

Networking i streetworking w centrach handlowych – metody docierania do młodzieży i młodych dorosłych narażonych na komercyjne wykorzystywanie

W artykule zostaną przedstawione dwie metody pracy środowiskowej — networking i streetworking w centrach handlowych. Dzięki tym działaniom Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci i Młodzieży Program STACJA dociera z ofertą profilaktyczną, edukacyjną i pomocową bezpośrednio do młodych ludzi w centrach handlowych.

Streetworking w centrach handlowych

W ciągu ostatnich lat zaistniało nowe, medialne zjawisko — problem „galerianek”, czyli nastolatek, które oferują w centrach handlowych usługi seksualne w zamian za wynagrodzenie w postaci pieniędzy lub prezentów: gadżetów, ubrań, kosmetyków, sprzętu elektronicznego. W drugiej połowie 2009 r. Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci i Młodzieży Program STACJA zrealizowało projekt, mający na celu poznanie rzeczywistej skali tego zjawiska¹. Wykorzystano głównie metodę streetworkingu, czyli działania bezpośrednio w środowisku — w dwóch warszawskich galeriach handlowych. Projekt skierowany był do młodzieży i młodych dorosłych spędzających w nich wolny czas, w tym tych, którzy poszukują w centrach handlowych potencjalnych klientów na usługi seksualne.

W trakcie diagnozy przeprowadzono wywiady z pracownikami centrów oraz kompleksową obserwację terenu galerii². Wywiady składały się z dwóch części: pierwsza dotyczyła młodzieży po prostu spędzającej czas w galeriach, druga zjawiska „galerianek”.

Z badań wynika, że prawie wszyscy respondenci³ widują na terenie galerii młodzież. Streetworkerzy również zaobserwowali grupki młodzieży, niekoniecznie robiące zakupy, ale po prostu spędzające tam czas. Nawiązali oni kontakt z 546 osobami, głównie w wieku gimnazjalnym (317 osób) i licealnym (189 osób), z którymi rozmawiali na tematy związane m.in. z edukacją seksualną. Proponowali im również alternatywne, do przebywania w centrach handlowych, formy spędzania wolnego czasu.

¹ Projekt pt. *Promowanie zdrowego stylu życia i odpowiedzialnych zachowań seksualnych w kontekście HIV/ AIDS i STI*, realizowany w 2009 r., był współfinansowany przez Miasto Stołeczne Warszawa.

² Szczegółowe dane pochodzące z wywiadów i obserwacji znajdują się w: Bielecka 2010.

³ W trakcie diagnozy przeprowadzono 246 wywiadów z pracownikami centrów handlowych.

Okazało się, że zjawisko „galerianek” jest znane również pracownikom galerii handlowych — słyszało o nim aż 95% zapytanych. Jednak po dokładniejszym przyjrzeniu się wypowiedziom respondentów, można zauważyć, że przedstawiany przez nich obraz jest wypadkową wiedzy pochodzącej głównie z ich wyobrażeń oraz mediów. Są one bardzo ogólne i w większości przypadków inspirowane wizją medialną, zaprezentowaną w filmie „Galerianki”, w reżyserii Katarzyny Rosłaniec⁴. Zapytani o ogólną wiedzę i opinię o zjawisku odpowiadali chętnie, często dość wyczerpująco. „Galerianki” opisywali jako młode dziewczyny, noszące białe lub różowe kozaczki, minispódniczki, imitację biżuterii — ubrane kiczowato i tandetnie. Ich zachowanie określano jako krzykliwe, próbujące zwrócić na siebie uwagę, wyzywające. Jednak zapytani o szczegóły dotyczące samych „galerianek” oraz ich relacji ze sponsorami nie potrafili posłużyć się własnymi obserwacjami czy konkretnymi przykładami, które osobiście widzieli lub o nich słyszeli.

Można odnieść wrażenie, że media dają gotowy, choć niekoniecznie zgodny z rzeczywistością, wizerunek „galerianki”, który ludzie przyjmują jako własny i chętnie z niego czerpią, wyrażając opinie na ten temat.

