchórzostwo”*.

Jednocześnie tworzone są definiensy bardziej rozbudowane, w których *lęk* nazywa się *nieprzyjemnym przeżyciem wewnętrznym* i definiuje się go jako uczucie wywołane określonym bodźcem (*uczucie, które towarzyszy nam wtedy, gdy się czegoś boimy / powstające w chwili zagrożenia / zastraszenia*). Podobnie jak w definicjach słownikowych, *lęk* utożsamiany jest ze *strachem*, tu jednak ze wskazaniem na: a) jakąś sytuację (*strach przed czymś / przed sytuacją; przed nieznany; przed czymś, z czym wiążemy złe doświadczenia / przed czymś, czego znamy niemiłe rezultaty*); b) albo osobę (*strach przed kimś; przed presją ludzi silniejszych*). Uczuciom tym mogą towarzyszyć pewne zmiany fizjologiczne, o których informacja pojawia się w miejscu definiensa (*czujemy coś dziwnego w brzuchu / gardle; czujemy ciarki*), a jedną z typowych konsekwencji wywołanych *obecnością kogoś lub czegoś* staje się *niepohamowany wzrost adrenaliny*. Wielu uczniów buduje definicje ostensywne¹⁷, objaśniając zjawisko *lęku*, obok wskazań behawioralnych, poprzez nazywanie jego

¹⁶ Zob. T. Whitehead, *Pokonać lęk...*

¹⁷ M. Grochowski, *Obiekty, cele i metody a rodzaje definicji. Zarys problematyki*, [w:] *O definicjach i definiowaniu*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin 1993, s. 35-45.

rodzajów. Spośród znanych i opisanych odmian *lęku* Stern¹⁸ wymienia: lęk przed symbolami, przed śmiercią, przed karą, przed szkołą, separacyjny; mówi o agorafobii, fobiach: społecznych, zwierząt, piorunów, choroby, AIDS, latania, śmierci, przed przybraniem na wadze, przed zamknięciem, fobiach seksualnych, klaustrofobii czy aerofobii¹⁹; Whitehead dodaje lęk przed śmiercią²⁰; Jedlicki – lęk motywowany historycznie²¹; Kierkegaard uzupełnia ten zbiór lękiem bezduszności, obiektywnym i subiektywnym, a nawet lękiem przed złem i przed dobrem²²; Dryden wprowadza rozróżnienie między lękiem, który jest wysoce niezdrowy, destruktywny i ograniczający, a lękiem zdrowym, ułatwiającym i wzmacniającym²³; uczniowie przywołują nieliczne, najlepiej sobie znane, tj. *lęk przed wysokością, szkołą i lekarzem-dentystą* oraz wymieniają odmiany *straszenia*, nazywając je ze względu na sposób realizacji: *fizycznym i słownym* lub poddając ocenie: *pozytywne – negatywne, bezinteresowne – interesowne, dobre – złe*.

Z przeprowadzonych w Lubelskim badań wynika, iż w procesie nakłaniania, a zwłaszcza nakłaniania przez wywoływanie *lęku*, nadawca prowadzi z odbiorcą swego rodzaju grę psychologiczną. Znajomość zasad tej gry polega m.in. na rozpoznaniu i określeniu osobowości interlokutora oraz rodzaju sytuacji komunikacyjnej, do których dostosowane zostają struktury mowne, od czasów *Dociekań filozoficznych* określane jako „gry językowe”²⁴.

2. Potoczna wiedza uczniów o strategii

Sto zebranych ankiet pokazuje, że w komunikacji potocznej istnieją dwie zasadnicze kategorie użyc *lęku* jako strategii nakłaniającej. 90% respondentów traktuje zastraszanie *żartobliwie / na żarty / na żarciki / żartując*, natomiast 10% stwierdza, iż *lęk* jako sposób nakłaniania można wykorzystywać *na serio / serio / na poważnie / poważnie / naprawdę / prawdziwie*. Jednocześnie młodzież deklaruje posługiwanie się tą strategią tylko w *określonych przypadkach, czasami, nieczęsto, raz na jakiś czas, raczej / stosunkowo / bardzo rzadko*, dochodząc do stwierdzeń w rodzaju: *Prawie nigdy nie straszę* lub *Nie mam zwyczaju straszyć kogokolwiek; Nigdy nie należy nikogo straszyć; Wywoływanie strachu nie jest potrzebne*.

Jeżeli twórca komunikatu decyduje się na wywoływanie *lęku*, wykorzystuje ten sposób postępowania wyłącznie w kontaktach z określonym typem adresata, którym mogą być²⁵:

- rówieśnicy: *koledzy, koleżanki, znajomi ze szkoły i z podwórka*;
- rodzeństwo: *własna siostra / własny brat*;

¹⁸ J. Ranschburg, *Lęk, gniew, agresja...*, s. 37-67.

