



Izabela Ślęzak  
Uniwersytet Łódzki  
ORCID: [0000-0001-5489-0481](https://orcid.org/0000-0001-5489-0481)

## „Zwykle” potrzeby „zwyuczajnych” mężczyzn czy fantazje „zbozczeńców”? Formy aktywności seksualnej klientów z perspektywy kobiet świadczących usługi seksualne

### Abstrakt

Tematem artykułu jest seksualny obraz klienta, zrekonstruowany z wypowiedzi kobiet świadczących usługi seksualne. Zaprezentowane zostaną rozważania teoretyczne dotyczące roli klienta oraz tego, co skłania mężczyzn do korzystania z prostytucji. Zreferowane zostaną także wyniki badań dotyczące rodzaju usług, jakich, zdaniem kobiet świadczących usługi seksualne, oczekują klienci, a także tych, które pracownice decydują się wykonywać podczas spotkań. Zaprezentowane zostaną także sposoby definiowania i redefiniowania przez pracownice oczekiwanych przez klientów form aktywności seksualnej jako „normalnych” lub nie.

### Słowa kluczowe

prostytucja, usługi seksualne, potrzeby seksualne klientów, formy aktywności seksualnej

## The ‘Normal’ Needs of ‘Normal’ Men or the Fantasies of ‘Perverts’? The Forms of Sexual Activity of Male Clients as Seen from the Perspective of Female Sex Workers

### Abstract

The subject of this article embraces the forms of sexual activity which, according to female sex workers, are undertaken by their clients during commercial meetings. The paper presents theoretical considerations regarding the role of male clients and their reasons for getting sex services. The results of studies demonstrating the women’s reports on the forms of activity expected by the clients will also be presented, as well as studies on the forms of activity that the women actually decide to provide will be referred to. I will also demonstrate the ways in which female sex workers define and redefine the forms of activity expected by the clients, considering them as ‘normal’ or not.

### Keywords

prostitution, sex services, clients’ sexual needs, forms of sexual activity

## Wprowadzenie

Odpowiedź na pytanie, dlaczego klienci korzystają z usług seksualnych, jest tak samo złożona jak na to, dlaczego niektóre osoby takie usługi świadczą. Choć kwestie te są interesujące tak z potocznego, jak i naukowego punktu widzenia, wciąż nie ma na nie jednoznacznych odpowiedzi. Nietrudno jednak zauważyć, że zdecydowanie większe zainteresowanie oraz większa krytyka społeczna dotyczy osób oferujących komercyjny seks, stąd relatywnie niewiele wiadomo na temat ich klientów. W potocznym przekonaniu konkurują ze sobą różne wyobrażenia na temat usługobiorców – od stereotypu mężczyzn z nadmiernie rozbudzonymi potrzebami seksualnymi, którzy nieustannie poszukują nowych doznań, przez osoby nieporadne seksualnie, które za seks muszą zapłacić, po wizję „zboceńców”, o tak dalekich od „normy” potrzebach seksualnych, że jedynie fakt zapłaty mógłby kogoś skłonić do relacji seksualnej.

Badacze zajmujący się tym zagadnieniem także nie wypracowali spójnej koncepcji wyjaśniającej zjawisko „bycia” klientem. Można zidentyfikować dwie perspektywy objaśniające, kim są mężczyźni angażujący się w komercyjny seks. Według jednej z nich z usług seksualnych korzystają „zwykli”, „przeciętni” mężczyźni, którzy nie odbiegają zbyt od stereotypowego wyobrażenia „typowego” członka danego społeczeństwa (por. Monto, McRee, 2005; Monto, Milrod, 2014). Perspektywę tę potwierdzają osoby świadczące usługi seksualne, opisujące swoich klientów jako „zwykłych mężczyzn” (Izdebski i in., 2002, s. 60). Z drugiej jednak strony, badacze zauważają, że jedynie niewielki odsetek reprezentantów płci męskiej w różnych społeczeństwach (choć istnieją wyraźne różnice kulturowe w tym względzie) deklaruje korzystanie z usług seksualnych przynajmniej raz w swoim życiu, a jeszcze mniej liczna grupa przyznaje, że korzystała z takich usług w ostatnim roku<sup>1</sup>. Poddaje to w wątpliwość przekonanie, że usługi seksualne są „normalnym” elementem męskiej aktywności seksualnej (Monto, McRee, 2005, s. 524). Tym samym można przypuszczać, że mężczyźni, którzy z nich korzystają, tworzą szczególną grupę, różniącą się od pozostałych (także pod względem psychologicznym) (Monto, McRee, 2005; Monto, Milrod, 2014). Na podstawie wyników badań różnych autorów można zidentyfikować kilka cech wspólnych klientów usług seksualnych. Częściej, niż

---

<sup>1</sup> W Polsce wyniki badań prowadzonych pod kierownictwem Zbigniewa Izdebskiego wskazują na systematyczny wzrost odsetka mężczyzn korzystających z usług seksualnych przy jednoczesnym spadku odsetka kobiet z tego typu deklaracją. Dane z 1997 r. wskazują, że w grupie wiekowej 15–49 lat 8% Polaków i 1,4% Polek przyznawało się do skorzystania (co najmniej raz) z agencji towarzyskiej lub innej formy usług seksualnych. W roku 2001 odsetek ten wzrósł do 12% wśród mężczyzn i zmalał do 0,9% w grupie kobiet (Izdebski, Ostrowska, 2003, s. 75). W 2011 roku wśród osób w wieku 15–49 lat, które rozpoczęły regularne współżycie, 15% mężczyzn i 0,4% kobiet zadeklarowało, że choć raz korzystało z usług seksualnych (Izdebski 2012, s. 769). Choć na te wyniki wpływ mogły mieć różnorodne czynniki, można założyć, że dla większej liczby mężczyzn usługi seksualne stanowią atrakcyjny sposób realizowania swoich potrzeb (oraz, że kobiety w Polsce praktycznie z takich usług nie korzystają).

mężczyźni niekorzystający z komercyjnego seksu, nie są oni żonaci<sup>2</sup>, mają mniejsze opory moralne związane z korzystaniem z prostytucji oraz większe zapotrzebowanie na seks z wieloma partnerkami (Jordan, 1997; McKeganey, Barnard, 1996; Polatin, 1970, za: Monto, McRee, 2005, s. 508). Klienci wyrażają także większy liberalizm seksualny i częściej niż pozostali mężczyźni deklarują, że myślą o seksie, masturbują się i uczestniczą w innych aspektach branży seksualnej. Rzadziej niż ogół reprezentantów płci męskiej oceniają natomiast w sposób negatywny różne kontrowersyjne działania seksualne (Monto, McRee, 2005). Jedną z wyróżniających ich cech, według niektórych badaczy, jest także skłonność do przemocy wobec kobiet, która wyraża się w agresywnym zachowaniu wobec pracownic seksualnych. Jednakże inni autorzy wskazują, że jedynie nieliczna grupa klientów ma negatywne poglądy dotyczące prostytucji i podziela tzw. *rape myths* (Monto, Hoteling, 2001, za: Monto, McRee, 2005, s. 508). Wyniki te można podsumować stwierdzeniem, że choć mężczyźni korzystający i niekorzystający z usług seksualnych różnią się ze względu na niektóre cechy, różnice te są niewielkie. Klienci usług seksualnych odróżniają się stopniem występowania tych samych cech, nie zaś zestawem specjalnych właściwości (Monto, McRee, 2005). Wyciągnięcie bardziej zdecydowanych wniosków utrudniają metodologiczne zawiłości związane z prowadzeniem badań wśród klientów. Problemy z doбором próby sprawiają, że wyniki nie odzwierciedlają zróżnicowania mężczyzn korzystających z różnych form prostytucji, z różną częstotliwością, poziomem doświadczenia itd. (Monto, McRee, 2005, s. 526–527).

