

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta Humanitních Studií



**Svůdcovská komunita:
Popis základních metod svádění**

Bakalářská práce

Tomáš Suchomel

Vedoucí bakalářské práce:

Praha, 2011

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych poděkoval Mgr. Kateřině Klapilové, která mě i přes velký počet prací, které už letos vedla, vzala a umožnila mi psát toto téma. A ještě jednou, Mgr. Kateřině Klapilové, protože to se mnou neměla vůbec lehké, takže si myslím, že dvojitý poděkování je na místě.

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné či elektronické podobě.

V Praze, dne 19. června 2011

OBSAH

1. ÚVOD K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI.....	str. 6
2. ÚVOD KE KOMUNITĚ SVÁDĚNÍ.....	str. 7
2.1 Vznik a vývoj	str. 8
2.2 Základní myšlenky.....	str. 9
2.3 Seznam zdrojů informací z internetu.....	str. 11
3. ČTYŘI HLAVNÍ PŘÍSTUPY KE SVÁDĚNÍ.....	str. 11
3.1 Ross Jeffries.....	str. 11
3.1.2 Metoda Rosse Jeffriese.....	str. 12
3.1.3 Neuro-lingvistické programování.....	str. 13
3.2 Mystery.....	str. 15
3.2.1 Evoluční teorie.....	str. 16
3.2.2 Strach z oslovení.....	str. 17
3.2.3 Maslowova hierarchie potřeb.....	str. 18
3.2.4 Pávení.....	str. 19
3.2.5 Stimulace emocí.....	str. 20
3.2.6 Spouštěče přitažlivosti.....	str. 21
3.2.7 Rozdíly v preferencích mezi muži a ženami při výběru partnera.....	str. 21

3.2.8	Společenská dynamika.....	str. 22
3.2.9	Společenský důkaz.....	str. 22
3.2.10	Výzkumy chování při dvoření.....	str. 26
3.2.11	Mysteryho metoda.....	str. 27
3.2.12	Indikátory zájmu.....	str. 30
3.3	David De Angelo.....	str. 32
3.3.1	Metoda Davida De Angela.....	str. 32
3.3.2	Koncept vnitřní hry	str. 34
3.3.3	Příklady vtipné vlezlosti.....	str. 34
3.4	Style.....	str. 35
3.4.1	Stádia svádění podle Grammera.....	str. 36
3.4.2	Likvidační metoda.....	str. 36
3.4.3	Rapport.....	str. 42
3.4.4	Neverbální komunikace.....	str. 44
3.4.5	Typy neverbálního flirtovního chování žen.....	str. 46
3.4.6	Kvalitativní versus kvantitativní mužské vztahové strategie.....	str. 49
4.	ZÁVĚR.....	str. 52
5.	POUŽITÁ LITERATURA.....	str. 52
6.	PŘÍLOHA.....	str. 57
6.1	Slovníček pojmů.....	str. 57

1) ÚVOD

PROČ JSEM SI VYBRAL TOTO TÉMA

Toto téma jsem si, i přes jeho kontroverzi a dalo by se říci nižší úroveň odbornosti, vybral proto, že na něj ještě v českých podmínkách nic takto pojatého nenapsal. Dalším důvodem by byl fakt, že toto téma je velmi komplexní a většina z věcí, které obsahuje, mi přijdou zajímavé a hodné nějakého zpracování či spojení s už provedenými výzkumy. Bohužel je velmi obtížné shánět k většině teorií guru pickupu nějaký odborný základ, takže se předem omlouvám za místy nižší úroveň odbornosti. Nižší úroveň vědeckého přístupu si uvědomuje i část svůdcovské komunity a já osobně bych byl rád, kdyby se tímhle směrem začaly některé přístupy ubírat.

DODATEK

V mé bakalářské práci se objevuje poměrně velké množství výrazů specifických pro členy svůdcovské komunity, a proto v zájmu lepšího porozumění doporučuji nahlédnout do slovníčku pojmů (který se nachází na úplném konci této práce) pokaždé, když s takovým výrazem přijdete do styku.

Pro účely mé bakalářské práce jsem si vybral čtyři směry svádění, v jejichž čele stojí čtyři guru. Domnívám se, že tito čtyři lidé jsou nejvýznamnější. Kvůli omezenému rozsahu této práce jsem se ale z těchto guru zaměřil nejvíce na Mysteryho a Styla, kterým jsem taky věnoval nejvíce prostoru.

Dále bych chtěl zdůraznit, že některé pojmy a teorie, které uvádím třeba jen pod jedním z mnou vybraných guru, se mohou vyskytovat ve více přístupech, jen jsem je přiřadil k tomu z nich, který toho daného pojmu či teorie využívá nejvíce.

Nakonec bych chtěl zmínit, že většina názorů a myšlenek, které v této práci najdete je členů komunity, nikoli mých.

2) ÚVOD KE KOMUNITĚ SVÁDĚNÍ

Komunita svádění, někdy též označována jako komunita pickupu, je celosvětová komunita mužů, jejichž cílem je dosažení romantických a sexuálních úspěchů se ženami skrze sebezlepšování a porozumění sociální, evoluční a kognitivní psychologii a mnoha dalších odvětví. Existuje převážně díky internetovým fórům a skupinám, stovkám nočních klubů atd. Zastánci této komunity se nechávají nazývat „*pickup artists*“, zkráceně PUA (neboli "umělci v balení žen", viz slovníček pojmů). (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Členové komunity sdílí, navzdory rozdílným přístupům, společně jednu věc, a to víru, že klasické konvenční metody svádění nefungují. Cílem jejich snažení je transformace z toho, co nazývají „průměrný frustrovaný ubožák“ („*average frustrated chumps*“, AFC, viz slovníček pojmů) do „umělců v balení žen“ (pickup artists, PUAs, viz slovníček pojmů). Aspirující pickupeři se snaží převzít kontrolu nad svými životy pomocí hlubšího porozumění ženské mysli, zlepšování svých společenských dovedností a získáním sebedůvěry. Školy svádění vznikly proto, aby poskytly mužům jak potřebné schopnosti, které by následně mohli uplatnit ve svých vztazích/romantických životech, tak vnitřní důvěru v sebe sama, jež (jak oni věří) bývá získána překonáním společenské neschopnosti. Ačkoli těchto „škol svádění“ existuje nespočet, všechny metody povzbuzují muže k dosažení osobního zdokonalení přijmutím svých chyb a následnou nápravou. Zatímco cíle mají tyto školy více méně stejné, cesty k jejich dosažení se velmi různí. (Clift, 2007)

K tomuto tématu bohužel neexistuje žádný jednotný zdroj, který by osvětlil a dokumentoval vznik a vývoj komunity. Momentálně se můžeme o vývoji komunity dočíst asi jen ve člancích

na Wikipedii, ale jejich přesnost je diskutabilní. Nicméně bylo prokázáno, že tyto články upravují a upřesňují členové komunity, což na druhou stranu znamená, že Wikipedii berou jako hodnotný zdroj informací (pro porozumění komunity z jejich perspektivy).

Historicky první osobností moderního svůdcovství byl Ross Jeffries. Ačkoli Ross Jeffries představuje zásadní osobnost pro porozumění vzniku komunity svádění, byl to spíše Mystery, samouk pickupu, který uskutečnil revoluci tím, že přenesl teorie a metody z papíru a internetových diskusních fór do terénu. Aktivní koučování ve stylu učitel - žák je nejen klíčovou částí většiny škol svádění, ale představuje něco jako přechodový rituál. (Clift, 2007) I když existuje mnoho guru pickupu, kteří jsou stejně proslulí, Ross Jeffries a Mystery představují klíčové osobnosti ve vývoji komunity svádění. K tomu všemu jsou hlavními postavami v knize Hra od Neila Strausse, která poprvé představila komunitu široké veřejnosti.

Knihou Hra je údajně pravdivý příběh vzestupu Neila Strausse z romantického a sexuálně strádajícího AFC (viz slovníček pojmů) na „jednoho z nejmocnějších pickuperů“. Sám Strauss dosvědčil, že během dvou let poznávání a trénování pickupu, ve kterých se plně stal svým alter-egem, Stylem, dosáhl statusu nejlepšího pickupera na světě. Ještě před tím, než se propracoval do této fáze, strávil několik let jako redaktor a kritik pro časopis Rolling Stone, New York Times a Village Voice. Taky psal o životě celebrit jako například Marilyn Manson, Jenna Jameson, Dave Navarro a kapele Mötley Crüe. Ani styk se celebritami mu však předtím nepřinesl kýžené úspěchy se ženami. (Clift, 2007)

Postupem času si členové komunity začali vymýšlet svůj vlastní žargon, který používají při odkazování na různé metody nebo koncepty, jež se vztahovaly ke svádění. Velká část z této terminologie je ve formě zkratk, což ji činí ještě složitější pro porozumění nezasvěcených. (Clift, 2007)

Podobně jako si komunita vytvořila svůj vlastní žargon, vytváří si i jednotliví pickupeři svoje alter ega. Čas od času přezdívku vyberou ostatní, ale nestává se to často. Někteří se dokonce oslovují přezdívkami i na veřejnosti, nicméně hlavním účelem přezdívky je pojmenování na internetových fórech. (Strauss, 2005)

V posledních letech začíná svůdcovská komunita nabývat na popularitě. Mnoho lidí vidělo film Magnolia, ve kterém herec Tom Cruise ztělesňuje T. J. Mackeyje, samouka-instruktora, jehož kniha Sved' a znič (*Seduce and Destroy*) má naučit muže jak „vypořádat“ se ženami.

Režisér Paul Thomas Anderson při interview přiznal, že tato postava byla inspirována kmotrem komunity Rossem Jeffriesem. (Konov, 2000)

2.1 Vznik a vývoj

Abychom mohli komunitu svádění pochopit, je třeba zasadit ji do kontextu její vlastní historie. Zásluhy se připisují Ericu Weberovi, který v roce 1970 vydal knihu *How to Pick Up Girls*, která byla předlohou k literatuře o svádění, která nyní koluje komunitou. V osmdesátých letech dva kalifornští guru začínají prodávat vlastní rady ohledně svádění žen. Jedním z nich, Ross Jeffries, (který se původně pokoušel psát divadelní komedie, ale neúspěšně), objevil NLP (neuro-lingvistické programování), neboli hypnotický směr, který dokáže komunikovat s podvědomím při navenek normální konverzaci. Ross Jeffries je zastáncem techniky NLP, kterou nazval *Speed Seduction*, neboli rychlosvádění. (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

V roce 1994 Lewis De Payne, student Rosse Jeffriesa, založil skupinu *alt.seduction.fast*. Ta potom dala vzniknout síti dalších diskuzních fór, blogů a stránek věnujících se technikám svádění. Jelikož byla časem zaspamována, další skupina založila alternativu zvanou „*Moderated ASF*“, která měla přes 20 000 členů. Koncem 90. let Clifford Lee začal psát *Cliff's List Seduction Letter*, jakožto oficiální projev celé komunity. (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Další učitelé svádění přicházeli s vlastními metodami a byli známí jako „guru svádění“ nebo prostě „guru“. Nejslavnější z nich byli Mystery a David De Angelo. De Angelo, žák Rosse Jeffriesa, začal svým příspěvkem do Cliff's Listu. Je známý díky své technice, kterou nazval vtipná vlezlost (*Cocky and Funny*), (více v kapitole 3.3 David De Angelo). Mystery byl kouzelníkem, který aplikoval svoje nejlepší společenské zkušenosti a „zručnost“ ze svých výstupů na scéně do techniky svádění, kterou nazval Mysteryho metoda (*Mystery's Method*), včetně typických prvků pickupového slangu. 2. srpna 2007 Mystery se dvěma žáky vytvořili vlastní televizní pořad pod názvem „*The Pick Up Artist*“, který byl vysílaný na stanici VH1. (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

V roce 2005, Neil Strauss, novinář New York Times, aka Style, (žák Mysteryho) napsal knihu *Hra: Průnik do tajné společnosti mistrů svádění* (knih u nás vyšla pod vydavatelstvím

ARGO). Kniha se dostala na do seznamu bestsellerů New York Times a představila pickup a svádění širšímu publiku. (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

2.2 Základní myšlenky

Příznivci této komunity se domnívají, že současné vžitě rady a zvyky ohledně "balení" - randění se ženami jsou naprosto chybné. Postavení mužů vůči ženám bylo v posledních staletích značně deformováno vůči původním vztahům v přírodě, a to kvůli vlivům civilizace, náboženství (kultura a morálka). Ačkoli vztah lidí k sexu se v poslední době zlepšil, průměrný muž je stále obklopen spoustou chybných přesvědčení ohledně vztahů k ženám (např. bude-li muž k ženě neustále milý a udělá pro ni, co jí vidí na očích, zvýší své šance na intimní/romantický vztah s takovou ženou, atd.). Od malička nám tuto představu tvaruje výchova rodičů, postupem času se k tomu přidávají vlivy televize, rádií, novin, literatury, populární názory psychologů, atd. Členové komunity tvrdí, že sice idea velké lásky k jediné ženě a celoživotní monogamie není tolik častá, avšak tu stále máme "mýty" jako dvoření se ženám, "kavalírství", oddanost až závislost. Utrácení peněz za ženu - kupování květin, cukrovinek, dárků, šperků, atd. jsou, podle komunity pickuperů, naproste nesmysly, které se nám společnost a média (reklamy pro muže jsou koncipovány stylem – když si koupíte XX, budou vás všechny krásné ženy chtít, atd.) snaží vnutit. Tito "milí" muži (v ženském podvědomí "neškodní hlupáci") umí naslouchat ženám, mají spoustu kamarádek, avšak nemohou udržet dlouhodobý vztah, jejich láska není opětována, začínají ženu "nudit". (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Podle pickuperů je fyzický vzhled muže pro ženu méně důležitý než vzhled ženy pro muže. Členové komunity svádění pracují na své "hře" (tj. zkušenostech ze svádění), a to zlepšováním porozumění ženské psychiky a svého sebevědomí. Spousta z nich věří, že svoji "hru" mohou zlepšit zkušenostmi a že zdatnost soužití s ženami se dá u jednotlivce vylepšovat, stejně jako zdatnosti v jiných oborech a stránkách lidského života. (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Komunita svádění má svůj vlastní provokativní slang, sbírku akronymů a žargonů pro popis mužů a žen a jejich interakcí. Např. pojem "AFC" (*Average frustrated chump* - Průměrný

frustrovaný hlupák) označuje muže bez cílů, "obyčejného dobrého chlapa", který není schopný svést ženu. "AMOG" (*Alpha-Male Of Group*): alfa-samec, muž, který má ve skupině nejvyšší postavení a respekt. Některé koncepty pocházejí ze sociobiologie a evoluční psychologie. Často jsou citovány knihy jako *The Red Queen* (Červená královna) od Matta Ridleyho (2003), *Sperm Wars* (Válka spermií) od Robina Bakera (2006), *The Mating Mind* od Geoffrey Millera (2001). (vyhledáno 11.4.2011 na [http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%Bn%C3%AD_(komunita)))

2.3 Seznam zdrojů informací na internetu

Pokud se dnes člověk chce dozvědět více o komunitě a technikách, existuje velké množství internetových diskusních fór. V dnešní době patří mezi největší a nejznámější tyto stránky:

<http://www.pick-up-artist-forum.com/> (v současnosti má zaregistrovaných 95 048 členů a je možné zde najít 424 270 článků)

<http://www.puaforum.co.uk/> (britské diskusní fórum, počet zaregistrovaných členů není zveřejněn)

<http://www.theattractionforums.com/tags/pua.html> (další z populárních amerických diskusních fór o sváděcích technikách)

<http://www.svadeni.cz/> (první česká stránka s diskusním fórem a radami pro svůdce)

<http://www.socialdynamics.cz> (další česká stránka, která má v současnosti má zaregistrovaných 3249 členů a je možné zde najít 60675 článků)

V následujících částech se pokusím popsat osobnosti a metody čtyř hlavních guru, kteří nejvíce ovlivnili svůdcovskou komunitu. Jedná se o Rosse Jeffriese, Mysteryho, Davida De Angela a Styla. Prvním z nich je Ross Jeffries.

3) ČTYŘI HLAVNÍ PŘÍSTUPY KE SVÁDĚNÍ

3.1 ROSS JEFFRIES

O Rossu Jeffriesovi se říká, že založil svůdcovskou komunitu a že je otcem moderního svůdcovství. Od 90. let 20. století začal psát na toto téma knihy a radil mužům prostřednictvím článků, které publikoval na internetu. V téže době se na scéně začalo objevovat více učitelů svádění. (vyhledáno 27.3. 2011 na www.datingskillreview.com/ross-jeffries)

Ross Jeffries se považuje za zakladatele svůdcovské komunity. Vše začalo jeho zájmem o neuro-lingvistické programování (NLP) (více o neuro-lingvistickém programování v podkapitole 3.1.3) a Eriksonovskou hypnoterapii v pozdních 80. letech a začátku let 90., což vlastně sloužilo jako podklady k jeho metodě rychlosvádění. V roce 1988 publikoval knihu s názvem – *How to Get the Women You Desire Into Bed*. Rychlosvádění využívá kombinaci NLP a hypnotických technik, aby ženě pomohly vybavit si pozitivní myšlenky a asociovat je s pickuperem. (vyhledáno 27.3. 2011 na www.datingskillreview.com/ross-jeffries)

Rané verze rychlosvádění se zaměřují hned na několik oblastí. První z nich je změnit zakořeněné představy o ženách, uvědomit si, že mají taky rády sex a že sex není dar pro muže. Další oblast se zaměřuje na zvládnutí tzv. „vnitřní hry“ (*inner game*), která mužům pomáhá cítit se sebevědoměji v okolí žen. (Jeffries, 1992) Toho se je možné dosáhnout pomocí tzv. kotvení (*anchoring*, vytváření vazby mezi vnějším stimulem a emocionální či behaviorální reakcí, viz slovníček pojmů) nebo hypnotických technik. Poslední z oblastí se zaměřuje na vytváření pozitivních emocí u žen. Mezi ně patří fascinace, mystifikace, spojení na emocionální úrovni a mnoho dalších. Tyto stavy jsou často navozovány pomocí jazykových vzorců a příběhů. Tyto naučené příběhy jsou vytvořeny tak, aby u ženy zvýraznily specifické emoce a pocity. (Bandler, 1979) Postupem času se Ross Jeffries přesunul od striktního užívání připravených vzorců směrem ke spontánnímu vytváření hypnotického jazyka a budování sebedůvěry pomocí vnitřní hry, jógy a meditačních cvičení.