¹⁹ R. Stern, *Fobie. Przypadki, przyczyny, leczenie*, Poznań 2001, s. 27-117.

²⁰ T. Whitehead, *Pokonać lęk...*

²¹ J. Jedlicki, *Świat zwyrodniały...*

²² S. Kierkegaard, *Pojęcie lęku...*

²³ W. Dryden, *Ujarzmić lęk*, Kielce 2002.

²⁴ L. Wittgenstein, *Dociekania filozoficzne*, tłum. B. Wolniewicz, Warszawa 2000.

²⁵ Zob. S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1997.

- osoby młodsze: *młodzi koledzy, młodsze rodzeństwo, małe dzieci, młodsze dziewczyny*;
- osoby słabsze: *ktoś słabszy ode mnie; ktoś, nad kim mam przewagę, słabeusz*.

W grze psychologicznej, jaką jest *straszenie*, ważną okazuje się znajomość psychiki potencjalnego odbiorcy²⁶. Jak wynika z powyższego zestawienia, nie można straszyć wszystkich, zaś najbardziej podatne na nakłanianie przez wywoływanie *lęku* uważane są *osoby inteligentne, ale nieśmiałe, niewierzące we własne siły, słabe, naiwne (takich ludzi jest mnóstwo)*. W kreślonym przez uczniów wizerunku akcentuje się potrzebę dostrzeżenia u odbiorcy: *jakiegoś słabego punktu; pięty Achillesa; czegoś, co rzuci cień na reputację osoby zastraszanej*, która dodatkowo wstydzi się *rozmawiać o problemie, gdyż uważa, że zostanie wyśmiana za bezradność*²⁷.

Strategię nakłaniającą, polegającą na wytwarzaniu *lęku*, można stosować – jak się okazuje – tylko w określonych wypadkach. Jej wykorzystanie jest uzasadnione wówczas, gdy w grę wchodzi:

a) własne dobro²⁸, rozumiane jako:

- osiąganie korzyści doraźnych: *Posłużyć się strachem można, by np. od kogoś wziąć kanapkę, pieniądze, tzn. kiedy nie można załatwić jakiejś sprawy pokojowo; Bez problemu będę mogła uzyskać np. odrobione już lekcje, upragnioną płytę, ubranie; można wykorzystać zdobyte informacje dla własnych potrzeb*; wywoływanie *lęku* motywowane bywa wyjątkowością i koniecznością realizacji własnych zamierzeń, przy jednoczesnym istnieniu oporu ze strony odbiorcy (*Gdy bardzo nam na czymś zależy, a osoba, którą straszymy, specjalnie nam przeszkadza w osiągnięciu celu*);
- zdobywanie prestiżu: *zastraszeniem zdobywa się respekt; Jeżeli ktoś mnie się boi, to mnie szanuje*;
- potrzeba podporządkowania sobie innych: *Jeśli ktoś nie robi czegoś po naszej myśli; Gdy dana osoba nie chce się podporządkować*²⁹;
- chęć rewanżu i dbałość o własne bezpieczeństwo: *Jeśli ktoś wyrządza nam krzywdę; Gdy grozi nam niebezpieczeństwo; Gdy ktoś nam grozi; Jeśli czuję się zagrożony*;
- niemożność spełnienia wcześniejszych oczekiwań odbiorcy przekazu nakłaniającego: *Gdy ktoś żąda od nas rzeczy niemożliwych*;

b) skłaniające do wywoływania *lęku* postępowanie adresata komunikatu:

- z jakichś względów niewłaściwe zachowanie wobec innych: *Kiedy ktoś się źle zachowuje, np. bije kogoś, jest nieposłuszny; Robi głupie kawały; Denerwuje mnie swoim zachowaniem*;
- stanowiące formę kary: *Gdy sobie za dużo pozwala; Gdy ktoś nie spełnia danych obietnic*; czasami wynikające z wad odbiorcy: *Gdy osoba jest strasznie cwana; Gdy ktoś uważa się za kogoś lepszego, co w pewnym sensie usprawiedliwia stosowanie tej strategii ze względów etycznych*³⁰;

²⁶ W. Pisarek, *Retoryka dziennikarska*, Kraków 1975, s. 252-271.

²⁷ U. Eco, *Komunikat nakłaniający*, [w:] *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa 1972, s. 122-138.

²⁸ I. S. Kon, *Odkrycie „ja”*, Warszawa 1987.

²⁹ G. Le Bon, *Przywódcy tłumu i ich metody przekonywania*, [w:] tegoż, *Psychologia tłumu*, tłum. B. Kaprocki, Warszawa 1994, s. 73-87.

