

# "Sponsoring", czyli jak ONE sobie z tym radzą

"Lubi się wymknąć czasem spod kontroli,  
rozsypać dziko i płasnąć do woli,  
lub na poduszce omdlewając błogo  
uwodzić kogo."

(z wiersza "Żarcik saficki" Elżbiety Lipińskiej)

O ile proceder, jaki uprawiają "galerianki", to "drobny okolicznościowy handelek wymienny", efekt uboczny ogromnych współczesnych anonimowych galerii handlowych pełnych kolorowego towaru, coś jak "babcie handlujące pietruszką" przy dawniejszych placach targowych, przeganiane przez straż miejską, gdy zbyt rzucające się w oczy, o tyle zjawisko tzw. "sponsoringu", to już nowoczesna szara strefa gospodarcza, połączenie gałęzi finansowej z edukacyjną i erotyczną, swoiste społeczne *signum temporis*.

Dawniej, dawniej wyglądało to tak: młode dziewczęta wydawało się jak najwcześniej za męża i w wieku lat 20 były już najczęściej matkami, w wieku 30, matronami, w wieku 40, babkami... Jeśli jednak z zamążpójściem się nie udało, to mamy kilka wariantów. "Stare panny" z bogatych domów zostawały przy rodzinie, rzadziej szły na studia, częściej do klasztoru. Z warstw uboższych stawały się służącymi, ze średnio niezamożnych za to bardziej wykształcone - guwernantkami, zdolniejsze/ładniejsze - artystkami. I to ta niezamężna "niezaopiekowana" przez rodzinę grupa kobiet służyła do zaspokajania potrzeb seksualnych co bardziej aktywnych seksualnie mężczyzn z nieco zamożniejszych warstw społecznych.

Instytucja małżeństwa była trwała, mężczyźni w młodym wieku chcieli się przez ślubem "wyszumieć", w wieku średnim, dożywotnio zaobrączkowani, chcieli jeszcze "cieszyć się życiem", a przecież nie będą tego uprawiali z własnymi żonami-babkami. Korzystanie z domów publicznych to jednak nędza, ale (młoda ładna zdolna) utrzymanka na boku? To było to! I szlachetniejsze, i daleko bardziej podniecające. Literaturę z tamtych czasów zaludniają różne "przyjaciółki pana domu", "kochanki na boku", "damy kameliowe", kokoty, kurtyzany, metresy... W starożytności, hetery, na królewskich dworach, faworyty, nałożnice, "damy serca"...

Dziś jest inaczej, dziewczęta stają się dojrzałe seksualnie, ale nie wychodzą za męża, nie rodzą dzieci, najpierw zdobywają wykształcenie. Nawet z całkiem średniozamożnych niższych warstw społecznych wysyła się córki na studia. Więc mamy mnóstwo młodych kształcących się kobiet zderzonych z wymogami dorosłego życia - rachunkami, samodzielnym mieszkaniem poza domem rodzinnym, często w innym mieście a nawet kraju - i z szalącą komercjalizacją. Jak tu być oszczędnym, skromnym, niewymagającym? Jeśli skomercjalizowany świat właśnie tego wymaga od ludzi, obrotu, wzrostu, zysku... Zdobywania pieniędzy i wydawania, żeby zysk odpływał nieustannie do najbogatszych.

W tym systemie mamy też mnóstwo mężczyzn, którzy całkiem nieźle zarabiają, ale oprócz pracy chcą "czegoś więcej od życia", czyli seksu jak długo się da. Chcą młodych, ładnych i - co ważne - niegłupich kobiet, z którymi poza tym nie muszą się łączyć w trwałe związki, bo albo jeszcze sami są młodzi i wolą sobie powymieniać, zanim wybiorą sobie odpowiednią żonę z tej samej półki, z tych niepotrzebujących sponsora, albo mają już swoje lata i żony, i tego nie chcą ruszać.