3.1.2 Metoda Rosse Jeffriese

Ross Jeffries založil školu rychlo-svádění (*speed seduction*). Tato škola využívá technik neuro-lingvistického programování (NLP), které si Jeffries upravil pro potřeby sedukce.

Základem původního konceptu rychlosvádění je skutečnost, že člověk pociťuje emoce, které se dají vyvolat buď nějakým příběhem, nebo pomocí lingvistického vzorce. Cílem je vzrušit ženu jen pomocí slov, které je nutné uspořádat tak, aby ji uvedly do stavu, který si spojuje se sexuálním vzrušením. Využívají se k tomu fonetický dvojsmyslná slova a slovní spojení (jako například *blow me* a *below me, your mind* a *you're mine*) a taky kotvení (*anchoring*, viz slovníček pojmů). Funkce kotvení je tu taková, že díky vhodným „ukotvením“ si člověk může spojit tyto stavy vzrušení se svojí osobou. Je potřeba spojovat pozitivní emoce s vaší osobou a, pokud možno, vyhýbat se asociacím negativním. Pak už jen stačí, aby pickuper tyto stavy v ženě znovu vyvolal, například dotykem na místě, kde příjemný pocit ukotvil. (vyhledáno 28.3.2011 na <http://www.seduction-chronicles.net/ross-jeffries/>)

Na to navazuje víra v to, že aby mohl člověk vstřebat nějaký příběh či myšlenku, otázku nebo jakýkoli jiný lingvistický vzorec, musí si nejdříve v mysli tuto situaci prožít. Jako příklad by se dala uvést otázka „*Have you ever been really attracted to someone?*“ („Cítila jsi už někdy vůči někomu **opravdovou** přitažlivost?“), která ženu přinutí si takovou situaci znovu prožít ve své mysli. (Jeffries, 1992) (Což pak v danou chvíli vzbudí podobné pocity, jako ta reálná zkušenost. Pickuper pak může tyto pocity využít a spojit se svojí osobou pomocí vhodného ukotvení tohoto pocitu.) (Bandler, 1979) Cílem tohoto snažení je uvést ženu do stavu vzrušení. Je to podobná psychická zkušenost, jako když žena čte nějakou romantickou knihu.

Protože velká část přístupu Rosse Jeffriese je založená na neuro-lingvistickém programování, pokusím se napřed tento směr trochu přiblížit.

3.1.3 Úvod k neuro-lingvistickému programování (NLP)

Encyklopedie NLP definuje neuro-lingvistické programování takto: „*Neuro-lingvistické programování (NLP) je model chování, a soubor explicitních dovedností a technik, založené Richardem Bandlerem a Johnem Grinderem počátkem roku 1976. NLP je definováno jako „studie struktury subjektivní zkušenosti“ a studuje vzorce, neboli „programy“ vytvořené interakcí mezi mozkem („neuro“), jazykem („lingvistika“) a tělem. Z pohledu NLP, tato interakce produkuje jak efektivní tak neefektivní chování, a je zodpovědná za procesy, které dávají za vznik jak rysům dokonalosti, tak rysům patologickým. Mnohé z těchto dovedností a technik NLP byly odvozeny z pozorování vzorců mistrovského chování u expertů v různých*

oborech profesionální komunikace včetně psychoterapie, byznysu, hypnózy, práva a vzdělávání.“ (Robert B. Dilts, Judith A. Delozier, 2000, str. 17)

Richard Bandler a John Grinder se snažili o pragmatický přístup k modelování tří úspěšných psychoterapeutů – *Virginie Satir, Milтона H. Ericksona a Fritze Perlse*. Cílem bylo zjistit, proč byly tyto tři osobnosti úspěšnější než jejich kolegové. Teoretické základy jsou postaveny na pracích, které se týkají těchto tří zkoumaných osobností a disciplínách zkoumajících jazyk a mysl, včetně psychologie, lingvistiky a kognitivní teorie. (O'Connor, Joseph & John Seymour, 1993)

NLP je účinné umění a věda odvozená ze zkoumání způsobů, jakým nejúspěšnější lidé v nejrůznějších oblastech činnosti dosahují výborné výsledky. (O'Connor, Joseph & John Seymour, 1993). To samozřejmě platí i pro oblast svádění, takže podle Rosse Jeffiese a dalších, je možné se v této dovednosti zlepšit i pouhým pozorováním lidí, kteří mají tuto dovednost na vysoké úrovni.

NLP je model, jakým si lidé strukturalizují své jedinečné životní zkušenosti. Je to vlastně takový soubor modelů dovedností a technik pro účinné myšlení a chování ve světě. NLP by se rovněž dalo charakterizovat jako praktická dovednost, která vás naučí, jak dosáhnout toho, co opravdu chcete v tomto světě dosáhnout a zároveň vytvářet hodnoty i pro druhé lidi. (O'Connor, Joseph & John Seymour, 1993)

Richard Bandler, zakladatel toho přístupu, definuje NLP jako studování struktury subjektivity. Jako takový alternativní pohled pro řešení problémů. Jako příklad uvádí srovnání NLP a přístupů psychoterapie k fobiím. Zatímco klasická psychoterapie se soustředí na lidi, kteří fobie mají a snaží se nalézt řešení mezi nimi, v NLP se zaměřují na lidi, které fobie trápily, ale podařilo se jim je překonat a snaží se identifikovat proces, kterým se jim to podařilo (Bandler, 1975) Opět by zde bylo možné nalézt paralelu s přístupem ke svádění, protože mnoho přístupů se snaží jít opačným směrem / chováním, než by se většina mužů vydala. Jako příklad by se dala uvést situace, ve které se muž dostane ke skupině lidí, kde se zároveň nachází i žena, o kterou by měl zájem. Většina mužů by zde zaměřila většinu své pozornosti právě ženě, o kterou mají zájem. Pravý pickuper by však ženu měl naopak nejdříve ignorovat, a tím vzbudit její zájem (aby přemýšlela, proč ji ignoruje, když většina mužů o ni okamžitě

projeví zájem), a teprve až po pár minutách se začít soustředit na svůj cíl. Tím okamžitě zvyšuje své šance, protože vystupuje z davu a navíc už v žene probudil zvědavost.

Neuro-lingvistické programování (NLP) je modelem interpersonální komunikace a alternativním přístupem k psychoterapii. Je založeno na studii jazyka, komunikace a změn osobnosti. Neuro-lingvistické programování je souborem technik, axiomů a názorů, které se používají zejména jako přístup k osobnímu rozvoji. Je založeno na myšlence, že mysl, tělo a jazyk spolu komunikují a vytvářejí vnímání světa každého člověka a že tyto představy spolu s chováním mohou být změněny použitím různých technik. ([http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Existuje množství variant a možností použití NLP. Je pořádáno množství seminářů a workshopů, bylo vydáno množství knih a audio programů. Také existují velké rozdíly v hloubce, šířce a kvalitě různých školení. Je těžké NLP jednoduše definovat, ale existují určité společné principy a postuláty. Obecně se NLP snaží o zvýšení možností a flexibility jedince. ([http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_\(komunita\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Sv%C3%A1d%C4%9Bn%C3%AD_(komunita)))

Pro lepší představu uvedu příklad, jak tato metoda funguje.

Super weasel phrase: Have you ever... ? (byla jsi už někdy... ?) tato tři slova představují velmi účinný nástroj, protože osobě, které položíte takovou otázku, vlastně přikazujete, aby šla „do sebe“ a vybavila si, jaké to bylo, když prožívala danou situaci, čímž znovu prožije všechny emoce (ať už dobré, nebo špatné) spojené se vzpomínkou.

Příklad: „*Have you ever experienced incredible excitement, thinking about mastering new skills?*“ (Jeffries, 1999)

3.2 MYSTERY

Mystery je alter-ego baviče a kouzelníka jménem Erik von Markovik. Je jedním z předních expertů na umění a vědu zabývající se tzv. společenskou dynamikou (viz podkapitola 3.2.7 – Společenská dynamika). Jeho pickuperské výstřelky byly zveřejněny v mnoha světově známých časopisech jako třeba New York Times, Guardian, Elle, Las Vegas Life, atd. (Mystery, 2005)

Mystery začal aktivně přispívat do svůdcovské komunity ke konci 90. let 20. století. Byl také průkopníkem koučování přímo v „terénu“, což byl pro komunitu zlomový bod, a tímto způsobem vytrénoval tisíce mužů po celém světě. (Clift, 2007)

Koučování v terénu probíhá tak, že trenér (v tomto případě Mystery) a jeho studenti jdou přímo do terénu, což je v tomto případě například nějaký bar nebo klub. Tam jim trenér nejprve předvede (na studenty vybraných cílech) své dovednosti a zároveň tím své studenty motivuje, protože vidí, že něco takového je skutečně možné. Potom přijdou na řadu studenti, kteří si zkouší seznamování s neznámými ženami při kterých je trenér pozoruje a následně jim sdělí jejich chyby. (Strauss, 2005)

V základu jeho metod stojí poznatky z evoluční biologie a psychologie.

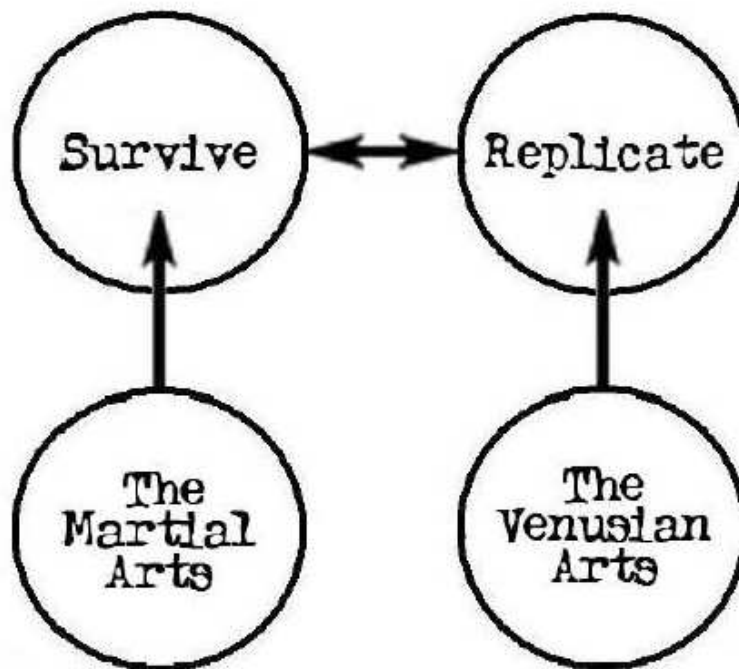
3.2.1 Evoluční teorie

Podle Mysteryho se muži potřebují přenést přes několik společensky zavedených vzorců chování, aby mohli být úspěšní se ženami. Právě zde navazuje na evoluční teorii. (Mystery, 2005)

Přirovnává lidi k „biologickým strojům“ s předprogramovanými cíly. Prvním z těchto cílů je přežití, protože bez přežití nemůže existovat další život. Potom následuje schopnost množit se. (viz obr. 1) V přirozeném výběru je upřednostňována taková metoda, která umožňuje genetickou variabilitu. (Mystery, 2005) Přirovnává to ke špičkovému hráči basketbalu ve slabém týmu – špičkový gen musí nejdříve uniknout slabším genům, aby se mohl spojit s geny silnějšími. (Mystery, 2005).

Díky křížení je možno reagovat na změny v neustále se proměňujícím fyzickém a společenském prostředí a zvyšuje naše šance na přežití. (Mystery, 2005).

Obr. 1 Základní cíle lidských bytostí



Naše mysl byla naprogramována přirozeným výběrem, aby silně (emocionálně) reagovala na podněty, které se týkají přežití a rozmnožování. Emoce s sebou nesou stabilní evoluční strategii, která se snaží nás udržovat v jakési dynamické společenské homeostázi. (Mystery, 2005)

Podle Mysteryho nedokázala příroda ještě vyvinout efektivní model chování pro moderní společnost, život ve městech a změny prostředí, takže v nás stále přebývá model starý, tj. z dob, kdy jsme žili v menších skupinách. (Mystery, 2005)

3.2.2 Strach z oslovení

Dále Mystery rozebírá obavu všech pickuperů, a to strach z oslovení ženy a případného odmítnutí. Opět se obrací k evoluční teorii a zdůvodňuje tuto obavu tím, že ještě když lidé žili v menších skupinách, dozvěděly se o odmítnutí muže všechny ženy v kmeni či skupině, ve které žil, čímž se snížila mužova hodnota v jejich očích, což může v extrémním případě vyústit v situaci, kdy se s ním nebude žádná žena chtít vytvořit intimní vztah. Říká se tomu

preselekce – ženy hledají společenský důkaz¹, tj. ověření nebo potvrzení, že si vybraly dobře. Muž, který je jinými ženami preselektován je podstatně atraktivnější, než muž, který byl již několikrát odmítnut. (Mystery, 2005) Preselekce je úzce spojená s tím, čemu se říká společenský důkaz. Více o společenském důkazu se dočtete níže v této kapitole (3.2.8).

Dále pak Mystery varuje před dalším faktorem, který se týká strachu z oslovení ženy, protože zde je možnost, že žena může být zadaná. V tomto případě hrozí opravdové fyzické nebezpečí každému muži, který takovou ženu osloví. (Mystery, 2005)

Tohle jsou hlavní důvody, uváděné Mysterym, kvůli kterým mají muži v dnešní době strach přijít a oslovit neznámou ženu. Tyto problémy však už v moderní společnosti neexistují. Pokud muže nějaká žena odmítne, můžeme se jednoduše přesunout do jiné části baru nebo prostě odejít a není zde velká pravděpodobnost, že tuto ženu ještě někdy potká. Nicméně autor upozorňuje, že tuto skutečnost bohužel muži nedokáží na emocionální úrovni ovládat, a proto není možné se kompletně tohoto strachu zbavit. Řešení vidí v povznesení se nad situaci a uvědomění si, že se nic zlého stát vlastně nemůže (Mystery, 2005) Jeho přístup tedy spočívá v jakémsi náhledu na adaptivní mechanismy objevující se v lidské psychice, přizpůsobené na pleistocénní prostředí, a zvládnutí těchto „přirozených“ emocí. Podobné metody se ojediněle využívá např. při terapii některých sexuálních deviací viz <http://www.plhb.cz/content/nahledova-terapie>.

Pak se Mystery ve svém výkladu přesouvá k lidským potřebám. Využívá k tomu Maslowovu hierarchii potřeb, u které vysvětluje, proč je důležité zaměřit se nejen na potřeby sexuální, ale na celé spektrum a tím dosáhnout určité životní rovnováhy, která je následně pro ženy atraktivní.