³⁰ S. Mika, *Jak modyfikować własne zachowania?*, Warszawa 1987.

- chroniące odbiorcę komunikatu: *Dla dobra tego kogoś; Gdy komuś grozi niebezpieczeństwo z powodu jego głupoty; Gdy kogoś trzeba sprowadzić na dobrą drogę; Kiedy ktoś nie rozumie, co jest dla niego ważne;*
- c) dobro osób trzecich: *Do wyjaśnienia bardzo ważnej sprawy, która mogłaby uniewinnić inną osobę;*
- d) skuteczność omawianej strategii: *Gdy zwyczajne wywieranie presji nie skutkuje; Aby uzyskać pozytywne i optymalne rezultaty; Gdy wszystkie środki perswazji zostały wyczerpane, by zmusić kogoś do oczekiwanych zachowań; Gdy inne metody nie skutkują; Jeśli nie można rozwiązać jakiejś sprawy po dobroci; Jest to czasami jedyna droga, zwykle niezawodna.*

Zaplanowane działanie mowne, polegające na wywoływaniu lęku, uprawnione bywa wtedy, gdy inne gatunki mowy okazują się nieskuteczne (*Gdy do kogoś nie docierają prośby i obietnice*); zastosowanie tego rodzaju nakłaniania powoduje, iż człowiek zastraszony łatwiej poddaje się naszej woli i tańczy, jak mu zagramy. Powyższym uwagom towarzyszy prawie zawsze zastrzeżenie, że wywoływanie lęku jako sposób nakłaniania powinno być wykorzystywane tylko w sytuacjach krytycznych, wyjątkowych (*To jest ostateczność, używana w chwilach, gdy nic innego nie skutkuje*). Zdaniem uczniów, skuteczność straszenia jest odwrotnie proporcjonalna do upływającego czasu (inaczej Dryden, która pisze o wzmocnieniu przekonania przez intensywne myślenie o problemie³¹). Odbiorca najbardziej poddaje się sugestiom nadawcy tuż po usłyszeniu komunikatu (*najlepiej straszyć od razu i długo nie czekać; na dłuższą metę nie jest ono skuteczne*). Im większy dystans między momentem formułowania wypowiedzi a reakcją jej adresata, tym prawdopodobieństwo zachowań zgodnych z oczekiwaniami nadawcy staje się mniejsze, gdyż osoby straszone mogą znaleźć na nas haka; ofiara przy dużym nacisku może się zemścić i nic dla nas nie zrobić. Warto też zwrócić uwagę na interesujące (i deklarowane przez uczniów) zjawisko reaktancji, tj. „działania na przekór, w imię ochrony poczucia wolności”³². Reakcja obronna odbiorcy następująca po usłyszeniu przekazu nakłaniającego może przybrać różną formę, gdyż: *pod wpływem strachu czasami możemy kłamać lub stać się nieobliczalnymi; bo czasami, gdy kogoś zaczniemy straszyć i mówić, żeby czegoś nie robił, on może robić to jeszcze częściej*. Pomimo skuteczności nakłaniania poprzez wywoływanie lęku, działania tego rodzaju oceniane są w zasadzie jako niemoralne (*Może źle wpływać na psychikę innych osób; Nastawianie na małe dzieci jest niegodziwe i chamskie*), stąd z wielu wypowiedzi przebija ton troski o odbiorcę i zalecanie ostrożności w podejmowaniu opisywanej aktywności werbalnej (*Odbija się to na psychice dziecka, które w przyszłości może mieć problemy; Nie możemy myśleć tylko o tym, na czym nam zależy, ale także o osobie, którą straszymy*). Może z tego właśnie powodu w badanej grupie 18% respondentów ocenia wywoływanie lęku jako działanie nakłaniające o małym stopniu skuteczności, większość (82%) jest przeciwnego zdania.

W komunikacji wykorzystującej lęk jako sposób wpływania na zachowania odbiorcze funkcjonuje określony prototyp relacyjny³³. Nadawcy, który zwykle steruje

³¹ W. Dryden, *Ujarzmić lęk...*

³² E. Aronson, *Człowiek – istota społeczna*, Warszawa 2000, s. 104.