"Sponsoring" to zjawisko nowe bezpośrednio łączące się z aktualnym systemem gospodarczym, turbokapitalizmem, globalnym liberalizmem, a tak naprawdę piramidą finansową. Beneficjentki "sponsoringu" to studentki, kobiety dorosłe, ale jeszcze niepracujące. Ale też niemające z domu karty kredytowej *in blanco*. Uprawiają swoistą prostytutkę "na czas" zdobywania innego zawodu. Nie są jednak amatorkami, są pracującymi student(k)ami, "working students" - "A working student is an individual who is studying but working part time at the same time. Working students have to work harder to compensate their working time with their studies."

*Studies show that working students manage their time better than students who don't work.*"[1]

Jeśli pracą tą są "usługi seksualne" to jest to szczególna odmiana prostytucji, choć nie są to profesjonalne prostytutki (oburzyłyby się!), to też nie luksusowe modelki-call-girls (nie są ani tak ładne, ani tak luksusowe, nie uprawiają tak wyjątkowego zawodu), to, jak to ktoś (Joanna Podgórska w "Polityce") trafnie nazwał, "uniwersytutki" [2].

Sprawa się jednak jeszcze bardziej komplikuje. Bo dawniej "życie seksualne" to był przywilej mężczyzn. Kobiety były żonami i matkami, seks małżeński to było coś służącego bardziej prokreacji niż przyjemności. Nie było czegoś takiego jak mówienie o satysfakcjonującym seksie dla kobiet (nawet jeśli tej czy innej się - skrycie - podobał) w przeciwieństwie do mężczyzn, którzy mieli swoje "naturalne potrzeby" i dawali sobie prawo do ich zaspakajania (tym bardziej, że nie było antykoncepcji). A jeśli nawet trafiła się jakaś "markiza Angelika", przebijająca w mężczyznach dla seksualnej ekscytującej przygody, to był to wyjątek, a tak w ogóle to pewnie bardziej wymysł współczesnego kina.

I jak już doszliśmy do kina. Kino nie tylko wymyśla, ale też odzwierciedla. Uprawiające "sponsoring" bohaterki filmu Małgorzaty Szumowskiej, Charlotte vel Lola i Alicja opowiadają (za pieniądze) swoje historie dziennikarce kobiecego magazynu "Elle" ("Ona"), rzecz dzieje się w Paryżu. Dziennikarka Anne wymyśla (sic!) ciekawe tematy do pisma, w którym pracuje. Tym razem ma to być reportaż o studentkach dofinansujących sobie swoje studenckie życie handlem seksem. Rodzice opłacają im studia, ale tak, że ino. Studentki powinny też trochę same pracować wykonując któryś z dostępnych dorywczych prac dla studentów.

Tyle że praca przy kasach czy w fastfoodowych restauracjach jest tak nisko płatna, że trzeba by pracować na *full*, żeby się z tego jako tako utrzymać, więc kiedy się uczyć? A tu magazyny typu "Elle" kuszą co wydanie nowymi kolekcjami mody, markowymi butami i torebkami, luksusowymi perfumami... studentka jest przede wszystkim młodą kobietą i chce wyglądać! Skromność na okres edukacji w czasach komercji nie jest żadną wartością, to "zapach biedy", którego się wstydzą.

A przecież młode nowoczesne kobiety chcą być przede wszystkim piękne i seksowne. Chcą się podobać. Uwodzić. Bo kiedy, jak nie w młodości? Zwłaszcza, że reklamy robią wszystko, żeby je do tego zachęcić. I mogą robić ze swoimi ciałami, co chcą, mogą mieć swoich chłopaków, albo właśnie, "sponsorów", albo i jedno, i drugie. Ich wybór. Tylko czy aby na pewno wybór? I do jakiego stopnia? I jakie są tego wyboru konsekwencje? O tym jest film Szumowskiej po polsku zatytułowany "Sponsoring". Jednak wolałabym tytuł oryginalny (bo oryginalnym językiem filmu jest francuski), "Elles", "One", nawiązujący do kobiecego miesięcznika "Elle" i opowiadający o współczesnych kobietach, o trzech bohaterkach, Charlotte, Alicji i Anne. W relacji do męskiego świata, seksu i pieniędzy.