3.2.3 Maslowova hierarchie potřeb

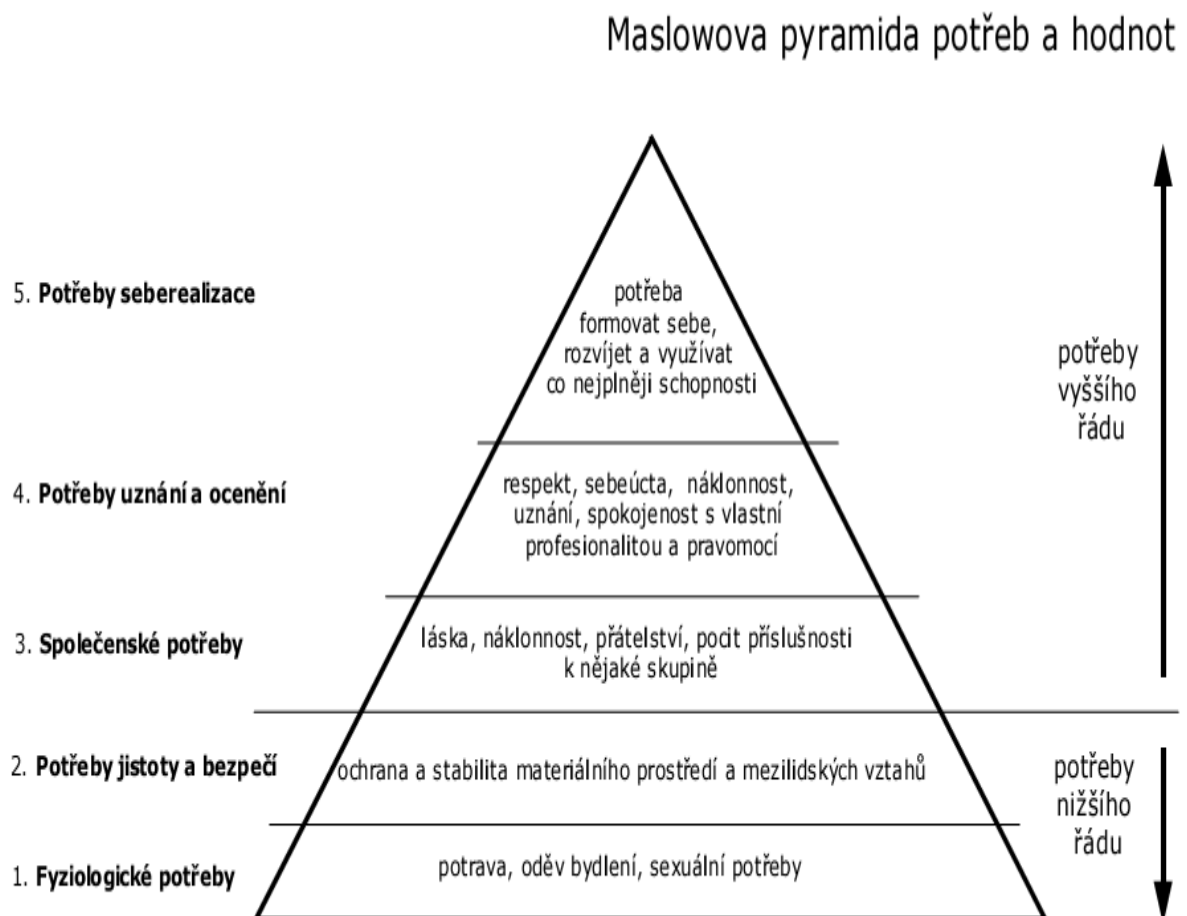
V roce 1943 představil americký psycholog Abraham Harold Maslow svou pyramidou, která reprezentuje hierarchii lidských potřeb. Podle této teorie má každý člověk 5 základních potřeb

¹ **Společenský důkaz** – Lidé budou dělat / dělat věci, které vidí, že dělají ostatní. Jako příklad uvedu jeden experiment. Člověk se postaví uprostřed ulice a začne sledovat oblohu. Kolemjdoucí poté začnou rovněž pozorovat oblohu, aby zjistili, na co se vlastně tam ten člověk dívá? Tento experiment musel být v jeden okamžik přerušeno, protože na ulici se zastavilo a sledovalo oblohu tolik lidí, že to zastavilo provoz v dané ulici. (Cialdini, 2006).

(od těch nejnižších, tj. nejzákladnějších, až po ty nejvyšší, což ve výsledku tvoří jakousi „pomyslnou“ pyramidu). (Maslow, 1943)

V kontextu svádění je pro pickupera důležité, aby měl neustále na mysli všechny své potřeby, tj. aby viděl celou pyramidu, ne jen tu část, kde je sex a aby vedl vyvážený život. Maslowova pyramida by mu měla pomoci toho dosáhnout. Pickupera musí mimo bohatství a prostředků k zabezpečení, zdraví a lásky taky pěstovat a rozvíjet i všechny ostatní stránky života, které mu pak následně přidávají pasivní hodnotu, což zase vede k jeho větší atraktivitě v očích žen. (Mystery, 2005)

Obr. 2 Maslowova pyramida potřeb a hodnot



Člověk se může posouvat k „vyšším“ potřebám na pyramidě jen pokud uspokojí potřeby „nižší“. (Maslow, 1943)

3.2.4 Pávení

Dalším důležitým krokem, jak přitáhnout pozornost žen je tzv. „pávení“ (z anglického *peacocking*). Pávení znamená nošení extravagantního oblečení a módních doplňků, za účelem získání vyšší pozornosti žen v „terénu“ (např. extravagantní doplňky můžou přinutit ženu, aby s takovým mužem navázala konverzaci, popř., když už se spolu baví, a konverzace začíná upadat, může žena říct něco ve smyslu „to je ale super náramek“, čímž nenásilně naváže v rozhovoru). Výsledkem toho bude zvýšený společenský tlak, než jakého by se vám normálně dostalo. (Není přitom důležité, jestli oblečení a doplňky muže vyvolají reakce pozitivní, nebo negativní – důležitá je pozornost žen.) Zvýšený společenský tlak potom ukazuje, že muž je na něco takového (intenzivní pozornost od žen) zvyklý a tím rovněž zvyšuje svou (společenskou) hodnotu v očích žen. (Mystery, 2005)

Důležité ovšem je, aby image seděla s osobností člověka. Když uvidíte v klubu muže ve vysokém klobouku, s péřovým boa a jednou ženou z každé strany, bude vypadat jako pravý „alfa samec“ (viz slovníček pojmů - ASS). Zatímco, kdyby s boa seděl v rohu místnosti sám, vypadal by jako společenský vyděděnec. (Mystery, 2005)

Teorie pávení je úzce spojená s Darwinismem. Rovněž zde můžeme nalézt paralelu s Principem hendikepu (*The handicap principle*) Atmose Zahaviho, ve kterém jde o to, že samice preferují např. dlouhý ocas, protože takový ocas je handicapem a samec tím dokazuje, že dokáže přežít navzdory svému handicapu. (Zahavi, 1975) V souvislosti s komunitou svůdců bychom mohli mužské pávení v klubech převést asi takto - muž před tím, než se vydá večer „do terénu“, si na sebe obleče nebo nasadí něco vysoce extravagantního, jako například obrovský, načechraný, růžový klobouk, aby na sebe mezi tím obrovským množstvím mužů ucházejících se o přízeň ženy, nějak upozornil a vystoupil z davu. Celá pointa takového počínání spočívá v tom, že muž chce tímto dokázat, že si na sebe může obléct v podstatě cokoli a stejně se bavit s nepřitažlivějšími ženami v místnosti (v tomto případě klobouk znamená hendikep).

3.2.5 Stimulace emocí

V této části Mystery doporučuje, abyste se ženou snažili komunikovat spíše na úrovni emocionální, než racionální. (Mystery, 2005)

Taky upozorňuje na chybu, kterou muži většinou dělají, a to tím, že se snaží v ženě vyvolávat jen ty dobré emoce a za každou cenu se snaží vyhnout emocím špatným. Namísto toho navrhuje, abyste se v ženě snažili vyvolat co nejširší škálu emocí jako třeba zvědavost, fascinaci, strach ze ztráty, pocit spojení, rozhořčení, veselost, rozpaky, smutek, atd. (Mystery, 2005)

3.2.6 Spouštěče přitažlivosti

Muži jsou naprogramováni tak, aby se jejich „spouštěče přitažlivosti“ (viz slovníček pojmů) aktivovaly v přítomnosti ženy, která pro ně má reprodukční hodnotu. Vytvoření intimního vztahu s mladou, vhodnou a zdravou ženou zvýší šanci našich genů na přežití mnohem více, než se ženou v menopauze. (Mystery, 2005)

Spouštěče mužů jsou nastaveny tak, aby reagovaly na podněty typu – určitý poměr pasu k bokům (3:5), tvar a velikost prsou, symetrie obličeje a těla a další indikátory mládí a zdraví. (Riddley, 1993) Pokud žena vlastní a dokáže demonstrovat kvality, na které naše sexuální spouštěče reagují (evoluční adaptace), budeme k ní okamžitě přitahováni, aniž bychom si to často uvědomovali. (Mystery, 2005) Vlastně ani nemáme na výběr. (De Angelo, 2004)

Je zajímavé, že 80% mužských spouštěčů přitažlivosti je nastaveno tak, aby reagovalo na reprodukční hodnotu (*reproduction value*). Pouhých 20% reaguje na ženinu schopnost přežití. (Mystery, 2005)

Na druhou stranu u žen reaguje pouhých 20% spouštěčů na mužovu reprodukční hodnotu a 80% na schopnost přežití (*survival value*). (Mystery, 2005)

Mezi podněty, které aktivují u žen tyto spouštěče přitažlivosti patří například muž stojící u baru s přitažlivou ženou. Takový muž pak vyvolá mnohem větší pozornost ostatních žen, než kdyby tam stál sám. (viz podkapitola 3.2.8 – Společenský důkaz, viz slovníček pojmů).

K tomu se vztahují výzkumy o atraktivitě. U lidí se například liší preference výběru partnera pro krátkodobý vztah a dlouhodobý vztah. (Buss, Schmitt, 1993) Evoluční vývoj preferencí, když si vybíráme partnera je ovlivněn především 3 faktory.

3.2.7 Rozdíly v preferencích při výběru partnera mezi muži a ženami

Preference při výběru partnera mezi muži a ženami jsou ovlivněny především třemi navzájem se ovlivňujícími faktory: a) náklady, které jsou spojeny s volbou partnera, b) reprodukční výhody, které taková volba bude přinášet a c) snadností s jakou dokážou rozlišovat adaptivně relevantní rozdíly mezi členy opačného pohlaví. (Pruett-Jones, 1992).

V průběhu lidské evoluční historie závisel mužský reprodukční úspěch především na přístupu k ženám, které vykazují dobré reprodukční vlastnosti. (Betzig, 1986, Buss, 1994/2003). Mužské preference pro výběr partnerky se taky podle toho odvíjejí. Hlavní důraz je kladen na ženino mládí a atraktivitu. Tato hypotéza je uplatnitelná pro všechny kultury. (Buss, 1994/2003)

Ženy to mají jinak. Primárně se zaměřují na partnerovu ochotu zabezpečit ženu a taky chuť investovat do vztahu prostředky (finanční, časové) a následně vychovat potomka. (Buss, 1994/2003) Výzkumy rovněž prokázaly, že ženy kladou větší důraz na finanční situaci svého partnera.

Protože se mužské a ženské preference při hledání partnera liší, očekává každý jedinec od toho druhého něco trochu jiného. Například mnoho faktorů u muže, po kterých ženy touží nejvíce, se nedají připsat jen fyzickému vzhledu. Jako příklad by se dala uvést skutečnost, že žena si raději vybere muže, který má vysoké společenské postavení, než muže s nízkým společenským postavením. Další příklad by se dal uvést v tom, že žena upřednostní muže, který má kladný vztah k dětem a věnuje jim spoustu svého času, než muži, který děti ignoruje. (Buss 1994/2003)

Mystery dále pracuje s pojmem společenská dynamika.

3.2.8 Společenská dynamika

Společenská dynamika se zabývá chováním lidí ve skupinách, ze kterých pak vyplývají interakce jednotlivých členů v dané skupině, stejně jako vztahy mezi nimi. (Durlauf, Young, Peyton, 2001) Společenská dynamika kombinuje sociologii, sociální psychologii, ekonomii a (z menší části) několik dalších věd. Základem tohoto oboru je předpoklad, že jedinci jsou ovlivňováni chováním těch druhých. Protože se společenská dynamika zaměřuje na individuální úroveň chování a uvědomuje si důležitost rozdílů mezi jednotlivci, není zde možné provádět přesně vymezené, analytické výzkumy. Místo toho se používají alternativní přístupy. (wikipedia.org)

Pro svůdcovskou komunitu je tohle důležité proto, že se pickupeři mnohem častěji setkávají se svým „cílem“, který je ve skupině mezi svými přáteli. Dobrý pickuper si tedy musí být vědom toho, jak se na něj ostatní lidé ve skupině dívají a taky toho, že nemůže jen přijít za svým „cílem“ a ignorovat jeho přátele. Například podle Mysteryho by člověk měl postupovat přesně naopak, a to tak, že se nejprve seznámí a spřátelí s kamarády jeho „cíle“, přičemž svůj „cíl“ bude tak trochu ignorovat a až poté začne věnovat pozornost směrem, který od začátku plánoval. (Mystery, 2005)

3.2.9 Společenský důkaz

Společenský důkaz je v komunitě pickupu zásadní pojem. Mystery jej hojně využívá, a proto jsem se mu rozhodl věnovat samostatnou podkapitolu. Adam Lyons, rovněž člen komunity, rozvedl výzkum, ve kterém se snažil zjistit, jestli například usměvavá žena vedle muže může zvýšit jeho atraktivitu v očích ostatních. Společenský důkaz je v podstatě prostředek k vytváření preselekce (= míra přitažlivosti) a blízkosti (*propinquity* = míra pohodlí). (Lyons, 2008)

Adam Lyons se domnívá, že (pojem) preselekce jako forma vytváření přitažlivosti byl dostatečně shrnut v psychologickém testu, který v roce 2006 provedl Benedict Jones. Tvrdí, že teorie o preselekcii existovaly už kolem roku 1900, možná i o něco dříve, ale přesto je přesvědčený, že tento test bude pro naše potřeby ideální. (Lyons, 2008)

Obr. 3 Srovnání atraktivity mužů, podle výrazu ženy vedle nich



Test

V testu Benedicta Jonese (05. 02. 2006) si účastníci prohlíželi 8 párů mužských obličejů a určovali, které z nich preferují a jak silně. Následně si účastníci prohlédli prezentaci, kde viděli stejné obličejové muže, ale ke každému obličejí přibyl obličej ženy, která jej pozoruje buď se spokojeným výrazem (úsměv, atd.) nebo výrazem negativním / odmítavým. Po prezentaci účastníci opět opakovali test preference obličejů. (Lyons, 2008)

Podle očekávání považovaly ženy za přitažlivější ty muže, na které se na fotkách žena usmívala, před těmi, na které se mračila. (Jones, 2006)

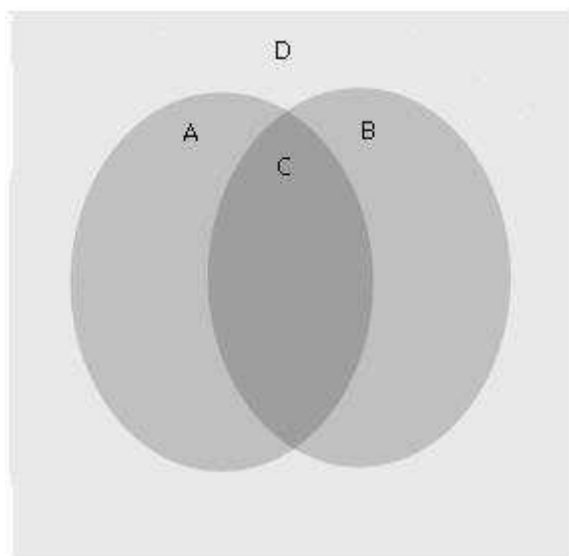
Z tohoto příkladu můžeme vidět, že ženy obecně preferují muže, které ostatní ženy považují za přitažlivé. Určité emoce mohou být interpretovány / nahlíženy víceznačně, když je ostatní pozorují z větší vzdálenosti bez toho, aby znali kontext. V takové situaci může být i neškodný / nevinný úsměv posuzován ostatními jako známka přitažlivosti vůči tomu druhému. (Lyons, 2008)

Z toho tedy vyplývá, že s čím více lidmi přijdete do kontaktu a zanecháte v nich dobrý pocit, tím více budete preselektováni. Takováto preselekce se dá vytvořit mnoha způsoby – od roztancování lidí okolo sebe, přes focení lidí, kupování drinků lidem okolo, anebo prostě jen pozdravením všech, které potkáte. (Lyons, 2008)

Avšak společenský důkaz může být ještě silnější, pokud je v kombinaci s blízkostí (*propinquity*), (protože pak vytvoří komfortní atmosféru). (Lyons, 2008)

Blízkost (*propinquity*) je výraz, který se používá pro popis fyzické blízkosti, speciálního pouta, nebo určité formy příbuzenství, jež mezi sebou věci mají. Psychologie se na ni dívá jako na jeden z hlavních spouštěčů přitažlivosti v mezilidských vztazích. Vzdáleně by se to dalo přirovnat k „být si s někým blízký“. Čím je vzdálenost menší, tím je blízkost vyšší. Například dva lidé žijící na stejném patře mají mezi sebou vyšší blízkost než s lidmi z pater ostatních. (Lyons, 2008)

Obr. 4 Grafické znázornění efektu blízkosti (*propinquity*) z Jonesova výzkumu



Na tomto grafickém znázornění, které rovněž pochází z Jonesova výzkumu z roku 2006, můžeme vidět, že A a B by byly přitahovány k C, protože C leží v jejich společné části kruhu. Stejně tak by C bylo přitahováno k A i B a mělo by možnost si vybrat jedno z nich. D leží stranou, a proto je mu přisuzována nejnižší úroveň přitažlivosti vůči všem stranám. (Jones, 2006)

Efekt blízkosti (*propinquity effect*) je tendence lidí formovat přátelství nebo partnerské vztahy s těmi, se kterými přicházejí často do kontaktu. Jinak řečeno, vztahy se nejčastěji utváří mezi lidmi, kteří mezi sebou mají vysokou úroveň blízkosti. (Jones, 2006) Tento efekt byl poprvé teoretizován psychology Leonem Festingerem, Stanley Schachterem, Kurtem Lewinem a Kurtem Bachem na Massachusetts Institute of Technology v roce 1950.

Blízkost (*propinquity*) může znamenat víc než jen fyzickou vzdálenost. Například obyvatelé bytů, které jsou blíže ke schodům, mívají více přátel z dalších poschodí než ostatní, ze stejného patra. *Propinquity* se dá rovněž uplatnit na společenské skupiny (*social groups*). To platí na spolužáky, nebo třeba spolupracovníky a vysvětluje, proč například učitelé navazují partnerské vztahy s učiteli, členové policie s dalšími policisty, atd. (Lyons, 2008)

V roce 1956 Alan C Kerckhoff provedl výzkum na blízkost (*propinquity*) a zjistil, že asi 70% manželských párů před svatbou žilo ve vzdálenosti do 20 bloků od svých partnerů. Když se nad tím člověk zamyslí, zdá se to jasné, ale přesto většina lidí nad tím takhle nepřemýšlí.