Jednym z obszarów zainteresowania badaczy są także pobudki skłaniające mężczyzn do korzystania z prostytucji. Wiele badań przeprowadzonych na różnych grupach klientów pokazuje dość spójny zestaw motywów. Są to: poszukiwanie kontaktów seksualnych z kobietą, która lubi seks i zachowuje się podczas stosunku w sposób nieskrępowany, jest „napalona”; zaspokajanie fantazji o spotkaniu z prostytutką<sup>3</sup>, chęć posiadania zróżnicowanych partnerek seksualnych lub innej (niż stała) partnerki o konkretnych cechach (Milrod, Monto, 2012, s. 801; por. Kinsey i in., 1948). Badacze (Milrod, Monto, 2012, s. 793; Sanders, 2008) zwracają uwagę na to, że wśród motywów wskazywanych przez klientów znajduje się także pragnienie realizowania potrzeb seksualnych w sytuacji braku partnerki lub braku pożycia seksualnego z aktualną partnerką oraz poszukiwanie takich form aktywności seksualnej, których nie można uzyskać w relacjach niekomercyjnych, ponieważ są one przez stałą partnerkę postrzegane jako odrażające lub nieprzyjemne. Motywy te

---

<sup>2</sup> Choć należy wspomnieć, że według deklaracji kobiet świadczących usługi seksualne w agencjach towarzyskich w Polsce, zdecydowana większość badanych klientów (76,5%) to mężczyźni żonaci (Izdębski, Ostrowska, 2003, s. 74–75).

<sup>3</sup> Dla niektórych klientów prostytucja jest ekscytująca, ponieważ wiąże się z uczuciem podejmowania ryzyka, co jest stymulantem, dostarczającym dodatkowych, intensywnych doznań (Milrod, Monto, 2012, s. 793).

korespondują ze specyficznym statusem społecznym kobiet świadczących usługi seksualne, które są postrzegane jako osoby „przeznaczone” do realizowania różnych, także nieaprobowanych społecznie czy zakazanych czynności seksualnych. Skłania to niektórych badaczy do wniosku, że klienci oczekują tego, aby korzystanie z usług jedynie rozładowało napięcie seksualne (Campbell 1998; Monto, 1998, 1999, 2010; Prieur, Taksdal, 1989, za: Milrod, Monto, 2012, s. 793). Jednakże badania wskazują, że niektórzy klienci poprzez usługi seksualne poszukują kobiety, z którą mogliby stworzyć związek albo którą mogliby „uratować” i otaczać opieką (Milrod, Monto, 2012). Inni starają się w ten sposób wypełnić pustkę związaną z odczuwaną samotnością (Campbell, 1998, za: Sanders, 2008, s. 40). Pragną więc zbudować w relacjach komercyjnych autentyczne zaangażowanie emocjonalne. W tym kontekście warto zauważyć, że dane dotyczące klientów korzystających z prostytucji ulicznej i lokalowej wskazują na inne oczekiwania wobec tego typu spotkań. Klientom korzystającym z usług agencji i niezależnych pań do towarzystwa nie zależy na możliwości dominowania i kontrolowania kobiety (jak to jest w przypadku prostytucji ulicznej). Szukają natomiast głębszego i bardziej emocjonalnie wynagradzającego związku. Od kobiety świadczącej usługi seksualne oczekują pracy emocjonalnej (Sanders, 2008; Hochschild, 2009), dzięki której komercyjny akt seksualny nie będzie zbytnio różnić się od tego konwencjonalnego (Milrod, Monto, 2012, s. 795). Pracownica powinna potrafić spełnić te oczekiwania i oferować takie odczucia płynące z seksu, jakby była ona kochanką (ang. *the girlfriend experience*, GFE) (Sanders, 2008; Huff, 2011; Milrod, Weitzer, 2012). Powinna okazywać także autentyczne zaangażowanie we wzajemnych interakcjach erotycznych na zasadach zaakceptowanych przez obie strony (ang. *'bounded authenticity' within an 'emotionally bounded erotic exchange'*) (Bernstein, 2007, s. 197).

Perspektywy omówione powyżej pozwalają zadać pytania, czy klienci korzystający z usług seksualnych szukają jedynie seksu, realizacji niestandardowych i społecznie nieakceptowanych form aktywności seksualnej, czy też może zależy im na doświadczeniu GFE? Jakiego typu usługi są wykonywane przez kobiety świadczące usługi seksualne i jak interpretują one swoje działania w tym względzie? Tematem artykułu są więc elementy skryptów seksualnych (*sexual scripts*) (Gagnon, Simon, 1973; Reiss, 1986, za: Izdebski, Ostrowska, 2003, s. 107) dotyczących usług seksualnych, analizowane z perspektywy kobiet zaangażowanych w różne formy prostytucji lokalowej. Przedmiotem dalszej analizy będzie seksualny obraz klienta, zrekonstruowany na podstawie odpowiedzi respondentek w badaniach ilościowych pod kierownictwem Zbigniewa Izdebskiego (Izdebski, Konarkowska-Lecyk, 2000; Izdebski i in., 2002) oraz wyników jakościowych badań terenowych prowadzonych w agencjach towarzyskich (Ślęzak, 2016), które dostarczają wiedzy o sposobach postrzegania przez kobiety różnych praktyk jako „normalnych” lub nie i podejmowaniu decyzji o ich realizowaniu z klientem.

## Formy aktywności seksualnej realizowane przez kobiety świadczące usługi seksualne

Odpowiedzi na pytanie, jakie czynności seksualne wykonują kobiety zaangażowane w różne formy usług seksualnych, dostarczają badania ilościowe prowadzone przez zespoły pod kierownictwem naukowym Zbigniewa Izdebskiego. Poniżej odniosę się do dwóch projektów badawczych. Pierwszy z nich (*Zachowania seksualne kobiet świadczących usługi seksualne*) realizowany był w latach 1996–1998 w wybranych miastach należących do byłych województw: szczecińskiego, gorzowskiego, zielonogórskiego, legnickiego i wrocławskiego (Izdebski, Konarkowska-Lecyk, 2000). W efekcie uzyskano i zanalizowano 240 ankiet kobiet świadczących usługi seksualne w agencjach towarzyskich. Drugi projekt (*Zwyczaj i zachowania kobiet świadczących usługi seksualne*) został przeprowadzony w grudniu 2002 roku w 13 miastach Polski (Izdebski i in., 2002). W jego wyniku udało się zebrać 400 ankiet wypełnionych samodzielnie przez respondentki w obecności ankietera. Choć od momentu realizacji projektów upłynęło już wiele czasu, wciąż pozostają one jedynymi tak szerokimi badaniami ilościowymi poświęconymi zagadnieniom związanym ze świadczeniem usług seksualnych. Mimo tego, że wyniki nie mogą być generalizowane na całą populację kobiet świadczących usługi seksualne, dają one unikatową możliwość poznania opinii i poglądów przedstawicielek tej kategorii. Ponieważ od tamtej pory badania o podobnej skali nie były realizowane, jest to, moim zdaniem, wystarczające uzasadnienie cytowania wyników właśnie tych projektów badawczych.