³³ S. Trenholm, A. Jensen, *Poznanie społeczne: jak spostrzegamy jednostki, relacje i wydarzenia społeczne*, [w:] *Mosty zamiast murów*, red. J. Stewart, Warszawa 2000, s. 202-216.

nakłanianiem, towarzyszy poczucie przewagi nad odbiorcą: *Jeśli straszę, to jestem osobą ważniejszą / Mam więcej do powiedzenia*. Zaistnienie w interakcji dominanta – wyznacznika gatunkowego, typowego dla rozkazu³⁴, groźby³⁵ czy innych dyrektyw³⁶ – osiąga się m.in. poprzez zapowiedź skutków wynikających z niedostosowania się odbiorcy do wskazań twórcy komunikatu nakłaniającego, a egzekutorami różnego rodzaju sankcji czyni się:

- własną osobę, poprzez przywoływanie perspektywy niemiłych konsekwencji: *Będziesz mnie musiała omijać z daleka!* albo poprzez negatywną ocenę: *Będziesz miał u mnie minus* lub też informację o możliwości zmiany dotychczasowej relacji: *Z naszą przyjaźnią koniec!*;
- osoby spoza interakcji: *Kolejnym razem przyjdę do ciebie z Kubą*; szczególnie często wykorzystywane jest odwoływanie się do reakcji członków rodziny: *Wszystko powiem twoim rodzicom; Twoja mama dowie się o wszystkim; Naskarzę do mamy; Będziesz miał przechlapane u rodziców za papieroski*. W przypadkach tych znaczenia nabiera strategia samopotępienia, której istotą jest stworzenie takiej sytuacji, „by odbiorca unikając podporządkowania się sugestiom, sam siebie karał poczuciem wstydu, poniżenia”³⁷, a presja wzmocniona zostaje sygnalizowaniem deprecjonujących odbiorcę reakcji otoczenia, podkreślonych obecnością wielkich kwantyfikatorów perswazji³⁸: *Każdy się dowie i wszyscy cię znienawidzą!; Wszyscy się dowiedzą, już ja się o to postaram!; Wszyscy będą się z ciebie śmiać!; Wszyscy się od ciebie odwrócą!; Wszyscy stracą do ciebie zaufanie*; podobną rolę pełnią i inne kwantyfikatory ogólne, charakterystyczne dla generalizacji, tj. *zawsze, nigdy, żaden*³⁹;
- instytucje: *Zaskarżę ciebie na policję!; Jeśli tego nie zrobisz w ciągu dwóch następnych dni, sprawa trafi na policję*.

Najczęściej jednak zapowiada się coś groźnego, z reguły nieokreślonego, ale zwykle implikującego przykre dla odbiorcy konsekwencje i w założeniu nadawczym mające prowadzić do powstania u adresata przekazu oczekiwanego stanu lękowego: *Pogadamy inaczej; Już ja sobie z tobą porozmawiam; Naprawdę będzie z tobą źle!; Zapłacisz mi za to!; Wiesz, co cię czeka?; To nie będzie twój szczęśliwy dzień!; Będziesz miał poważne kłopoty; Uważaj na przyszłość!; Gorzko pożałujesz; Będzie z tobą krucha!; Policzę się z tobą*. Wydaje się, że tego rodzaju sygnały uruchamiają wyobraźnię odbiorcy, projektującą przyszłe zdarzenia. Lęk bowiem „nie pojawia się tylko wtedy, gdy powstaje fizyczne zagrożenie. Strach może pojawić się na myśl o czymś, co będzie miało miejsce w przyszłości, pod wpływem głosu w słuchawce telefonicznej, listu, wiadomości, dźwięku lub pod wpływem naszych własnych my-

³⁴ T. Kotarbiński, *Zagadnienie racjonalności rozumowań rozkaznikowych*, [w:] *Metaetyka*, red. I. Lazari-Pawłowska, Warszawa 1975.

³⁵ M. Grochowski, *O pojęciu groźby*, „Polonica” XIV, 1989, s. 33-44.

³⁶ J. R. Searle, *Czynności mowy*, Warszawa 1987.

³⁷ Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996, s. 73.

³⁸ J. Bralczyk, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Uppsala 1987; tenże, *Język na sprzedaż*, Warszawa 1995. Zob. także: J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992.

³⁹ Zob. Arystoteles, *Retoryka. Poetyka...*; J. O'Connor, J. Seymour, *NLP. Wprowadzenie do programowania neurolingwistycznego*, Poznań 1996, s. 125-127.

śli. Wszystko to i wiele innych rzeczy może generować lęk” – pisał T. Whitehead⁴⁰, a I. Barbour dodawał, iż nie jest ważne, czy przyczyna *lęku* jest racjonalna, czy nieracjonalna, czy jest prawdziwa, czy fałszywa, tylko czy odnosi ona pożądany skutek psychologiczny, inspirując ludzi do postępowania we wskazany przez nią sposób⁴¹.

3. Gry językowe

„»Grą językową« nazywać będę – pisał L. Wittgenstein – całość złożoną z języka i czynności, w które jest on wpleciony”⁴². Wśród rodzajów gier cytowany filozof wymieniał m.in.: rozkazywanie, opisywanie, proszenie, dziękowanie, przeklinanie, witanie się, modlenie się⁴³. Wydaje się, że i wywoływanie *lęku*, umożliwiające nakłanianie odbiorcy do oczekiwanych zachowań, można potraktować jako jedną z możliwych w komunikacji międzyludzkiej gier językowych.

