

Magdalena Wojciechowska

Ciało – podstawowe narzędzie pracy : rola ciała w procesie negocjowania tożsamości pracownic agencji towarzyskich

Przegląd Socjologii Jakościowej 8/2, 128-151

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Magdalena Wojciechowska
Uniwersytet Łódzki

Ciało – podstawowe narzędzie pracy. Rola ciała w procesie negocjowania tożsamości pracownic agencji towarzyskich

Abstrakt Celem artykułu jest refleksja nad problemem doświadczania własnego ciała przez pracownice agencji towarzyskich. Podjęto w nim próbę zrekonstruowania percepcji ciała, które w sytuacji interakcji zawodowych jest rozumiane jako kostium teatralny, umożliwiający odgrywanie nieakceptowanej roli prostytutki. Ciało doświadczanego w kategoriach materii wymagającej nieustannego przekształcania, dopasowywania się do określonych warunków pracy, narażonej na uszkodzenia mechaniczne oraz podlegającej zużyciu się. Ciało, które w miarę uczenia się nowych technik zarządzania wrażeniem zaczyna być postrzegane jako narzędzie pracy, za pośrednictwem którego ma miejsce stopniowe przewartościowywanie podejmowanej przez kobietę aktywności i konstruowanie nowych definicji odgrywanej roli. Wreszcie ciała wyabstrahowanego od intymności jednostki, doświadczanego jako partner interakcji pośredniczący w profesjonalnych kontaktach prostytutki z klientem.

Słowa kluczowe praca w agencji towarzyskiej, doświadczanie i postrzeganie ciała, kostium teatralny, edukacja agencyjna, modelowanie i szlifowanie narzędzia

Magdalena Wojciechowska, mgr, doktorantka w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego, asystent w Katedrze Socjologii Organizacji i Zarządzania IS UŁ. Wśród jej zainteresowań naukowych ważne miejsce zajmuje metodologia badań jakościowych, symboliczny interakcjonizm, socjologia dewiacji i cielesności, problematyka światów społecznych. Jest autorką książki *Agencja towarzyska – (nie)zwykłe miejsce pracy*.

Dane adresowe autorki:

Katedra Socjologii Organizacji i Zarządzania
Instytut Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego
ul. Rewolucji 1905 r. 41/43, 90-214 Łódź
e-mail: wojciechowska.ms@gmail.com

Zarówno na podstawie interdyscyplinarnych rozważań nad problemem prostitucji, jak i w odniesieniu do historycznego kontekstu tego zjawiska można stwierdzić, że świadczenie przez pewne jednostki usług zapośredniczonych przez ciało¹ jest właściwe każdemu

¹ Przez wzgląd na to, że wypowiedzi kobiet zatrudnionych w agencjach towarzyskich ujawniają funkcjonowanie w świadomości rozmówczyń wielu wymiarów rozumienia własnej cielesności, akcentując brak wyraźnej paraleli między doświadczaniem ciała w kategoriach odbiorcy wrażeń a spójnego z Ja mediatora doświadczeń (Wojciechowska 2012a), kategoria „praca zapośredniczona przez ciało” odnosi się w tym artykule do sytuacji, gdy jednostka postrzega swoje ciało jako, do pewnego stopnia niezależną od niej samą, materię – partnera interakcji, który umożliwia wykonanie nie zawsze akceptowanej aktywności zawodowej.

typowi społeczeństwa (por. Dufour 1851). Co więcej, poszczególne komponenty rzeczywistości społecznej, takie jak kultura, religia, reżim polityczny czy ustawodawstwo zdają się nie determinować występowania prostytucji (Roberts 1997), a jedynie współkształtować jej społeczną percepcję.

Warte zaakcentowania jest, że współcześnie prostytucja jawi się znacznej części społeczeństwa w kategoriach zjawiska dewiacyjnego, mogącego stanowić swoiste zagrożenie dla funkcjonowania określonego, powszechnie akceptowanego porządku normatywnego. Zbiór negatywnych – transmitowanych na przestrzeni wieków – stereotypów odnoszących się do kobiet dobrowolnie wykonujących tę pracę zdaje się być silnie zakorzeniony w świadomości jednostek lokujących siebie wśród „normalnej” części danego społeczeństwa. Tym samym trudnienie się prostytucją może być utożsamiane z funkcjonowaniem danej jednostki w ramach środowiska patologicznego, a co za tym idzie – prostytucja może być rozpatrywana w świadomości zbiorowej danego społeczeństwa bardziej w kategoriach dewiacji niż uczciwej pracy. W konsekwencji prostytutki – jako jednostki dewiacyjne, funkcjonujące niejako poza nawiasem normalnego społeczeństwa – mogą podlegać symbolicznej stygmatyzacji i marginalizacji (Prus, Grills 2003; Czykwin 2008; Goffman 2008; Ślęzak 2010). Co więcej, miejsce pracy wielu kobiet trudniących się prostytucją – agencja towarzyska – także nie jest kojarzone z działalnością usługową prowadzoną na terenie niewielkiego przedsiębiorstwa niezwykle wyczulonego na

potrzeby rynku², lecz właśnie z szeregiem nieskoordynowanych działań o charakterze dewiacyjnym, które rozgrywają się na obrzeżach „normalnego” świata. Można przypuszczać, że nakreślona powyżej percepcja prostytucji wynika z faktu, iż działanie w tym zawodzie jest postrzegane w kategoriach handlowania nie tylko własnym ciałem, lecz również intymnością i godnością. Sprzedawanie siebie stanowi zatem aktywność niecieszącą się społeczną aprobatą i jako takie może być symbolicznie piętnowane (zob. Ślęzak 2010). Warto jednak zaznaczyć, że symbolicznemu napiętnowaniu podlega w istocie nie abstrakcyjne, występujące na pograniczu cieszącego się legitymizacją świata działanie dewiacyjne, za które uważana jest prostytucja, lecz jednostki podejmujące tę aktywność. Tym dziwniejszym jawi się zatem fakt, że w wielu przeprowadzonych do tej pory badaniach dotyczących zjawiska prostytucji kwestia doświadczeńprostituujących się kobiet, które dobrowolnie podjęły decyzję o rozpoczęciu pracy w agencji towarzyskiej, zdaje się być marginalizowana (por. Ślęzak 2010: 294).

Co więcej, podtrzymywaniu społecznej percepcji prostytucji w kategoriach dewiacji mogą nieintencjonalnie sprzyjać niektóre z analiz badawczych dokonywanych na gruncie nauk społecznych, w których refleksja nad tym zjawiskiem jest podejmowana przede wszystkim w ramach

² Z powodu złożoności zagadnienia polityki działania poszczególnych agencji towarzyskich w artykule nie przedstawiono etnografii miejsc pracy kobiet działających w zawodzie prostytutki.

nurtów deterministycznych³ – wyznaczających linię interpretacji opisywanego fenomenu poprzez opis czynników przyczyniających się do rozwoju oraz uprawiania prostytucji (por. Gardian 2007).

Jakkolwiek supozycje odnośnie swoistej predyspozycji pewnej grupy jednostek do podejmowania określonego rodzaju działań (Aronson, Wilson, Akert 1997) mogą się wydawać pod pewnymi względami uzasadnione, warto rozważyć ograniczenia ich przyjęcia w odniesieniu do badania zjawiska prostytucji. Deterministyczne ujęcie wskazanego problemu może skutkować systematycznym zawężaniem spektrum analizowanego zjawiska oraz dokonywaniem analiz koncentrujących się głównie na jego określonych uwarunkowaniach. Co więcej, przyjęcie powyżej wskazanej orientacji może uniemożliwić dostrzeżenie szerszego kontekstu uwikłania poszczególnych jednostek w społeczny świat prostytucji, na gruncie którego konstruowany jest sens przypisywany przez danych aktorów określonym działaniom (Strauss 1993; Kacperczyk 2005). Co za tym idzie – analizy wpisujące się w nurt deterministyczny może cechować mimowolne symplifikowanie (już na poziomie badania) złożoności sytuacji aktorów zaangażowanych w fenomen prostytucji. Nadmierna koncentracja na poznaniu motywów i następstw bycia prostytutką – właściwa podejściu deterministycznemu – może implikować systematyczne marginalizowanie procesualne-

³ Renata Gardian (2007: 33) wskazuje trzy nurty teoretyczne cechujące się deterministycznym podejściem do problemu prostytucji kobiecej: teorie biologiczno-psychologiczne, teorie społeczno-ekonomiczne oraz teorie kulturowo-środowiskowe.

go wymiaru zjawiska, a także przyczyniać się do budowania i wartościowania obrazu kobiet podejmujących tę aktywność.

Przez wzgląd na marginalizowanie w wielu dotychczasowych badaniach zjawiska prostytucji problemu doświadczeń, odczuć towarzyszących kobietom wykonującym brudną pracę (*dirty work*) (Hughes 1958) oraz fakt, że także ich socjalizacja przebiegła w społeczeństwie, które wytwarza i transmituje szereg deprecjujących przekonań na temat prostytuujących się jednostek, cel niniejszego artykułu stanowi próba spojrzenia na sytuację pracownic agencji towarzyskich z perspektywy badanych. Refleksji poddane zostanie zagadnienie doświadczenia przez prostytutki własnego ciała w procesie konstruowania tożsamości pracownicy agencji towarzyskiej, któremu nieodłącznie towarzyszy zespolony z nim proces podtrzymywania pozytywnego wizerunku Ja – zagrożonego uwewnętrznianiem piętna wykonywania społecznie nieakceptowanej aktywności zawodowej. Ciało, jako fizyczny komponent jednostki wpływający na krystalizowanie jaźni, stanowi w świadomości kobiety kluczowy, namacalny element łączący ze sobą dwa diametralnie różne światy – „świat normalny” ze „światem dewiacyjnym”.

Problem definiowania siebie w kontekście pracy zawodowej

Tożsamość jednostki, czyli zbiór definicji i sądów na temat Ja, przez pryzmat których aktor postrzega oraz identyfikuje siebie, nie jest rodzajem finalnego konstruktów wykrystalizowanego w określonym momencie czasowym, lecz

podlega nieustannemu potwierdzaniu i negocjowaniu w toku interakcji (Bokszański 1989: 12–13, 68–69). W momencie kontaktu z innym działający aktorzy przyjmują perspektywę sytuacji zgodną z definicją siebie, która w toku interakcji jest dostosowywana do działań partnerów oraz do wyobrażeń siebie z perspektywy innego, a zatem jest podatna na zmiany (Blumer 1984).