Warto zaznaczyć, że dane z projektów badawczych realizowanych pod kierunkiem Izdebskiego odnoszą się do czynności, które uczestniczki badania deklarowały jako realizowane z klientami. Niekoniecznie więc zakres tych działań pokrywał się z tym, czego oczekiwali od nich ich klienci.

### Zachowania seksualne pracownic agencji w świetle badań z lat 1996–1998

Z szerokiego badania Izdebskiego poświęconego zachowaniom seksualnym kobiet świadczących usługi seksualne, szczególnie interesująca w kontekście niniejszego artykułu, jest tabela prezentująca formy zachowań seksualnych, które pracownice agencji zgodziły się realizować podczas spotkań z klientami. Dane w tabeli uporządkowałam od tych, które zgodnie z deklaracjami wykonywało najwięcej badanych kobiet, po te, które realizowały tylko nieliczne z nich.

<b>Formy zachowań seksualnych</b>	<b>Tak (%)</b>	<b>Nie (%)</b>	<b>Brak danych</b>
Całowanie w policzek	81,7	2,1	16,2
Seks waginalny z prezerwatywą	76,3	2,5	21,3
Erotyczne rozmowy (narratofilia)	75,8	2,1	22,1
Pobudzenie członka ręką przez partnerkę	69,2	4,6	26,3
Seks oralny z prezerwatywą	63,8	8,3	27,9
Pobudzenie pochwy ręką przez partnera	57,1	12,5	30,4
Głębokie pocałunki	55,4	16,2	28,3
Ubieranie się w odzież należącą do innej osoby tej samej płci (homeowestytyzm)	49,2	17,5	33,3
Seks analny z prezerwatywą	47,9	20,0	32,1
Kontakt z przedmiotem częścią ciała partnera (fetyszyzm)	42,1	28,8	29,2
Kontakty trójosobowe (triolizm)	37,1	35,0	27,9
Seks oralny bez prezerwatywy	35,8	37,5	26,7
Seks waginalny bez prezerwatywy	31,7	34,2	34,2
Seks waginalny podczas miesiączki	26,7	32,1	41,3
Biczowanie siebie lub partnera (flagellantyzm)	23,3	41,7	35,0
Seks analny bez prezerwatywy	21,3	47,1	31,7
Używanie wibratora	20,8	41,7	37,5
Orgie	17,9	51,7	30,4
Satysfakcje w wyniku cierpienia, bólu (masochizm)	8,8	61,3	30,0
Kontakt z wydaliniami ciała (ekstrementofilia)	2,1	72,1	25,8
Dotykanie ustami moczu partnera (urodochiumlagnia)	2,1	61,7	36,3
Kontakt ze zwierzętami (zoofilia)	1,3	70,8	27,9
Kontakt z odchodami (koprofilia)	0,8	75,0	24,2
Picie moczu partnera (urofagia)	0,0	72,5	27,5

Tabela 1. Formy zachowań seksualnych realizowanych przez kobiety świadczące usługi seksualne (badanie z lat 1996–1998). Oprac. własne na podstawie źródła: Izdebski, Konarkowska-Le-cyk, 2000, s. 21.

Analizując informacje zamieszczone w tabeli uwagę zwraca duży odsetek braków danych, związany zapewne z sytuacją odmowy udzielenia przez respondentki odpowiedzi. Choć na pytania związane z realizowanymi formami zachowań seksualnych odpowiedziało średnio 60% badanych, różnice w odsetku braków danych w zależności do konkretnego pytania są wyraźnie widoczne. Najwięcej odmów udzielenia odpowiedzi zanotowano przy pytaniach o seks waginalny podczas miesiączki (41,1%), używanie

wibratora (37,5%) oraz dotykanie ustami moczu partnera (36,2%). Choć w powyższym zestawieniu może nieco dziwić kwestia tak częstego unikania odpowiedzi o używanie wibratora (który dwadzieścia lat po tych badaniach wydaje się być raczej oswojonym i znormalizowanym elementem usług seksualnych), pozostałe uchylenia od przywołanych pytań są związane z tabu oraz faktem, że usługi te przekraczają normy powszechnie akceptowanych zachowań seksualnych. Z tego względu mogą wywoływać negatywne emocje uniemożliwiające pracownicy wykonanie danej usługi (na co wskazywałyby także duży odsetek odpowiedzi „nie”). Mogą także wiązać się one ze wstydem, związanym z publicznym (nawet jeśli tylko w formie ankiety, interakcji z ankieterem) „przyznaniem się” do wykonywania tego typu usług. Powyższą hipotezę potwierdzać może także fakt, że najmniej odmów odpowiedzi wystąpiło przy względnie neutralnych formach aktywności seksualnej, takich jak pocałunek w policzek, seks waginalny z prezerwatywą i erotyczne rozmowy. Pokazuje to, że tabu obejmuje nie tylko sferę czynności (deklarowanych), ale i kwestię werbalizowania swoich doświadczeń podczas wywiadu, nawet jeśli mamy do czynienia z rozmówczynią, dla której seks jest źródłem dochodu. Spotkanie ankietera i osoby świadczącej usługi seksualne jest więc sytuacją interakcji „normalna” z osobą obciążona piętnem (Goffman, 2005; por. Ślęzak, 2013). Dla ochrony własnej tożsamości i zbudowania wizerunku kobiety, która jest inna niż „stereotypowa prostytutka”, pewne informacje, w tym na temat szczegółów świadczonych usług, respondentki wolały zachować dla siebie. Należy więc pamiętać, że omawiane w niniejszym artykule wyniki mogą być zaniżone.

Wbrew potocznym przekonaniom, że „osoby świadczące usługi seksualne łączą w sobie niebywałą swobodę w podejściu do zachowań seksualnych, że większość z nich zaspokaja dewiacyjne potrzeby klientów” (Izdebski, Konarowska-Lecyk, 2000, s. 22), według deklaracji respondentek, nie realizowały one wielu fantazji odwiedzających je mężczyzn. Analizując, które formy zachowań seksualnych uzyskały największy odsetek odpowiedzi „nie”, można zauważyć, że za szczególnie nieakceptowane uczestniczki badania uznały kontakt z wydaliniami ciała, odchodami, picie moczu partnera oraz zoofilię. Są to więc te czynności i aktywności seksualne, które objęte są w naszej kulturze szczególnie tabu.

