

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
HUMANITĀRO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
ĀZIJAS STUDIJU NODAĻA

Kompanjonu izīrēšanas fenomens Japānā

MAĢISTRA DARBS

Autore: Alise Stoga

Stud. apl. nr.: as16169

Darba vadītāja: asoc. prof. Agnese Haijima

Rīga, 2018

Saturs

Ievads	3
1 Proto-izīrejamais kompanjons un kompānijas irēšanas vēsture Japānā	6
1.1 Geišu aizsākumi un definīcija	6
1.2 Geišas mūsdienās	10
1.3. Līdzīgas profesijas ārvalstīs	15
1.3.1. Kurtizānes Korejā	15
1.3.2 Kurtizānes Ķīnā	17
1.3.3. Citās valstīs	19
2 Izīrejamais kompanjons vientuļās Japānas kontekstā	21
2.1. Japānas kultūras galvenās īpatnības	21
2.2 Japāņu darba kultūra	26
3 Izīrejamie kompanjonu veidi un to nozīme	33
3.1 Īrejamie draugu daudzveidība	33
3.2.1 Viesmīles (<i>Hostess</i>)	35
3.2.2 Viesmīļi (<i>Host</i>)	38
3.2.3 Izīrejamie draugi un “ <i>Family Romance</i> ”	40
3.2.4 Izīrājāmie romantiskie partneri (<i>Rentaru kareši/kanodžo</i>)	45
3.2.5 Pusmūža vecuma vīriešu izīrēšana (<i>Ossan rentaru</i>)	47
3.2.6 Draudzības laulība (<i>Jūdžō kekkon</i>)	48
3.2.7 Kompensētā draudzība un vidusskolas skolnieces (<i>Endžo kōsai un DžejKei</i>)	49
3.2 Attieksme pret izīrējamā drauga profesiju	51
Nobeigums	59
Literatūras saraksts	63
Pielikums	i
Kopsavilkums	
Summary	
Dokumentārā lapa	

Ievads

Cilvēce jau gadsimtiem ilgi ir nodarbojusies ar pakalpojumu pārdošanu - cilvēka darba servisu sniegšanu par noteikto apmaksu. Šī sistēma ir neatņemamā kultūras un zinātnes izaugsmes daļa, kas attīstījās kopā ar pāreju uz lauksaimniecības sistēmu, kas atļāva pāriet uz darba sadalījuma variantu. Tādiem pakalpojumiem pieskaitāmi arī izklaides, konsultācijas un kompānijas sniegšanas pakalpojumi, dažreiz pat atrodamī vienā profesijā.

Šajā maģistra darbā, “Kompanjonu izīrēšanas fenomens Japānā”, es gribētu pievērsties tādai parādībai kā kompānijas īrēšana mūsdienu Japānā. **Izīrējamais kompanjons** ir cilvēks, kurš par noteiktu apmaksu, uz noteiktu laiku spēlē konkrētu lomu sava klienta labā. Tipiski, īrējamā kompanjona pakalpojumu klāstā seksuālās dabas pakalpojumi nav iekļauti un pat apmaiņa ar personas kontaktu informāciju ir aizliegta, bet tas var atšķirties atkarībā no konkrēta izīrējamā kompanjona tipa un viņa piedāvātiem pakalpojumiem.

Īrējamais kompanjons ir profesija, kura vairāk vai mazāk iekļauj visas augšā pieminēto pakalpojumu sfēru, izklaides, konsultēšanas un kompānijas, elementus, dažādās kombinācijās. Mūsdienu Japānā ir sastopamas daudzas tādu profesiju formas, kā, piemēram, īrējamais draugs dažādiem pasākumiem, vai īrējamais/ā draugs vai draudzene randiņiem, utt. Tomēr, arī citas profesijas un amati atbilst darba izvēlētai kompanjona definīcijai, it īpaši geišas, ne tikai profesija ar bagātu vēsturi, bet arī viens no spilgtākajiem Japānas simboliem.