Istotny wpływ na proces konstruowania tożsamości wywiera postrzeganie siebie i rzeczywistości społecznej przez pryzmat wykonywania pracy zawodowej. Budowanie definicji Ja jest uzależnione nie tylko od statusu, jaki dany aktor przyznaje wykonywanej aktywności (Hughes 1984: 87–97), ale także od kultury organizacyjnej, w której funkcjonuje. Co więcej, w toku przejmowania specyficznej perspektywy zawodowej właściwej danej grupie odniesienia jednostka uwewnętrznia swego rodzaju soczewkę interpretacyjną, za pośrednictwem której odczytywane i kategoryzowane są znaczenia określonych działań i doświadczeń (zarówno własnych, jak i partnerów interakcji). Wykonywanie określonej pracy stanowi ponadto istotny element w procesie postrzegania, ewaluowania siebie (Hughes 1958; Konecki 1998). Ponieważ wykonywanie zawodu prostytutki jest związane ze świadomością podejmowania aktywności, która nie tylko nie cieszy się aprobatą społeczną, lecz jest wręcz hańbiącą (Luckenbill 1985 za Marciniak 2010: 186), kobieta rozpoczynająca karierę dewiacyjną podejmuje pracę nad tożsamością, wytwarzając nowe ramy interpretacyjne dla świadczonej pracy (Goffman 2010). Można przypuszczać, że w przypadku pracownic

agencji towarzyskich kształtowanie tożsamości profesjonalnej stanowi kluczowy proces przejścia od poczucia bycia prostytutką do określonych działań w zawodzie, co umożliwia z kolei postrzeganie tej aktywności zarobkowej nie w kategoriach dewiacji, lecz pracy⁴.

W niniejszym artykule negocjowanie i budowanie tożsamości pracownic agencji towarzyskich będzie rozpatrywane w odniesieniu do procesu nieustannego porównywania przez jednostkę wizerunku Ja z obrazem siebie, zrekonstruowanym na podstawie działań partnerów interakcji – a zatem niejako przez nich dostarczanym – oraz ze zinternalizowanymi w toku socjalizacji definicjami opisującymi prostytutkę. Bazę dla prowadzonych analiz stanowi perspektywa interpretatywna – opisująca świat w kategoriach rzeczywistości konstruowanej w toku interakcji o charakterze symbolicznym. Zgodnie z założeniami powyższego paradygmatu przyjęto, że jednostkowe działania są podejmowane w określonych kontekstach sytuacyjnych i interakcyjnych, stanowiąc tym samym następstwo interpretacji danego zdarzenia, sytuacji bądź zjawiska dokonanej przez określonego aktora społecznego. Definicja sytuacji jest tym samym współtworzona i podtrzymywana w toku interakcji. Rzeczywistość badanych jawi się zatem jako konfiguracja pewnych znaczeń, których

⁴ Przez wzgląd na ograniczoną długość niniejszego artykułu nie poruszono w nim problemu profesjonalizacji kobiet zatrudnionych w agencjach towarzyskich, stanowiącego kategorię centralną wygenerowaną w toku badań poświęconych zjawisku prostitucji kobiecej, przeprowadzonych w jednym z miast województwa łódzkiego w celu zgromadzenia materiału empirycznego do pracy magisterskiej, która została opublikowana w 2012 roku (Wojciechowska 2012b).

sens może zostać odkryty o tyle, o ile uchwyceniu podlega doświadczenie wytwarzających je osób. Wiodącą teorią wyjaśniającą analizowane zjawisko jest w tym artykule perspektywa dramaturgiczna zaproponowana przez Ervinga Goffmana (2008).

Zarys metodologii zastosowanej w badaniu

W odniesieniu do przytoczonych wcześniej rozważań na temat społecznej percepcji prostytucji można przypuszczać, że podjęcie pracy zarobkowej w agencji towarzyskiej stanowi punkt zwrotny (*turning point*) (Strauss 2009) w procesie konstruowania obrazu siebie – oś, wokół której tożsamość jednostki jest rekonstruowana przed badaczem w toku prowadzenia narracji.

Silna hermetyczność badanego świata, do pewnego stopnia uniemożliwiająca przeniknięcie bariery symbolicznie oddzielającej to uniwersum od rzeczywistości outsiderów, wpłynęła na to, że przy doborze określonych technik zbierania danych kierowano się przede wszystkim dostępnością danych w terenie (Hammersley, Atkinson 2000; Silverman 2007). Zaowocowało to nieustannym przeplataniem się w toku badania etapu sondowania gruntu (Hammersley, Atkinson 2000: 48) z kolejnymi, następującymi po sobie etapami projektu badawczego. Sondowanie to ograniczone było każdorazowo jedynie wyobraźnią badaczki, świadomej, że nawiązanie kontaktu z kolejnymi aktorami funkcjonującymi w ramach świata stanowiącego przedmiot badań może mieć miejsce za sprawą zastosowania metody kuli śnieżnej. Od momen-

tu ustanowienia kontaktu z odźwiernymi (*gatekeepers*) (Hammersley, Atkinson 2000: 70) – osobami, które umożliwiły wejście w obręb świata agencji towarzyskich – poszczególne techniki zbierania danych były stosowane równolegle. W celu dotarcia do sposobu rozumienia przez badanych rzeczywistości społecznej, określenia, co i jak robią dane jednostki podejmujące określoną aktywność oraz uchwycenia procesualnego wymiaru badanego zjawiska zdecydowano się na przeprowadzenie badań jakościowych z wykorzystaniem techniki pogłębionego wywiadu swobodnego mało ukierunkowanego (Lutyński 1968: 24–28; Przybyłowska 1978: 62), obserwacji uczestniczącej⁵ „mieszanej”⁶ oraz wywiadów zapośredniczonych przez Skype⁷,

⁵ W czasie trwania każdej obserwacji prowadzono wywiady konwersacyjne, przybierające formę rozmów nieformalnych, podczas których dopuszcza się zdobywanie informacji poprzez „zachęcanie, sugerowanie, humor, odkładanie rozmowy na później” (Konecki 2000: 150).

⁶ Ponieważ część obserwowanych osób była świadoma uczestnictwa w projekcie badawczym (ochroniarze), można przyjąć, że w odniesieniu do kryterium jawności prowadzona obserwacja uczestnicząca miała charakter „mieszany”. Co za tym idzie – taki sposób prowadzenia obserwacji może budzić wątpliwość co do wartości uzyskanych danych, gdyż część badanych mogła dążyć do dokonania określonej autoprezentacji w sytuacji bycia obserwowanymi. Jednak płęć badaczki wpłynęła na konieczność odrzucenia możliwości przeprowadzenia obserwacji ukrytej.

⁷ Skype to jeden z bezpłatnych komunikatorów internetowych umożliwiających prowadzenie rozmów przez użytkowników programu. Wywiad zapośredniczony przez Skype umożliwia pokonanie bariery odległości, jaka dzieli badacza od rozmówcy. Brak bezpośredniego kontaktu może powodować większą otwartość ze strony badanego, który relacjonuje trudne czy wstydliwe doświadczenia. Jednak powyższa zaleta może paradoksalnie stanowić ograniczenie tej metody, gdyż brak kontaktu twarzą w twarz może prowadzić do nieufności rozmówców wobec badacza czy samego badania. Co więcej, daje badanym większą możliwość autokreacji (szczególnie w sytuacji, gdy w czasie wywiadu nie korzysta się z kamery internetowej). Wadą tego wywiadu jest także łatwość, z jaką badany może zakończyć roz-

w czasie których nie korzystano z kamery internetowej. Wiodącą techniką uzyskiwania danych stanowił wywiad swobodny, dzięki któremu zyskano możliwość nawiązania z poszczególnymi rozmówcami bliskiego kontaktu (*close rapport*) (Konecki 2000; Mason 2002), sprzyjającego poruszaniu drażliwych i niejednokrotnie bardzo intymnych tematów, których rozmówcy nie podejmowali wcześniej w sytuacji kontaktu z outsiderami. Zastosowanie w badaniu pogłębianego wywiadu swobodnego umożliwiło ponadto odkrycie wytwarzanego przez badanych pojęcia działania – tego, co zachodzi (*whatness*) oraz jak zachodzi (*howness*) (Kleinknecht 2007: 251–253). Wykorzystanie dwóch pozostałych technik zbierania danych zapewniło triangulację metodologiczną (Konecki 2008: 24), dzięki której wygenerowane w toku badania kategorie stanowiące pojęcia uczulające (np. „codziennosc agencyjna”, „edukacja agencyjna”, „modelowanie narzędzia pracy”, „szlifowanie narzędzia pracy” czy „techniki układania klienta”) (Charmaz 2009) mogły zostać ugruntowane.

Wnioski przedstawione w niniejszym artykule zostały oparte o badania prowadzone od października 2008 do grudnia 2009 roku na terenie agencji towarzyskich mieszczących się w jednym z miast województwa łódzkiego. W tym czasie dotarto do klientów korzystających z usług kobiet trudniących się prostytutką oraz do pracowników (i byłych pracowników) pięciu

romów (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b). W związku z przytoczonymi tu ograniczeniami wywiadu zapośredniczonego przez Skype, został on potraktowany jedynie jako uzupełniająca technika zbierania danych. W czasie trwania badania przeprowadzono łącznie 28 tego typu wywiadów.

różnych agencji towarzyskich. Łącznie przeprowadzono 45 wywiadów, w tym 20 wywiadów z kobietami zatrudnionymi w agencjach towarzyskich⁸, oraz 14 obserwacji⁹. Uzyskane dane opracowano zgodnie z założeniami metodologii teorii ugruntowanej (Glaser, Strauss 1967; Konecki 2000).

Określenie roli ciała prostytutki w procesie konstruowania tożsamości profesjonalnej analizowano w odniesieniu do – wyłonionych z narracji kobiet – określonych sposobów doświadczania przez nie własnego ciała.

Wejście do agencji towarzyskiej – przeddefiniowywanie sposobu rozumienia ciała w obliczu „nowości interakcyjnych”

W celu zrekonstruowania roli oraz sposobu percypowania własnego ciała w toku negocjowania, konstruowania tożsamości kobiet pracują-

⁸ W badanej grupie znalazło się 25 kobiet oraz 20 mężczyzn w wieku od 17 do 54 lat. Przeprowadzono: 2 wywiady ze znajomymi prostytutkami; 1 wywiad z kobietą rozważającą znalezienie sponsora; 1 wywiad ze sponsorem; 7 wywiadów z klientami korzystającymi z usług seksualnych „stójek”, „cichodajek” bądź z usług oferowanych w agencjach towarzyskich; 3 wywiady z taksówkarzami; 1 wywiad z tancerką erotyczną; 3 wywiady z byłymi ochroniarzami agencji towarzyskich; 1 wywiad z byłą szefową agencji towarzyskiej; 2 wywiady z byłymi prostytutkami; 6 wywiadów z ochroniarzami agencji towarzyskich; 1 wywiad z „cichodajką”; 3 wywiady ze „stójkami” oraz 14 wywiadów z kobietami zatrudnionymi w agencjach towarzyskich (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b).