3.2.10 Výzkumy chování při dvoření

Pro srovnání bych ještě před Mysteryho metodou rád zmínil jednu studii ze singles barů, kterou v roce 1985 provedl Timothy Perper. Ze studie o úspěšném dvoření v barech vyplynulo, že nejúspěšnější páry byly ty, které prošly těmito kroky. (1) Přistoupení muže k ženě (může být i naopak), (2) pomalé otočení – nejprve hlavou, za ní následují ramena a hrud' a nakonec zbytek těla (u Mysteryho, Styla je jednou ze zásadních instrukcí – „nikdy nepřistupujte k ženě přímo“). (3) Letmý dotek, postupem času může délka dotyků i jejich frekvence vzrůstat. (4) Tělesná synchronizace. U posledního kroku se lidé začnou pohybovat v souladu jeden s druhým (což v Mysteryho metodě znamená zrcadlení, které pojímá jako jasný indikátor zájmu – viz slovníček pojmů, viz podkapitola 3.2.10 – Indikátory zájmu), což je zároveň podle Perpera tím nejlepším indikátorem vzájemné přitažlivosti. (Perper, 1985)

K tomu se ještě váže výzkum provedený dvěma zoology (Birdwhistell a Morris) v letech 1970 a 1971. Birdwhistell navrhl sekvenci 24 kroků, které začínají seznámení muže se ženou a končí intimním, sexuálním vztahem. Ačkolí ve své knize (*Kinesics and Context*) tyto kroky přesně neuvedl, naznačil, že mají přesné pořadí. Jako příklad uvádí situaci, ve které muž chytí ženu za ruku, musí následně počkat, dokud mu žena ruku nezmačkáne, než si s ní může

proplést prsty (Bridwhistell, 1970). (V Mysteryho metodě znamená přesně toto stisknutí indikátor zájmu – viz slovníček pojmů, viz podkapitola 3.2.12 – Indikátory zájmu).

K tomu se rovněž vztahuje Morrisem navržených 12 kroků, kterými si v západní kultuře musí projít každý pár, aby se dostal od seznámení až k intimnímu vztahu. Stejně jako Birdwhistell i Morris dodal, že by kroky měly jít v přesném pořadí, aby se přechod k intimnímu vztahu nezdál uspěchaný. Kroky jsou následující: (a) pohled na tělo (*eye to body*), (b) pohled z očí do očí (*eye to eye*), (c) slovní komunikace (*voice to voice*), (d) dotek rukou (*hand to hand*), (e) paže kolem ramen (*arm to shoulder*), (f) paže kolem boků (*arm to waist*), (g) polibek (*mouth to mouth*), (h) doteky obličeje a hlavy (*hand to head*), (i) doteky těla (*hand to body*), (j) ústa na ňadra (*mouth to breast*), (k) dotyky genitálií (*hand to genitals*), (l) genitálie ke genitáliím nebo ústa k genitáliím (*genitals to genitals or mouth to genitals*). (Morris, 1971) Rovněž se Bridwhistell s Morrisem shodli na tom, že většinou je to žena, kdo určuje rychlost postupu.

Ted' už je na řadě samotná Mysteryho metoda.

3.2.11 Popis Mysteryho Metody

V Mysteryho metodě se jedná o sérii třinácti přesných kroků, které by měl muž udělat, aby dostal krásnou ženu. Popis jednotlivých kroků ponechávám, pro představu čtenáře, ve formulacích samotného Mysteryho.

1. Na úplném začátku procesu - při vstupu do místnosti, Mystery doporučuje se vždy usmívat. Tento přístup uvádí, že „*bez úsměvu to prostě a jednoduše nepůjde*“. Stejně jako mnoho pickuperů tvrdí, že úsměv je největší zbraní muže. Potom je nutné zvolit si cíl² (viz slovníček pojmů) vašeho snažení, případně skupinku lidí, uvnitř které se váš cíl nachází. Až si vyberete cíl, uplatněte pravidlo tří vteřin³ (viz slovníček pojmů). Pokud budete dlouho otálet, skupina si vás všimne a vaše šance na úspěch se zhoršují.

² Žena, kterou si pickuper vyhlédne ve skupině lidí a kterou se snaží svou hrou získat.

³ Poučka, podle které by měl muž oslovit ženu nejpозději tři vteřiny poté, kdy si jí všimne. Snižuje tím nebezpečí, že muž začne o svém příštím kroku příliš přemýšlet a znervózní, případně že jeho dlouhé pokukování ženu zneklidní.

2. Po přistoupení k vašemu cíli či cílové skupině přednete naučený otvírák (viz slovníček pojmů – „otvírák“⁴). Klidně můžete použít dva nebo dokonce i tři otvíráky za sebou, pokud je to vhodné. Ke skupině byste měli být otočení, jako byste mluvili přes rameno. Zároveň se pohupujte na jedné noze, jako byste měli každým okamžikem odejít. (Aby skupinka neměla strach, že je budete obtěžovat celý večer).

3. Až navážete se skupinou konverzací, je dobré váš cíl (viz slovníček pojmů) většinu času ignorovat. Pokud jsou ve skupině muži, zaměřte se na ně. Říká se, že kdo si získá muže, získá si i ženy.

4. Ve vhodnou chvíli negujte⁵ (viz slovníček pojmů – „neg“) svůj cíl pomocí naučených negů.

5. Nyní je potřeba skupinu dostatečně zaujmout, aby lidé v ní už nechtěli, abyste odešel. Můžete použít naučené rutiny⁶ (viz slovníček – „rutiny“), kouzla, předpovídání budoucnosti, různé testy atd., které vás jistě udělají zajímavějšími.

6. Nyní Mystery doporučuje znovu ve vhodnou chvíli negovat váš cíl. Žena se bude snažit upoutat vaši pozornost, protože se jí vůbec nevěnujete.

7. Potom se zeptejte, odkud se všichni znají. Tím zjistíte, zda-li je cíl ve vztahu s někým ve skupině. Pokud jde o vážný vztah, tak slušně rozlučte a odejděte.

⁴ Otvírák - poznámka, otázka nebo příběh, kterým se zahajuje konverzace s neznámým člověkem nebo skupinou neznámých lidí. Otvíráky se dělí na spontánní (vyplývající z daného prostředí) a připravené, a dále na přímé (naznačující milostný či sexuální zájem) a nepřímé (bez zjevného zájmu). Příklad přímého otvíráku – Ahoj, rád bych se s tebou seznámil, co ty na to? Příklad nepřímého otvíráku – Ahoj. Nevíš prosím tě, kde je tady nejbližší bankomat?

⁵ Viz neg - dvojnásobná poznámka nebo zdánlivě neúmyslná urážka, kterou pickuper směřuje na krásnou ženu, se kterou se krátce předtím seznámil, s cílem dát jí (případně jejím přátelům) aktivně najevo, že o ni nemá zájem. Příklad: „To jsou ale pěkné nehty. Ty nejsou pravé, co?“

⁶ příběh, konverzace se scénářem, ukázka nějaké dovednosti nebo jiný připravený materiál, jehož cílem je iniciovat, udržet a rozvinout interakci se ženou nebo skupinou lidí, jejíž je žena-cíl součástí. Příkladem rutiny může být test nejlepších kamarádek, evoluční fázová modulace a demonstrace své ceny s využitím mimosmyslového vnímání. Pickuper: „Znám výborný způsob, jak poznat nové lidi... říká se tomu Hra na otázky. Ale má to několik pravidel...“

Pravidlo 1: Zeptáš se na nějakou otázku, potom já, potom ty, atd.

Pravidlo 2: Musíš odpovídat jediné pravdivě.

Pravidlo 3: Nesmíš položit otázku, na kterou jsem se už ptal já.

Pravidlo 4: Musíš se ptát na zajímavé otázky...užij si to, že se skoro neznáme. Jo a ještě pravidlo číslo 5: Já začínám.

8. Pokud zjistíte, že váš cíl není zadaný, řekněte: „Vaše kamarádka si musí kvůli mně připadat odstrčená. Nevadí, když si s ní pár minut popovídám?“ Určitě vám všichni řeknou, že jim to nevadí, pokud to nebude vadit jí.

9. V této fázi Mystery radí izolovat cíl od skupiny. Řekněte ženě, že jí chcete ukázat něco úžasného. Vezměte ji za ruku a proveďte ji davem na místo, kde budete mít soukromí. Jestli vaši ruku stiskne, jedná se o IZ (indikátor zájmu – viz slovníček, seznam indikátorů zájmů v podkapitole 3.2.10)

10. Nyní, když jste se ženou o samotě, použijte nějaké vaše triky (s kartami, či cokoli jiného), abyste se stal zajímavějším a zvýšil vaši hodnotu v očích ženy. Použijte věštění, kouzla nebo jiné triky, které ženu zaujmou.

11. Řekněte: „Na kráse není nic mimořádného. Výjimečná je energičnost a správný pohled na život. Řekni mi, co se v tobě skrývá a kvůli čemu bych tě měl chtít poznat blíž, než jen jako jednu z tváří v davu.“ Pokud žena začne vyjmenovávat vlastnosti, kvůli kterým byste ji měl chtít poznat blíž, jedná se o velký IZ.

12. Zcela přestaňte mluvit. Pokud se žena bude snažit znovu navázat konverzaci větou stylu: "Takže...?", jedná se o další IZ.

13. Mystery tvrdí, že jakmile naskládáte od ženy 3 IZ, můžete celé seznámení zakončit. Pokud chcete seznámení s ženou zakončit líbáním, řekněte: "Chtěla by ses se mnou líbat?" Pokud odpoví ano - polibte ji. Pokud je nerozhodná – „asi je na čase to zjistit“ a polibte ji. Pokud odpoví ne – „taky jsem neříkal, že můžeš. Jen se mi zdálo, že máš něco na srdci.“

Pokud chcete seznámení zakončit získáním tel. čísla, tak se uveďte do časové tísně (např. že se musíte vrátit za kamarády) a řekněte, že byste v tom určitě měli někdy pokračovat. Řekněte si o tel. číslo, pokud vám ho žena sama nedá a odejděte.

(Strauss, 2005)

3.2.12 Indikátory zájmu

Tento pojem zavedl Mystery. Jak už název napovídá, indikátory zájmu značí, že o vás žena má zájem. Indikátory zájmu se částečně překrývají s ženskými flirtovními projevy, jejichž seznam najdete v podkapitole 3.4.5 - Neverbální flirtovní projevy žen.

Seznam indikátorů zájmu:

Aktivní indikátory zájmu

- ❖ Naklání se směrem k vám.
- ❖ Naklání se směrem od vás – indikátor nezájmu.
- ❖ Dotýká se vás.
- ❖ Zrcadlí / kopíruje vaše gesta a pohyby (*mirroring*) - když pijete, napije se i ona, pokud má zájem. Ten, kdo zrcadlí, projevuje zájem.
- ❖ Když se neustále rozhlíží očima okolo – indikátor nezájmu.
- ❖ Hraje si s vlasy.
- ❖ Olizuje si rty nebo pozoruje ty vaše.
- ❖ Naváže v konverzaci, pokud přestanete mluvit.
- ❖ Směje se.
- ❖ Dotýká se vás.
- ❖ Snaží se s vámi vybudovat rapport (viz podkapitola 3.4.3 - Rapport).
- ❖ Pohodí si s vlasy, aby si následně podívala, jestli se díváte.
- ❖ Pokud spolu máte oční kontakt na dálku, udrží jej na chvíli.
- ❖ Drží se ve vaší blízkosti (viz podkapitola 3.2.8 – Společenský důkaz).
- ❖ Řekne něco svojí kamarádce a potom se obě zasmějí.
- ❖ Když kolem vás prochází, natočí své tělo směrem k vašemu.

- ❖ Požádá vás o zapalovač, nebo jiným způsobem zahájí konverzaci.
- ❖ Když se bavíte ve skupině s jejími kamarády, je hodně upovídaná (aby si vynutila vaši pozornost).
- ❖ Zeptá se na vaše jméno.
- ❖ Zeptá se na váš věk (nechte ji hádat).
- ❖ Dělá komplimenty.
- ❖ Je hravá a snaží se vás k něčemu vyzvat.
- ❖ Když už s vámi nesouhlasí, aspoň se směje.
- ❖ Bije vás, ale směje se při tom.
- ❖ Vymyslí vám přezdívku.
- ❖ Opakovaně se vás dotkne.
- ❖ Zeptá se, jestli máte přítelkyni.
- ❖ Zmíní přítelkyni, i když neví, jestli nějakou máte.
- ❖ Nezmiňuje svého přítele.
- ❖ Představí vás svým kamarádům.
- ❖ Koupí vám drink

Pasivní indikátory zájmu

- ❖ Její přátele jdou k baru, na toaletu nebo tancovat, ale ona zůstane.
- ❖ Tráví s vámi hodně času.
- ❖ Pokud se někam vydáte, jde za vámi.

(vyhledáno 16. 5. 2011 ve 13:20 na <http://www.pick-up-artist-forum.com/iois-the-complete-list-vt12025.html>)

3.3 DAVID DE ANGELO

David De Angelo je žákem Rosse Jeffries. Kvůli rozdílnému pohledu na přístup ke svádění se jejich cesty rozdělily a stali se z nich rivalové. Ross Jeffries se přikláněl spíše k NLP, zatímco De Angelo přišel se svou vlastní metodou svádění, kterou nazval „Vtipná vlezlost“ (v angličtině *Cocky & Funny*).

3.3.1 Metoda Davida De Angela

Ve „vtipné vlezlosti“ se jedná o mix arogance a vtipu. (Příklady naleznete v podkapitole 3.3.3) O této metodě se často tvrdí, že je tou nejprovokativnější za posledních 10 let. Na rozdíl od Mysteryho metody zde nejsou žádné přesné kroky, kterých byste se měli držet. Samozřejmě pravidla typu vždy se usmívat stále platí, ale dále si musíte vystačit sami se sebou, protože pro tuto metodu neexistuje žádný oficiální průvodce krok po kroku. Spíše je třeba pravidla této metody pochopit a potom je užívat dle situace. (vyhledáno 28.4. 2011, ve 23:48 na <http://seduction.blogger.cz/>)

De Angelovu konceptu se rovněž říká *inner game* neboli vnitřní hra. Ve vnitřní hře se spíše jedná o celkový vývoj a postoj k životu jedince, což je pak samo o sobě pro ženy přitažlivé. Podle De Angela je vnitřní hra samotné jádro svádění. Zatímco různé techniky a rutiny svádění vám mohou pomoci k vytvoření obrazu osoby, kterou byste chtěli být, nebo předvést ženě, že někým takovým jste, zvládnutí konceptu vnitřní hry z vás tu osobu přímo udělá. Výhody jsou jasné – když se snažíte hrát na někoho, kým opravdu nejste, je zde pravděpodobnost, že vás žena dřív nebo později prokoukne a vaše šance na úspěch se rapidně sníží. Pokud se ale zaměříte na svůj osobní vývoj a budete na sobě nějaký čas pracovat, abyste vnitřní hru plně zvládli, pak se z vás stane přitažlivá osoba a nebude si muset na nic hrát. (De Angelo, 2004)

Vnitřní hra zahrnuje spoustu aspektů, uvedu jen některé – jako všechny směry svádění, i De Angelo a jeho vnitřní hra klade důraz na řeč těla a neverbální komunikaci. Dále tam patří zlepšení společenských a konverzačních schopností, pozitivní myšlení, sebepoznávání, atd. čímž zesílíte svoji identitu. (De Angelo, 2005) V podstatě se jedná o mix poznatků o psychologii komunikace a různých psychoterapeutických směrů.

V De Angelově přístupu najdeme i prvky, které odvozuje z evoluční teorie, podobně jako Mystery. Vysvětluje, že přitažlivost není možností „volby“, ale děje se na podvědomé úrovni. Podle toho taky pojmenoval část svého programu - Přitažlivost není možností volby (v angličtině - *Attraction isn't a „choice“*). Přitažlivost se podle De Angela odehrává na podvědomé úrovni jako emocionální reakce na určité podněty. U mužů je těmito podněty většinou hezký (symetrický) obličej a hezké (symetrické) tělo. Optimální poměr boků k pasu je 3:5. Opět se jedná o znaky, jež odráží ženskou fertilitu a jejichž preference byla potvrzena i v rámci vědeckého výzkumu atraktivity (viz výše). (Ridley, 1993). U žen tyto emocionální reakce vznikají spíše z psychických podnětů (i když čas od času i z podnětů fyzických). (De Angelo, 2004)

Ve svém programu - Přitažlivost není možností „volby“ – předkládá přitažlivost jako adaptivní mechanismus, který převezme kontrolu nad naším tělem i myslí, aby se ujistil, že si najdeme někoho s co nejlepšími geny a vydržíme s ním po dobu potřebnou k vychování potomka – 4-5 let. (De Angelo, 2004) (Proto taky většina manželství a vztahů končí po 4-5 letech, což je kritické období). (Barret, Dunbar, Lycett, 2007)

De Angelo tvrdí, že muži jsou k ženám přitahováni nejprve podle vzhledu a až poté podle jejich osobnosti. Ženy to mají přesně naopak. Když se zeptáte ženy, jakého muže by si představovala, většina z nich vám odpoví něco na způsob „hodného, upřímného, spolehlivého, vtipného, atd.“. Ale existuje velký rozdíl mezi tím, co ženy chtějí a k čemu jsou opravdu přitahovány. (De Angelo, 2004)

Podle De Angela není vybrané (tj. přílišně zdvořilé a nesmělé) chování přitažlivé, protože muži podle těchto pravidel jednají, jako by potřebovali ženino schválení/souhlas, podobně jako by se zachovali při ostatních společenských příležitostech. Paradoxně toto chování v ženě nikdy nevyvolá opravdovou přitažlivost. Při procesu svádění by to mělo probíhat opačně. Pokud to bude žena, kdo bude usilovat o vaše schválení/souhlas, nebude pak mít ani čas soustředit se vaše nedostatky. (De Angelo, 2005)

Jako problém dnešní doby vidí De Angelo skutečnost, že jsme umožnili společnosti potlačit toho silného muže řídicího se svým instinktem, mužem přemýšlivým a citlivým, který je natolik citlivý, že má strach přijít za ženou a oslovit ji. (De Angelo, 2004)

V knize Červená královna rozepisuje Riddley (1993) společenské stigma kolem sexu. Pohlíží na něj, jako na velmi složitý proces, který vychází ze skutečnosti, že celá reprodukce je vlastně soutěž a nikdo nechce, aby ten druhý měl více sexu než on sám. Ať už vědomě nebo nevědomě se snažíme snižovat šance ostatních na sex a o sexu mluvíme hlavně, abychom je varovali, že to je špatné. Tabuizací sexu se snažíme ostatní udržet od toho, co sami chceme. Díky vynálezu prostředků zabraňujících početí však nemusí už sex nutně vést k otěhotnění, ale tendence udržovat sex „pod pokličkou“ je součástí hry, která je zakořeněná hluboko v naší psychice, biologii, kultuře a především v našem náboženství. (De Angelo, 2004)

Podle De Angela není možné racionálně vysvětlit, co je tou věcí, která přinutí člověka k tomu, aby utvořil vztah s jinou osobou a trávil s ní čas. Přitažlivost dává smysl jedině tehdy, když se na ni díváme z evolučních, biologických, psychologických a kulturních perspektiv. (De Angelo, 2005)

3.3.3 Několik příkladů vtipné vlezlosti:

Vzhledem k tomu, že De Angelova metoda nemá žádné kroky, jdoucí přesně za sebou (jako je to například u Mysteryho nebo Styla), učí se jeho žáci hlavně pomocí porozumění vnitřní hry (viz výše) a pak podle příkladů vtipné vlezlosti, ze kterých se pak snaží odvodit věty na podobném principu.