Skoro pracownice agencji nie były skłonne realizować „zбочzonych” potrzeb klientów, można zapytać, jakie więc czynności realizowały? Jakie potrzeby seksualne popychają mężczyzn do tego, by za nie zapłacić? Według deklaracji uczestniczek badania były to dosyć „zwykłe” praktyki seksualne: całowanie w policzek, seks waginalny z prezerwatywą i erotyczne rozmowy. Wśród czynności, których wykonywanie zadeklarowała więcej niż połowa badanych, znalazły się jeszcze: pobudzanie członka ręką



przez partnerkę, seks oralny z prezerwatywą<sup>4</sup>, pobudzanie pochwy ręką przez partnera i głębokie pocałunki. Bardziej niestandardowe (np. fetyszyzm, trójkąty) i bardziej ryzykowne (różne rodzaje seksu bez użycia prezerwatywy) czynności wykonywało już (według deklaracji) mniej kobiet.

W przypadku prostytucji ważnym obszarem oczekiwanych przez klientów usług jest seks bez prezerwatywy. Jak wskazują wyniki badań, prezerwatywa nie jest powszechnie stosowanym środkiem antykoncepcyjnym. Według badań zespołu Izdebskiego, zrealizowanych w 2005 roku, jedynie 25% badanych podczas ostatniego kontaktu seksualnego ze stałym partnerem zastosowało prezerwatywę. W przypadku stosunku seksualnego z osobą inną niż stały partner odsetek ten wynosił jedynie 26% (Izdebski, 2012, s. 254). W przypadku usług seksualnych prezerwatywa zazwyczaj stanowi obowiązkowy element stosunku. Jednakże bywa on obiektem negocjacji (także cenowych) i perswazji, by daną czynność seksualną zrealizować bez niej. Dotyczy to seksu waginalnego, analnego i oralnego. Jak pokazują dane w tabeli (które, jak zaznaczyłam wyżej, mogą być zaniżone), mimo wszystko znaczna grupa kobiet decydowała się na tego typu usługi.

## Zachowania seksualne pracownic agencji w świetle badania z 2002 roku

Poniższa tabela prezentuje wybrane wyniki omówionego już badania z lat 1996–1998 zestawione z wybranymi wynikami badania z roku 2002.

Formy zachowań seksualnych	1996–1998 N 240 (%)	2002 N 399 (%)
Całowanie w policzek	81,7	55,6
Seks waginalny z prezerwatywą	76,3	89
Erotyczne rozmowy (narratofilia)	75,8	54,1
Pobudzanie członka ręką przez partnerkę	69,2	80,7
Seks oralny z prezerwatywą	63,8	76,4
Pobudzanie pochwy ręką przez partnera	57,1	33,1
Głębokie pocałunki	55,4	20,3

<sup>4</sup> Dużą popularność usługi seksu oralnego potwierdzają w zasadzie wszystkie badania na ten temat. Badacze wyjaśniają to dużym zainteresowaniem mężczyzn (większym niż ich partnerek) seksem oralnym. Wyniki badania National Health and Social Life Survey (NHSLs) przeprowadzonego na próbie reprezentatywnej wskazują znaczną rozbieżność między męskim i kobiecym zainteresowaniem tą formą aktywności seksualnej. Kiedy 45% mężczyzn uznało ją za bardzo atrakcyjną, tylko 17% kobiet podzielało to zdanie. Mogłoby to oznaczać, że dla niektórych mężczyzn prostytucja jest sposobem realizowania pożądanej formy aktywności, która nie jest dla nich regularnie dostępna w konwencjonalnych związkach (Monto, 2001).



<b>Formy zachowań seksualnych</b>	<b>1996–1998 N 240 (%)</b>	<b>2002 N 399 (%)</b>
Ubieranie się w odzież należącą do innej osoby tej samej płci (homeowestytyzm)	49,2	.
Seks analny z prezerwatywą	47,9	16,8
Kontakt z przedmiotem częścią ciała partnera (fetysyzm)	42,1	.
Kontakty trójosobowe (triolizm)	37,1	48
Seks oralny bez prezerwatywy	35,8	13,5
Seks waginalny bez prezerwatywy	31,7	9,3
Seks waginalny podczas miesiączki	26,7	29,1
Biczowanie siebie lub partnera (flagellantyzm)	23,3	10,5
Seks analny bez prezerwatywy	21,3	2,5
Używanie wibratora	20,3	12,3
Orgie	17,9	11
Satysfakcje w wyniku cierpienia, bólu (masochizm)	8,8	.
Kontakt z wydaliniami ciała (ekstrementofilia)	2,1	.
Dotykanie ustami moczu partnera (urodochiumlagia)	2,1	2,3
Kontakt ze zwierzętami (zoofilia)	1,3	.
Kontakt z odchodami (koprofilia)	0,8	0,5
Picie moczu partnera (urofagia)	0,0	.
Striptiz	.	39
Seks między piersiami	.	35
Odgrywanie roli na życzenie partnera	.	22
Seks udowy	.	21
Wytrysk na twarz	.	10
Wytrysk do ust	.	10
Pozowanie do zdjęć erotycznych	.	4
Nagrywanie filmów erotycznych	.	3

Tabela 2. Porównanie form aktywności seksualnej realizowanych przez kobiety świadczące usługi seksualne według projektów badawczych z lat 1996–1998 i 2000. Oprac. własne na podstawie źródła: Izdebski, Konarkowska-Lecyk, 2000, s. 21 oraz Izdebski i in., 2002, s. 46.

Zestawienie wyników tych dwóch badań, które dzieli kilka lat, jest niezwykle ciekawe. Należy zaznaczyć, że badania realizowano na innych próbach, zmienił się także zestaw pytań, ich brzmienie i kafeterie odpowiedzi, co zdecydowanie ogranicza

możliwości porównywania wyników. Jednakże w zakresie tych pytań i wariantów odpowiedzi, które pozostały takie same, można zauważyć ciekawe zmiany. Przede wszystkim zmianie uległa pierwsza trójka najczęściej wykonywanych czynności seksualnych. O ile w pierwszym badaniu były to: całowanie w policzek, seks waginalny z prezerwatywą i rozmowy erotyczne, o tyle w 2002 do najczęściej świadczonych usług należały: seks waginalny z użyciem prezerwatywy, pobudzenie członka partnera ręką oraz seks oralny z prezerwatywą.

Zmienił się także deklarowany zestaw najrzadziej wykonywanych czynności. Do wymienionej już trójki najrzadziej wykonywanych czynności (kontakt z wydaliniami ciała, w tym z odchodami, picie moczu partnera oraz zoofilia) dołączył seks analny bez prezerwatywy. Zdecydowanie zmniejszył się odsetek różnego rodzaju czynności wykonywanych bez prezerwatywy: w przypadku seksu oralnego z 35,5% do 13,5%, waginalnego z 31,7% do 9,3%, a analnego z 21,3% do 2,5%. Może to świadczyć o wzroście wiedzy kobiet świadczących usługi seksualne na temat ryzykownych zachowań seksualnych i zmianie ich praktyk (a przynajmniej o zmianie na poziomie deklaracji). Modyfikacji uległa także oświadczana przez uczestniczki ankiety częstotliwość wykonywania innych czynności seksualnych. Zdecydowanie rzadziej deklarowały one wykonywanie seksu analnego z prezerwatywą (z 47,9% w pierwszym badaniu wynik spadł do 16,8% w drugim), rzadziej wyrażały zgodę na pobudzenie pochwy ręką przez partnera (z 57,1% do 33,1%), głębokie pocałunki (z 55,5% do 20,3%) oraz orgie (z 17,9% do 11%). Zwiększyło się za to deklarowane przyzwolenie na trójkąty (z 37,1% do 48%). Może to świadczyć o zmianie preferencji przez klientów, którzy zaczęli poszukiwać innych doznań, ale też większej świadomości kobiet świadczących usługi seksualne, dotyczącej tego, że nie muszą wykonywać wszystkich fantazji klientów, a część praktyk (np. głębokie pocałunki) mogą zarezerwować dla wybranych partnerów (por. Ślęzak, 2016).