⁹ Przeprowadzono: obserwację obchodzenia imienin odźwiernego w agencji A, Wigilię pracowniczą w agencji A, 7 obserwacji w agencji A (zarówno w czasie godzin pracy, jak i przed wieczornym otwarciem); obchodzenie imienin odźwiernego w agencji B, 2 obserwacje w agencji B (w czasie godzin pracy); 2 obserwacje prostytutki ulicznej (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b).

cych w agencjach towarzyskich należy odnieść się do temporalnego wymiaru karier prostytuujących się jednostek.

Wkraczając na nieznane terytorium agencji towarzyskiej – w sytuacji podjęcia nowej pracy – kobieta jest świadkiem wielu zjawisk, zachowań oraz interakcji, które interpretuje w kategoriach dewiacji. Wynika to z wyraźnego dystansowania się badanych do innych uczestników mikroświata danego klubu¹⁰. Specyfika podejmowanej przez kobietę aktywności decyduje o tym, że nieznane jednostce ze świata „normalsów” (Goffman 2007) zjawiska ogniskują się w obrębie sposobów rozumienia oraz doświadczania cielesności, która jest przez większość tubylców interpretowana za pośrednictwem niepodzielanej, a wręcz nieuświadamianej sobie przez jednostkę, perspektywy poznawczej. Ciało, za pośrednictwem którego ma miejsce poznawanie i interpretowanie otaczającego kobietę świata, jak i określanie swojej roli, miejsca w tym świecie (Merleau-Ponty 2001, por. Byczkowska 2010), niejako przestaje bowiem stanowić jej wyłączną własność. Co więcej, podejmowanie podstawowo-

¹⁰ Uczestnictwo w społecznym świecie prostytucji, wymagające od danej jednostki funkcjonowania na pograniczu dwóch diametralnie różnych światów, implikuje u kobiety potrzebę wypracowania określonych sposobów redukcji rozbieżności powstałych na linii jaźń subiektywna–jaźń odzwierciedlona, a zatem wypracowania określonych schematów radzenia sobie z uwewnętrznianym piętnem. Jednym z mechanizmów obronnych jest symboliczne odgradzanie się badanych od innych prostytuujących się kobiet. Może to prowadzić do wytwarzania w świadomości pracownic agencji towarzyskich drabiny stratyfikacji prostytutek. Dokonują one bowiem symbolicznego przyporządkowania koleżanek po fachu do kategorii kobiet predysponowanych do zawodu (odczuwających satysfakcję z kontaktu z klientem) bądź grupy osób niechętnie wykonujących pracę (por. Ślęzak 2010).

wego działania¹¹ (*primary activity*) (Strauss 1993; Kacperczyk 2005: 168), zapewniającego trwałość świata agencji towarzyskich, jest utożsamiane z dzieleniem z klientem własnej intymności, a co za tym idzie – społecznie podtrzymywany obraz romantycznej miłości fizycznej podlega czasowemu zawieszeniu w sytuacji wchodzenia kobiety w interakcje o charakterze zawodowym (zob. Wojciechowska 2012b).

To nie jest to samo, co z chłopakiem, bo z chłopakiem to powinna być czysta przyjemność, co nie? A z klientem wszystko jest z automatu. Staram się jak najszybciej skończyć. Klient dostaje tyle, co płaci i niech się cieszy. Jest ładnie, miło, nie? Ale po prostu chłopakowi oddaję siebie i jakbym go sobie z tym klientem wyobraziła, jakoś by się mogło uroić i po prostu bym się za bardzo otworzyła, no nie? A tutaj się nauczyłam, że takie coś nie przejdzie, chociaż szczerze ci powiem, że na początku to było dla mnie dziwne takie, wręcz **nienormalne** (podkr. M.W.), że z klientem jesteś tak, jak z chłopakiem, co nie? Z czasem się przyzwyczaiłam, że tak po prostu **ma być** (podkr. M.W.), ale na początku to jest jednak niezły szok. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Bolesne, systematyczne odkrywanie przez kobietę nowych sposobów rozumienia działań zapośredniczonych przez ciało może wywołać u jednostki doświadczenie „szoku interpretacyjnego”, wywołanego niemożnością zaklasyfikowania otaczających ją zjawisk do kategorii fenomenów znanych z „normalnego” świata.

¹¹ Podstawowym działaniem, którego podejmowanie decyduje o trwaniu, odtwarzaniu świata agencji towarzyskich, jest zapośredniczona przez ciało praca z klientem „na pokój” (kategoria *in vivo*), którą w toku edukacji agencyjnej kobieta obudowuje licznymi działaniami pomocniczymi.

Szok interpretacyjny jest związany z wkroczeniem przybysza na obcy teren, w obrębie którego kobieta nigdy nie chciała funkcjonować¹². Co więcej, w tym miejscu warto zasygnalizować, że pierwszego szoku kobieta doświadcza najczęściej tuż po przybyciu do agencji – w sytuacji tak zwanego „testowania dziewczyny”, gdy pierwszym klientem zostaje „klient wewnętrzny”¹³. Testowanie stanowi swoisty rytuał przejścia, którego doświadczenie jest dla jednostki analogiczne z symbolicznym uwikłaniem jej w nieakceptowany świat i może być tym samym rozpatrywane w kategoriach osvajania, przysposabiania kobiety do podejmowania (w przyszłości) mechanicznej pracy z regularnym klientem (zob. Wojciechowska 2012b).

W wielu przypadkach kobieta jest zapoznawana z formalnymi regułami funkcjonowania danej organizacji, w tym także z regułami świadczenia pracy (na przykład zakresem usług, które jest zobowiązana wykonać w ramach godziny pracy z klientem „na pokoju”) jeszcze przed testowaniem. Warto zatem zaznaczyć, że intymna interakcja z klientem wewnętrznym jest projektowana przez jej partnerów w taki sposób, by jej przebieg był możliwie najbardziej zbliżony do „formalnego scenariusza pracy” z regularnymi klientami. Co więcej, biorąc pod uwagę, że przebieg pierwszej zawodowej interakcji jest zbieżny z funkcjonującym w świadomości jednostki stereotypowym wy-

obrażeniem o istocie pracy prostytutek, kobieta zaczyna tworzyć definicję tej aktywności, która oddaje rozumienie pracy w agencji towarzyskiej właśnie w kategoriach wejścia z klientem w interakcję o charakterze seksualnym (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b).

Początki nie były łatwe, bo wbrew pozorom to nie jest wcale łatwe zajęcie, jak się może innym wydawać. Szok jest, chociaż sam... Wiesz, no, sposób, w jaki to robisz, to nie jest wielkie zaskoczenie, bo jakieś masz wyobrażenie, jak to **powinno** (podkr. M.W.) wyglądać i... No, początek to jest właśnie taki, że robisz z nimi na pokój, co trzeba. Generalnie z klientem się jeszcze można dogadać, co i za ile. No, a jak nie chce nic ponad (o usługach wykraczających poza godzinny pakiet standardowy, czyli tzw. miłość francuską i odbycie stosunku seksualnego z klientem – przyp. M.W.), to też wiadomo co. No, ale na przykład na początku, to w ogóle byłam tak zakręcona, że o jakimś przedłużaniu nawet mowy nie było. [wywiad z 37-letnią kobietą pracującą w agencji od 3 lat]

W następstwie brutalnego skonfrontowania dotychczasowej perspektywy poznawczej z „codziennością agencyjną”, jednostka zaczyna postrzegać własne ciało (siebie) jako przedmiot niechcianej (acz dobrowolnej) interakcji. Co więcej, choć dystansuje się ona do ciała, które opisuje w kategoriach narzędzia pracy, przyznając mu status odrębnego bytu nietożsamego z jej dotychczasową biografią i niekomunikującego w sytuacji pracy jej prawdziwych uczuć i doświadczeń, to jednak to właśnie ciało prostytutki – pośredniczące w procesie zakorzeniania się kobiety w nieakceptowanym świecie – nieustannie przypomina jej (także w „prawdziwym”,

¹² Przed podjęciem stygmatyzowanej aktywności żadna z dziewczyn nie przypuszczała, że mogłaby znaleźć się w sytuacji, która „zmusiłaby” ją (kategoria *in vivo*) do rozpoczęcia pracy w agencji towarzyskiej.

¹³ Klient wewnętrzny to najczęściej jeden z ochroniarzy zatrudnionych w danej agencji towarzyskiej.

„normalnym” życiu) o podejmowanej przez nią aktywności zarobkowej (por. Ślęzak 2010).

Jestem z tym miejscem związana tylko tak... Fizycznie, powiedzmy. Przez to brudne ciało właśnie, i codziennie kładę się spać i mówię: „Boże, co ty robisz?”. Codziennie mam wyrzuty sumienia, bo praca tu strasznie wpływa na ten mój związek, że teraz, wiesz, nie chcę, żeby mój mąż mnie w ogóle dotykał. Ktoś mnie tu wcześniej w pracy dotykał i wiadomo, że to jest czysto fizyczny jakiś stosunek, żadnych innych akcji, ale, no, nie ukrywajmy, że oni (klieneci – przyp. M.W.) mnie jednak dotykają. No to dlaczego teraz osoba, która mnie kocha ma to samo robić? Może to jest głupie, ale... Może wręcz przeciwnie, może powinnam chcieć się z nim kochać jakoś, ale to tak przypomina mi o tym, co tutaj robię i codziennie mam wyrzuty sumienia, że ktoś mnie dotyka i nie pozwalam mu się dotknąć (mężowi – przyp. M.W.). [...] Tylko jak ja nawet patrzę na siebie, to to, co tam robię, to się mi przypomina i jakoś z nim nie mogę się przełamać. [wywiad z 32-letnią kobietą pracującą w agencji od 5 lat]

Sytuacja pracy z klientem „na pokoju” stanowi dla większości dziewczyn doświadczenie tak trudne pod względem emocjonalnym, że wiele z nich – szczególnie w początkowym okresie pracy w agencji towarzyskiej – sięga po różnego rodzaju środki znieczulające, które otumaniając zmysły, ułatwiają wejście z obcym mężczyzną w interakcję o charakterze seksualnym. Jedną z najczęściej stosowanych technik „znieczulania się” jest nadmierne spożywanie alkoholu oraz zażywanie środków psychoaktywnych¹⁴.

¹⁴Wśród często stosowanych środków psychoaktywnych znajdują się zarówno narkotyki (twarde i miękkie), jak i leki psychotropowe, na które część kobiet ma recepty.