Wśród młodych osób, z którymi streetworkerzy rozmawiali, mogły być osoby mające lub poszukujące sponsorów. Jak pisze Bielecka (2010), „trudno jednak podać konkretną liczbę, ponieważ żadna z nich nie ujawniła się wprost (...)”. Istotne jest to, że streetworkerzy, postępując zgodnie z zasadami etycznymi i standardami swojej pracy, nie używali żadnych technik, jakich do uży-

skania jak najbardziej spektakularnego materiału używają dziennikarze (typu: opłacanie za wypowiedź, generalizowanie jednego przypadku na szerszą populację, konfabulowanie czy nagrywanie z ukrytej kamery, dyktafonu). Jest to istotna uwaga, ponieważ większość mediów traktujących o tym problemie prezentuje „przypadki dziewcząt”, przytacza ich wypowiedzi, szczegółowo opisuje środowisko rodzinne i rówieśnicze, stwarzając wrażenie, że dotarcie do nastoletnich „galerianek”, „sponsorowanych studentek” nie jest żadnym problemem, a wręcz oczekują one, by „pochwalić się” swoją historią” (Bielecka 2010).

Wbrew pozorom identyfikacja osób poszukujących lub mających sponsorów jest trudna z kilku powodów. Dzieje się tak, ponieważ nie posiadają żadnych widocznych etykietek świadczących o tym, kim są, nie muszą też być wiernym odzwierciedleniem filmowego stereotypu. Do nawiązania kontaktu ze sponsorem nie musi dochodzić na terenie centrum handlowego. Można odbyć się to np. w klubie czy w Internecie. Ta ostatnia możliwość wydaje się najbardziej komfortowa. Umożliwia umieszczenie ogłoszenia anonimowo, pod dowolnym nickiem oraz wycofanie się z relacji właściwie w każdej chwili. Ponadto wymaga mniej czasu niż oczekiwanie na sponsora w galerii handlowej.

Obecnie Internet wydaje się być najsprawniejszym i najprostszym sposobem komunikacji, dającym złudne poczucie bezpieczeństwa, zapewniając pozorną anonimowość. Na wielu portalach, forach, czatach internetowych codziennie pojawia się wiele nowych ogłoszeń osób zainteresowanych nawiąza-

⁴ Warto dodać, że wywiady były przeprowadzone w miesiącach wrzesień–październik, a 20 września 2009 r. odbyła się premiera pełnometrażowego filmu „Galerianki”, reż. K. Rosłaniec. Ponadto film był promowany medialnie, gdyż na festiwalach filmowych otrzymał wiele nagród: we wrześniu odbył się 34 Festiwal Polskich Filmów Fabularnych — Najlepszy Debiut Reżyserski dla Katarzyny Rosłaniec; w lipcu 9 Międzynarodowy Festiwal Filmowy Era Nowe Horyzonty — Najlepszy Debiut; w czerwcu 28 Koszaliński Festiwal Debiutów Filmowych „Młodzi i Film” — Wielki Jantar 2009 dla Najlepszego Debiutu i Najlepszy Debiut Aktorski (rola kobieca). Wcześniej w Internecie dostępna była etiuda „Galerianki”, reż. K. Rosłaniec (etiuda szkolna z 2006 r., Warszawska Szkoła Filmowa).

niem relacji na zasadzie sponsoringu: zarówno sponsorów, jak i osób ich poszukujących. W związku z tym Stowarzyszenie Program STACJA zdecydowało się na kontynuowanie, w roku 2010, działań w ramach projektu: *Promowanie zdrowego stylu życia i odpowiedzialnych zachowań seksualnych w kontekście HIV/AIDS i STI*⁵, skierowanego do młodych osób, między innymi poszukujących sponsorów, w tym przebywających na terenie galerii handlowych. Oferta została rozszerzona o dwa rodzaje dyżurów internetowych: a) działania networkerskie na czacie portalu Wirtualna Polska; b) działania na forach i portalach, gdzie umieszczone są oferty sponsorów i osób ich poszukujących. Networkerzy podejmują próby kontaktu z tymi ostatnimi, w celu poznania ich motywów, potrzeb itp.⁶

Myśląc o komercyjnym wykorzystywaniu młodzieży i młodych dorosłych, należy mieć na uwadze to, że skupianie się jedynie na centrach handlowych może prowadzić do uśpienia czujności — osoby niepasujące do stereotypowego wizerunku „galerianki” również mogą sprzedawać usługi seksualne. Posługiwanie się stereotypami może być też krzywdzące dla tej części młodzieży, która, podążając za współczesną modą, ubiera się podobnie jak filmowa Milena⁷. Może to prowadzić do zaszufładowania niektórych osób, jako poszukujących sponsorów, ze względu na sam ubiór. Dorośli, którzy czynią ją o to podejrzewać i przez to nega-

tywnie postrzegać, odbierają sobie szansę na zbudowanie pozytywnego kontaktu z młodymi ludźmi, a co za tym idzie — zmniejszają prawdopodobieństwo, że młodzi ludzie zwrócą się do nich, gdy rzeczywiście będą potrzebowali pomocy.