Aktywność werbalna, nazywana przez respondentów *straszeniem*, przebiega zwykle według schematu, w którym daje się zaobserwować trzy fazy:

1. Odwołanie do wcześniejszych nieskutecznych zachowań nadawczych: *Prosiłem cię, ale teraz pożałujesz!; Już cię nie będę więcej prosił; Ja cię najpierw kulturalnie prosiłem, ale teraz już koniec; Wiem, że prośba do ciebie nie dotrze.*
2. Przedstawienie lub przypomnienie treści żądania: *Przynieś mi w końcu moje pieniądze!; Żądam, żebyś...*
3. Wywoływanie stanu lękowego po ewentualnej (kolejnej już) odmowie spełnienia tego, co zawiera sąd propozycyjalny; może się to dokonywać poprzez zapowiedź zastosowania wobec odbiorcy:
 - a) przemocy fizycznej: *Zleję cię tak, że się nie pozbierasz!; Dostaniesz w zęby; Trzepnę cię / Przyłożę ci / Oberwiesz; Będziesz miał limo na pół twarzy! / Będziesz przez cały dzień chodził ze śliwką pod okiem; Sprawę rozwiążemy siłą; Chcesz dostać?;*
 - b) działania dotyczącego konsekwencji innych niż nieprzyjemne doznania fizyczne: *Możesz być wydalony ze szkoły. Wtedy będzie to tylko i wyłącznie twoja wina.*

W realizacji opisywanej strategii komunikacyjnej dochodzi zatem najpierw do rozpoznania elementów pragmatycznych: kontekstu, statusu społecznego i psychiki odbiorcy, a następnie wyboru określonych struktur słownych, co oznacza jednocześnie „preferencję pojęć znajdujących się w określonych kręgach semantycznych i działających nie tylko przez swoją treść, lecz i przez szerokie konotacje”⁴⁴. Środkami językowymi często używanymi w nakłanianiu poprzez wywoływanie *lęku*, są:
– gramatyczna forma trybu rozkazującego: *Oddaj (mój telefon)!; Zrób, (co ci każe)!;*

⁴⁰ T. Whitehead, *Pokonać lęk...*, s. 15.

⁴¹ I. G. Barbour, *Mity, modele, paradygmaty...*, s. 75.

⁴² L. Wittgenstein, *Dociekania filzoficzne...*, s. 12.

⁴³ *Ibidem*, s. 21.

⁴⁴ J. Bralczyk, *Strategie w języku propagandy...*, s. 106; J. Puzynina, *Lingwistyka a problem rozumienia tekstu*, „Poradnik Językowy” 1984, z. 7, s. 408-416.

- czasowniki zdradzające pragnienie (*chcieć, pragnąć*); w analizowanym materiale nierzadko pojawiają się również partykuły życzące: *oby* i *niech*;
- formuły imperatywne wykorzystujące czasowniki powinnościowe, tj. *musieć, trzeba, nie trzeba* oraz konstrukcje w rodzaju: *jesteś zobowiązany*, czyli tzw. operatory konieczności⁴⁵;
- metaoperatory wzmacniające wypowiedzenie i implikujące konieczność szybkiego wykonania czynności, realizowane pojedynczym leksemem (*natychmiast, zaraz*) albo wyrażeniem (*bez zbędnych słów, od razu, jeszcze dzisiaj, w tej chwili*) lub zwrotem (*nie będę czekał, straciłem cierpliwość*).

Wymienione elementy językowe, przydatne w wyrażaniu zamiarów komunikacyjnych służących nakłanianiu, stosowane są w różnorodnych gatunkach mowy. Jak stwierdza K. Pisarkowa, intencje nadawcy „mogą przybrać postać prośby, pytania, rozkazu, zakazu, rady, życzenia. Wszystkie te warianty wymagają nacechowania modalnego, ponieważ nie są neutralnymi sądami orzekającymi o stanach rzeczy. Wymagają jakiegoś spełnienia od odbiorcy, jakiegoś dostosowania się odbiorcy do oczekiwań nadawcy. Bez potrzeby tego dostosowania akt nie jest perswazyjny”⁴⁶, a więc nie jest też nakłaniający.