1. Zachytíte oční kontakt s ženou: „Ahoj nemohl jsem si nevšimnout ... (pauza) ... jak na mě zíráš! To vždycky takhle zíráš na mužský, nebo jenom na takový, jako jsem já, u kterých si nemůžeš pomoci?“ (úsměv)
2. Pro trička s jedním rukávem: „Proboha! Tobě chybí rukáv. Vypadáš jako kdyby tě napadl policejní pes.“
3. Pro oblečení se zvířecím motivem: „Čau, víš kolik (tygrů/leopardů/atd.) muselo kvůli tomu zemřít? Ochránci zvířat tě musí nenávidět“

4. Kožené boty: „Ty nosíš kožené boty! Nějaká ubohá kráva zemřela, jenom abys mohla předvádět svoje nohy.“

5. Náušnice: „To jsou moc pěkný náušnice. To jsem nevěděl, že v hračkářství takový prodávají.“

6. „Pěkný (prstýnek/hodinky/atd.). To teď dávají jako hračku v happy meal u McDonalda?“

7. Kabelka: „Na co máš tak obrovskou kabelku? Vláčíš tam nějakou zbraň?“

Další příklady mají společné to, že se jimi pickuper snaží obvinít ženu z typického mužského chování:

8. (vrazí do vás) „Ou...nedotýkat se vystaveného zboží!“ (pauza) „Víš co...jsi docela hezká, rozmyslel jsem si to...jen se nedotýkej choulostivých míst, dobře? Zkus se trošku krotit, aspoň dokud se nepoznáme líp.“

9. (vrazí do vás a omluví se) „To je v pohodě. Já vím, že ses mě jen snažila sbalit. Ale když mě tak moc chceš poznat, tak stačilo jen za mnou přijít a říct ahoj, nemusela jsi na mě fyzicky zaútočit.“

10. „Ahoj, slyšíš ráda komplimenty od cizinců?“ (ano) „Super, já taky. Ty první, řekni mi kompliment“

(vyhledáno 3.5.2011 na <http://seduction.bloger.cz>)

Tento typ svádění však není vhodný pro všechny a měl by člověku jít k osobnosti.

3.4 STYLE

Style je alter-ego muže jménem Neil Strauss. Je známý především díky knize Hra: Průnik do tajné společnosti mistrů svádění (v originále – *The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists*, 2005). V knize vypráví příběh o své přeměně do „Styla“, pickopera, pod vedením Mysteryho. Na své cestě za přeměnou si „hru“ vyzkouší na spoustě známých osobností včetně Britney Spearsové či Courtney Love. Pravidelně taky píše do New York Times a časopisu Rolling Stone. (New York Times, 2004)

Jeho metoda je kombinací učení mnoha guru, se kterými se na své cestě seznámil. Nazval ji – likvidační metoda (*Annihilation Method*). *Annihilation* proto, aby lidé využívající tuto metodu, byli schopni zlikvidovat veškerou konkurenci (Strauss, 2004).

3.4.1 Stádia svádění podle Grammera

S první částí Stylové Likvidační metody je spojena Grammerova teorie z roku 1989, kdy upozornil na to, že dvoření je vlastně proces vyjednávání. Sestává ze série stadií, během nichž se pár postupně stává důvěrnějším (kroky v *Annihilation method*). Na konci jednotlivých stadií se každý jedinec rozhoduje, jestli má dovolit, aby vztah postoupil do dalšího, vyššího stadia intimity (indikátory zájmu u Mysteryho a Styla) a závazku, nebo vztah ukončit. (Grammer, 1989) Dvoření začíná inzercí (otevření u Styla). Fyzický vzhled, oblečení, a chování společně dávají informaci druhému jedinci. Rozhodnutí nabízet se přímo konkrétní osobě nebo se vůbec k této osobě přiblížit je alespoň částečně založené na inzerentově pohlaví. (Barret, Dunbar, Lycet, 2007) Když je první volba provedena, mohou jedinci předvádět různá značně speciální chování, která vyjadřují zájem o potenciálního partnera. Ze studie chování v barech pro svobodné zjistila Moorová, že zahrnují dlouhý oční kontakt, naklonění horní části těla směrem k partnerovi během hovoru, „náhodné“ dotyky a spoustu dalších taktických projevů určených k upoutání inzerenta. (Moore, 1985) Zde je opět jasné spojení s indikátory zájmu u Mysteryho. (viz podkapitola 3.4.5 – Typy neverbálního flirtovního chování žen, viz podkapitola 3.2.12 – Indikátory zájmu)

Nyní následuje popis Stylové metody, která je rozdělena na čtyři části, jež symbolizují kroky v procesu svádění.

3.4.2 Likvidační metoda

1. Část – Otevření skupiny lidí

Nejprve je dobré si ujasnit, jakých pravidel byste se měli držet, když chcete otevřít skupinu neznámých lidí.

Obecné pravidla pro otevření:

- 1) V klubu je to jako na divadelním jevišti. Nikdy nechcete být přistihnutí znuzení a nebavící se.
- 2) Dodržujte pravidlo tří vteřin. (viz slovníček pojmů)
- 3) Buďte stejně energičtí (nebo o něco víc) jako skupina, ke které se chcete přidat.
- 4) Mějte neustále na zřeteli, co demonstrováte svou řečí těla.
- 5) Rozved'te otvírák (viz slovníček pojmů). Tím odpovíte na to, proč se na tu určitou věc ptáte (např. děláte průzkum).
- 6) Při rozhovoru se nenaklánějte. Stůjte vzpřímeně, uvolněně, a pokud je hudba příliš hlasitá, tak raději mluvte nahlas.
- 7) Uved'te se do časové tísně. (Čímž odpovíte na otázku, která jim v hlavě už určitě probleskla, a to – „jak dlouho nás asi bude obtěžovat?“)
- 8) Neobtěžujte skupinu přílišným množstvím otázek. Použijte rutinu C versus S typy úsměvů.⁷
- 9) Nikdy nezačínáte otázkou typu – prosím vás, pardon, omlouvám se.
- 10) Zaměřte se na celou skupinu a ujistěte se, že jsou všichni začleněni do interakce (s vámi).

⁷ **Rutina Cěčkový versus Účkový úsměv.** Zkuste na vlastní riziko okořenit konverzaci, která začíná být fádni.
Pickuper: Usměj se na mě znovu. **Cíl:** Um, dobře. **Pickuper** (křídlo): Vidíš, je Účko. **Cíl:** (zmatený výraz)
Pickuper: Randil jsem s holkou, která chtěla být popstar. A ona měla teorii, že lidé s Účkovým úsměvem bývají označováni za nevlídné. A lidé s Cěčkovým úsměvem za přátelské. **Cíl:** Co je to teda ten Účkový? **Pickuper:** Účkový je ten, kdy jdou zuby rovnou dozadu a vepředu je vidět jen pár zubů.
Cěčkový je ten, kde je vepředu velká řada bílých zubů. **Žena:** Um, dobře. **Style:** Rozumím. Já té teorii doopravdy nevěřím, ale pro mojí Ex, to byla víc než teorie. Nechala si neoperovat úsměv z Účkového na Cěčkový. Měla kvůli tomu přelomenou čelist na třech místech. Věřila bys tomu? **Cíl:** Ewwww. To je šílené. **Pickuper:** A ještě mi ukazovala fotky Christiny Aguilery, která má Účkový, a Britney Spears, která má Cěčkový. Říkala mi, že Christina je označována za špatnou holku zatímco Britney je obvykle ta hodná. Podívej se na obal jakéhokoliv časopisu a uvidíš, že tam je většinou Cěčkový úsměv. Od této chvíle, vy dva můžete zkoumat zuby jejich přátel nebo neznámých cizinců a posuzovat jestli mají Cěčkový nebo Účkový úsměv.

- 11) Měl byste vést konverzaci a být dominantní.
- 12) Pokud je váš cíl vysoce atraktivní (HB⁸ 9 nebo 10 – viz slovníček pojmů), předved'te aktivní nezájem (pomocí negu nebo diskvalifikace). (viz slovníček pojmů)
- 13) Proneste pár vtipných poznámek, ale nikdy neočekávejte reakci.
- 14) Pamatujte, že na slovech tolik nezáleží. Jsou jen omluvou pro vaši mluvící pusou, zatímco umožňujete své osobnosti vyniknout.
- 15) Pokud narazíte na 2 hezké ženy, použijte tu, o kterou máte menší zájem jako pěšáka (viz slovníček pojmů), abyste zabodovali u vašeho primárního cíle.
- 16) Pokud využíváte pávení (viz podkapitola 3.2.4 - Pávení) k přitáhnutí pozornosti ke své osobě, je dobré zmínit nějakou bývalou přítelkyni, aby si nemysleli, že jste homosexuál.

V této části Style doporučuje vybrat si skupinu, ve které je váš cíl umístěn a následně ji otevřít, tj. navázat kontakt. Tato část je pro většinu lidí nejobtížnější, ale zároveň kritická, protože bez otevření nemůžete dál pokračovat v procesu svádění. Nyní popíšu kroky, jak by při otevření podle Styla měly jít za sebou. (Struss, 2005)

Krok první

- ❖ Improvizujte nebo řekněte naučený otvírák (viz slovníček pojmů).
- ❖ Rozved'te ovírák.
- ❖ Uved'te se do časové tísně („Můžu tu zůstat jen chvíli, protože tu jsem s přáteli u vedlejšího stolu“).
- ❖ Vaše řeč těla by měla ukazovat, že jste na odchodu (tzn. nebýt přímo natočený k osobě, o kterou máte zájem, spíše by to mělo vypadat, že jste se pozastavili při cestě někam).

⁸ HB – z anglického *hot babe* – velmi atraktivní žena. Číslovka za „HB“ značí intenzitu atraktivity, přičemž 10 je nejvyšší.

- ❖ Nechte vyniknout svou osobnost, usmívejte se, ale nebuďte příliš entuziaští (buďte stejně energičtí jako skupina, kterou oslovujete).

Krok druhý

- ❖ Dostaňte se do jejich světa. (Př. Zjistěte, o čem se zrovna baví, co je zajímavá, atd.)
- ❖ Předved'te aktivní nezájem.
- ❖ Udělejte například test nejlepších kamarádek.⁹
- ❖ Škádlivě je okomentujte.
- ❖ Vytvořte výzvu. (Např. Vsadím se, že neumíš správně líbat.)

Po otevření:

Jakmile už jste ve skupině, je zde pár zásad, kterých byste se měli držet:

- 1) Pohupujte se, jako byste byli na odchodu.
- 2) Zeptejte se, odkud se všichni znají, abyste zjistili vztahy mezi skupinou.
- 3) Proberte s nimi některé z teorií, které zvyšují vaši hodnotu v jejich očích.
- 4) Pokud sedí u stolu, přisedněte si, ale opět se uveďte do časové tísně.
- 5) Pokud je to nezbytné, znovu demonstруйте svou hodnotu.

⁹ **Test nejlepších kamarádek:** **Pickuper:** „Jak dlouho se znáte?“ (Pokud si myslíš, že jsou sestry, tak se zeptej: „Jste sestry nebo nejlepší kamarádky?“)

Cíl: „Známe se už...“ (blabla) **Pickuper:** „Hm, věděl jsem to.“ **Cíl:** „Jak to že to víš?“ **Pickuper:** „Ukážu vám to. Udělám vám test nejlepších kamarádek.“

Cíl: (jsou zaujaté) **Pickuper:** „Ok.“ (předstírej, že chceš položit vážnou otázku) „Používáte obě stejný šampón?“

Cíl: (podívají se tázvě jedna na druhou a budou se chystat vám odpovědět) **Pickuper:** „Stačí. Na odpovědi nezáleží. Právě jste prošly.“ **Cíl:** „Co?“ **Pickuper:** „No kdybyste si sobě nebyly blízké, tak byste se mnou pořád udržovaly oční kontakt, dokud byste mi neodpověděly. Ale když jsou si dva lidi blízcí, tak se na sebe napřed podívají, než odpoví.“ **Cíl:** (smějí se a podívají se na sebe) **Pickuper:** „Vidíte, ani si nemusíte nic říkat. Je to jako když komunikujete telepaticky.“ (Strauss, 2005)

6) Pokud je s vámi křídlo (viz slovníček pojmů) snažte se ho vychvalovat, aby se jednodušeji začlenil do skupiny.

7) Dejte si pozor na testy, kterými vás ženy neustále zkouší.

(Strauss, 2005)

2. Část – Přimějte je, aby si vás oblíbili

V této části Style radí zaměřit se na mluvení o věcech, které by v očích skupiny mohly zvýšit vaši hodnotu a tím zároveň zvýšit vaše šance na úspěšné okouzlení cíle. (Strauss, 2005)

Krok třetí

Demonstrujte svou hodnotu.

❖ K tomu můžete použít různé triky, kouzla, rutiny, vtipy, hry, v podstatě cokoli.

Krok čtvrtý

Kalibrujte

❖ Buď použijte takeaway¹⁰ nebo false takeaway (viz slovníček pojmů).

❖ Nebo se připojte ke skupině, pomocí vyprávění nějaké historky nebo rutiny, ale opět se uveďte do časové tísně.

❖ Nebo zůstaňte se skupinou.

❖ Nebo se přesuňte k další skupině.

3. Část – Najděte, co máte společného

¹⁰ *Takeaway* - technika, při které muž opustí (na pár vteřin nebo na několik hodin) ženu, kterou se mu podařilo oslovit a zaujmout. Tím jí dává najevo, že z ní neblbne, a zvyšuje tak svou přitažlivost. Také: *falešný takeaway*.

V této části je nutné se více sblížit s vaším cílem. Bylo dokázáno, že pokud mezi sebou mají dva lidé společné věci, zvyšuje to šance na intimní vztah. Proto je vhodné najít s vaším cílem tyto společné věci.

Krok pátý

- ❖ Vybudujte rapport (viz podkapitola 3.4.3 - Rapport, viz slovníček pojmů).
- ❖ Pokud je to možné, izolujte ji, ať už fyzicky nebo aspoň psychicky.
- ❖ Kvalifikujte se. (například prohlášení, že umíte výborně vařit)
- ❖ Zvedněte svou hodnotu. (např. sebevědomým postojem těla)
- ❖ Najděte věci, které vás spojují.
- ❖ Nechte ji mluvit o sobě.

Krok šestý – zakončení

- ❖ Buď se rozloučíte a odejděte.
- ❖ Nebo ji izolujte, pokuste se ji svést a proveďte koncovku s líbačkou (viz slovníček pojmů).
- ❖ Nebo vytvořte instantní rande (viz slovníček pojmů). Zůstaňte ve skupině (nebo se ke skupině vraťte) tak, abyste byli na konci večera s nimi. Vezměte je někam jinam. Pokuste se váš cíl dostat buď k sobě, nebo k ní domů.