W badaniu realizowanym w 2002 roku pytano także o nowe aktywności, wcześniej nieujęte w kwestionariuszu, np. o nagrywanie filmów erotycznych i sesje zdjęć erotycznych, związane zapewne ze wzrostem zainteresowania internetowym seksem. W tym okresie były to jednak marginalne formy aktywności seksualnej realizowane z klientami.

## **Czego oczekują klienci – perspektywa badań jakościowych**

Spojrzenie z perspektywy badań ilościowych na praktyki seksualne realizowane podczas komercyjnych spotkań wskazuje, które czynności zgodnie z deklaracjami są wykonywane najczęściej, które zaś włączane są rzadko do repertuaru spotkania z klientem. Dopełnienie tych danych perspektywą badań jakościowych pozwala zrozumieć dynamikę tych wyborów i znaczenia, jakie pracownice seksualne przypisują konkretnym

formom aktywności seksualnej. Tego typu danych dostarczają przeprowadzone przeze mnie badania etnograficzne w agencjach towarzyskich w Łodzi (Ślęzak, 2016).

### Od „standardu” do „dodatków”

Bazując na obserwacjach oraz wywiadach swobodnych z pracownicami agencji najczęściej podejmowane przez nie formy aktywności seksualnej można podzielić na dwa typy. Pierwszy z nich to tzw. „standard”, czyli zestaw działań, które pracownica wykonuje w ramach uzyskanej od klienta opłaty. Choć nieco różni się on w zależności od lokalu, składają się na niego zwykle stosunek waginalny (raz lub kilka razy) oraz seks oralny w zabezpieczeniu. Dla uczestniczek badania były to „normalne” elementy życia seksualnego, choć, w przypadku seksu oralnego czy niektórych pozycji seksu waginalnego, niekoniecznie preferowane i wykonywane w jego prywatnym wymiarze. Jeśli klient chciałby doświadczyć dodatkowych lub innych usług, powinien uzgodnić ich zakres z pracownicą i dodatkowo za nie zapłacić. Określane są one jako „dodatki” i obejmują bardzo zróżnicowane działania – od pocałunków czy masażu, po seks analny, różne formy dominacji czy kontaktów z wydzielinami ciała. Część z tych czynności nie jest kontrowersyjna z perspektywy normy seksualnej, jednakże pracownice nie zawsze godzą się na ich wykonywanie ze względu na osobę klienta („nie każdego chce się pocałować”<sup>5</sup>). Część usług, o które pytali klienci, wykraczało poza czynności, jakie kobiety te są skłonne zaakceptować w swoim prywatnym życiu seksualnym, ponieważ budziły ich obrzydzenie, wstręt. Opory wielu pracownic budził seks analny, urofilia i koprofilia. W przypadku mało standardowych oczekiwań (niektóre fetysze, np. infantylnizm parafiliczny), początkujące pracownice często nie wiedziały, na czym dokładnie miało polegać spotkanie i nie potrafiły go właściwie poprowadzić. Nie zawsze znały także terminy, jakimi określane są konkretne działania:

Przez [pierwsze – przyp. aut.] dwa tygodnie się męczyłam psychicznie, że się chyba nie nadaję, wstydziałam się, nie dawałam w ogóle RADY, pod względem takim, że co to za seks, co oni tak wydziwiają, ja W ŻYCIU nie słyszałam i nie robiłam tak w życiu prywatnym. Na przykład seks analny. Ale też tak ogólnie, ja nie umiałam po prostu [...]<sup>6</sup>.

W ocenie innych pracownic nie były to „normalne” potrzeby seksualne, lecz sztucznie wykreowane przede wszystkim przez filmy pornograficzne. Z tego względu były to pragnienia, o których mężczyźni wstydzili się powiedzieć swoim partnerkom i do realizacji których potrzebowali usług komercyjnych:

<sup>5</sup> Rozmówczyni, kobieta, 35 lat, brak danych nt. okresu pracy w agencji.

<sup>6</sup> Rozmówczyni, kobieta, 32 lata, 2 lata pracy w agencji towarzyskiej.

W Niemczech złoty deszczyk robiłam na przykład, bo też go to podniecało [...]. To jest chore normalnie, to są debile, naoglądają się tych filmów pornograficznych i różne im po prostu po głowie lata nie wiadomo co<sup>7</sup>.

Przebieranki, uległości, pejcze. Jak ja bym nie była w takim miejscu, to ja bym nie wiedziała, że tacy faceci są. Naprawdę. W domu to on na pewno jest normalny, nie wydaje mi się, żeby on przy żonie taki głupi był<sup>8</sup>.

Pracownice skłonne były oceniać takich klientów z perspektywy normatywnej: „my jesteście tu bardziej porządne niż oni”<sup>9</sup>. W ich wypowiedziach to klienci byli tymi, którzy chcieli przesuwać granicę normy, to oni zjawiali się z kolejnymi („zbożonymi”) oczekiwaniami i nakłaniali je do ich realizacji. One same pozostawały „normalne”, ponieważ nie czerpały satysfakcji seksualnej z tych czynności. Tym bardziej, że większość moich rozmówczyń oferowała ograniczony zakres dodatków, wykonując tylko wybrane działania z wybranymi klientami.

### **Normalizacja dodatków**

Należy zaznaczyć, że wraz ze zdobywaniem doświadczenia w pracy seksualnej, nastawienie kobiet do realizowania dodatkowych czynności zwykle się zmienia. Wiąże się to z procesem uczenia się tego, na czym polegają konkretne usługi i jak je wykonać, ale też normalizacji tych usług i stopniowego postrzegania ich jako coraz bardziej „zwyyczajnych” elementów kontaktów seksualnych. Nie bez znaczenia jest także kalkulacja ekonomiczna, ponieważ, nie wykonując „dodatków”, kobieta zarabia mniej. Dla procesu normalizacji czynności niestandardowych niezwykle ważne są współpracownicy oraz klienci. Te pierwsze, poprzez rozmowy, przekazywanie wiedzy dotyczącej sposobów ułatwiania sobie wykonywania konkretnych pozycji, dzielenie się swoimi doświadczeniami i swoją historią, pomagają nowicjuszkom zmienić definicję tych czynności. Pomaga to ustalić nową normę i inaczej nakreślić to, co jest „zbożone”. Dobrym przykładem są trójki (klient i dwie kobiety) czy seks grupowy na terenie agencji. Choć dla nowicjuszek jest to zwykle aktywność z kręgu nieakceptowanych, poznanie profesjonalnej perspektywy współpracownic może stopniowo zmienić tę definicję. Taka czynność gwarantuje obu pracownicom wysoki zarobek przy mniejszym zaangażowaniu sił. Z dobrze dobraną partnerką trójką może być bardzo korzystną opcją zarobkową i jako taki zaczyna być postrzegany. Ważniejsze staje się więc ustalenie z drugą kobietą warunków skutecznej współpracy (także w kontekście podziału pracy przy tych czynnościach, które budzą w pracownicy opór), zaś wymiar normatywny schodzi na dalszy plan.