Od samego początku media przedstawiają zjawisko „galerianek” jako nowe, powszechne wśród młodzieży, godne potępienia. Przez to też przyciągnęły uwagę opinii publicznej, podsuwając gotowe recepty na sposób myślenia o tym problemie. Nie zostały im miejsca na refleksję nad tym, czy skala i specyfika zjawiska jest rzeczywiście taka, jak kreują to środki masowego przekazu. „Galerianki” zostały zaprezentowane jako nowy problem młodych ludzi, jednak naszym zdaniem warto zaznaczyć, że świadczenie usług seksualnych nie jest zjawiskiem nowym — nowa jest jedynie jego forma i określenie. Nie kwestionujemy istnienia „przypadków galerianek”, ale jesteśmy dalecy od uznawania tego za powszechny trend w środowisku młodzieżowym.

Medialne nagłośnienie jakiegoś problemu, bez uprzedniego zbadania go, może nieść ze sobą różne konsekwencje. Może na przykład zdarzyć się tak, że to nie odbiór społeczny będzie reakcją na zjawisko, lecz odwrotnie: medialne wykreowanie obrazu zjawiska przyczyni się do jego rozpowszechnienia. Warto pokusić się o refleksję, czy nie stało się tak w tym przypadku.

Networking

W latach 2009–2010 Stowarzyszenie Program STACJA realizuje projekt⁸ pt.: *Networking Programu STACJA — edukacja i profilaktyka. Działania networkerskie jako forma edukacji*

i profilaktyki, bezpośrednie wsparcie i „pomost” pomiędzy instytucjami pomocowymi a dziećmi i młodzieżą z grup wykluczonych i zagrożonych wykluczeniem społecznym.

⁵ Projekt pt. *Promowanie zdrowego stylu życia i odpowiedzialnych zachowań seksualnych w kontekście HIV/AIDS i STI*, realizowany w roku 2010, jest współfinansowany przez Miasto Stołeczne Warszawa.

⁶ Obecnie badania jeszcze trwają, wyniki zostaną opracowane w trakcie ewaluacji, pod koniec 2010 r.

⁷ Milena — główna bohaterka filmu „Galerianki”, reżyserii Katarzyny Rosłaniec.

⁸ Projekt jest finansowany ze środków Programu Operacyjnego Funduszu Inicjatyw Obywatelskich.

Działania te opierają się głównie na tworzeniu „pomostu” między osobą w trudnej/kryzysowej sytuacji a instytucją pomocową. Jedną z głównych zasad pracy w Internecie jest zapewnienie anonimowości rozmówcy — nie musi on podawać żadnych danych osobowych ani innych prywatnych informacji, aby móc porozmawiać z osobą dyżurującą na czacie.⁹

Networkerzy odpowiadają na pytania, podają odnośniki do stron internetowych zawierających rzetelne informacje na tematy, którymi ich rozmówcy są zainteresowani. Rozmawiają między innymi o ryzykownych zachowaniach seksualnych, ich konsekwencjach, o tym, jak dbać o własne zdrowie i bezpieczeństwo. Do networkerów zwracają się również osoby, które znalazły się w różnego typu trudnych sytuacjach, związanych np. z seksualnością, przemocą, uzależnieniami, chcące porozmawiać z kimś neutralnym, kto nie będzie ich oceniał i moralizował. Warto dodać, że networkerzy nie prowadzą na czacie żadnego rodzaju terapii. Ich celem jest pomoc w identyfikacji trudności osoby, z którą rozmawiają oraz wspólne poszukiwanie satysfakcjonującego rozwiązania czy też wskazanie instytucji wyspecjalizowanej w rozwiązywaniu danego problemu.

Każdy networker Programu STACJA ma zarezerwowany dla siebie, unikalny nick¹⁰. Ma to zapobiegać możliwości podszywania się pod networkerów innych, nieuprawnionych osób oraz zapewnić rozpoznawalność pracowników programu. W oknie rozmowy ogólnej umieszczana jest jedynie informacja o tym, że właśnie trwa dyżur, a także o zakresie udzielanej informacji czy pomocy. Poza tą informacją networkerzy nie biorą udziału w dyskusji na forum. Sami nie zaczynają rozmów z zalogowanymi osobami, czekają, aż zainteresowani zainicjują kon-

takt. Wówczas rozmawiają z nimi indywidualnie, na tak zwanym *privie*. Wynika to z potrzeby zapewnienia klientom komfortowych warunków rozmowy, na niekiedy trudne i drażliwe dla nich tematy, a także poszanowania ich prywatności.