4. Část – Kdy a jak to provést

Tahle část je vlastně takovým pokračováním kalibrace a měla by vždy vycházet z toho, že při každé interakci vás žena chce. (Strauss, 2005)

Tvrdí, že primárním úkolem mužů je všimnout si společenské dynamiky (viz podkapitola 3.2.7 – Společenská dynamika) skupiny nebo ženy a vědět, kam je nutné směřovat další kroky. Přijde-li za vámi žena a pohladí vás nebo řekne, že jste roztomilý, není třeba ji otvírat (viz slovníček pojmů) nebo demonstrovat vyšší hodnotu (viz slovníček pojmů). Můžete přímo přejít k poslednímu kroku. (Strauss, 2005)

U kalibrace je doporučeno zajímat se o 3 typy odezvy, která vám žena může dát (můžete si to představit jako dopravní semafor): 1) Pozitivní = zelené světlo = pokračujte. 2) Neutrální = žluté světlo = pokračujte, ale opatrně. 3) Negativní = červené světlo = přestaňte. Nejčastěji se setkáte se světly žlutými, tj. neutrální odpovědí. (Strauss, 2005)

A) Pokud při rozhovoru zjistíte, že vyžaduje, aby měl muž vyšší hodnotu - projevte aktivní nezájem (viz slovníček pojmů), negujte ji (viz slovníček pojmů) a škáďte. B) Pokud potřebuje, aby se cítila více přitahována k vaší osobě – použijte „tahy-tlaky“ (viz slovníček pojmů), rutinu s žárlivou přítelkyní¹¹ nebo mluvte o sexuálních tématech. C) Pokud potřebuje více důvěry – naslouchejte jí, ukažte pozitivní řeč těla (viz podkapitola 3.4.4 – Neverbální komunikace), ukažte jí upřímné indikátory zájmu, kvalifikujte se. D) Pokud se jen potřebuje cítit líp a aby na ni nebyl vyvíjen žádný nátlak – uveďte se do časové tísně (viz slovníček pojmů), předvedte společenský důkaz (např. ji můžete seznámit s vašimi kamarády) (viz podkapitola 3.2.8 – Společenský důkaz, viz slovníček pojmů), získejte si její přátele. (Strauss, 2005)

Vaším prvním cílem je získat zelené světla. Jakmile máte zelené světla, můžete se plně věnovat kalibraci. Musíte zjistit, ve které fázi procesu se žena momentálně nachází a kam odtud pokračovat. V této fázi procesu je vaším úkolem zjistit, kým vlastně je. K tomu poslouží otázky typu:

- ❖ Jakou má osobnost?
- ❖ Je sebevědomá nebo si málo věří?
- ❖ Jaký má postoj k sexu?
- ❖ Jak si představuje sama sebe?
- ❖ Kde pracuje?
- ❖ Je jedináček či starší / mladší sourozenec? Má blízký vztah s rodiči?
- ❖ Je somatický, kinestetický nebo intelektuální typ?
- ❖ Co jí v životě chybí?

¹¹ Kamarád má přítelkyni, která našla fotky jeho bývalé pod postelí a teď mu dala ultimátum, že pokud je nespálí, tak se s ním rozejde.

Neil Strauss ve své Likvidační metodě často používá výrazu „rapport“. K jeho vysvětlení slouží následující podkapitola.

3.4.3 Rapport

Rapport existuje jedině v interakci mezi lidmi. Sice se nejedná o žádnou charakterovou vlastnost, ale někteří lidé si dokážou značně osvojit budování rapportu v určitých situacích. Lidé zažívají rapport jako výsledek kombinace vlastností / kvalit, které vychází najevo v průběhu interakce. Takovou zkušenost pak vyjadřují konstatováním, že si s tím druhým „sedli“ nebo že si interakci užili, protože mezi nimi byla ta správná „chemie“. Samotná interakce v průběhu rapportu se stává věcí, kterou není jednoduché rozdělit na jednotlivé typy chování, které každá strana přináší do konverzace. (Tickle-Degnen, Rosenthal, (1990)

V průběhu pokročilejšího stupně rapportu vytvoří účastníci interakce určitou soudržnost / kohezi a dostaví se pocit sjednocení díky vyjádření vzájemného zaujetí do účasti na konverzaci. Zažívají pocity silného zájmu jeden o druhého, o to co říká nebo dělá. (Tickle-Degnen, Rosenthal, (1990)

Ve Stylově metodě je několikrát zmiňována řeč těla. Řeč těla je neodmyslitelnou součástí procesu svádění a pravděpodobně byste nenašli jediný směr pickupu, který by nezdůrazňoval její důležitost, proto jí bude věnována následující kapitola.

3.4.4 Neverbální komunikace

Definice neverbální komunikace

Když se řekne neverbální komunikace, většina lidí si představí komunikaci, která se odehrává jinak než pomocí slov, předpokládáme-li, že slova tvoří verbální element komunikace. (Knap, 1978)

Řeč těla je v komunitě svádění zásadní pojem. Nenajdete snad žádného z guru pickupu, který by jeho důležitost nezdůrazňoval. Velká část z nich přitom vychází z výzkumu, který provedl kalifornský psycholog Albert Mehrabian.

Albert Mehrabian v roce 1967 udělal pokus, který se nechvalně zapsal do historie psychologie. Jeho zjištění bylo následovné: Bylo zjištěno, že slova, jež používáme, vyjadřují pouze 7 procent našich emocí: 38 procent toho, co cítíme, je vyjádřeno pomocí tónu hlasu a modulace. Zbývajících 55 procent se vyjadří prostřednictvím výrazů tváře a gest.“ „Celkový dojem z druhého člověka je určen ze 7% obsahem řeči, z 38% hlasovými zvláštnostmi a z 55% výrazem (pohybovými zvláštnostmi)“ (A. Mehrabian, Psychology Today, 1967)

Soudobá psychologie říká, že schéma lidské interakce nelze tímto způsobem přepočítat na procenta. (Zdeněk Vybíral, Psychologie dnes (2002)).

Lidské neverbální chování má kořeny v našem evolučním dědictví a podle mnoha vědců slouží jako základní posouzení a vyjádření pro naše vnitřní kvality (Hugill, Fink a Neave, 2010). Studium neverbální komunikace prokázalo, že existují neverbální projevy společné všem lidem, ale i specifické pro určitou kulturu, stejně jako existují rozdíly v neverbálním projevu v závislosti na pohlaví (Richmond a McCroskey, 2004).

Fichtenová a kol. (2004) zjistili, že efektivní sociální interakce předpokládá schopnost komunikovat podle vlastní míry zájmu o druhého a podle schopnosti odhadnout záměr druhé osoby. Výzkum, kterého se zúčastnilo 50 mužů a 34 žen, se týkal odhadování podnětů vyjadřujících zájem nebo nezájem. Účastníci měli vyplnit dotazník týkající se vyjadřování a interpretací verbálního a neverbálního chování druhých a potom i své, v důvěrné a nedůvěrné interakci. Respondenti vypovídali, že věnují pozornost a dokážou nejlépe dešifrovat své vlastní slovní podněty a neverbální signály druhých. V důvěrné interakci se více vyskytovaly projevy vyjadřující zájem o druhého než v nedůvěrné interakci, kde bylo zaznamenáno více znuděných podnětů, jako například zívání nebo rozhlížení se. Lidé obecně více věřili vysílaným neverbálním podnětům během interakce, než tomu, co dotyčná osoba říkala. (Suchánková, 2010) Z toho čerpá Style ve své metodě, tím, že se snaží vyvarovat gestům, které u Fichtenové připomínají nedůvěrnou interakci a zaměřuje se právě na gesta / pohyby, které zvyšují důvěrnost. Jako příklad bych zde uvedl oslovování dívky jménem. I když muž ženu nezná, ale během prvních několika minut jejich interakce bude ženu nazývat jejím jménem, bude potom mít ta žena pocit, že jste si blíží, než kdyby její jméno nebylo zmiňováno.

3.4.5 Typy neverbálního flirtovního chování žen

V této části kapitoly uvedu typy neverbálního chování žen z prací autorů (Moore, 1995, Grammer, 2000, 1998) jako přehled prvků, které se při flirtování a dvoření mohou vyskytnout.

- ❖ Glance I. – žena rychle pohybuje hlavou, obličej je orientován do místnosti. Tento pohyb je následován dalším pohybem hlavy, který vrací ženin obličej do původní pozice. Celkové trvání „glancu“ je 5-10 sekund, kdy žena s nikým nemá oční kontakt.
- ❖ Short glance – krátký pohled – žena upře svůj pohled na muže a pak rychle uhne pohledem. Pohled není delší než 3 sekundy.
- ❖ Glance II. – dlouhý oční kontakt – přímý pohled – žena se dívá přímo na muže, pohled je delší než 3 vteřiny.
- ❖ Eyebrow flash – zvedání obočí – přehnané zvedání obočí obou očí a jeho následné prudké snížení. Průměrné trvání pohybu 2 sekundy.
- ❖ Head toss – pohazování hlavou – Pohazování hlavou, hlava se sklání dolů a pohybuje se kruhovitě, následně se vrací do původní pozice. Ukazování rozevlátých vlasů.
- ❖ Hair flip – hraní si s vlasy, odhazování vlasů dozadu za krk, sčesávání za ucho.
- ❖ Hair stroking – pročesávání vlasů v 30 sekundovém intervalu.
- ❖ Head nodding – přikyvování hlavou při konverzaci, hlava se pohybuje dopředu a zpět (nahoru a dolů).
- ❖ Face to face – obličej přímo proti obličejí muže, ve vzdálenosti okolo 5 cm.
- ❖ Neck presentation – prezentování krku – hlava se naklání na stranu do úhlu přibližně 45 stupňů.
- ❖ Lipstick application – aplikace lesku na rty, rtěnky, atd. - nepřiliš časté chování.
- ❖ Lip lick – olizování rtů – žena mírně otevře ústa a přejíždí si jazykem po rtech, může si také jednorázově olíznout pouze spodní nebo horní ret.
- ❖ Lip pout – špulení rtů – rty u sebe vyšpuleny do prostoru, spodní ret více dopředu.

- ❖ Smiling – usmívání se.
- ❖ Coy smile – stydlivý, cudný úsměv – úsměv následovaný odvrácením hlavy a pohledu.
- ❖ Laughing and giggling – smích a chichotání se, u smíchu totéž co úsměv, ale s otevřenou pusou a produkcí zvuku, chichotání se – úsměv, produkce zvuku se zavřenou pusou.
- ❖ Kiss - políbení – nepříliš časté.
- ❖ Whisper – šeptání u partnerova ucha.
- ❖ Arm flexion – ohýbání rukou – paže ohnuta v loktu a zápěstí pohybem směrem od těla, opakováno dvakrát či třikrát.
- ❖ Tapping – ťukání prsty na podložku – k opoutání mužovi pozornosti, v našem výzkumu zahrnuto mezi negativní signály – stres, nervozita, atd.
- ❖ Palming – ruka obrácena dlaní nahoru směrem k druhému člověku.
- ❖ Gesticulation – gestikulace, ilustrátory – pohyby rukama, které dokreslují řeč.
- ❖ Hand hold – držení cizích rukou - žena vezme do svých rukou ruce muže, se kterým flirtuje.
- ❖ Primp – úpravy oděvu v situacích, kdy to evidentně není nutné.
- ❖ Skirt hike – odhrnování okraje sukně tak, že jsou vidět nohy.
- ❖ Object cares, playing with objects – hraní si s předměty – hraní si s klíči, prstýnkem, knoflíkem.
- ❖ Touch - dotýkání se – rukou, nohou, paží, obličeje, vlasů, atd.
- ❖ Lean – náklon – žena se naklání, trup a stehna svírají úhel méně než 90 stupňů.
- ❖ Knee touch – dotek kolenou ženy kolenou muže.
- ❖ Thigh touch – dotek stehna – žena se nohou dotýká či dotkne mužova stehna.
- ❖ Foot to foot – ženino chodidlo se dotýká mužova chodidla.

- ❖ Shoulder hug – ruka ženy kolem ramenou muže.
- ❖ Hug – objetí – žena objímá muže.
- ❖ Frontal body contact – hrudník ženy se dotýká hrudníku muže.
- ❖ Lateral body contact – muž má paži kolem ramenou ženy, žena muže objímá kolem pasu.
- ❖ Hanging – muž objímá ženu kolem pasu, žena muže kolem krku a muž ji zvedá do výšky.
- ❖ Parade – promenáda – žena se prochází po místnosti, pohupuje boky, má vypnutá prsa, hlavu drží vzpříma.
- ❖ Approach – přiblížení se – žena se stoupne do blízkosti muže na vzdálenost ne větší než dvě stopy.
- ❖ Request dance – žádost o tanec - žena neverbálně naznačuje, např. pokyvováním hlavou, směrem k tanečnímu parketu.
- ❖ Dance – žena upoutává mužovu pozornost pomocí tance.
- ❖ Solitary dance – osamělý tanec – žena, která sedí či stojí, se hýbe do rytmu hudby.
- ❖ Aid solicitation – žádost o pomoc – sestává s mnoha neverbálních typů chování, které zahrnují žádost o pomoc – např. žena podá kabát muži, aby jí ho podržel a pomohl s oblékáním.
- ❖ Play – hra - tzv. škádlení se mezi mužem a ženou, lechtání, vyplazování jazyka, atd.
- ❖ Head akimbo – ruce jsou sepjaté za hlavou, lokty zvednuté, ramena dozadu – tento prvek je interpretován jako “podívejte se na mé tělo”.
- ❖ Breast presentation – upoutávání pozornosti na hrudník – obě ramena se společně pohybují vzad, páteř se narovná až prohýbá dopředu, zdůraznění hrudníku – poprsí.
- ❖ Head down – hlava se sklání, pohled zůstává upřený na partnera.
- ❖ Shrug – krčení ramen, opakované pohyby ramen nahoru a dolů.

- ❖ Legs open – otevřené postavení nohou, kolena jdou od sebe, nohy nejsou v pevném sepjetí.
- ❖ Look through – pohled skrz – pohled na druhého, pohled se ale nefixuje a okamžitě uhýbá, v podstatě pohled skrz.

(Suchánková, 2010)

Většina těchto gest se u Mysteryho a Styla řadí mezi tzv. indikátory zájmu (IZ, viz slovníček pojmů, viz podkapitola).

Na konec popisu Stylovy metody bych ještě rád zmínil rozdíl v mužských namlouvacích strategiích podle ochoty investovat do vztahu.

3.4.6 Kvalitativní versus kvantitativní mužské vztahové strategie

Výzkum provedený Lindou R. Hirsch a Luci Paul (1996) se zaměřil na dvě strategie. První strategie se nazývá **kvalitativní** a zahrnuje dlouhodobý vztah s velkou mírou rodičovských investic jak časových, tak finančních. Druhá strategie se nazývá **kvantitativní** a zaměřuje se na krátkodobé vztahy s minimálními nebo žádnými rodičovskými investicemi (sem patří většina členů svůdcovské komunity, i když to určitě není pravidlo). (Belsky et al., 1991) Tuto studii uvádím pro názorný příklad konverzačních témat, o kterých se pickuper s dívkou baví, protože nemá zájem do vztahu investovat. Je to silně v kontrastu s kvalitativním přístupem. Tato studie zkoumá rozdíly v chování mužů u jednotlivých strategií a taky typy chování, které využívají obě strategie. (Paul, Hirsch, 1996)

Tento výzkum je založen na teoretickém předpokladu, že u kvalitativní strategie se jedná o chování upřímné, zatímco u strategie kvantitativní je proces namlouvání často klamný. Tyto strategie by měly být rozdílné, protože taky jejich cíle jsou rozdílné: vybrat si partnerku pro dlouhodobý vztah versus rychlé dosažení sexuálního vztahu s co nejmenšími investicemi. (Paul, Hirsch, 1996) Tyto strategie se taky někdy nazývají *dad* (kvalitativní) a *cad* (kvantitativní). Procenta v tabulce uvádí počet lidí, kteří do domnívali, že to určité prohlášení patří do dané podskupiny. (Cashdan 1993, Draper, Harpending 1982)

Tabulka č. 1 – Kvalitativní versus kvantitativní přístup ke vztahu

	Kvalitativní taktiky – Interakce s rodinou a přáteli
63 %	Mluví o svém dětství.

61 %	Ptá se na její dětství.
81 %	Pozve ji na rande společně se svým nejlepším kamarádem a jeho přítelkyní.
94 %	Pozve ji na rodinnou oslavu.
48 %	Pomůže její babičce.
	Diskuse o hodnotách a životních cílech
78 %	Zeptá se, jestli by chtěla mít děti?
92 %	Mluví o svých životních plánech a cílech.
52 %	Nejprve má zájem o přátelství, až potom o sex.
83 %	Mluví o smyslu života.
63 %	Vyčkává se sexem, až bude po svatbě.
78 %	Říká, že chce mít děti.
88 %	Schvaluje její pocity a chování.
48 %	Hledá dlouhodobý vztah.
47 %	Mluví o věcech, kterých se mu podařilo dosáhnout.
52 %	Řekne jí, že by si ji chtěl vzít.
45 %	Říká, že bude/je úspěšný.
35 %	Řekne, že i kdyby ji nikdo jiný nechtěl, on ji bude chtít pořád.
	Věnuje vztahu s ní hodně svého času, peněz a úsilí
72 %	Často a dlouho jí volá.
72 %	Bere ji do drahých restaurací.
72 %	Pomáhá s jejími povinnostmi do školy/práce.
45 %	Často ji volá, navštěvuje a posílá dárky.
41 %	Bere ji i do menších a ne tak drahých restaurací.
48 %	Často se snaží vytvořit romantickou atmosféru pomocí svíček a hudby.
81 %	Daruje jí zlatý řetízek.
86 %	Všechno za ni platí.
	Kvantitativní taktiky – výhrůžky
63 %	Řekne, „jestli mě miluješ, tak to dokaž!“
42 %	Tlačí na ni / Dělá na ni nátlaky.
94 %	Vyhrožuje, že ji opustí, pokud se s ním nevyspí.
92 %	Pozve ji na film a nepustí ji domů, dokud spolu nebudou mít sex.
97 %	Vyhrožuje jí, že použije násilí, pokud spolu nebudou mít sex.
56 %	Řekne, že to stejně dělají všichni.