Nakłaniać, czyli wpływać na kodowe i pozakodowe zachowania adresata, można poprzez zastosowanie w przekazie gatunków mowy zaliczanych przez Searle’a⁴⁷ do:

a) dyrektyw bez zwerbalizowanych konsekwencji:

- **rozkazu**: *Milcz!*⁴⁸;
- **nakazu**: *Masz to zrobić!*⁴⁹;
- **zakazu**: *Nie oszukuj!; Nie kłam!*⁵⁰;
- **żądania**: *Żądam od ciebie, byś...*; „istotną cechą żądania, odróżniającą go od rozkazów, zakazów, pozwoleń i prośb, jest rzeczywiste czy udane przekonanie mówiącego, że ma on prawo domagać się, aby adresat zrobił to, czego się od niego chce”⁵¹; mniej kategoryczną formą nakłaniania wydają się wypowiedzi o charakterze **apelu**, w których następuje jedynie odwołanie się do odbiorczego poczucia obowiązku: *Musisz mi oddać moje gry komputerowe; Musisz wszystko jeszcze raz przemyśleć; Masz obowiązek mi je oddać!; Masz mi oddać te dziesięć złotych!*;

b) dyrektyw z wyrażoną sankcją, czyli:

- **groźby**: *Przestraszę całą twoją rodzinę, począwszy od rodzeństwa, a skończywszy na dziadkach. Czy zrozumiałeś?; Szykanowana i poniżana będziesz się bała cho-*

⁴⁵ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP...*, s. 122.

⁴⁶ K. Pisarkowa, *Rozważania o argumentacji w języku naturalnym*, „Polonica” III, 1977, s. 81.

⁴⁷ Zob. D. Zdunkiewicz, *Akty mowy*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 275-276; D. Bula, J. Nawacka, *Próba klasyfikacji aktów mowy*, „Socjolingwistyka” 1983, z. 5, s. 31-46.

⁴⁸ K. Kleszczowa, K. Terpińska, *Wypowiedzenie rozkaznikowe*, „Socjolingwistyka” 1983, z. 5, s. 115-127.

⁴⁹ W. Marciszewski, *Sztuka dyskusowania*, Warszawa 1994, s. 123.

⁵⁰ M. Karwatowska, L. Tymiakin, *Sprawność pragmatyczna uczniów szkół średnich (na przykładzie zakazu jako gatunku mowy)*, Kraków 2002.

⁵¹ A. Wierzbicka, „Akty mowy”, [w:] *Semiotyka i struktura tekstu*, red. M. R. Mayenowa, Wrocław 1973, s. 201-219; J. Labocha, *Sposoby wyrażania żądania we współczesnej polszczyźnie mówionej*, „Polonica” XI, 1985, s. 119-146 (cz. I), „Polonica” XII, 1986, s. 203-217 (cz. II).

- dzić do szkoły; w realizacji tego aktu mowy często stosowane są struktury warunkowe: Jeśli nie przyniesiesz mi dzisiaj forsy, wylądujesz w szpitalu; Jak do jutra nie zobaczę tych pieniędzy, to...*⁵²;
- **ostrzeżenia**, z równoczesną zapowiedzią konsekwencji: *Uważaj, ja mam znajomości; Ostrzegam cię, nie rób tego głupstwa!*; intencją „osoby ostrzegającej (X-a) kogoś (Y-a) przed czymś jest założenie (sąd), że odbiorcy (osobie ostrzeganej) może stać się coś, czego odbiorca nie chciałby, by się stało”⁵³;
 - c) **komisywów**:
 - **obietnicy** zrobienia czegoś, co dla odbiorcy nie będzie przyjemne; nadawca często wie, że obietnica nie będzie możliwa do spełnienia, stąd żartobliwe i nierzadkie w analizowanym materiale sformułowania typu: *Nakarmię cię dezodorantem; Podleję cię kwaśnym mlekiem i dam na pożarcie świniom; Uduszę cię!*; *Zrobię z ciebie groch z kapustą (pekińską)*; żartowanie pełni jednak w nakłanianiu inną, ważną rolę, gdyż ma ono „na celu wywołanie śmiechu, natomiast ten, kto ośmiesza, chce ujawnić przed kimś czyjeś słabości (wady czy przywary), a więc sprawić, by adresat zaczął sądzić, że osoba, o której mowa (pewne jej cechy), jest kimś gorszym niż powinna być (albo niż adresat poprzednio sądził o danej osobie)”⁵⁴. Wydaje się również, że do komisywów zaliczyć można **zapowiedź donosu** (*Daj mi płytę, bo powiem twojej mamie, że palisz papierosy i pijesz alkohol. Będiesz miał szlaban przez cały rok; Powiem o twoich dwójkach z matematyki i uwadze w dzienniku; Powiem, że dostałeś 3 pały z polskiego*), w której następuje odwoływanie się do spraw na tyle ważnych dla odbiorcy, że nadawca ma prawo sądzić, iż samo ich przypomnienie wywoła lęk i spowoduje pożądaną reakcję adresata: *Wiem o czymś, co mogłoby ci zaszkodzić. To jest ważne dla ciebie. Zrób więc tak, jak ci mówię!* Podobnie jak w przypadku groźby czy donosu, w których chodzi o zdemaskowanie jakiejś tajemnicy odbiorcy, o ujawnienie jego „Ja Ukrytego”⁵⁵, tak i **zapowiedź szantażu** (lub **szantaż**) dokonuje się przez sugerowanie działań kompromitujących adresata: *Roześlę twoje zdjęcie z Gośką!*; *Rozpowiem po całej szkole, co robicie na randkach*; o ile jednak istotą groźby jest „spowodowanie, by ktoś, kogo groźba dotyczy, zrezygnował z wykonania zamierzonej czynności, w wypadku szantażu chodzi o to, by zmusić tego, kto jest szantażowany, do wykonania czynności, która jest obiektem woli osoby szantażującej”⁵⁶; wydaje się, że w zależności od sytuacji donos może wyrażać albo jedną, albo drugą intencję;
 - d) **asertywów**:
 - **oznajmienia**, które w opisywanej strategii może funkcjonować jako inny niż informacja gatunek mowy: *Teraz ja mówię* (=zakaz mówienia skierowany do odbiorcy); *Mam kilku starszych kolegów, którzy nie mają nic do roboty* (=groźba).