Na początku to na trzeźwo w ogóle się nie da (pójść z klientem „na pokój” – przyp. M.W.). Ciągłe piłam i tak coraz więcej... Coraz więcej piłam. Były też inne rzeczy (miękkie narkotyki – przyp. M.W.). Robiłam się bardzo agresywna, bardzo nerwowa. Jednak tutaj bez tego nie można funkcjonować. Dlatego mam nadzieję, że jak najszybciej uda mi się z tym skończyć (z pracą w agencji – przyp. M.W.), bo czuję, że jak jeszcze tutaj zostanę, to będę więcej piła. Nie chciałabym, po prostu bym nie chciała. [wywiad z 42-letnią kobietą pracującą w agencji od 6 lat]

Praca z nietrzeźwym klientem jest postrzegana w kategoriach jednego ze sposobów radzenia sobie w sytuacji dzielenia intymności z obcym mężczyzną¹⁵. Niemniej dążenie do upicia klienta rodzi problem innej natury – w momencie, gdy inicjująca picie kobieta sama jest pod wpływem alkoholu bądź innych środków odurzających, traci ona możliwość kontrolowania siebie, panowania nad ciałem, które niejako mimowolnie zaczyna wykonywać określone działania zawodowe. Tym samym, prowadzi to do sytuacji, gdy przebieg spotkania z klientem może być w przeważającej mierze projektowany przez mężczyznę oczekującego wyświadczenia usług, za które zapłacił. Znieczulanie ciała – siebie – za pośrednictwem alkoholu czy innych środków odurzających może zatem paradoksalnie

¹⁵Wiele kobiet stara się wprowadzić klienta w stan nietrzeźwości jeszcze „na salonie” (kategoria *in vivo*). Jednym z powodów takiego postępowania jest to, że dziewczyny otrzymują prowizję od sprzedanych drinków, na które naciągną klienta agencji. Z drugiej strony niektóre rozmówczynie wskazywały w swoich wypowiedziach na to, że nietrzeźwy mężczyzna jest bardziej podatny na manipulację ze strony kobiety, która stosując określone techniki „układania klienta”, dąży do uniknięcia konieczności wejścia z nim w interakcję o charakterze intymnym.

prowadzić do przypieczętowania konieczności odbycia z klientem stosunku seksualnego. Co więcej, tego typu znieczulanie się prowadzi do stopniowego uodporniania się organizmu na działanie określonych substancji, co z kolei może się przyczynić do wytwarzania „błędnej spirali pracy”, która doprowadza do intensyfikowania częstotliwości interakcji zawodowych w celu uzyskania dodatkowych środków finansowych na używki umożliwiające ponowne znieczulenie się (zob. Wojciechowska 2012b).

Wzmoczone angażowanie się pracownicy agencji towarzyskiej w nieakceptowane działania może implikować potrzebę znalezienia grupy wsparcia, którą uosabiają w tym przypadku koleżanki po fachu. Kobieta zaczyna bowiem dostrzegać, że mają one podobne doświadczenia i sposoby radzenia sobie z nimi. Co za tym idzie, inne dziewczyny pracujące w tym samym klubie stają się z czasem nie tylko grupą odniesienia, lecz także znaczącymi innymi z mikroświata danej agencji towarzyskiej, w obrębie którego kobieta konstruuje określony zbiór autodefinicji¹⁶. Poznawanie wspólnej dla zawodowej grupy odniesienia perspektywy poznawczej wiąże się z odkrywaniem ram interpretacyjnych umożliwiających zdefiniowanie nieznanej dotąd rzeczywistości (Shibutani 1961; Goffman 2010) i może być równoznaczne ze stopniowym odczarowywaniem w świadomości jednostki

¹⁶ Zasygnalizowane zjawisko odwoływania się do „agencyjnej grupy wsparcia” stanowi przyczynek do przejmowania przez nową perspektywę poznawczą właściwej jednostkom funkcjonującym w ramach codzienności agencyjnej i jest jednym z kluczowych elementów szerszego procesu budowania tożsamości profesjonalnej przez pracownice agencji towarzyskich.

sentymentalnej wizji miłości fizycznej, a także z dostrzeżeniem teatralnego wymiaru świadczony w agencji pracy.

Co jak co, ale takiej śmiałości, to się tutaj nauczyłam. Jak byłam wcześniej strasznie skrępowana, że można tak bez stanika usiąść, co nie, to aż byłam zdziwiona, że się tak szybko przełamalam. Bardzo tu jest sympatycznie, nie? Teraz to nawet uchodzę za małego zboczeńca, co nie? Bo tam na przykład lubię podszczypanąć którąś i jest tylko: „Aga (zmieniony pseudonim rozmówczyni – przyp. M.W.), ty mały zboczeńcu!” (*śmiech*). Ale to są tylko takie wygłupy, co nie, co czasem tak robimy z klientami **dla lepszego efektu** (podkr. M.W.). Chociaż na ładną, zgrabną kobietę każdy lubi popatrzeć, a tu mamy raczej więcej na wierzchu niż zakryte. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

W odniesieniu do powyższego fragmentu narracji można przyjąć, że zmiana podejścia do problemu percepcji cielesności – łączonej uprzednio z intymną sferą jednostki – wiąże się z przededefiniowaniem roli ciała (narzędzia pracy), które kobieta może wykorzystać w formie rekwizytu służącego wywołaniu (u klienta) określonego wrażenia (por. Goffman 2008).

Przygotowania do „występów na scenie” – tworzenie kostiumu teatralnego

Tworzenie indywidualnego kostiumu teatralnego implikuje działania mające na celu swoje przekształcanie – ozdabianie oraz trenowanie ciała, które zaczyna być w tym kontekście postrzegane (i doświadczane) w kategoriach podatnej na obróbkę materii. Kreacja

powstaje dzięki wypracowaniu i wykorzystaniu: określonych „strategii ciała”¹⁷; wyzywających strojów, odsłaniających określone walory fizyczne kobiety; przerysowanego, teatralnego makijażu; butów na wysokim obcasie (np. szpilek, kozaków); opalenizny, uzyskiwanej najczęściej w solarium; fryzur tworzonych z długich (często sztucznych) włosów czy peruk; rekwizytów potęgujących wrażenie (roli) – na przykład pejcze. Niemalże każdego dnia kobiety pracują nad ciałem za kulisami sceny agencyjnej (salonu), dopełniając tym samym swoistego rytuału przygotowania ciała do wieczornego występu.

Pracę zaczynamy od 20.00. Jak jest wieczór kawalerski czy większe spotkanie biznesowe (*uśmiech*), to wtedy indywidualnie, ale najczęściej od 20.00 tak do 6 rano jest klub czynny. Tylko dla nas jest mniej troszkę czasu, bo trzeba wcześniej przyjść i już się na tę 20.00 przygotować. Najczęściej to tak o 18.00 już przychodzą się dziewczyny szykować, to jeszcze chwilę się pogada, co tam słyhać na mieście. Tutaj zresztą (w klubie – przyp. M.W.) trzymam część swoich rzeczy. [...] No a ten czas (przed 20.00 – przyp. M.W.) to jest potrzebny na przebranie się. Nie będę przecież na ulicy szła w szpilkach bez palca, jak takie roztopy. A buty trzeba mieć jakieś ładne, na szpileczce obowiązkowo, bo spódniczki najczęściej się nosi, no a do tego ładny staniczek czy tam topik. No trzeba dobrze wyglądać i się podobać. Makijaż też jest bardzo ważny w tym świetle, jak tutaj mamy, to jak ja rano zmywam, no bo nie wracam taka do domu, no to aż się dziwię, ile tego miałam. Ale jednak jak do domu wracasz, to się na parę

¹⁷ Jednym z elementów kostiumu prostytutki jest stosowanie wyuczonych strategii ciała, takich jak: „koci chód”, taniec na rurze, *lap dance*, ułatwiających kobiecie ułożenie klienta.

godzin położysz, bo zawsze coś jest do zrobienia i potem trzeba kombinować, jak tu dobrze wyglądać. Samo zakrycie cieni to już trochę trzeba. A jeszcze skórę mam teraz strasznie suchą, bo się trochę za bardzo na łóżku chyba przypiekłam (w solarium – przyp. M.W.), zobacz. Zanim się nakremuję też trochę zleci, no i tak do tej 20.00. [wywiad z 36-letnią kobietą pracującą w agencji od 8 lat]

Problem tworzenia indywidualnego kostiumu można rozważać zarówno w odniesieniu do praktycznego, jak i symbolicznego wymiaru zasygnalizowanego zjawiska. W obawie przed zdemaskowaniem w normalnym świetle natury wykonywanej pracy, jak i przez wzgląd na lęk przed negatywną oceną ze strony innych – nawet „dewiantów” – kobiety ukrywają swoją prawdziwą tożsamość w sytuacji podejmowania interakcji z aktorami zaangażowanymi w wytwarzanie społecznego mikroświata danej agencji towarzyskiej. W czasie pracy intencjonalnej zmianie podlega zatem zarówno aparycja jednostki, jak i personalia oraz historia jej życia. Posługiwanie się fałszywą biografią ma na celu przekonanie partnerów interakcji – a także samej kobiety – że osoba pracująca w agencji to w istocie niezbieżna z Ja kreacja aktorska (zob. Wojciechowska 2012b). Ciało noszące kostium pomaga kobiecie w podejmowaniu działań polegających na uwodzeniu i pozyskiwaniu klientów, z którymi praca jest niezwykle kosztowna pod względem emocjonalnym.

Kiedyś szłam z koleżanką, tutaj mam Aga (zmieniony pseudonim rozmówczyni – przyp. M.W.), ale powiem ci prawdę, mam na imię Ewa (zmienione, wymienione jako prawdziwe imię rozmówczyni – przyp. M.W.), co nie? I szłam

z koleżanką i z kolegą, co nie, i taki chłopak, z 25 lat, do mnie woła: „O, cześć Aga!”. Ja na niego takie oczy, mówię: „Przepraszam, pomyłka”, a on: „No jak to, nie pamiętasz mnie?”. Ja mówię, że coś mu się musiało pomylić, że może kogoś podobnego do mnie zna, no nie? I po prostu go wyminęliśmy i idziemy. Po prostu inne imię mam, inaczej jak teraz wyglądam, no wszystko prawie jest zmyślone, co nie? Niektórzy tylko klienci wiedzą, że mam Agatkę (zmienione imię córki rozmówczyni – przyp. M.W.). [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Klient nie jest od tego, żeby wiedzieć (kim poza agencją jest kobieta – przyp. M.W.), ale jak chce bajeczek, to proszę bardzo – mam ich parę (*uśmiech*). Niektórzy (klienci – przyp. M.W.) myślą, że mnie znają i bardzo dobrze, tyle że tu nic nie jest prawdziwe (o personaliach kobiety – przyp. M.W.). [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 3 lat]

Wychodząc z klubu, zmywam makijaż. Nie chodzę w makijażu, nie chodzę wyzywająco ubrana. W porównaniu z tym, jak wyglądam w pracy, na co dzień chodzę wręcz jak lump. [...] W klubie muszę dopasować się do tego, jak klient chce mnie widzieć. Czasem jest tak, że jeden klient, jedno wcielenie. Dużo zależy od sytuacji, ale to w domu jestem sobą. [wywiad z 32-letnią kobietą pracującą w agencji od 5 lat]

Tworzenie kostiumu – kreacji, za pośrednictwem której możliwe jest podjęcie potępianej roli prostytutki – wpływa na symboliczne dystansowanie się kobiety do własnego, brudnego ciała, a także podejmowanej z klientem pracy. Poprzez podtrzymywanie pozytywnego wizerunku Ja dochodzi bowiem do postrzegania wykreowanego kostiumu – ciała jedynie odgry-

wającego rolę zawodową – w kategoriach bytu, który jest do pewnego stopnia niezależny od wolicjonalności jednostki.