---

<sup>7</sup> Rozmówczyni, kobieta, 24 lata, 4 lata pracy w agencji towarzyskiej.

<sup>8</sup> Rozmówczyni, kobieta, 22 lata, 3 lata pracy w agencji towarzyskiej.

<sup>9</sup> Rozmówczyni, kobieta, 24 lata, 4 lata pracy w agencji towarzyskiej.

Niezwykle ważnymi uczestnikami procesu normalizacji niestandardowych usług są klienci. Zróżnicowanie ich oczekiwań oraz wielość tego, co może stanowić podniecie seksualną, było dla uczestniczek badania zaskoczeniem. Jednocześnie skutkowało w dłuższym okresie czasu tolerancją dla seksualności klientów, zgodnie ze słowami jednej z rozmówczyń: „mnie już tu nic nie zdziwi”<sup>10</sup>. Po pewnym czasie pracy w agencji nawet najbardziej niestandardowe usługi stają się bardziej powszednie. Nie oznacza to, że pracownice zawsze godziły się je wykonywać, ale zwykle na fantazje klientów reagowały bez zdziwienia, a więc dokładnie tak, jak oczekują klienci udający się do tego typu lokali.

Dla procesu normalizacji bardzo ważny jest sposób uzgadniania oczekiwań klienta i pracownicy. To, w jaki sposób klienci prezentują pracownicy swoje fantazje oraz jak je realizują, ma ogromne znaczenie dla tego, jak pracownica będzie odbierać dane działanie. Konsensualne zachowanie klienta, biorące pod uwagę wątpliwości pracownicy i jej sugestie oraz dające informacje zwrotną po wykonaniu usługi, daje podstawy do rozszerzenia swojej oferty o nową usługę, która wcześniej była nieakceptowana:

Była tutaj dziewczyna, która robiła te dominacje, ja ostatnio spróbowałam PIERWSZY raz tydzień temu, PIERWSZA moja dominacja, ale to było tak, „że jak coś to powiedz, jak cię będzie bolało”. Ale to był młody chłopak, po trzydziestce. No to już mówię, „no dobra”, ale mimo wszystko nigdy nikogo nie biłam [...]. No dobra, to wzięłam, przylałam mu i pytam się. Ale nie za mocno, tak słabo zrobiłam, a on: „Możesz mocniej” [uśmiech]. Ja: „No dobra” [uśmiech] [...]. No są tacy ludzie, [...] no, ale siedział tu parę godzin, zarobiłam, bo za to to się bierze sporo dopłaty, [...] no ale tego też, jak miałam go uderzyć, mówię: „Nie, najpierw musisz mi piwo jedno postawić”. Wypiłam trochę i dopiero [uśmiech], ale był bardzo grzeczny, bardzo grzeczny i miły. W końcu go pytam: „A nie było za słabo?”. „No trochę za słabo, ale jak na pierwszy raz, to sobie nieźle poradziłeś” [uśmiech]. Ja mówię, dobra, niech tak będzie.<sup>11</sup>

Klienci mogą pełnić więc także rolę nauczycieli, stopniowo zachęcając do wprowadzania usług wcześniej nieakceptowanych do repertuaru czynności seksualnych kobiet świadczących usługi seksualne lub też mogą zniechęcać swoim zachowaniem do podejmowania takich prób.

Na podstawie zgromadzonych danych można zrekonstruować proces zmiany percepcji wykonywania dodatkowych, często społecznie nieakceptowanych form aktywności seksualnej. Początkowe niewykonywanie żadnych tego typu usług, dzięki wybranym klientom (którzy w indywidualnej ocenie są do tego odpowiedni, oferują korzystną stawkę), zmienia się, w wyniku czego pracownica zaczyna podejmować próby realizowania wybranych „dodatków”. Kolejnym etapem jest włączenie danego „dodatku” do

<sup>10</sup> Rozmówczyni, kobieta, 38 lat, 10 lat pracy w agencji towarzyskiej.

<sup>11</sup> Rozmówczyni, kobieta, około 3 lata pracy w agencji towarzyskiej.

stałej oferty pracownicy, aż po specjalizację<sup>12</sup> i wykonywanie wyłącznie nieakceptowanych wcześniej czynności (szczególnie w przypadku usług BDSM) dla klientów poszukujących właśnie takich doznań. Nie każde żądanie klienta może więc zostać zaspokojone przez dowolną pracownicę. O ile niektóre potrzeby klientów może zrealizować prawie każda kobieta świadcząca usługi seksualne (np. seks oralny z zabezpieczeniem), zaspokojenia części oczekiwań może odmówić znaczna część pracownic (dotyczy to np. fetyszy, odgrywania ról czy seksu analnego) (por. Ślęzak, 2016, s. 230–234). Tym samym pewna grupa kobiet specjalizuje się w wykonywaniu najbardziej niestandardowych praktyk i to je muszą odnaleźć klienci, którzy są takimi usługami zainteresowani. Zdecydowana większość pracownic zaferuje podczas spotkania takie usługi, które nieznacznie wykraczają poza „standard” lub uzupełniają go o mniej kontrowersyjne działania dodatkowe (pocałunki, seks oralny bez zabezpieczenia, masturbacja, także wspomniane trójkąty). Taki zakres usług spełnia oczekiwania większości klientów, o czym może świadczyć fakt, że mężczyźni poszukujący bardziej nietypowych doznań rzadko trafiali do badanych lokali, poszukując realizacji swoich bardziej niestandardowych praktyk w wyspecjalizowanych miejscach.

Niektórzy chcą bardzo dziwnego seksu. Mnie to się wydaje, że to z jakichś przyczyn z dzieciństwa wynikają takie zachowania jakieś dewiacyjne, bo to nie każdy. Albo zwykły seks tak ich nuży, że muszą mieć coś innego? Ale tutaj nie przychodzą raczej tacy klienci, są już takie specjalne ogłoszenia pod nich ustawione i jakby oni wiedzą gdzie szukać<sup>13</sup>.

Działania uznawane przez uczestniczki badania za „nienormalne”, „zbożone” nie były więc codziennym elementem pracy w agencji. Jednakże, w miarę zdobywania doświadczenia, czymś innym stała się także norma i nieco inne czynności były sytuowane poza nią. Opowieści o „dziwnych” klientach, powtarzane w gronie współpracownic, można interpretować jako kolektywną pracę nad znaczeniem normy w kontekście komercyjnego seksu. Jest to więc nie tyle ustalenie, które oczekiwania klientów są „normalne”, a które już nie, co wyraz procesu dynamicznych przekształceń definicji normy pod wpływem nowych doświadczeń.

### **Zróźnicowane scenariusze spotkań**

Warto zaznaczyć, że klienci stanowią zróźnicowaną grupę, nawet jeśli weźmiemy pod uwagę tylko tych, którzy korzystają z jednego typu usług (w tym przypadku z agencji towarzyskich). W komercyjnym seksie realizują oni różne scenariusze spotkań, które znacząco rozbiegają się repertuarem poszukiwanych doznań i form aktywności seksualnej. W jednych scenariuszach klienci koncentrują się na doznaniach seksualnych

---

<sup>12</sup> Etap ten dotyczy jednak nielicznej grupy kobiet świadczących usługi seksualne.