Kad internetā vai televīzijā parādās kārtējais raksts vai video par tāda veida tēmām kā izīrējamā draudzība, komentāros neizbēgami būs sastopamas bažas par tādu pakalpojumu seksuālo dabu, vai, ne japāņu publikas starpā, remarkas par to, cik Japāņi ir dīvaini un ‘atšķiras no mums’, izraisot asociācijas ar *Cool Japan* trendiem. Liekas, ka šī veida pakalpojumi rada distancēšanas reakciju. Tādēļ es gribētu šo fenomenu aplūkot arī globālajā kontekstā, kā arī veikt tā vēsturisku analīzi, meklējot tādu profesiju ekvivalentus un sākuma punktus. Šī iemesla dēļ, es izvēlējos veikt aptauju par Japāņu un ārzemnieku īrējamā drauga profesijas izpratni un attieksmi pret to. Sakarā ar kompanjona pakalpojumu seksuālām konotācijām sabiedrības izpratnē, darbā tiks apskatīta arī attiecība starp prostitūciju un kompanjona pakalpojumiem, pagātnē un tagad. Izīrējamo kompanjonu industrija ir strauji augoša nozare, kura tomēr izraisa jauktas emocijas, tāpēc šajā darbā es vēlos izpētīt šīs nozares nozīmi Japānā un saprast kā tā raksturo Japānas sabiedrību un kultūru.

Galvenais jautājums, kuram es gribētu pievērsties šajā darbā ir - vai kompanjonu izīrēšanas fenomens ir mūsdienu Japānas problēma? Uzskatu, ka šis jautājums Japānā, kur blakus dzemdības un iedzīvotāju novecošanas problēmām pastāv viena no pasaules lielākajām izklaides industrijām, ir diezgan aktuāls.

Galvenie darba mērķi ir:

- Atrast izīrējama kompanjona vēsturiskos precedentus
- Noteikt profesijas veidošanas cēloņus un iemeslus popularitātei mūsdienās;
- Aprakstīt un kategorizēt izīrējamo kompanjonu veidus;
- Noskaidrot, kāda attieksme pret tāda veida profesijām pastāv Japānā.

Lai sasniegtu šos mērķus, darbā tiek izmantotas zinātniskās literatūras un mediju interviju ar izīrējamo kompanjonu profesiju pārstāvjiem apkopojuma un analīzes metode, kā arī empīriskā kvantitatīvās izpētes metode anketēšanas veidā.

Pirmajā darba daļā tiks analizētas tradicionālās japāņu profesijas, kuras līdzinās mūsdienu īrējamā kompanjona izpratnei, - geišas un viņām līdzīgas profesijas, gan Japānā, gan citās valstīs. Šajā nodaļā mēs aplūkosim komplicētās attiecības starp kompānijas un izklaides pakalpojumiem un seksa pakalpojumu nozari, kā arī vēsturiskos un sabiedriskos faktorus šo profesiju popularitātei, vai tās trūcumam.

Otrajā daļā mēs apskatīsim izīrējamā kompanjona fenomenu Japānas kultūrvēsturiskajā kontekstā. Definējot Japānas sabiedrības īpatnības un to ietekmi uz iedzīvotāju dzīvi, tiks atklāti iemesli izīrējamā kompanjona darba vajadzībai un aktualitātei Japānas sabiedrībā. Kā potenciālie iemesli tiks aplūkoti Japānas stingrā sociālo attiecību un normu sistēma, kā arī modernās Japānas darba kultūra.

Trešajā daļā konkrēti tiks apskatītas izīrējamo kompanjonu sfēras daudzveidība, izpētot problēmas, īpatnības, utt. saistītas ar nozares vispopulārākajām profesijām. Viena no nodaļām tiks veltīta sabiedrības attieksmei pret izīrējamo kompanjonu profesijām. Attieksmes problēmas pētīšanas nolūkā tiks veikta aptauja ar Japānas iedzīvotājiem, par viņu zināšanām par un attieksmi pret izīrējamo draugu profesiju.

Darba teorētiskā daļā balstās uz Ikegami Eiko, Konstantīna Pītera, utt. vēsturiskiem pētījumiem, kā arī uz Kavaniši Juko, Takie Sugijama Lebras, u.c. Japānas sabiedrības psiholoģijas pētnieku teorijām.

Japāņu valodas romanizācijas nolūkam, darbā tiek lietota Latvijas Universitātes transkripcijas sistēma, kā arī, iekavās tiek norādīts Hepburn romanizācijas variants. Korejiešu, ķīniešu, arābu un urdu svešvārdi tiek atveidoti pēc fonētiskās transliterācijas principa, kā arī, tiek norādīts Jaunās korejiešu valodas romanizācijas sistēmas variants, piņjiņa variants, DIN 31635 sistēmas variants, un Oficiālās urdu romanizācijas sistēmas variants, attiecīgi. Darbā japāņu, korejiešu un ķīniešu personas vārdiem secība ir Uzvārds, Vārds.