Po prostu to, jak wyglądam pomaga mi w pracy, żeby klient wracał. Nie mogę sobie pozwolić na to, żeby źle wyglądać, bo głównie w końcu mężczyznom o ten wygląd chodzi. Sama się sobie w tym stroju nie podobam. Szczególnie, jak jestem na przykład w blond peruce, która mi uważam nie pasuje i jest mi w niej gorąco. Ale to są wszystkie rzeczy, których się nie nosi dla siebie i uwierz mi, że człowiek się może tak zmienić, że na ulicy wygląda zupełnie nie do poznania. Mój mąż mnie nigdy tak, jak tutaj ubranej nie widział i na pewno nie zobaczy, bo w swoim domu... To ci się może wyda dziwne, ale w domu jestem normalną, zwyczajną kobietą. Jestem żoną, matką i, no... zupełnie inną osobą. A w klubie to jest tylko aktorstwo. [wywiad z 32-letnią kobietą pracującą w agencji od 5 lat]

Tutaj jak jestem, to wykonuję swoją pracę i tak muszę podchodzić do obcych facetów, zupełnie **jak nie ja** (podkr. M.W.). Rozbieram się przed obcym facetem i takie rzeczy robię, że po prostu widzę, że to nie jest moje **normalne zachowanie** (podkr. M.W.). [wywiad z 22-letnią kobietą pracującą w agencji od 2 lat]

Co więcej, kobieta nieakceptująca podejmowanej przez ciało (siebie) aktywności może myśleć o nim w kategoriach narzędzia – przedmiotu tymczasowo należącego do agencji – które jedynie zapośrednicza niechciane przez nią kontakty zawodowe z klientami. W świadomości jednostki dochodzi zatem do symbolicznej fragmentaryzacji Ja, która ujawnia się w sytuacji mówienia o ciele jako o materii zawłaszczanej przez miejsce pracy i niemediującej w tym

czasie prawdziwych doznań towarzyszących kobiecie w czasie typowych interakcji o charakterze zawodowym.

Poza tym, poza pracą to jest moje ciało, tak że mogę z nim robić, co chcę (o spotykaniu się z klientem – partnerem kobiety poza agencją – przyp. M.W.). [wywiad z 29-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko roku]

Pochodną symbolicznego alienowania się kobiety od pracy zapośredniczonej przez ciało jest zjawisko „stępienia narzędzia”, które polega na – często nieświadomym – zaniedbaniu, niekiedy wręcz oszpecaeniu własnego ciała. Jednostka dystansuje się do nieczystego narzędzia poprzez przekształcanie, zmienianie go na czas pracy w taki sposób, by nie stanowiło ono dla niej reprezentacji wizualnego aspektu Ja, za pośrednictwem którego identyfikuje siebie w „normalnym” świecie. W efekcie agencyjna kreacja może stać się kostiumem nie tylko przerysowanym, lecz wręcz karykaturalnym.

Wiesz, ja na początku, jak tu przyjechałam, to nawet w takiej bluzce i jeansach chodziłam i jak myślałam, że już mnie nikt nie weźmie, to w końcu byli chętni i... Nie wiem, bo w sumie też chcę tu zarobić te pieniądze, ale... [...] Wręcz się nie staram zachęcać faceta i czasem to siedzę z konkretną miną i staram się sprawiać takie wrażenie, że nie mam ochoty, żeby mnie ktoś wybrał, ale to różnie bywa. [wywiad z 19-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko roku]

W oparciu o powyższe fragmenty narracji można przypuszczać, że myślenie o ciele w kategoriach kostiumu zapośredniczającego, ułatwiającego pracę z klientem jest dla większości roz-

mówczyń związane z przyjmowaniem przez nie roli prostytutki jedynie na czas funkcjonowania w obrębie codzienności agencyjnej. Tym samym, można postawić hipotezę, że perspektywa poznawcza podzielana przez innych uczestników społecznego subświata prostytucji agencyjnej umożliwia wytworzenie temporalnej optyki o charakterze cyklicznym, która jest przyjmowana jedynie w sytuacji tymczasowego działania w nieakceptowanym świecie. Co za tym idzie – konstruowanie tożsamości profesjonalnej jest związane z identyfikowaniem się pracownic agencji towarzyskich przez pryzmat tożsamości sytuacyjnej, której czasowe podejmowanie jest dla nich równoznaczne z wchodzeniem w świat, którego reguły gry wymuszają tymczasowe zawieszenie prawdziwego obrazu danej kobiety.

„Teatr w teatrze” – występowanie przed dwoma rodzajami widowni

Praca w agencji towarzyskiej wymaga od kobiety jednoczesnego podejmowania dwóch, do pewnego stopnia niezależnych, ról. Nawiązując kontakt z klientem, przyjmuje rolę prostytutki – uwodzicielki. Z drugiej zaś strony – celem właściwego¹⁸ zaprezentowania się przed pozostałymi uczestnikami teatralnego świata – jednostka występująca przed klientem nieustannie pod-

¹⁸ Poszczególne zachowania kobiety są przedmiotem nieustannej oceny ze strony „kontrolerów ról” – innych aktorów, których działania umożliwiają przetrwanie mikroświata danej agencji. Złamanie przez kobietę nieformalnych reguł przyjętych w danym miejscu pracy, na przykład zasady „pogardzania klientem”, może spotkać się z dezaprobatą ze strony współpracowników, a także z sankcją, jaką może na przykład stanowić tymczasowe wykluczenie poza dany krąg interakcyjny.

trzymuje podstawową rolę profesjonalistki – osoby świadomej sprawowanej nad nim władzy.

Sekwencje poszczególnych interakcji kobiety z klientem są najczęściej planowane, a następnie odgrywane przez zaangażowanych w określony występ aktorów – innych uczestników mikroświata danej agencji towarzyskiej. Jeden ze stałych elementów inscenizacji, w którą zaangażowani są inni pracownicy klubu, stanowi następujący ciąg zdarzeń: „określenie, która kobieta spodobała się klientowi; poinformowanie barmana; odegranie przewidzianego występu” (Wojciechowska 2012b: 109).

Dziewczyny jeszcze tańczą na rurce na przykład. To każda ma jakąś swoją piosenkę, i **jak widać już** (podkr. M.W.), która się tam panom spodobała, to któraś z dziewczyn **daje znać barmanowi** (podkr. M.W.) i on puszcza po prostu ten jej kawałek. [wywiad z 26-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko roku]

Byłam centralnie w szoku, jak zobaczyłam, jak to wygląda, że dziewczyna gada sobie z ochroniarzem o facecie, co tylko do niej przychodzi. Ona mówi tak: „To szepnij mu tam słówko o mnie”, co nie? A on: „A co byś chciała?”. No szok normalnie, bo ten koleś za godzinę przychodzi i rozmawia sobie z ochroniarzem tak, jakby to było dawno ustawione (przygotowanie i odegranie występu przed klientem – przyp. M.W.). Myślałam, że jaja sobie robią, co nie (współpracownica i ochroniarz – przyp. M.W.), ale okazało się, że nie. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Innym elementem współpracy pracowników agencji towarzyskich jest dążenie do opracowania – zawczasu – scenariuszy rozmów z klien-

tami. Przykładem realizacji tej formy gry jest sytuacja, gdy starając się pozyskać stałych klientów, dziewczyny proszą, by ochroniarze rozmawiając z mężczyznami, którzy parokrotnie korzystali z usług danych kobiet, przekazywali im o nich (wcześniej ustalone) informacje, pozwalające przypuszczać, że dana pracownica agencji nie traktuje określonego mężczyzny jak standardowego klienta. Opracowywanie scenariuszy rozmów z klientami może być również wykorzystane jako forma naciągania klienta na większe wydatki (np. kupowanie kobiecie drogich prezentów – biżuterii, perfum itp.).

Świadomość nieuchwytnego dla większości klientów inscenizatorskiego wymiaru codzienności agencyjnej sprawia, że kobieta zaczyna z czasem odgrywać doświadczaną uprzednio submisję, przejmując tym samym kontrolę nad przebiegiem danego spotkania zawodowego. W sytuacji odkrycia teatralnej płaszczyzny rzeczywistości mikroświata danego klubu jednostka nadaje także nowy sens niezrozumiałym dotąd interakcjom i zjawiskom. Tym samym, codzienne nakładanie kostiumu na potrzeby odegrania roli prostytutki staje się dla kobiety równoznaczne z przygotowaniem się aktora do zbiorowej inscenizacji. Staje się ona także świadoma, że „spontaniczne” działania innych kobiet „na salonie”, nastawione kolejno na: zainteresowanie, uwiedzenie, zmanipulowanie oraz zatrzymanie klienta, są w rzeczywistości fragmentami wyreżyserowanych scen. „Pod nieobecność publiki (klientów) pracownicy agencji towarzyskiej prowadzą bowiem rozmowy zawodowe, rozmowy inscenizatorskie przybierające formę plotek (por. Goffman 2008: 203–204), w trakcie trwania których opracowywane są grupowe

skrypty inscenizacji” (Wojciechowska 2012b: 120). Natomiast w sytuacji odstąpienia od scenariusza przyjmowania klienta¹⁹ aktorzy uczestniczący w odgrywanej inscenizacji mogą liczyć na „pomoc zza kulis”, która stanowi w tym przypadku część „zmowy członków zespołu” (Goffman 2008: 204–205).

„Edukacja agencyjna” – wchodzenie w rolę „profesjonalistki”

W następstwie wchodzenia w powtarzające się interakcje zawodowe z aktorami uczestniczącymi w społecznym subświecie prostytucji agencyjnej kobieta poznaje i gromadzi zakres wiedzy, szereg technik, których opanowanie i stosowanie stanowi podstawę do wypracowania indywidualnego „warsztatu aktorskiego” prostytutki. Wiedzę tę można zgrupować w trzy podstawowe segmenty, które zrekonstruowano na podstawie fragmentów narracji kobiet, odnoszących się do problemu konstruowania i dopracowywania odgrywanej roli. Edukacja nowej dotyczy przede wszystkim poznania zasad pracy nad materiałą – „modelowania narzędzia pracy” oraz „szlifowania narzędzia pracy”, związanego z generowaniem określonych kompetencji interpersonalnych umożliwiających jednostce przededefiniowanie sposobu rozumienia świadczonej przez nią pracy oraz przypisywanej sobie roli.

¹⁹ W sytuacji przyjmowania klientów „na salonie” dziewczyny komunikują się ze sobą za pośrednictwem SMS-ów lub wcześniej ustalonych gestów. Na przykład stukanie opuszkami palców o spód stolika może oznaczać, że dany klient (najczęściej nietrzeźwy) „jest przy kasie” (kategoria *in vivo*). Także picie przez kobietę określonego drinka może być dla danej grupy jej współpracowników wskazówką co do tego, jakie informacje udało się jej zdobyć na temat klienta.