<sup>13</sup> Kobieta, 35 lat, brak danych nt. okresu pracy w agencji.

w formie szybkiego seksu (scenariusz obsługi seksualnej) zaś w innych zależy im na bardziej rozbudowanym spotkaniu seksualnym z różnymi (także pod względem ich konwencjonalności) pozycjami i aktywnościami (scenariusze usługi seksualnej, przygody erotycznej). Natomiast niektórzy klienci oczekują spotkania, które przypomina relacje niekomercyjne (scenariusz romansu), gdzie stosunek seksualny nie odgrywa pierwszorzędnej roli (Ślęzak, 2016, s. 258–266). W zależności od realizowanego schematu klienci w innym stopniu oczekują doświadczeń GFE. O ile w scenariuszu obsługi seksualnej w ogóle nie ma na nie miejsca, to w scenariuszu romansu one są konieczne, bardzo rozbudowane i nierzadko prowadzą do ograniczenia działań *stricte* seksualnych na rzecz „rankowania”, rozmów, żartów, pieszczot. Choć na bazie badań jakościowych nie sposób określić, który ze scenariuszy dominuje, ich różnorodność oznacza, że możliwe jest odpowiednie przygotowanie swojej oferty usług, by przyciągać klientów zorientowanych na „normalne” lub niestandardowe usługi, w zależności od tego, co preferuje dana kobieta:

Różni są klienci, to jest tak jak w życiu, jest taki przekrój społeczeństwa [...]. I różne oczekiwania ich [klientów – dop. aut.] wobec nas. Różne. Od godziny rozmowy, rozmowy–słuchania tego, co on ma do powiedzenia, po facetów, którzy naoglądają się filmów i ich oczekiwania są takie, że aż aż aż [wzdycha] aż głupio mówić, no. Kamasutrę można poczytać<sup>14</sup>.

## Dyskusja i podsumowanie

Omówione badania prowadzone wśród kobiet świadczących usługi seksualne pokazują, że klientami są zarówno „zwykli” mężczyźni poszukujący „zwykłego” seksu, tacy, którzy szukają głębszej interakcji i wzajemnego emocjonalnego zaangażowania, a także ci, dla których głównym motywem korzystania z usług seksualnych jest możliwość zrealizowania swoich fantazji (np. niestandardowego seksu, wyszukanych pozycji, nieakceptowanych społecznie form aktywności seksualnej).

Do podobnych wniosków prowadzą (nieliczne) badania ilościowe prowadzone wśród klientów. Interesujących danych dotyczących tego, czego mężczyźni poszukują w kontaktach z pracownicami seksualnymi, dostarczają m. in. badania Milrod i Monto (2012), zrealizowane w USA na próbie 584 użytkowników strony internetowej z recenzjami usług seksualnych w wieku 22–79 lat. Na pytanie o formy aktywności zrealizowane choć raz podczas korzystania z usług seksualnych mężczyźni w badanej grupie najczęściej deklarowali: stosunek waginalny w prezerwatywie (96,6%), oralne pieszczoty penisa i moszny bez użycia prezerwatywy (96,2%), głębokie pocałunki (94,9%). Rzadziej klienci deklarowali używanie podczas stosunku zabawek erotycznych (61,5%),

<sup>14</sup> Rozmówczynie, kobieta, 28 lat, 3 lata pracy w agencji.



seks analny (53,4%, ale tylko 1,6% zapewniło, że jest to najczęściej wykonywana usługa seksualna), trójkąty (typu dwie kobiety, jeden mężczyzna; 48,8%) oraz stosunek waginalny bez prezerwatywy (36%). Uczestnicy badania jako najczęściej wykonywane czynności wskazali stosunek waginalny z prezerwatywą (39,9%) i oralne pieszczoty penisa i moszny bez prezerwatywy (32,6%) (Milrod, Monto, 2012, s. 799–801). Badacze zauważyli, że wśród deklarowanych usług, których klienci oczekują od pracownicy seksualnej, jest także GFE. Świadczą o tym najbardziej aprobowane przez uczestników badania cechy kobiety, z którą chcieliby spotkać się podczas komercyjnego stosunku. Najwięcej wskazań uzyskały stwierdzenia, że powinna ona mieć radosny, wesoły sposób bycia (83,6%), zaś (dopiero) na drugim miejscu znalazł się piękny i zdrowy wygląd (78,1%). Co ciekawe, 72% mężczyzn chciałoby, by kobieta zachowywała się jak ich dziewczyna, a nie jak prostytutka, zaś 67% oczekiwało entuzjazmu podczas stosunku seksualnego i gotowości próbowania różnych pozycji (Milrod, Monto, 2012, s. 801). Znaczenie pracy emocjonalnej wykonywanej przez kobiety świadczące usługi seksualne oraz oczekiwania klientów w zakresie GFE opisuje także Sanders (2008, s. 93–94), która badała klientów w Wielkiej Brytanii, Huff (2011), przybliżając specyfikę tego rodzaju doświadczeń na podstawie badań klientów w Kanadzie, a także Milrod i Weitzer (2012), badający klientów korzystających z usług seksualnych w USA.

Należy jednak pamiętać, że preferencje klientów różnią się w zależności od typu usług seksualnych. Badania klientów korzystających z ulicznej prostytutki (Monto, 2001) i kobiet świadczących usługi seksualne (Lever, Dolnick, 2000, za: Monto, 2001) wskazują, że seks oralny jest znacznie częściej realizowaną usługą przez kobiety pracujące na ulicy niż w lokalach. Może być to spowodowane przekonaniem klientów, że ten rodzaj aktywności obniża ryzyko zakażenia HIV czy też, że nie wymaga stosowania prezerwatyw (w przeciwieństwie do seksu waginalnego czy analnego). Ten rodzaj seksu może być też preferowany przez pracownice seksualne jako łatwiejszy do realizacji w warunkach prostytutki ulicznej (Monto, 2001). Wyniki tych badań wskazują, że występowanie lub nie konkretnych (w tym niestandardowych) oczekiwań klientów wiąże się także z rodzajem komercyjnych usług, jakie preferuje klient. Wymaga to dalszych badań porównawczych wśród różnych grup klientów.