⁵² A. Wierzbicka, *Dociekania semantyczne...*; G. W. Leibniz, *Tablice definicji*, [w:] *Słownik i semantyka. Definicje semantyczne*, red. E. Janus, Wrocław 1975, s. 8-89.

⁵³ M. Grochowski, *O pojęciu groźby...*, s. 42.

⁵⁴ Tenże, *Zarys analizy semantycznej grupy jednostek wyrażających negatywne etycznie relacje osobowe (kpina, zniewaga, upokorzenie)*, „Polonica” VIII, 1982, s. 63.

⁵⁵ M. McKay, M. Davis, P. Fanning, *Ujawnianie siebie i ekspresywność*, [w:] *Mosty zamiast murów...*, s. 269.

⁵⁶ M. Grochowski, *O pojęciu groźby...*, s. 43.

Nakłaniając odbiorcę do oczekiwanych zachowań, nadawcy stosują równolegle – zawartą w przywoływanych wyżej cytacjach – *kpinę*, polegającą na „lekceważeniu kogoś lub czegoś”⁵⁷, której celem jest znieważenie odbiorcy, realizowane przez negatywne wartościowanie: *Durny / Głupi jesteś!; Jesteś zakałą ludzkości!; Cymbale!; Draniu!; Łobuzie!; Złodziejko!; Głuptasku!*⁵⁸; poprzedzenie wypowiedzi wyzwiskiem ma uświadomić adresatowi jego niższy status niż status nadawcy, co w pewnym sensie uprawnia do użycia dyrektywnych gatunków mowy; zdaniem J. Puzyniny wartościowanie przybierające formę deprecjonującej etykiety jest jedną z charakterystycznych cech komunikatu nakłaniającego⁵⁹.

Podobne intencje, tj. chęć dezaprobaty odbiorcy, organizują *wypowiedź ironiczną*, „którą tradycyjnie analizuje się jako figuratywnie znaczącą przeciwieństwo tego, co mówi dosłownie”⁶⁰. Etykiety typu: *fachura, geniusz, spryciarz* czy zwroty: *jesteś genialny / udany / wyjątkowy*, pomimo pozornego komplementu, odbierane są przez adresata (w wyniku interpretacji) jako pejoratywne wartościowanie jego zachowań⁶¹.

Antyfrazę, tj. różnicę znaczeń między tym, co powiedziane, a tym, co intencjonalne, dostrzega się także w licznych ironizujących strukturach pytajnych, wyrażających w przywoływanych przez respondentów sytuacjach komunikacyjnych ocenę negatywną odbiorcy (*Co? Nie boisz się?; Mam poprawić ci słuch?; Naprawdę? A mam sprawdzić?*), niekiedy też informujących o wzburzeniu emocjonalnym nadawcy, stąd obecność w przekazach tzw. gniewnych pytań, np. *Ile razy mam ci jeszcze mówić, że...?*⁶². Należy stwierdzić, że *kpina* i *ironia* wzmacniają siłę illokucyjną przydatnych w realizacji opisywanej strategii gatunków mowy i stanowią ważne instrumenty nakłaniające, polegające na wywoływaniu *lęku* przez ośmieszanie.

* * *

Nakłanianie jest znanym gimnazjalistom z doświadczenia społecznego sposobem kształtowania zachowań innych osób. Stanowiąc „formę rozgrywki słownej o jakieś sprawy, o to, by ludzie [...] zachowywali się tak, jak tego chce nakłaniający”⁶³, wymaga od nadawcy zarówno wiedzy o kontekście wypowiedzi, jak i sprawności w stosowaniu strategii, polegającej na umiejętności realizacji zamiarów komunikacyjnych poprzez wytwarzanie *lęku*.