Modelowanie narzędzia

Ciało pracownicy agencji towarzyskiej jest przez jednostkę postrzegane jako podstawowe narzędzie pracy z klientem „na pokoju”. Co więcej, kobiety doświadczają go w kategoriach materii, która wymaga nieustannego, intencjonalnego przekształcania, dopasowywania się. W efekcie, może być ono rozumiane jako permanentnie wytwarzany produkt – dobro materialne, narażone na różnego rodzaju uszkodzenia mechaniczne²⁰ oraz podlegające zużyciu się. Praca w agencji wymaga od kobiety także swoistego ujarzmiania ciała – między innymi poprzez przewyciężanie procesów, cykliów biologicznych, którym podlega kolonizowana materia.

Na początku pracy jak miałam okres, to miałam problem. Dziewczyny mi później powiedziały co i jak. To na wacikach, nie? Masz płatki higieniczne, takie do twarzy, kosmetyków, zwijasz w rulonik i jak tampon wkładasz, tylko że sznureczka nie ma i nie jest takie twarde. Miałam też problem wyczuć, kiedy na przykład gość gumkę przebijie czy coś takiego. Teraz to już jestem na tyle wyczulona, że po prostu nawet, jak mi pęknie, to wyczuwam różnicę w sposobie, co nie, i po prostu wiem, co i jak. Pierwsze co, to idę się wypłukać. Sama sobie w domu od siebie robię taką płukanke, taki irygator mam do tego, w tamtym roku sobie kupiłam. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Szkolenie ciała jest związane z wykonywaniem pracy fizycznej, treningiem – wypracowywaniem określonych strategii, umiejętności ciała,

²⁰ W toku działania w zawodzie wiele rozmówczyń doświadczyło przemocy fizycznej ze strony klientów.

za pośrednictwem których kobieta zyskuje możliwość urozmaicenia scenariusza przyjmowania klienta.

Od dziewczyn się teraz trochę uczę tego tańca na rurce, akrobacje praktycznie. Bioderkami tak ruszać, bo z tego też są jakieś pieniądze, jak klient na pokój pójdzie, to też. [wywiad z 26-letnią kobietą pracującą w agencji towarzyskiej od blisko roku]

Można tak robić, żeby po prostu ten człowiek (klient – przyp. M.W.) nie poczuł się oszukany. Albo skrócić, albo przedłużyć, albo mówię, tak, jak ja zaczęłam robić ten masaż i naprawdę było tak, że dałam na przykład ogłoszenie do netu, że robię masaż. Przychodzili do mnie tacy kulturalni ludzie, to, słuchaj, na sam masaż gejszy na przykład, gdzie tam dochodzi bez żadnego tam seksu czy coś. A teraz jeszcze latem w wakacje poszłam sobie na kursy zawodowego masażu w Akademii Zdrowia i dochodzę, słuchaj, do wniosku, że z tego mogę mieć pieniądze. Tyle, co tymi rękami zrobię. Taki dar boży. [wywiad z 28-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko 4 lat]

Innymi zabiegami ułatwiającymi kobiecie wchodzenie w rolę prostytutki oraz zdobywanie klientów są kolejno: pielęgnacja, upiększanie oraz przekształcanie ciała dostosowywanego do antycypowanych oczekiwań, gustu danego klienta.

A tutaj, na przykład, było to, że ja na przykład zaczęłam... No, patrzeć na siebie, jakoś tak dbać o siebie i ubierać się inaczej, malować. Zmieniałam wygląd do tego stopnia, że zapuściłam długie włosy, przytyłam te dwaście kilo więcej, paznokcie, gdzie ja zawsze miałam krótkie, to po prostu sobie

w salonie zrobiłam. [wywiad z 28-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko 4 lat]

Pielęgnacja narzędzia pracy jest istotna dla przebiegu procesu konstruowania tożsamości prostytutki się kobiety, gdyż jej efekty mogą wpływać na koncepcję roli zawodowej. Wytwarzanie założeń roli profesjonalistki jest bowiem w dużej mierze związane z przeświadczeniem kobiety o jej atrakcyjności fizycznej (w oczach klienta), dzięki któremu jednostka może doświadczyć przewagi interakcyjnej nad płacącym za jej towarzystwo – mniej atrakcyjnym – partnerem. Utracenie tej przewagi, na przykład w sytuacji kontaktu z niestandardowym klientem (uważanym przez kobietę za atrakcyjnego pod względem fizycznym), może implikować rozchwianie koncepcji roli.

Nie powiem, przychodzą jakieś ciasteczka, naprawdę przystojni, młodzi. Tylko, wiesz co, szczerze ci powiem, że jak przychodzą ci przystojni, to ja jakoś tak się odsuwam w bok. No bo tak: po pierwsze, mam kompleks swojego wyglądu i nie podchodziłam do takich osób tak, no... Żeby coś, bo za takimi facetami śliczne dziewczyny sikają, i ten... Po drugie, po prostu czuję się nieswojo. Szczerze, jeżeli przychodzą młodzi albo w moim wieku, albo troszeczkę starsi ode mnie, no ale w wieku przybliżonym do mojego, to nie czuję się tak pewnie. Ja pewniej się czuję ze starszymi osobami, a z takimi w moim wieku naprawdę czuję się nieswojo, bo tam porozmawiać, to z tymi panami to szybko znajdę temat, a jak jest **normalny** (podkr. M.W.) chłopak, to jakoś mi ciężko. Nie wiem, chyba się wstydzę, czy coś. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Szlifowanie narzędzia

Tworzenie roli zawodowej – związane zarówno z nabywaniem, jak i modyfikowaniem pewnych stałych schematów działania pracownic agencji towarzyskich – wpływa na przebieg procesu budowania tożsamości profesjonalnej. Kobieta zaczyna bowiem przypisywać podejmowanej aktywności zarobkowej miano pracy, odrzucając jednocześnie wcześniejsze przeświadczenie o tym, że jej działania zawodowe są jednoznaczne z seksualnym zaspokojeniem klientów. Staje się także świadoma, że wykonywanie pracy wymaga rozwinięcia i ciągłego poszerzania wachlarza umiejętności interpersonalnych, za pośrednictwem których możliwe staje się „ułożenie klienta” oraz egzekwowanie od niego szacunku w sytuacji interakcji zawodowych „na pokoju”.

Taka praca to nie jest chodzenie z klientem na pokój tylko w jednym celu. Wbrew temu, co się ludziom może wydawać, to jest kawał ciężkiej harówki, której nikomu nie życzę. A takie pójście do pokoju nie wymaga żadnej wprawy, bo robisz rzeczy, które, no... Stosunek to jest kwestia paru minut, bez żadnych tam perwersji. Pijane dziewczyny chodzą z pijanymi klientami. No tak to wygląda. Bardzo wiele przypadków jest takich, że przez alkohol to się niewiele dzieje. Ale dla mnie **sztuką** (podkr. M.W.) jest tak ułożyć sobie klienta, żebym była bezpieczna, żeby mnie palcem nie ruszył. [wywiad z 32-letnią kobietą pracującą w agencji od 5 lat]

Szlifowaniu narzędzia towarzyszy przejmowanie i generowanie „technik układania

klienta” oraz „zawieranie wewnątrzzakładowych sojuszy”²¹.

Interakcje pomiędzy pracownikami agencji towarzyskich (profesjonalistkami) a klientami (frajerami) są najczęściej zapośredniczone przez następujące, stosowane przez kobiety, techniki „układania klienta” (kategoria *in vivo*) (zob. Wojciechowska 2012b: 131–134):

- uwodzenie klienta inicjowane „na salonie”:

Podobam się facetom, więc staram się to wykorzystać przez szepnięcie właśnie słówka na uszko czy tam podotykanie się troszeczkę. Jak po kliencie widać, że nie będzie uciążliwy, to zazwyczaj taką atmosferę stwarzam, jakbyśmy byli, że tak powiem, parą. No co, no uśmiecham się, przybliżam się do niego, coś wypijemy. A jak na przykład przyjdą w więcej osób czy na kawalerski, to najczęściej wtedy proszą, żeby na rurce zatańczyć, no to jak ja tańczę, to zawsze dla wybranego klienta, po którym tam jakoś widać, że mu się spodobałam. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 3 lat]

- zagadywanie, odurzanie, usypianie klienta:

Też czasami się lubią wypłakać i zdarza się trzy, cztery, pięć godzineczek się w pokoju z klientem siedzi. Mam taki zwyczaj, że zawsze mówię prosto z mostu i nie przejmuję się,

²¹ W toku badań wyłoniono różne kategorie sojuszy wewnątrzzakładowych, które są zawierane z ochroniarzami bądź z „managerem” danej agencji towarzyskiej. Wśród nich wyróżniono: „świadczanie «bezinteresownych» przysług”, „donosicielstwo”, „kombinatorstwo”, „nawiązywanie relacji intymnych z «nadzorującymi znaczącymi innymi»” (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b). Niemniej przez wzgląd na złożoność problemu negocjowania „statusu agencyjnego” kobiety w toku interakcji z nadzorującymi znaczącymi innymi nie zostaną one przedstawione w niniejszym artykule.

czy kogoś obrażę, czy nie. To jakieś drineczki weźmiemy i dobrze się rozmawia. Akurat ja zawsze się staram dużo rozmawiać, żeby tam do czegoś nie doszło. Coś tam na początku, że poczeka, że najpierw prysznic, to ty idź pierwszy, ja pójdę druga, a potem się dopiero możemy zabawić i tak dalej. To potem też jakoś idzie. Trzeba mieć, no, delikatną bajerkę, żeby tam tylko z nim porozmawiać, a nie, żeby on zaliczył dziewczynę. Czasami jak klienci są nachalni, to wiadomo, że coś tam musi być. Zazwyczaj jak jest za trzeźwy, to raczej dochodzi do tego, że ten stosunek musi być, ale jak z miasta przyjadą już podpici, to czasami się go ulula i jestem zadowolona. [wywiad z 20-letnią kobietą pracującą w agencji od roku]

Tak się nieraz udaje, że siedzimy i tylko nawijamy jak naćpani, co nie? Tylko te parę godzin to się tak męczy człowiek przy tej rozmowie, bo gościu i siedzi, i truje, i truje, i coś tam. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

Jeżeli ktoś na przykład jest... Przykładowo ja chcę iść się odprężyć, chcę po prostu, wiesz, odprężenie, to jedna lubi delikatny seks, inna lubi brutalny seks i znajdują dziewczynę, która jest delikatna i która jest czuła, i porozmawia. To jest takie twoje intymne spotkanie. Miałem przecież tak, że była atmosfera, a tak dobrze się rozmawiało, że nie było zbliżenia. [wywiad z 34-letnim klientem agencji towarzyskich]