63 %	Řekne, že nedokáže ovládnout svoje sexuální potřeby.
56 %	Řekne, že se s ní potřebuje vyspat, než odletí na služební cestu.
92 %	Vyhrožuje jí, že jejich vztah skončí, pokud se s ním nevyspí.
	Mluvení o sexu
77 %	Řekne jí, jak je dobrý v posteli.
78 %	Řekne, že už dlouho neměl sex a že to potřebuje.
52 %	Vezme ji s sebou do baru a pobízí ji k pití alkoholu.
83 %	Vrátí se ze sprchy v ručníku.
41 %	Pozve ji na den do Atlantic City a zůstanou celou dobu v motelu.
56 %	Pozve ji do své ložnice.
83 %	Rovnou jí řekne, že s ní chce mít sex.
77 %	Mluví o jejich společných sexuálních fantaziích.
89 %	Pobízivě mluví o sexu.
80 %	Sexuálně se na ni dívá.
77 %	Řekne, že se nechce vázat, ale že je k ní fyzicky přitahován.
63 %	Chce se dozvědět víc o jejích předchozích sexuálních aktivitách.
84 %	Chce s ní mít sex i přes to, že už jsou delší dobu přátelé.
34 %	Po krátké době řekne, že ji miluje.
	Fyzický kontakt
81 %	Dotýká se jí a líbá ji.
70 %	Nabídne jí masáž zad.
50 %	Sexuálně s ní tančí.
	Snaží se s ní být o samotě
52 %	Po večeři jí řekne, že bydlí kousek odtud.
64 %	Pozve ji k sobě domů.
70 %	Vezme ji na nějaké odlehlé místo v přírodě.
73 %	Zavede ji na pláž ukázat hvězdy.
36 %	Pozve ji k sobě domů, aby společně uvařili večeři.
	Taktiky, které využívají oba přístupy
	Lichocení
59 %	Řekne, že se ještě s nikým necítil tak dobře.
89 %	Komplimentuje její vzhled a osobnost.

86 %	Řekne jí, že je krásná.
64 %	Řekne, že si připadá, jako by ji znal celý život.
42 %	Řekne, že je přesně ten typ holky, kterou si chce vzít.
80 %	Řekne jí, že má překrásné modré oči.
66 %	Pokud není moc hezká, řekne jí, že její krása leží uvnitř.
	Sliby
30%	Pokud si všimne, že je stydlivá, navrhne pomoc.
45 %	Řekne, že by jí nikdy neublížil a že ji respektuje.
27 %	Pokud se ho zeptá, jestli se vídá ještě s někým jiným, odpoví, že ne.
30 %	Požádá ji o pomoc s běžnými věcmi.
41 %	Zeptá se jí, jestli by se do něj dokázala zamilovat.
55 %	Přislíbí pomoc, ale dodá, že neví, jestli bude mít čas.
70 %	Pokud se ho zeptá, jestli se do ní zamilovává/je zamilovaný, odpoví ano.
72 %	Řekne, že nechce nic uspěchat (v sexu).

ZÁVĚR

Toto bylo shrnutí hlavních přístupů ke svádění. Snažil jsem se z výše uvedených přístupů vybrat ty nejzajímavější věci.

4) POUŽITÁ LITERATURA

Abraham H. Maslow (1943). Hierarchy of Needs: A Theory of Human Motivation, Originally Published in Psychological Review, 50, 370-396.

- Baker, R. (2006). *Sperm Wars: Infidelity, Sexual Conflict, and Other Bedroom Battles*.
- Bandler, R. (1979). *Frogs into Princes: Neuro Linguistic Programming*. Moab, UT: Real People Press
- Bandler, R., Grinder, J. (1975b). *The Structure of Magic II: A Book About Communication and Change*. Palo Alto, CA: Science & Behavior Books
- Barrett, L., Dunbar, R., Lycett, J. (2007). *Evoluční psychologie člověka*, Portál, s.r.o., Praha
- Birdwhistell, R.L. (1970). *Kinesics and cotext*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Buss, D. M. (2003). *Evolution of desire*. New York: Basic Books. (Original work published 1994)
- Cialdini R. D. (2001). *Influence: The Psychology of Persuasion*
- De Angelo, D. (2004). *Attraction Isn't a Choice: How to Use „Secret“ Communication and Sexual Body Language*. David De Angelo Marketing Inc, PDF e-book.
- De Angelo, D. (2005). *Double Your Dating: What Every Man Should Know About How To Be Successful With Women*, 2nd ed. David De Angelo Marketing Inc, PDF e-book.
- Durlauf, Steven, Young, Peyton (2001). *Social Dynamics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Elana, J. Clift (2007). *Picking Up and Acting Out: Politics and Masculinity in the Seduction Community*
- Greene, R. (2001). *The Art of Seduction*. New York: Penguin Books, 2001.Hyperion
- Jeffries, R. (2010). *Secrets of Speed Seduction Mastery*. Speed Seduction.
- Jeffries, R.(1988). *„How To Get The Women You Desire Into Bed“*. Jeffries Publishing.
- Knapp, M.L. (1978) *Nonverbal communication in human interaction*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Konow, D. (2000). “Paul Thomas Anderson.” *Creative Screenwriting* 7, no. 1: 46-52.
- Maloff, S. (1963). *Esquire's All About Women*. New York: Harper and Row

Miller, G. (2000). *The Mating Mind: how sexual choice shaped the evolution of human nature*. London, Heineman.

Moore, M.M.(1985). Nonverbal courtship patterns in women: Context and consequences, *Ethology and Sociobiology*, 6(4). 237-247

Moore, M.M.(1995). Courtship signaling and adolescents: “Girls Just Wanna Have Fun?” *The journal of sex research*, vol.32, no.4, 319-328

Perper, T. (1985). *Sex signals: The biology of love*. Philadelphia

Pruett-Jones, S. (1992). Independent versus non-independent mate choice: Do females copy each other? *The American Naturalist*, 140, 1000-1009.

Regan Books

Ridley M. (1993). *The Red Queen: Sex and Evolution of Human Nature*. Penguin Books.

Robert B. Dilts, Judith A. Delozier (2000). *Encyclopedia of Systemic Neuro-Linguistic Programming and NLP New Coding*, NLP University Press

Straus, J. (2006). *Unhooked Generation: The Truth About Why We’re Still Single*. New York

Strauss, N. (2004). “He Aims! He Shoots! Yes!!” *New York Times*. January 25, 2004, final edition, sec. 9.

Strauss, N. (2005). *The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists*. New York:

Strauss, N. (2010). *Annihilation Method*. PDF e-book.

Suchánková V. (2010). Vliv fertilního období ženy na míru jejího flirtovního chování.

Tickle-Degnen L., Rosenthal R. (1990) „The Nature of Rapport and Its Nonverbal Correlates.“ *Psychological Inquiry: An International Journal for the Advancement of Psychological Theory*, Volume 1, Issue 4, pages 285 - 293

Von Markovik, E. (2005). *The Venusian Arts Handbook, 2nd ed. The Mystery Method*. PDF e-book.

Von Markovik, E. (2007). *The Mystery Method: How to Get Beautiful Women Into Bed*. St. Martins Press

Von Markovik, E. (2010). The Pickup Artist: The New and Improved Art of Seduction. Villard.

Weber, E. (1970). How to Pick Up Girls

Zahavi, A. (1975). "Mate selection - a selection for a handicap". Journal of Theoretical Biology. 53: 205-214.

INTERNETOVÉ ZDROJE

<http://cspych.psu.cas.cz>

<http://seduction.bloger.cz/>

<http://www.datingskillreview.com/ross-jeffries>

<http://www.nytimes.com/>

<http://www.pick-up-artist-forum.com/>

<http://www.plhb.cz/content/nahledova-terapie>

<http://www.puaforum.co.uk/>

<http://www.rollingstone.com/>

<http://www.socialdynamics.cz>

<http://www.svadeni.cz/>

<http://www.theattractionforums.com/tags/pua.html>

<http://www.wikipedia.org>

5. PŘÍLOHA

Slovníček pojmů

Na následujících stránkách najdete seznam výrazů a zkratk, které se v pickupu běžně používají. S některými těmito pojmy přišli přímo členové komunity, jiné pocházejí z oblasti hypnózy či marketingu, a další jsou slova známá z běžného užívání, která si pickuperem pouze vypůjčili. Příslušné definice objasňují význam těchto termínů výhradně v kontextu svádění. Kdykoliv to bylo možné, uvádím také jména těch, kterým je výraz připisován. (Strauss, Hra, str. 459-466)

AKTIVNÍ NEZÁJEM – *sousloví*: tím, že se muž nevěnuje dívce, o kterou má ve skutečnosti zájem a baví se jen s jejími kamarádkami, v ní vyvolává žárlivost a pochyby, takže nakonec muže bude ze zvědavosti pronásledovat.

ASS – *zkratka* (alfa samec skupiny nebo alfa samec sekundární): společensky zdatný mužský jedinec, který s pickuperem soupeří o ženu, případně jinak negativně ovlivňuje jeho hru.

ASSOVAT – *sloveso*: odstranit potenciálního mužského soka ze skupiny žen s využitím fyzické, verbální či psychologické taktiky. Také: *přealfovát*.

CÍL – *podstatné jméno*: žena, kterou si pickuper vyhlédne ve skupině lidí a kterou se snaží svou hrou získat.

ČASOVÁ DEFORMACE - *sousloví*: původně termín z oblasti hypnózy, označující sníženou schopnost hypnotizovaného orientovat se v ubíhajícím čase; cílem této pickuperové techniky je vyvolat u ženy pocit, že se s pickuperem zná déle, než je tomu ve skutečnosti, např. postupnou návštěvou několika různých míst v průběhu jediného večera, nebo sugestivním hovorem o budoucích společných plánech a dobrodružstvích. Také: *budoucnostní pacing* nebo projekce *budoucích událostí*.

ČASOVÁ TÍSEŇ – *sousloví*: do časové tísně se muž uvádí tím, že ženě nebo skupině lidí oznámí, že je bude muset brzy opustit. Cílem *časové tísně* je rozptýlit obavu ženy, že muž, se kterým se teprve seznámila, ji bude pronásledovat celý večer, případně že překročí-li práh mužova bytu, automaticky se od ní očekává, že se s mužem musí vyspat. Také: *falešná časová tíseň*.

DC – *zkratka* (demonstrace své ceny, v angličtině DHV – Demonstration (of) higher value): manévr, při kterém pickuper předvede nějakou svou dovednost či mimořádnou vlastnost, která v očích ženy nebo skupiny lidí zváší jeho cenu a/nebo přitažlivost; cílem je vyniknout mezi ostatními, méně zajímavými muži. *Antonymum*: DN (demonstrace nedostatečnosti, v angličtině DLV – Demonstration of lower value).

DDV – *zkratka* (dlouhodobý vztah): přítelkyně.

DEN DRUHÝ – *sousloví*: první rande. Také: *druhá schůzka*.

DRSŇAČKA – *podstatné jméno*: defenzivní ženská reakce, jejímž cílem je neznámého muže, který ji osloví, odradit. Případná neomalenost ženinych počátečních slov nutně neznamená, že stejně neomalená je i jejich autorka, případně že s ní není možné navázat rozhovor.

DRUHÁ SCHŮZKA – *sousloví*: první rande. Také: *den druhý*.

DŘEVO – *podstatné jméno*: zcela zbytný předmět; plýtvání papírem; většinou označuje telefonní číslo, které žena pickuperovi dá, aniž existuje reálná možnost, že na jeho telefonát odpoví.

FALEŠNÁ ČASOVÁ TÍSEŇ – viz *časová tíseň*.

FALEŠNÝ TAKEAWAY – viz *takeaway*.

FÁZOVÁ MODULACE – *sousloví*: používá se během rozhovoru jeden na jednoho – přechod z běžné konverzace na konverzaci pomalejší a smyslnější, na doteky nebo řeč těla; slouží jako předstupeň pokusu o polibek.

FHB - *zkratka* (fakt hustá baba): extrémně přitažlivá žena.

HB – *zkratka* (hustá baba – anglicky - *hot babe*): termín, kterým příslušníci svůdcovské komunity označují atraktivní ženy. V případě, že toto označení odkazuje ke konkrétní ženě, bývá doplněno buď číselným vyjádřením jejího půvabu (např. HB10), nebo přezdívkou (např. HBzrzka).

HOLČÍČÍ CRACK – *sousloví*: jakékoliv ezoterické či psychologické téma, jako je astrologie, tarot a testy osobnosti, které přitahuje většinu žen, ale nechává chladnou většinu mužů.

HOLOMRÁZ – *podstatné jméno*: ignorování ženy s cílem přimět ji, aby začala usilovat o validaci; většinou se používá jako technika k odvrácení odporu na poslední chvíli.

HOUFNICOVÝ NEG – *sousloví*: neg uplatňovaný v rámci skupiny s cílem pobavit celou skupinu na ženin účet.

IDC – *zkratka* (interaktivní demonstrace své ceny): krátká rutina, jejímž cílem je získat si pozornost a zájem ženy, se kterou se muž krátce předtím seznámil, a to tím způsobem, že jí sdělí něco o ní samé.

INSTATNÍ RANDE – *sousloví*: následuje po seznámení se ženou – návštěva několika míst v průběhu jediného dne. Typický bývá přechod z rušného prostředí někam, kde se dvojice může snáze sblížit, například z baru do restaurace nebo z ulice do kavárny.

IZ – *zkratka* (indikátor zájmu): znamení, kterým žena dává muži nepřímo najevo, že ji přitahuje nebo zajímá. Mezi tyto jemné, většinou nevědomé náznaky patří naklánění se k muži během jeho verbálního projevu, pokládání banálních otázek s cílem zabránit přerušení konverzace a zmáčknutí dlaně, když muž vezme ženu za ruku. Antonymum: IN (*indikátor nezájmu*).

JEDNOLITIDA - *podstatné jméno*: 1. posedlost ženou, se kterou muž nechodí; pickuperem jsou přesvědčeni, že taková extrémní fixace na jednu ženu výrazně snižuje mužovy šance začít s ní chodit a spát. 2. žena, kterou je muž posedlý.

KALIBROVAT – *sloveso*: sledovat verbální a neverbální reakce jednotlivce či skupiny a co nejpřesněji z nich odvozovat jejich momentální myšlenkové či citové rozpoložení.

KAMIKADZE – *podstatné jméno*: pickuper, který je bez okolků a často nezdvořile odmítnut či odehnán ženou nebo skupinou lidí, které se pokusil oslovit.

KAZIŠUK – *podstatné jméno*: osoba, která ať náhodně či záměrně naruší či překazí pickuperovu hru. Kazišukem může být například kamarádka dané ženy, kamarád pickuperem, případně úplně cizí člověk.

KINOŠKA - *podstatné jméno* (odvozeno od slova kinestézie): dotýkat se nebo nechat na sebe sahat, většinou za účelem svádění nebo sexuálního vzrušení. Zahrnuje hlazení po vlasech, držení za ruku, chytání za boky; předchází přímému sexuálnímu kontaktu. Také: *kino*.

KONCOVKA S LÍBAČKOU – *sousloví*: vášnivé líbání a mazlení. Také *kiss-close*, *k-close* či **close*.

KONCOVKA S VOLAČKOU – *sousloví*: získat od ženy pravé telefonní číslo. Za koncovku s volačkou považovat nelze, pokud dá své telefonní číslo muž ženě. Také *number-close*, či *#close*.

KONCOVKA SE VŠÍM VŠUDY – *sousloví*: mít pohlavní styk. Také: *koncovka s píchačkou*, *full-close*, *fuck close*, *f-close* či *!close*.

KOTVA – *podstatné jméno*: externí stimul (optický, zvukový, dotykový), který vyvolá specifickou emocionální či behaviorální reakci, např. píseň, která člověku zlepší náladu, protože mu připomene nějaký příjemný zážitek. Pickupeři používají kotvy k vytvoření vazby mezi svou osobou a pozitivními emocemi, které žena prožívá.

KOTVIT – *sloveso* (z anglického *anchoring*): kotvení je postup, s jehož pomocí se vytváří vazba mezi vnějším stimulem a emocionální či behaviorální reakcí. Jedná se o výraz z oblasti neurolingvistickeho programování.

KŘÍDLO - *podstatné jméno*: kamarád, většinou s určitými pickperskými vědomostmi, který pickperovi pomáhá při seznamování s ženou udělat na ni dojem, případně ji odvézt domů. Křídlo může pomoci například tím, že během pickperovy konverzace se ženou zabaví její přítel nebo že ženě vypráví o pickperových pozitivních vlastnostech. Také: *mužské křídlo*.

MAMKA – *zkratka* (mám tě ráda jako kamaráda): slova, která žena pronese k muži, jemuž chce dát najevo, že o něj nemá sexuální či milostný zájem. MAMKU si lze vyslechnout, případně dostat.

MM – *zkratka* (Mysteryho metoda): škola pickperu, jejímž zakladatelem je Mystery a která se specializuje na nepřímou skupinovou kontaktáž.

MODELOVAT – *sloveso*: pozorovat a napodobovat chování druhého člověka – většinou osoby s určitým povahovým rysem nebo schopnostmi, které si muž přeje osvojit.

MPUA – *zkratka* (mistr pickper): hráč, který dosahuje mimořádných výsledků a jehož dovednosti ho řadí mezi vrcholné jedno procento svůdcovské komunity.

MS – *zkratka* (mužská slepota): neschopnost některých mužů rozpoznat zájem ženy do okamžiku, kdy žena odejde a nedá se nic dělat.

MYSTERYHO MÍSTNOST – *sousloví*: neveřejné internetové fórum vyhrazené pouze členům, které mnoho čelních představitelů pickperské komunity využívá ke vzájemnému sdílení technik, fotografií a terénních zpráv.