Choć najlepszym źródłem informacji na temat klientów byłiby oni sami, brakuje polskich badań na temat<sup>15</sup>. Bazując na deklaracjach kobiet świadczących usługi w agencjach

<sup>15</sup> Można jedynie określić preferencje seksualne ogółu mężczyzn (w wieku 18–49 lat), bazując na wynikach badań zespołu pod kierownictwem Z. Izdebskiego (2012). Wśród innych pytań dotyczących życia seksualnego, znalazły się tam także te o ulubione i zazwyczaj podejmowane formy aktywności seksualnej (2012, s. 243). Analizując odpowiedzi respondentów można zauważyć, że w przypadku tych czynności więcej mężczyzn deklarowało je jako ulubione niż jako praktykowane na co dzień. Może to oznaczać, że istnieje obszar niezaspokojonych potrzeb, które potencjalnie mogą stanowić pole pracy seksualnej (jeśli mężczyzna zdecyduje się na komercyjny seks).

towarzyskich można jednak zauważyć, że postrzegają one większość swoich klientów jako poszukujących „zwykłego” seksu, realizowanego w sposób analogiczny jak podczas relacji niekomercyjnych. Specjalne oczekiwania mają mniej liczni klienci, którzy szybko uczą się, w których miejscach mogą je zrealizować i nie trafiają do „zwykłych” agencji. To ciekawe wnioski, które każą ponownie zastanowić się nad tym, dlaczego mężczyźni korzystają z usług seksualnych skoro szukają w nich tego, co cechuje usługi konwencjonalne? Jakie inne, poza seksualnymi, potrzeby zaspokajają w ten sposób? I szerzej, jak społecznie konstruowana jest męskość w kontekście seksualności? Sven-Axel Månsson zauważył, że aby zrozumieć, czego mężczyźni szukają w prostytutce, należy raczej przyjrzeć się procesowi społecznego konstruowania męskiej seksualności niż jedynie potrzebie ekspresji seksualnej (Milrod, Monto, 2012, s. 794). W kontekście omówionych badań można także zapytać, jak zmienia się społeczna rola klienta usług seksualnych, jeśli nie jest on już skoncentrowany jedynie na zaspokojeniu swoich potrzeb, ale oczekuje także towarzystwa, partnerstwa, sympatii i satysfakcji seksualnej odczuwanej przez kobietę, która świadczy mu usługi? Wielość motywów oraz różnorodność potrzeb zaspokajanych poprzez usługi seksualne sprawia, że trudno tutaj o proste wyjaśnienia. Tym bardziej, że obraz klientów korzystających z komercyjnego seksu jest wciąż niepełny i niejasny. Badania sugerują występowanie znaczących różnic w zakresie motywów korzystania z usług seksualnych czy przebiegu spotkań w zależności od typu usług, regularności i stażu korzystania z nich. Innych bodźców dostarczać może wizyta w agencji, innych prostytutka uliczna czy sponsorowanie wybranej kobiety. Zbyt mało jest jednak badań porównawczych, które dałyby wiedzę o specyfice „bycia klientem” każdej z nich.

Interesująca jest także analiza deklaracji kobiet świadczących usługi seksualne dotyczących przebiegów spotkań z klientami. Potocznie wydaje się, że pracownice powinny wykazywać dużą otwartość, przejawiającą się w realizowaniu różnych form aktywności seksualnej, także tych „najdziwniejszych”, czyli społecznie nieaprobowanych, ocenianych jako nieobydajne, tabu. prostytutka, sytuowana poza społecznym monitoringiem i kontrolą, wydaje się być miejscem na „więcej” i „odważniej”. Wyniki badań wskazują jednak, że tak nie jest. W przypadku usług seksualnych, w których nikt nie zmusza pracownic do wykonywania niechcianych przez nie czynności i w których one same decydują, na jakie usługi się zgodzą, mamy do czynienia ze specyficzną normą partnerską (Gapik, 2006, s. 9). Choć nie ma ona wszystkich cech opisywanej przez seksuologów normy partnerskiej, to jednak w diadzie partnerów podejmowana jest decyzja, co i jak zostanie wykonane podczas spotkania. Są to zazwyczaj czynności „standardowe”, wzbogacone o pewne elementy bardziej (przynajmniej do niedawna) kontrowersyjnych form aktywności seksualnej (np. seks oralny). Pracownice nie są więc tylko biernymi realizatorkami fantazji klientów, ale także współtwórczyniami tego, co dzieje się podczas spotkania.

## Bibliografia

- Bernstein, E. (2007). *Temporarily Yours. Intimacy, Authenticity, and the Commerce of Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gapik, L. (2006). Funkcjonowanie seksualne w normie i patologii. Podstawy diagnostyki i terapii. *Przegląd Terapeutyczny*, 1, 1-22.
- Goffman, E. (2005). *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*. Tłum. A. Dzierżyńska, J. Tokarska-Bakir. Gdańsk: GWP.
- Hochschild, A. R. (2009). *Zarządzanie emocjami. Komerccjalizacja ludzkich uczuć*. Tłum. J. Konieczny. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Huff, A. D. (2011). Buying the girlfriend experience: An exploration of the consumption experiences of male customers of escorts. *Research in consumer behavior*, 111–126.
- Izdebski, Z. (2012). *Seksualność Polaków na początku XXI wieku. Studium badawcze*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Izdebski, Z., Bartosik, G., Kaliwoda, A. (2002). Zachowanie seksualne i wiedza na temat HIV/AIDS w grupie kobiet świadczących usługi seksualne. Raport TNS OBOP [dostęp: 29 września 2014]. Dostępny w Internecie: [http://www.aids.gov.pl/badania\\_spoleczne/228/](http://www.aids.gov.pl/badania_spoleczne/228/)
- Izdebski, Z., Ostrowska, A.. (2003). *Seks po polsku*. Warszawa: MUZA S.A.
- Izdebski, Z., Konarkowska-Lecyk, A. (2000). Zachowania seksualne kobiet świadczących usługi seksualne. W: *Zachowania seksualne kobiet świadczących usługi seksualne, mężczyzn homoseksualnych i osób uzależnionych od narkotyków*. Zielona Góra: Organon.
- Kinsey, A. C., Pomeroy, W. B., Martin, C. E., Gebhard, P. H. (1948). *Sexual Behavior in Human Male*. Philadelphia, PA: W.B. Saunders.
- Milrod, Ch., Monto, M. A. (2012). The hobbyist and the girlfriend experience: Behaviors and preferences of male customers of internet sexual service providers. *Deviant Behavior* 33(10), 792–810.
- Milrod, Ch., Weitzer, R. (2012). The intimacy prism: Emotion management among the clients of escorts. *Men and Masculinities* 15(5), 447–467.
- Monto, M. A. (2001). Prostitution and fellatio. *Journal of Sex Research* 38(2), 140–145.
- Monto, M. A., Milrod, Ch. (2014). Ordinary or peculiar men? Comparing the customers of prostitutes with a nationally representative sample of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology* 58(7), 802–820.
- Monto, M. A., McRee, N. (2005). A comparison of the male customers of female street prostitutes with national samples of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology* 49(5), 505–529.
- Sanders, T. (2008). *Paying for Pleasure: Men Who Buy Sex*. Cullompton, UK: Willan Publishing.

Ślęzak, I. (2013). Refleksje nad zagadnieniem piętna w relacjach badacza i badanych na podstawie wywiadów z kobietami świadczącymi usługi seksualne. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe*, t. 1 nr 41, 149–162.

Ślęzak, I. (2016). *Praca kobiet świadczących usługi seksualne w agencjach towarzyskich*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.

### **Cytowanie:**

Ślęzak Izabela (2019). „Zwykłe” potrzeby „zwyczajnych” mężczyzn czy fantazje „zbożców”? *Formy aktywności seksualnej klientów z perspektywy kobiet świadczących usługi seksualne*. „Fabrica Societatis”, No. 2, s. 26-44 [dostęp: dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: [www.fabricasocietatis.uni.wroc.pl](http://www.fabricasocietatis.uni.wroc.pl), DOI: 10.34616/fs.19.2.26.44.