⁵⁷ Tenże, *Zarys analizy semantycznej...*, s. 60-61.

⁵⁸ M. Sarnowski, *Deminutivum jako znak ironii*, [w:] *Język a kultura*, red. J. Puzynina, J. Anusiewicz, Wrocław 1991, t. 3, s. 41-50.

⁵⁹ J. Puzynina, *O języku prasy...*, s. 180.

⁶⁰ D. Sperber, D. Wilson, *Ironia a rozróżnienie między użyciem a przywołaniem*, „Pamiętnik Literacki” 1986, z. 1, s. 265.

⁶¹ L. Hutcheon, *Ironia, satyra, parodia – o ironii w ujęciu pragmatycznym*, „Pamiętnik Literacki” 1986, z. 1, s. 336.

⁶² D. Zdunkiewicz, *Językowe środki perswazji w homiliach (na przykładzie tekstów Jana Pawła II)*, [w:] *Język a kultura...*, t. 4, s. 151.

⁶³ J. Puzynina, *O języku prasy...*, s. 232.

Z przeprowadzonego sondażu wynika, że:

1. Młódzież poszerza zakres pojęcia; *lęk* definiowany jest najczęściej przez synonimy o różnym natężeniu cechy kategoryzującej, utożsamiany bywa z gatunkami mowy, których użycie w komunikacji może wywoływać określone emocje, oraz z postawą odbiorczą, w tym również z symptomami fizjologicznymi, stanowiącymi rezultat oddziaływania sytuacji bądź osób wywołujących stan psychiczny nazywany *lękiem*.
2. W opisywanej strategii wyróżnić można dwie fazy: a) rozpoznanie sytuacji komunikacyjnej, b) wybór struktur językowych przydatnych w nakłanianiu. W pierwszej z nich chodzi przede wszystkim o określenie statusu społecznego odbiorcy i stopnia jego podatności lub odporności psychicznej na działania *lęko*twórcze, które prowadzone są przez nadawcę, zwykle silnego i mającego w interakcji przewagę, zdobywaną m.in. poprzez zapowiedź sankcji w przypadku niepodporządkowania się odbiorcy jego oczekiwaniom. Mimo ocen odnoszących się do nieetyczności tego rodzaju postępowania, wywoływanie *lęku* jako sposób nakłaniania w praktyce społecznej nie jest zjawiskiem rzadkim, a motywowany bywa możliwością osiągania korzyści osobistych lub działaniami w imię dobra innych osób oraz niewłaściwym, a więc zasługującym na ukaranie zachowaniem adresata przekazu; zastosowanie w komunikacie nakłaniającym opisywanej strategii uzasadnia także jej skuteczność.
3. W fazie werbalnej nakłaniania przydatne okazują się leksemy i konstrukcje składniowe, podkreślające kategoryczność wypowiedzi, oraz wartościujące etykiety, a także niektóre gatunki mowy. Z reguły są to gatunki dyrektywne (*apel, groźba, nakaz, ostrzeżenie, rozkaz, zakaz, żądanie*), ale także niedyrektywne oraz *kpina* i *ironia*. Pomimo *obietnic* czy *oznajmień*, wszystkie one mogą sterować zachowaniem odbiorczym, gdyż w konkretnym użyciu wywołują *lęk* i zmuszają do zachowań najczęściej niezgodnych z przekonaniem odbiorcy, ale zgodnych z oczekiwaniem nadawcy.
4. Wykorzystywane w strategii nakłaniającej środki mowne, dostosowane do wcześniej rozpoznanych czynników sytuacyjnych, mogą wywoływać oczekiwaną aktywność odbiorczą na skutek wytworzonego stanu psychicznego, spowodowanego *lękiem* przed kimś lub przed czymś. W procesie: słowo – stan psychiczny – działanie wywoływanie *lęku* w dużym stopniu zależy od pierwszego elementu triady, wobec czego można mówić o specyficznej odmianie funkcji konatywnej i powtórzyć za J. Puzyniną, iż zasadniczą funkcją języka w opisywanej strategii jest funkcja zastraszająca⁶⁴.

SŁOWNIKI

Słownik języka polskiego, red. M. Szymczak, Warszawa 1988 (SJP)

Słownik wyrazów bliskoznacznych, red. S. Skorupka, Warszawa 1988 (SWB)

Słownik współczesnego języka polskiego, red. B. Dunaj, Warszawa 2001 (SWJP)

⁶⁴ *Ibidem*, s. 237-238.

ISBN 83-7467-056-8