- naciąganie klienta:

Jak wyczuwam, że klient ma pieniądze, to ciągnę jak najwięcej. O co poproszę, to i kolczyki, pierścionki, łańcuszki, wszystko mi przynoszą. [wywiad z 37-letnią kobietą pracującą w agencji od 3 lat]

Nieraz to jest taka operetka, że głowa mała. Idę z klientem na górę, tam bajeruję, żeby mnie tam nie wymęczył. No to co, chce się pobawić pierściami, mówię: „Weź te ręce, bo za to się płaci. Zapłacisz tyle i tyle i możesz sobie macać”, nie? To dotknie, tamto dotknie i kasa jest. O! Albo niektórzy chcą, na przykład wylizać, no to mówię, że za wszystko się kasa należy. Co klient chce, to tylko mówię: „OK, ale mi zapłać i nie wyjdiesz stąd, dopóki mi nie zapłacisz”. No i mi płacą, co mają zrobić? Gdzieś ręce muszą na ten czas położyć (*uśmiech*). [wywiad z 42-letnią kobietą pracującą w agencji od 6 lat]

Fajnie było, trochę nowych rzeczy popróbowalem, bo z dziewczyną się krępuję. Dopiero na drugi dzień się budzę, patrzę w portfel, i żal zostaje, bo jak się zdarzyło stracić w jedną noc w godzinę 700–800 złotych to jednak... Chyba wtedy ostro przepłaciłem. [wywiad z 20-letnim klientem agencji towarzyskich]

- ośmieszanie, zawstydzanie klienta:

Miałam na przykład takiego Kazia (zmienione imię stałego klienta – przyp. M.W.), który miał wielkie kompleksy na swoim punkcie i, to jak były różne sytuacje, że on do mnie coś nie ten, to zaraz go postraszyłam, że tam wszystkim wygadam i po sprawie. [wywiad z 36-letnią kobietą pracującą w agencji od 8 lat]

Niektórzy tacy przychodzą, że siedzimy już i gość coś nie tak do dziewczyn zaczyna, że ja niektórym to potrafię już powiedzieć: „Co ty tu chłopczyku robisz?”. No centralnie. Pokazać mu, że to jest głupota przychodzić i płacić za seks. To koledzy też uszy pospuszczają, co nie? Ja go przegadam, po prostu zgaszę faceta. [wywiad z 23-letnią kobietą pracującą w agencji od 4 lat]

- adorowanie, rozkochywanie w sobie klienta:

Staremu mówię, że młodo wygląda, młodemu, że ma podejście do kobiet, jednemu to, drugiemu tamto, jak ma małego, to, że inni mają mniejsze. No taki bajer. Generalnie to chwale, bo każdy facet to lubi. [wywiad z 20-letnią kobietą pracującą w agencji od roku]

Tak to już w takim miejscu wygląda, że zakochuje się ten, kto płaci. Sama mam klientów, o których mogę powiedzieć, że są mocno zauroczeni, ale z mojej strony to jest tylko gra. Oni o tym, że mam męża, nawet nie podejrzewają, bo to działa jak płachta na byka. [...] Natomiast powiem ci, że tutaj jestem dobra w tym, żeby im doradzać, wysłuchać. Znam przyzwyczajenia moich klientów, uważnie ich słucham, więc jeśli oni chcą poznać historię mojego życia, to, że tak powiem, droga wolna. Mówię, ja lubię dużo gadać, ja naprawdę dużo gadam, a ile w tym prawdy (*uśmiech*), no taka praca. Natomiast na żadne wyjście nie pójdę, bo to nie są żadne randki z klientem, tylko taka praca w klubie. Wiem, że dziewczyny mają jakieś romanse z facetami. No kompletna głupota. Powiem ci, że szkoda mi tych ludzi, bo się w dziewczynie ktoś zakochał i nawet nie podejrzewa, że ona ma 5 takich samych ludzi z problemami. [wywiad z 32-letnią kobietą pracującą w agencji od 5 lat]

Pół roku. Z pół roku tak chodziliśmy ze sobą, można powiedzieć. Jak ona potrzebowała, żeby pójść tam gdzieś do parku, pójść na piwo, posiedzieć, pogadać, popalić i nic poza tym. Teoretycznie nic nie brakowało do zakochania się. Nic nie wyszło, ale nie z powodu jej branży, bo przecież wiedziałem, jak pracuje, ale starałem się jej pomóc, chociaż finansowo w sensie. [...] Ze swojej strony, co mogłem, to miała, ale nie wyszło. [...] Słyszałem, że potem byli jacyś inni (klienci, z którymi kobieta

spotykała się na podobnych zasadach – przyp. M.W.), ale to też inna historia. [wywiad z 31-letnim klientem agencji towarzyskich]

W toku wchodzenia w kolejne interakcje o charakterze zawodowym kobieta zaczyna dostrzegać potencjał posiadanej nad klientem przewagi – wynikającej po części z faktu ciągłego dopracowywania kostiumu teatralnego, który umożliwia odgrywanie roli prostytutki. Następstwem uświadomienia sobie posiadania pewnego zakresu władzy nad mężczyzną jest stopniowe przewartościowywanie jego roli jako partnera interakcji zawodowej. Powtarzające się sukcesy interakcyjne w zakresie manipulowania klientem („Tu dużo zależy ode mnie, czy dopuszczę, żeby do czegoś doszło, czy pokażę mu, że przyszedł porozmawiać”) uświadamiają kobiecie, że może ona pełnić rolę dominującego partnera interakcji, który projektuje jej przebieg, sprawując kontrolę nad własnym ciałem w sytuacji świadczenia pracy. Osiąganie zawodowych sukcesów interakcyjnych może być potęgowane dzięki współpracy zespołowej, gwarantowanej zawarciem określonych sojuszy wewnątrz-kładowych (zob. Wojciechowska 2012a; 2012b).

W czasie zbiorowej inscenizacji kobiety pracujące w danej agencji towarzyskiej współdziałają ze sobą w celu zrealizowania określonego występu przed danym typem klienta²².

Czasami razem coś zrobimy, żeby klienta jeszcze trochę podkreślić. Niech sobie popatrzy, drinka

²² Tworzenie typologii klientów umożliwia pracownikom agencji towarzyskich antycypowanie oczekiwań i ewentualnych zachowań danego gościa oraz wybór adekwatnego scenariusza przyjęcia klienta.

postawi. Takich trików to jest, tak szczerze, tyle, co klientów, bo wiadomo, że jak trafi się ktoś nieśmiały, to inaczej się wtedy podchodzi, jak do takiego, co jest bardzo napalony i już zaraz chce. Różnie to ze sobą rozgrywamy (z koleżankami po fachu – przyp. M.W.). [wywiad z 42-letnią kobietą pracującą w agencji od 6 lat]

Analizując kategorie ilustrujące poszczególne elementy edukacji agencyjnej, można wysnuć wniosek o intersubiektywności wiedzy kobiet (Schütz 1967: 97), dotyczącej reguł funkcjonowania codzienności agencyjnej. Jednostkowy warsztat aktorski, który powstaje w toku odkrywania perspektywy podzielanej przez agencyjną grupę odniesienia, nie jest bowiem projektowany, lecz przejmowany oraz uzgadniany w toku wchodzenia w interakcje z innymi pracownikami danej agencji towarzyskiej.

Rutynizowanie pracy – działanie w zawodzie

Kobiety o relatywnie długim stażu pracy w agencji towarzyskiej zaczynają dystansować się do problemu świadczenia obcym mężczyznom usług o charakterze seksualnym dzięki zautomatyzowaniu działań, które przyzwyczajone, wytresowane ciało wykonuje w sposób niemal mechaniczny. Podejmowanie aktywności zawodowej jest wówczas lokowane w świadomości kobiety w obrębie obszaru odgrywania roli prostytutki (profesjonalistki), w którą jednostka nie wcieliłaby się poza sceną codzienności agencyjnej.

Oni (klienci – przyp. M.W.) przecież też zdają sobie sprawę, że po prostu ja się zgodziłam nie dla przyjemności przecież. Ci bardziej ob-

latani to już nawet nie próbują się całować, bo wiedzą, że to nie jest opcja. Zawsze oczywiście mogą dopłacić, ale stawkę to już wtedy ja ustalam. Większość to akceptuje. W ogóle pocałowanie się jest czymś dla mnie bardzo osobistym i nie chcę dawać po prostu **siebie** (podkr. M.W.). No a seks to jest takie wyłączenie się zupełnie. Myślę sobie, co będę robiła, co w telewizji, co bym kupiła. Wtedy to nawet nie musisz jakoś specjalnie na niego patrzeć. No nawet jak francuza robię, bo jednak większość facetów najbardziej lubi francuski, to taki automat się włącza. Nie mam już tej walki ze sobą, bo są pewne rzeczy, których nie robię, a reszta to **się dzieje** (podkr. M.W.). Tak jak pakujesz na taśmie, że po którymś razie już jest to takie automatyczne, że przestajesz liczyć. [wywiad z 36-letnią kobietą pracującą w agencji od 8 lat]

Dla mnie to jest, jak takie kopanie piłki, powiedzmy. Jeżeli mam mieć klienta, z którym odbywam stosunek, to to jest tylko tym dla mnie, dla mojego organizmu. Niczym więcej. [wywiad z 28-letnią kobietą pracującą w agencji od blisko 4 lat]

W toku działania w zawodzie kobieta stopniowo przestaje dystansować się do własnego ciała, które zaczyna być przez nią doświadczane jako partner interakcji – aktor, z którym współpracuje oraz którego nadzoruje w sytuacji świadczenia pracy. Doświadczanie ciała w kategoriach partnera interakcyjnego jest wyrażone również tym, że obserwując określone reakcje własnego ciała, jednostka może podjąć decyzje o tym, czy i w jaki sposób ciało może wykonać pracę.

Postępujące rutynizowanie podejmowanych działań może warunkować stopniowe redukcje napięcia psychicznego, które towarzyszy kobiecie w sytuacji kontaktu z klientem „na

pokoju". Z kolei włączanie w repertuar zachowań zawodowych kolejnych technik realizacji pracy – określonych sposobów „radzenia sobie” z klientami – sprawia, że kobieta uświadamia sobie, iż na podejmowane przez nią działania składa w istocie wiele nietożsamyh z dewiacją aktywności, które mają charakter wyłącznie zawodowy. Co więcej, angażując się w wytwarzanie i podtrzymywanie teatralnej codzienności agencji, kobieta zaczyna paradoksalnie odkrywać, że uczestnictwo w przygotowaniu, odegraniu i utrzymaniu konwencji danej inscenizacji na potrzeby określonego klienta jest integralną częścią rzeczywistej pracy, którą na co dzień wykonują pracownice agencji towarzyskich. Ta dokonująca się w świadomości jednostki redefinicja dewiacji w profesję silnie warunkuje dalsze konstruowanie tożsamości profesjonalnej.