Doświadczenia i ewaluacja projektu wskazują na to, że taka forma pomocy i edukacji się sprawdza. Użytkownicy czatu chętnie inicjują rozmowy. W okresie od lipca do grudnia 2009 r. networkerzy przeprowadzili 2 056 rozmów, w tym 1 555 z mężczyznami i 501 z kobietami. Dominowały wśród nich osoby w wieku 15–24 lata (732 osoby).

Poruszane w trakcie rozmów tematy dotyczyły między innymi profilaktyki HIV/AIDS i innych chorób przenoszonych drogą płciową, antykoncepcji, instytucji pomocowych, uzależnień, świadczenia usług seksualnych, przemocy, problemów związanych z dojrzewaniem, seksualnością.

Fakt, że tak dużo młodych ludzi podejmuje z networkerami tak wiele osobistych i trudnych tematów, może świadczyć o tym, że potrzebują oni nie tylko wiedzy czy pomocy, ale także zwykłej rozmowy z życzliwymi dorosłymi, którzy ich wysłuchają nie moralizując i nie oceniając — czego młodzież tak bardzo nie lubi.

Stwarzanie okazji do takich kontaktów jest niezaprzeczalnym plusem Internetu. Nie należy jednak zapominać o zagrożeniach, jakie on niesie. Pracując na czatach networkerzy wciąż obserwują treści i propozycje o charakterze seksualnym, umieszczane na forum ogólnym. Nierzadko również sami otrzymują, w oknie rozmowy prywatnej, propozycje sponsoringu, cyberseksu lub spotkania w realu. Świadczy to o tym, że nie jest konieczne aktywne poszukiwanie sponsora, aby otrzymać taką propozycję. Młodzi użytkownicy czatów mogą się na nie natknąć, bez wzglę-

⁹ Więcej informacji o networkingu w: Grotecka, Rżanek 2010 oraz na stronach: <http://programstacja.org.pl/programstacja/networking.html>,

¹⁰ Przykładowe nicki networkerów Programu STACJA: STACJA-Kasia STACJA-Monika.

du na specyfikę pokoju, do jakiego się za-
logują — czy będzie to pokój „towarzyski”,
„podstawówka”, „gimnazjum”, „nastolatki”
czy „film”. Internet zapewnia dużą swobodę —
również osoby niepełnoletnie mogą np. wejść
do pokoju o tematyce erotycznej. Natomiast
dorośli mogą umieszczać treści erotyczne,
również wulgarne, w pokojach, gdzie według
regulaminu czata jest to niedozwolone. Anonimowość
Internetu pozwala im wykorzystywać innych, w tym
dzieci i młodzież, na różne sposoby i na różnych
poziomach. Może się to odbywać zarówno przez
tekst pisany, kamerki, przesyłanie zdjęć, jak i
spotkania w świecie rzeczywistym. Zdarza się,
że oferują w zamian wynagrodzenie, w postaci np.
doładowania do konta komórkowego. Kontakt przez
Internet pozwala dorosłym zredukować poczucie
winy, a także minimalizować wagę czynu, jakim
jest skrzywdzenie młodej osoby. Należy pamiętać
o tym, że wykorzystanie seksualne nie musi polegać
na kontakcie fizycznym. Skrzywdzić można również
za pomocą słowa pisanego czy obrazu.

Dzieci, młodzież czy młodzi dorośli często
nie mają świadomości, że ktoś wykorzystuje ich
do swoich celów, zaspokojenia własnych potrzeb.
Zdarza się, że niektórzy zdają sobie z tego
sprawę, ale nie wiedzą jak o tym rozmawiać i
gdzie szukać pomocy. Są też tacy, którzy
podejmują różnego rodzaju zachowania
ryzykowne, nie mając wiedzy o zagrożeniach z
nich wynikających. Wielu z nich nie wie, do kogo
zwrócić się po informację lub pomoc, pozostają
też poza zasięgiem tradycyjnych instytucji
pomocowych.

Dlatego Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci i
Młodzieży Program STACJA stara się dotrzeć do
tych młodych osób bezpośrednio w ich
środowisku — tam, gdzie spędzają

czas, czyli: na ulicy, w Internecie, klubach,
centrach handlowych. Głównym celem takiego
działania jest wyjście do klienta i stworzenie
pomostu między wyspecjalizowaną instytucją a
osobą, która potrzebuje konkretnej pomocy.
Polega ono na edukacji i profilaktyce, a także
wspieraniu młodego człowieka w podjęciu
trudnej decyzji o skorzystaniu z pomocy i
dotarciu do niej. Metodami, które Program
STACJA wykorzystuje w swojej pracy są:
streetworking¹¹ (praca na ulicy), partyworking
(czyli edukacja i profilaktyka w klubach i
dyskotekach¹²) oraz networking (na czatach
internetowych). Uzupełnieniem oferty jest
możliwość przyjścia na dyżur stacjonarny oraz
kontakt telefoniczny.