Francuzka Charlotte z paryskiego blokowiska i Polka Alicja na paryskich studiach finansowanych przez ambitną ale przecież prostą i niezamożną matkę z Polski, aspirują do lepszego świata, świata, w którym żyje Anne, dziennikarka "Elle". Anne należy do paryskiego upper-class. Mieszka w tzw. dobrej dzielnicy, w solidnej mieszczańskiej kamienicy, w mieszkaniu ze stiukami, kominkiem i kryształowym lustrem w rzeźbionej ramie nad nim, jeśli słucha muzyki, to klasycznej na najlepszym sprzęcie, jeśli robi zakupy, to (w droższych) sklepach z żywnością eco, jeśli gotuje, to w żeliwnym (najdroższym na rynku) garnku firmy Le Creuset, jeśli dla gości, to *coquilles Saint-Jacques*, (wykwintne) muszle świętego Jakuba, jeśli pisze swój artykuł na laptopie, to firmy Apple itd. itp.

Tak wysoko Charlotte i Alicja nie aspirują, bo to trzeba mieć we krwi ("Nigdy nie będę taka jak pani."). Ten dyskretny snobizm "wyższej klasy". I z tej pozycji Anne ocenia swoje rozmówczynie. Dopóki się nie dowie, że ich klienci, sponsorzy znaczy, rekrutują się z właśnie z jej warstwy. To mężczyźni (najczęściej?) żonaci ze swoimi zadbanymi reprezentatywnymi żonami. Żonami uprawiającymi niedostępne dla zwykłych absolwentek studiów dobrze płatne eleganckie zawody, np. w redakcji "Elle", poszukującymi ciekawych tematów dla swych wiernych

czytelniczek, kobiet jak one. Z żonami, których już od dawna nie pragną, choćby nie wiem jak młodo się trzymały. Oni pożądają młodych kobiet. A kobiety? Te starsze? Takie Anny? One też pragną być pożądane. To właśnie się zmieniło. I to stało się dla Anne, żony dbającej o dom, męża i ciało, jasne. I że pod bokiem już rośnie kolejne pokolenie mające swoje "potrzeby seksualne", jej synowie. I jak sobie z tym poradzić? I z tą kwadraturą koła twórcy filmu nas zostawiają.

<http://www.youtube.com/watch?v=1lRtigrr4A4>

*Film podobał mi się od samej premiery, a gdy obejrzałam go raz i drugi na DVD, jeszcze bardziej utwierdziłam się w przekonaniu, że film jest świetny, wart swoich nagród i pochwał. I że zarazem w jakimś sensie jest zapoznany. Wszystkie role, i kobiece, i męskie zagrane są brawurowo. Brawa dla Anaïs Demoustier grającej Charlotte, dla debiutującej na dużym ekranie fenomenalnej, oskarowej, typowałabym, Joanny Kulig, Alicji, i, już oskarowej, Juliette Binoche, Anne, ale też Louis-Do de Lencquesainga, męża Anne, i Andrzeja Chyry, jednego z "klientów-sponsorów". W epizodzie wystąpiła Krystyna Janda, zagrała, dobrze jak to ona, matkę Alicji. Scenariusz napisała Małgorzata Szumowska z Tine Byrckel. Autorem muzyki jest Paweł Mykietyn. Autorem zdjęć Michał Englert. Zderzenie dwóch światów w jednym świecie, naszym, przypomina inne zderzenie, kapitana Phillipsa i jego załogi z załogą rybackiej łodzi, piratami somalijskimi, na Morzu Czerwonym w filmie "Kapitan Phillips", który przy okazji polecam:*

<http://www.youtube.com/watch?v=V3kjAV9h3PI>