NÁKUPNÍ HOREČKA – *sousloví*: připravenost ženy navázat s mužem intimní fyzický kontakt. Na rozdíl od pouhé přitažlivosti se nákupní horečka většinou dostavuje velmi rychle a velmi rychle také odeznívá. Pokud chce pickper fyzický zájem ženy o svou osobu udržet co nejdéle, snaží se vyšroubovat její nákupní horečku rychlým sledem pickperských rutin.

NEANDRTÁLEC - *podstatné jméno*: přímo a aktivně eskalovat fyzický kontakt s cílem dosáhnout pohlavního styku se svolnou ženou; vychází také z myšlenky, že pralidé při páření využívali spíše instinkt a sílu než inteligenci a řeč. Také: *použít neandrtálce*.

NED – *zkratka* (nejsem děvka): manévr používaný některými ženami ve snaze vyhnout se odpovědnosti za iniciování či svolnost k pohlavnímu styku. Jeho cíle je nepůsobit promiskuitním dojmem, ať už před mužem, svými přáteli, celou společností nebo sama před sebou. Tento postup může žena použít před či po pohlavním styku, případně jí může pohlavnímu styku zabránit.

NEG – *podstatné jméno*: dvojznačná poznámka nebo zdánlivě neúmyslná urážka, kterou pickper směřuje na krásnou ženu, se kterou se krátce předtím seznámil, s cílem dát jí (případně jejím přátelům) aktivně najevo, že o ni nemá zájem. Příklad: „To jsou ale pěkné nehty. Ty nejsou pravé, co?“

NEGOVAT – *sloveso*: aktivně demonstrovat nedostatek zájmu o krásnou ženu pronesením dvojznačné poznámky, zdánlivě neúmyslné urážky, případně konstruktivní kritiky. Také: *neg hit*.

NLP – *zkratka* (neurolingvistické programování): škola hypnózy, která vznikla v sedmdesátých letech 20. Století a je z velké části založena na technikách Milтона Ericksona. Na rozdíl od tradiční hypnózy, ve které je hypnotizovaný uveden do hypnotického spánku, se v tomto případě jedná o hypnózu tzv. bdělou. Subjekt je ovlivňován na podvědomé úrovni jemnými verbálními náznaky a fyzickými gesty.

NNDDV – *zkratka* (několikanásobný dlouhodobý vztah): žena, která je součástí harému, případně jedna z mnoha přítelkyň, se kterými se pickuper v daném období schází a spí s nimi. V ideálním případě pickuper před svými NNDDV nic neskrývá a o svých ostatních přítelkyních je informuje.

NONVERZACE – *podstatné jméno*: konverzace, jejíž účastníci se navzájem neposlouchají, většinou z nedostatku zájmu nebo vinou nějakého rušivého prvku.

NOVÁČKOVSKÉ CVIČENÍ – *sousloví*: úkol, jehož cílem je pomoci stydlivým mužům překonat svůj strach se seznamování s ženami – muž stráví jeden den na veřejném místě, například v obchodním domě, a pozdraví každou ženu, kolem které projde.

NOZZ – *zkratka* (nízké sebevědomí): označení ženy, která trpí nedostatečnou sebedůvěrou a má tendenci chovat se zakřiknutě nebo sebedestruktivně.

OPCh – *zkratka* (odpor na poslední chvíli): často nastává po líbání – žena, která po muži touží, mu zároveň zabrání, slovy nebo činy, v pokročení k intimnějším sexuálnímu kontaktu, jako je sundání podprsenky, vsunutí ruky do kalhot, případně penetrace.

OTVÍRÁK – *podstatné jméno*: poznámka, otázka nebo příběh, kterým se zahajuje konverzace s neznámým člověkem nebo skupinou neznámých lidí. Otvíráky se dělí na spontánní (vyplývající z daného prostředí) a připravené, a dále na přímé (naznačující milostný či sexuální zájem) a nepřímé (bez zjevného zájmu).

PÁVIT SE – *sloveso*: extravagantně se oblékat nebo nosit křiklavé doplňky s cílem upoutat na sebe ženskou pozornost. K pávení lze využít košile nápadných barev, svítících šperků, péřových boa, barevných kovbojských klobouků, případně čehokoliv jiného, co vám umožní dostatečně vyniknout mezi ostatními.

PĚŠÁK - *podstatné jméno*: 1. oslovení jedné skupiny lidí s cílem propracovat se k jiné skupině či ženě v ní. 2. osoba, kterou člověk osloví s cílem dostat se nepřímo blíž k nedaleké ženě či skupině. Pěšák může být váš známý i cizí člověk.

PFU – *zkratka* (průměrný frustrovaný ubožák): obyčejný milý hoch, který neovládá žádné pickuperské dovednosti a neví, co ženy přitahuje; muž, který má tendenci chovat se v přítomnosti žen, se kterými ještě nespál, vtíravě a podlézavě.

PIVOT – *podstatné jméno*: žena, většinou kamarádka, která ve společenské situaci muži pomáhá seznamovat se ženami. Pivot může sloužit mnoha různým účelům: poskytuje sociální důkaz, může probouzet žárlivost u mužova cíle, usnadnit otevírání náročných setů, případně může pickupera před jeho cílem vychvalovat.

PRAVIDLO TŘÍ VTEŘIN – *sousloví*: poučka, podle které by měl muž oslovit ženu nejpozději tři vteřiny poté, kdy si jí všimne. Snižuje tím nebezpečí, že muž začne o svém příštím kroku příliš přemýšlet a znervózní, případně že jeho dlouhé pokukování ženu zneklidní.

PROFI RANAŘKA – *sousloví*: ženské pracovnice v odvětví služeb, které jsou většinou zaměstnávány pro svou fyzickou atraktivnost, např. barmanky, číšnice nebo striptérky.

PŘEALFOVAT – viz ASS.

PŘEKÁŽKA - *podstatné jméno*: člověk nebo lidé v rámci skupiny, kteří nejsou cílem pickuperova snažení, ale které si pickuper musí získat na svou stranu proto, aby mohl rozehrát ženu, po které touží a která je součástí dané skupiny.

PŘEKOPOMUKOPO – *zkratka* (předkontaktní pozvánka, mužská kontaktní pozvánka): neverbální manévr nebo série manévrů, jejichž cílem je přimět ženu nebo skupinu, aby si muže všimla a pasivně vyjádřila svůj zájem setkat se s ním ještě před tím, než ji muž osloví.

PŘERÁMOVAT - *sloveso*: změnit kontext, jehož prostřednictvím člověk vnímá či posuzuje nějakou myšlenku nebo situaci; změnit smysl myšlenky nebo situace ve vnímání druhého člověka.

PSÍ OČI - *sousloví*: oddaný výraz v očích ženy, která se cítí být přitahována mužem, se kterým konverzuje.

PT – *zkratka* (přítel nebo partner)

PT STOP – *podstatné jméno*: vzorec, postup nebo replika, použitá pickuperem s cílem svést ženu, která má přítele.

PZ – *zkratka* (projevení zájmu či záměrů): jednoznačná poznámka, jejímž cílem je dát ženě najevo, že se k ní muž cítí být přitahován nebo že na něj udělala dojem.

RÁMEC – *podstatné jméno*: kontext, ve kterém člověk vnímá danou osobu, věc, událost či prostředí.

RAPPORT - podvědomé „sladění“, spojení dvou lidí, jakási vzájemná důvěra a souhra při jakékoliv interakci; lidé "v rapportu" mají tendenci zrcadlit některé pohyby partnera, používat podobný tón hlasu, podobný způsob komunikace, dýchat ve stejném rytmu.

RPFU – *zkratka* (reformovaný průměrný frustrovaný ubožák): student svádění, který se dosud nestal picuperem, případně neovládl dovednosti vyučované komunitou.

RS – *zkratka* (rychlá sedukce): škola pickupu využívajících principů NLP, kterou v 80. letech 20. století založil Ross Jeffries.

RSD – *zkratka* (Real Social Dynamics): obchodní společnost zaměřená na pickperské semináře, dílny a produkty.

RUŠIVÝ VZOREC – *sousloví*: nečekané slovo, slovní obrat nebo náhlá akce, jejímž cílem je přerušit naučenou automatickou reakci druhého člověka ještě před tím, než ji dokončí, např. přerušit ženu, která mluví o bývalém příteli, a rychle změnit téma.

RUTINA – *podstatné jméno*: příběh, konverzace se scénářem, ukázka nějaké dovednosti nebo jiný připravený materiál, jehož cílem je iniciovat, udržet a rozvinout interakci se ženou nebo skupinou lidí, jejíž je žena-cíl součástí. Příkladem rutiny může být test nejlepších kamarádek, evoluční fázová modulace a demonstrace své ceny s využitím mimosmyslového vnímání.

SARGE – *podstatné jméno*: žena sbalená pickuperem.

SARGEOVAT – *sloveso*: balit ženy, vyrazit do společnosti s cílem seznámat se se ženami.

SARGER – *podstatné jméno*: člověk, který balí ženy; člen pickperské komunity.

SET – *podstatné jméno*: skupina lidí ve společenském kontextu. Dvojset je skupina dvou lidí, trojset je skupina tří lidí atd. Sety se mohou skládat z mužů, žen, případně z obou pohlaví (tzv. smíšený set).

SKUPINOVÁ TEORIE – *sousloví*: teorie, podle které se většina žen vyskytuje ve společnosti přátel, jejichž uznání si muž snaží získat, pokud se chce se ženou seznámit.

SNAJPR NEG - *sousloví*: neg určený ke ztrapnění ženy v situaci jeden na jednoho.

SP – *zkratka* (sexuální přítelkyně): žena, se kterou muž praktikuje příležitostný konsensuální pohlavní styk bez citových vazeb a trvalejšího vztahu.

SPOLEČENSKÝ DŮKAZ – *sousloví*: lidé budou dělat věci, které vidí, že dělají ostatní. Jako příklad uvedu jeden experiment. Člověk se postaví uprostřed ulice a začne sledovat oblohu. Kolemjdoucí poté začnou rovněž pozorovat oblohu, aby zjistili, na co se vlastně tam ten člověk dívá? Tento experiment musel být v jeden okamžik přerušeno, protože na ulici se zastavilo a sledovalo oblohu tolik lidí, že to zastavilo provoz v dané ulici. V oblasti svádění se pickuper snaží například být vidět s atraktivní ženou/ami, což pak zvýší jeho hodnotu v očích ostatních žen.

SPOUŠTĚČE PŘITAŽLIVOSTI – *sousloví*: jsou to zakořeněné představy v ženině mozku, které byly vytvořeny za miliony let evoluce a sexuální selekce jako odezva na vysoké mužské schopnosti přežití a rozmnožování se (*survival and reproduction value*).

STYLOVÁNÍ – *podstatné jméno*: kombinace vytríbených taktik, manýr, dvojsmyslných komplimentů a reakcí, jejichž cílem je udržet si ve skupině dominantní postavení.

SUBKOMUNIKACE – *podstatné jméno*: informace, efekt nebo dojem, který muž vytváří svým chováním, oblečením a celkovým vystupováním; způsob nepřímé neverbální komunikace, které jsou ženy většinou vnímavější než muži.

SUPLIKOVAT - *sloveso*: zaujímat podřízené nebo servilní postavení s cílem vlichotit se ženě, např. v podobě placení její útraty nebo přizpůsobování svých názorů jejím.

SYNESTÉZIE – *podstatné jméno*: původně označení pro překrývání smyslů, např. chutnat barvu; ve svádění druh tzv. bdělé hypnózy, kdy je žena uvedena do stavu zostřeného vnímání a požádána, aby myslela na příjemné věci a navozovala si stále intenzivnější příjemné pocity. Cílem této techniky je ženu vzrušit pomocí podmanivých metaforických slovních obrátů, obrazů a vjemů. Také: *hyperemperie*.

ŠISOVAT – *sloveso*: stav, kdy žena neodpovídá na telefonát, přestože o volajícího původně jevila zájem.

TAHY-TLAKY – *podstatné jméno, sousloví*: technika, jejímž cílem je zvýšit mužovu atraktivitu pro ženy – muž ženě naznačuje, že o ni nemá tak docela zájem, aby se vzápětí zachoval zcela opačně. K tomuto zvratu může dojít v průběhu několika málo vteřin, když

například muž vezme ženu za ruce a vzápětí ji pustí, jakoby k ní ještě neměl dostatečnou důvěru, nebo v delším časovém rozpětí, kdy je muž velmi vstřícný během jednoho telefonátu, ale odtažitý a úsečný během telefonátu následujícího.

TAKEAWAY - *podstatné jméno*: technika, při které muž opustí (na pár vteřin nebo na několik hodin) ženu, kterou se mu podařilo oslovit a zaujmout. Tím jí dává najevo, že z ní neblbne, a zvyšuje tak svou přitažlivost. Také: *falešný takeaway*.

TERÉN – *podstatné jméno*: jakékoliv veřejně přístupné místo, kde se může pickuper seznamovat se ženami.

TERÉNNÍ ZPRÁVA – *sousloví*: písemná zpráva o uskutečněném pickupu, případně večeru stráveném sváděním žen, většinou umístěna na internetu. Také: TZ. Další druhy zpráv zahrnují VZ (výletní zpráva), ZS (zpráva o styku), PZ (průserová zpráva) a ZT (zpráva o trojce).

TEST KOULÍ – *sousloví*: otázka, žádost nebo zdánlivě urážlivá poznámka, s jejíž pomocí se žena snaží zjistit, jestli je muž dostatečně silný jedinec na to, aby se pro ni stal důstojným přítelem nebo sexuálním partnerem. Pokud muž tuto léčku neprohlédne, většinou u ženy neuspěje a ztrácí příležitost postoupit v interakci s ní na další úroveň. Příklad: žena může muži říct, že je pro ni moc mladý nebo starý, nebo ho požádá o službu, která není nezbytně nutná. Také: *shit test*.

TESTOVAT V TERÉNU – *sousloví*: experimentovat a zdokonalovat taktiku či postup na určitém počtu žen v různých společenských situacích předtím, než je tato taktika představena ostatním pickuperům.

TRANZÁKY – *podstatné jméno*: slova, která člověk během řeči zdůrazňuje nebo opakuje, čímž mimoděk naznačuje, že pro něj mohou mít zvláštní význam. Jakmile pickuper odhalí slova uvádějící ženy v tranz, může jejich používáním ve vzájemné konverzaci probudit v ženě pocit vzájemného porozumění a vazby.

TROJPOHLED – *podstatné jméno*: technika aplikovaná těsně před pokusem o polibek; muž naváže se ženou oční kontakt a následně očima několikrát smyslně zabloudí k jejím rtům.

VATA – *podstatné jméno*: nezávazná běžná konverzace, zejména mezi dvěma lidmi, kteří se neznají; typickým předmětem takové konverzace bývá přibližné místo bydliště, práce, zájmy a koníčky.

VYMĚKNOUT – *sloveso*: situace, kdy žena zruší naplánovanou schůzku, nebo na ni nedorazí.

VÝSTRAŽNÝ SIGNÁL BLÍZKOSTI – *sousloví*: povědomí o tom, že ve vaší blízkosti rozpačitě postává žena (případně skupina žen) v naději, že ji oslovíte. Taková žena bude ve většině případů k pickuperovi natočena zády, aby její přítomnost na daném místě působila pokud možno náhodným dojmem.

VYTVÁŘET PŘIMĚŘENÁ OČEKÁVÁNÍ – *sousloví*: dát ženě před pohlavním stykem najevo, jak vážný vztah s ní muž plánuje navázat, aby žena neočekávala příliš mnoho, nebo naopak příliš málo.

VZOREC – *podstatné jméno*: verbální projev, většinou s pevným scénářem, založený na sérii slovních obrátů z oblasti neurolingvistického programování, jehož účelem je přitahovat a vzrušovat ženy.

ZÁSEK – *podstatné jméno*: okamžik v průběhu pickupu, kdy žena (případně skupina) dospěje s bodu, že je jí ve společnosti muže, který ji oslovil, dobře a že nechce, aby odešel.

ZJIŠTĚNÍ HODNOT – *sousloví*: způsob, jak s pomocí konverzace zjistit, co je pro druhého člověka důležité, většinou s cílem odhalit hlubokou vnitřní touhu, která do značné míry určuje jeho chování. V oblasti svádění může zjištění hodnot např. pomocí muži určit, že žena, která tvrdí, že hledá bohatého manžela, ve skutečnosti touží jen po pocitu bezpečí. Také: ZH.

ZPPFU – *zkratka*: (zcela průměrný frustrovaný ubožák): muž, který je u žen mimořádně neúspěšný, většinou vinou společenské neohrabanosti, nervozity a nedostatku zkušeností.

ZVĚTRAT - *sloveso*: situace, kdy ženino telefonní číslo přestane sloužit jako účinný nástroj k podnikání dalších kroků, většinou proto, že mezi oběma interakcemi uplynulo příliš mnoho času, a žena proto ztratila zájem. Ženu, která ztratila o pickopera zájem, lze označit souvisejícím termínem „větrák“.

ŽEBŘÍK SOUHLASU – *sousloví*: přesvědčovací technika, při které tazatel položí ženě několik jednoduchých otázek, formulovaných tak, aby odpověď na ně byla pokud možno

kladná. Tím se zvyšuje pravděpodobnost, že žena kladně odpoví také na závěrečnou otázku s otevřeným koncem. Např.: „Jste spontánní? Máte ráda dobrodružství? Chtěla byste si zahrát hru, které se říká kostka?“

ŽENSKÉ KRÍDLO – *sousloví*: viz pivot.

(Strauss, 2005, 459 – 466)

Odkaz na tyto pojmy v angličtině naleznete zde -
<http://www.socialdynamics.cz/forum/slovník.php> (vyhledáno 18.2. 2011)