Podsumowując, postulujemy, żeby zamiast
załamywać ręce nad „dzisiejszą młodzieżą”,
tworzyć nowe i wspierać już istniejące
działania profilaktyczne i edukacyjne skierowane
do dzieci, młodzieży, młodych dorosłych, ale
także do rodziców, nauczycieli, całego
społeczeństwa. „Starając się rozwiązywać
problemy społeczne należy kłaść nacisk na
likwidację przyczyn, a nie skutków. Wówczas
działania są tańsze i skuteczniejsze” (Bielecka
2010). Powyższe stwierdzenie może wydać się
banalne, jednak uważamy, że warto podkreślać
wciąż istniejącą potrzebę tworzenia programów
profilaktycznych, w tym takich, które pozwalają
na dotarcie do młodych ludzi w środowisku,
w którym mogą podejmować ryzykowne
zachowania. Ich ważnym elementem powinna
być edukacja seksualna nastawiona nie tylko na
przekazywanie konkretnej wiedzy, ale i
umiejętności, np. stawiania granic. Tylko w
ten sposób można dać dziecku — przyszłemu
dorosłemu — instrument do radzenia sobie w
trudnych sytuacjach.

¹¹ Więcej informacji o streetworkingu: <http://programstacja.org.pl/programstacja/streetworking.html>, <http://www.osos.org.pl> oraz w: *Międzynarodowy przewodnik metodologiczny po streetworkingu na świecie*. (2008), stworzony przez Dynamo International.

¹² Więcej informacji o partyworkingu na stronie Stowarzyszenia <http://programstacja.org.pl/programstacja/partyworking.html> oraz w: Rżanek, Grotecka 2010.

The article describes two methods of community work — networking and streetworking in shopping malls. It is by means of such activities that STACJA Association for Children and Youth offers prophylaxis, education and support directly to young people in shopping centers.

Literatura

- Bielecka E. (2010), „Galerianki” — badania i refleksje, w: *Zagrożona młodość. Innowacyjne formy interwencji społecznej*, Pedagogika Społeczna, nr 2, red. E. Bielecka, Warszawa: Pedagogium.
- Grotecka E., Rżanek K. (2010), „Galerianki” — refleksje streetworkerów, w: *Zagrożona młodość. Innowacyjne formy interwencji społecznej*, Pedagogika Społeczna, nr 2, red. E. Bielecka, Warszawa: Pedagogium.
- Grotecka E., Rżanek K. (2010), *Networking jako forma edukacji i profilaktyki w cyberprzestrzeni* — „Ej, a dlaczego masz taki dziwny znaczek przy nicku”, w: *Zagrożona młodość. Innowacyjne formy interwencji społecznej*, Pedagogika Społeczna, nr 2, red. E. Bielecka, Warszawa: Pedagogium.
- Grotecka E., Rżanek K. (2010), *Partyworking w doświadczeniach Programu STACJA*, w: *Zagrożona młodość. Innowacyjne formy interwencji społecznej*, Pedagogika Społeczna, nr 2, red. E. Bielecka, Warszawa: Pedagogium.
- Nowosielski K. (2010), *Cyberseksualność*, w: Lew-Starowicz Z., Skrzypulec V. (red.), *Podstawy seksuologii*, Warszawa: Wydawnictwo Lekarskie PZWL.

Strony internetowe

www.programstacja.org.pl
www.osos.org.pl

O AUTORACH

MONIKA GROTECKA — magister politologii, Instytut Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji Uniwersytetu Warszawskiego; streetworkerka, networkerka, partyworkerka, wychowawczyni w Programie STACJA; networkerka Stowarzyszenia Lambda Warszawa.

KATARZYNA RŻANEK — magister politologii, Instytut Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji Uniwersytetu Warszawskiego; studentka V roku psychologii klinicznej w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie; streetworkerka, networkerka, partyworkerka, wychowawczyni w Programie STACJA; członkini zarządu Stowarzyszenia na Rzecz Dzieci i Młodzieży Program STACJA; networkerka, partyworkerka Stowarzyszenia Lambda Warszawa; animatorka ulicy przy projekcie „Mobilna Szkoła” GPAS.