Podsumowanie

Ciało stanowi dla prostytutki podstawowe (i może jedyne) narzędzie pracy, za pośrednictwem którego kobieta aktywnie uczestniczy w wytwarzaniu, często nieakceptowanego, uniwersum agencji towarzyskich. Jest ono elementem nierozzerwalnie unifikującym w świadomości jednostki dwa niezbieżne systemy wartości i dwa światy, w których kobiecie trudno jest się zidentyfikować ze względu na piętno zarobkowania w społecznie nielegitymizowany sposób – nierzadko potępiany także przez nią samą. To właśnie ciało prostytutki nieustannie przypomina kobiecie o naturze świadczonej przez nią pracy, implikując tym samym proces uwewnętrzniania piętna i przyznawania sobie statu-

su gorszego innego oraz prowadząc do mimowolnego zakorzeniania się kobiety w obszarze codzienności agencyjnej. Ciało jest doświadczane zarówno jako – do pewnego stopnia – niezależna od Ja materia, której poprzez żmudną pracę kobieta nadaje bardziej określony kształt, jak i współpracujący z jednostką aktor – partner interakcji zapośredniczający pracę z klientem. Z jednej strony kobieta wykonująca zawód prostytutki dąży do wyalienowania doświadczeń Ja od nieakceptowanych działań zapośredniczonych przez ciało. Jednak z drugiej strony zdaje się intensywnie uciekać we własne ciało w celu przejścia, odzyskania nad nim kontroli w sytuacji świadczenia pracy.

Celu niniejszego artykułu nie stanowiła próba wartościowania aktywności podejmowanej przez kobiety działające w zawodzie prostytutki, lecz zwrócenie uwagi na złożoność problemu sytuacji jednostek konstruujących tożsamość w oparciu o nieakceptowane działanie zapośredniczone przez ciało, którego percepcja i doświadczanie mogą przebiegać, na pewnym etapie życia jednostki, wzdłuż nierównoległych trajektorii. Problem postrzegania i rozumienia własnego ciała w procesie konstruowania tożsamości przez prostytutki jest zagadnieniem o tyle frapującym, że ciało kobiety pracującej w agencji towarzyskiej zostaje niejako pozbawione możliwości mediowania otoczeniu wymiarów rzeczywistego przeżywania oraz doświadczania przez jednostkę otaczającej ją rzeczywistości. W powyżej zarysowanym kontekście kobieta zaczyna się jawić w kategoriach więźnia własnego ciała, którego łączność z Ja jest przez nią nieustannie negocjowana.

Ostatnie zagadnienie, na które chciałam zwrócić uwagę w tym artykule, stanowi problem możliwości identyfikowania, definiowania siebie (przez pracownice agencji towarzyskich) przez pryzmat wykonywanego zawodu. Utożsamianie miejsca pracy z teatrem – sceną, na której podwójna rola prostytutki-profesjonalistki jest jedynie odgrywana – implikuje wypracowywanie w świadomości jednostki rozgraniczenia pomiędzy tożsamością własną – akceptowaną, a tożsamością niejako wymuszoną – udawaną, obcą. Powyższe działanie może świadczyć o zakotwiczeniu procesu profesjonalizacji na poziomie demonstracyjnego wymiaru zjawiska (autoprezentacji przed osobami zaangażowanymi w wytwarzanie mikroświata danej agencji towarzyskiej), a tym samym uniemożliwić jednostce autentyczną identyfikację z wykonywanym zawodem. Perspektywa poznawcza

podzielana przez agencyjną grupę odniesienia, przez pryzmat której jednostka interpretuje (jedynie) pewne typy zjawisk zachodzących na terenie danego klubu, może być zatem rozpatrywana w kategoriach optyki o charakterze temporalnym, która jest każdorazowo przyjmowana przez daną kobietę w sytuacji wchodzenia w rolę profesjonalistki.

W kontekście powyższych rozważań można przypuszczać, że rzeczywista identyfikacja z zawodem jest możliwa w sytuacji zintegrowania przez kobietę dwóch – do pewnego stopnia niezbieżnych w świadomości jednostki – tożsamości, budowanych w oparciu o dwa (różne) obrazy własnego ciała.

Bibliografia

Aronson Elliot, Wilson Timothy, Akert Robin (1997) *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Przełożyli Anna Bezwińska i in. Poznań: Wydawnictwo Zysk i Sk-a.

Blumer Herbet (1984) *Spółczesność jako symboliczna interakcja* [w:] Edmund Mokrzycki, red., *Kryzys i schizma. Antyścientystyczne tendencje w socjologii współczesnej*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, s. 71–87.

Bokszański Zbigniew (1989) *Tożsamość, interakcja, grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Byczkowska Dominika (2010) *Ciało – narzędzie konstruowania tożsamości. Na podstawie badań tancerzy* [w:] Krzysztof T. Konecki, Anna Kacperczyk, red., *Procesy tożsamościowe. Symboliczno-interakcyjny wy-*

miar konstruowania ładu i nieładu społecznego. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 313–328.

Charmaz Kathy (2009) *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*. Przełożyła Barbara Komorowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Czykwin Elżbieta (2008) *Stygmat społeczny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Dufour Pierre (1851) *Histoire de la prostitution chez tous les peuples du monde depuis l'antiquité la plus reculée jusqu'à nos jours*, t. 1. Paris: Seré.

Gardian Renata (2007) *Zjawisko sponsoringu jako forma prostitucji kobiecej*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Glaser Barney, Strauss Anselm (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for qualitative research*. New York: Aldine Publishing.

Goffman Erving (2007) *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*. Przełożyły Aleksandra Dzierżyńska, Joanna Tokarska-Bakir. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

----- (2008) *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Przełożyli Helena Datner-Śpiewak, Paweł Śpiewak. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

----- (2010) *Analiza ramowa*. Przełożył Stanisław Burdziej. Kraków: Nomos.

Hammersley Martyn, Atkinson Paul (2000) *Metody badań terenowych*. Przełożył Sławomir Dymczyk. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.

Hughes Everett (1958) *Men and their work*. Glencoe: Free Press.

----- (1984) *The Sociological Eye*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Kacperczyk Anna (2005) *Zastosowanie koncepcji społecznych światów w badaniach empirycznych* [w:] Elżbieta Hałas, Krzysztof T. Konecki, red., *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 169–191.

Kleinknecht Steven (2007) *An interview with Robert Prus: His Career, Contributions, and Legacy as an Interactionist Ethnographer and Social Theorist*. „Qualitative Sociology Review”, vol. 3, no. 2, s. 221–288 [dostęp 10 maja 2010 r.]. Dostępny w Internecie <http://www.qualitativesociologyreview.org/ENG/Volume7/QSR_3_2_Kleinknecht.pdf>.

Konecki Krzysztof T. (1998) *Łowcy głów – headhunting. Analiza pracy rekrutacyjnej w agencjach doradztwa personalnego*. Warszawa: Wydawnictwo Normalizacyjne Alfa-Wero.

----- (2000) *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

----- (2008) *Triangulation and Dealing with the Realness of Qualitative Research*. „Qualitative Sociology Review”, vol. 4, no. 3, s. 7–28 [dostęp 16 czerwca 2009 r.]. Dostępny w Internecie <http://www.qualitativesociologyreview.org/ENG/Volume11/QSR_4_3_Konecki.pdf>.

Lutyński Jan (1968) *Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów* [w:] Zygmunt Gostkowski, Jan Lutyński, red., *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, t. 2. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Marciniak Łukasz (2010) *Konstruowanie tożsamości zawodowej: procesy odniesienia i rozróżnienia* [w:] Krzysztof T. Konecki, Anna Kacperczyk, red., *Procesy tożsamościowe. Symboliczno-interakcyjny wymiar konstruowania ładu i nieładu społecznego*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 181–195.

Mason Jennifer (2002) *Qualitative Researching*. London: Sage Publications.

Merleau-Ponty Maurice (2001) *Fenomenologia Percepcji*. Przełożyli Małgorzata Kowalska, Jacek Migański. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.

Prus Robert, Grills Scott (2003) *The Deviant Mystique. Involvements, Realities and Regulations*. Westport, Connecticut, London: Praeger.

Przybyłowska Ilona (1978) *Wywiad swobodny ze standardyzowaną listą poszukiwanych informacji i możliwości jego zastosowania w badaniach socjologicznych*. „Przeгляд Socjologiczny”, t. 30, s. 53–63.

Roberts Nickie (1997) *Dziwki w historii. Prostytucja w społeczeństwie zachodnim*. Przełożył Leszek Engelking. Warszawa: Wydawnictwo Volumen.

Schütz Alfred (1967) *The Phenomenology of the Social World*. Evanston: Northwestern University Press.

Shibutani Tamotsu (1961) *Society and Personality. An Interactionist approach to Social Psychology*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Silverman David (2007) *Interpretacja danych jakościowych*. Przełożyły Małgorzata Głowacka-Grajper, Joanna Ostrowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Strauss Anselm (1993) *Continual Permutations of Action*. New York: Aldine De Gruyter.

----- (2009) *Mirrors and masks. The search for identity*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Ślęzak Izabela (2010) *Być prostytutką – problematyka konstruowania tożsamości kobiet prostytuujących się* [w:] Krzysztof T. Konecki, Anna Kacperczyk, red., *Pro-*

cesy tożsamościowe. Symboliczno-interakcyjny wymiar konstruowania ładu i nieładu społecznego. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 293–311.

Wojciechowska Magdalena (2012a) *Moje – nie moje. Kontrola ciała w doświadczeniu pracownic agencji towarzyskich* [w:] Ewa Banaszak, Paweł Czajkowski, Robert Florkowski, red., *Tricster. Fenomeny kontroli ciała*. Warszawa: Difin, s. 140–165.

Wojciechowska Magdalena (2012b) *Agencja towarzyska – (nie)zwykłe miejsce pracy*. Kraków: Nomos.

Cytowanie

Wojciechowska Magdalena (2012) *Ciało – podstawowe narzędzie pracy. Rola ciała w procesie negocjowania tożsamości pracownic agencji towarzyskich*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 8, nr 2, s. 128–151 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Body as a working tool. Women's body in relation to the female escort agency workers' identity negotiation process

A major objective of this article is to analyze how escort agencies' female workers experience their body within the professional context. It represents the analytical attempt to reconstruct their way of perceiving and understanding the body that at the time of professional interaction in progress is considered a theatrical costume, which facilitates performing the prostitute's role. The body that is experienced as an object, which requires constant reshaping, adjusting to working conditions, might get damaged, and worn out. The body that in the aftermath of internalizing new techniques of impression management starts being perceived as a working tool and enables, thus, the construction of new interpretative frames for the understanding of typical professional interactions and one's professional role. Finally, the body that is abstracted away from one's intimacy, experienced as an interactional partner mediating escort's professional interactions with her clients.

Keywords: sex work in an escort agency, experiencing and perceiving the body, theatrical costume, escorts' education, forming and polishing working tool, constructing the professional identity