1 Proto-izīrejamais kompanjons un kompānijas īrēšanas vēsture Japānā

Kad mēs runājam par kompanjonu īrēšanu, ir jāatceras, ka kompānijas sniegšanas pakalpojumi ir eksistējuši daudz senāk par 21. gadsimtu. Māksla izklaidēt ar sarunu daudzos gadījumos bija neizteiktā prasība viesmīļu, prostitūtu, muzikantu, mākslinieku, dejotāju, utt. Darbiem, īpaši strādājot ar augstā ranga klientiem.

Geišu darbs sevī apkopo gandrīz visas augstāk pieminētās profesijas, apstrīdami arī prostitūtes, kaut vai modes ietekmētāju ziņā, pagaidām neņemot vērā saikni starp izklaides un seksa nozarēm. Bet, joprojām, geišu kompānija ir galvenais pakalpojums, kuru viņas sniedz, papildus savām izklaidētāju un izpildītāju prasmēm.

1.1 Geišu aizsākumi un definīcija

Daudzi dzirdot vārdu “geiša” uzreiz iedomājas par sievieti baltā grimā, kurai mugurā ir raibais *kimono* (着物 kimono)¹. Taču pirmie geiša īstenībā bija vīrieši un saucās par *taikomoči* (太鼓間 taikomochi) vai *hōkan* (辯問 hōkan)². Viņi līdzinājās eiropiešu ākstiem; ap 1200 viņi uzstājās *daimjō* (大名 daimyō, lat. feodāls) priekšā.³ Šādu *taikomoči* saknes ir meklēdamas 'Dži tūrā budisma sektā', kura speciālizējās dejošanā. Šie vīrieši deva padomus un izklaidēja savus a augstāk stāvošos kungus, un viņi kļuva pazīstami kā *dōbōshū* (同朋衆 dōbōshū, lat. kompanjons).⁴

Dōbōshū bija arī tējas ceremonijas cienītāji un mākslinieki.⁵ Sākot ar 1500. gadu viņi tika saukti par *otogishū* (お伽衆 otogishū) vai *hanašišū* (話衆 hanashishū, lat. stāstītājs), tā kā šajā

¹ Garš tradicionālais, ārējā apģērba tips, Japāņu tērps ar platām piedurknēm, parasti nostiprināts ar plato jostu.

² Geiša (芸者 geisha) tulkojumā nozīmē “mākslas persona”, bet *hōkan* (辯問 houkan) ir formāls nosaukums “ākstiems”. Savukārt, *taikomoči* (太鼓持 taikomochi) ir neformāls nosaukums šiem vīriešiem. Burtiskajā tulkojumā “bungu nesējs”, kaut gan ne visi nesāja bungas.

³ Jēbkuri Japānas lielākie un jaudīgākie zemes īpašnieki-magnāti laika posmā no, aptuveni, 10. gadsimta līdz 19. gadsimta otrajai pusei.

⁴ *Šōguna* vai *daimjo* padomnieks mākslas un kultūras jautājumos

⁵ **Taikomochi Arai.** “Advent of Taikomochi and its Historical Background, (A) Historical Circumstances of the Advent of Taikomochi Muromachi Period (1333-1568)” <http://www.mitene.or.jp/~houkan/2002/e10.html> [skatīts: 01.05.2018]

periodā viņu prasmes koncentrējās ap stāstu stāstīšanas, humora un sarunu mākslu. Viņi tika iekļauti kara stratēģiju izveidošanā un cīnījās sava kunga pusē.⁶

1600. gados, miera periodam atsākoties, daijmo vairs nebija vajadzības otogišu un *hanašišu* pakalpojumos, tāpēc stāstītājiem bija jāuzņemas jaunā loma. No padomdevējiem viņi pārtapa izklaidētājos, daži no kuriem strādāja arī ar *jūdžo* (遊女 *yūjo*), vai Japānas augstās klases kurtizānēm.⁷ No daudzām stundām, ko šie vīrieši pavadīja Jošivaras izklaides vietās⁸ relatīvi maz bija saistīts ar seksu. Lielāko laika daļu viņi pavadīja izklaidējoties, iesaistoties sarunās, dziedot, lasot dzeju, baudot ēdienu un dzērienus, utt. Šimabaras⁹ un Jošivaras šarms slēpjas romantikā, elegancē un satraukumā. Tā bija vienīgā vieta feodālajā sabiedrībā, kur nauda, šarms un asprātība radīja lielāku iespaidu par strikti definēto sociālo šķiru.¹⁰

1751. gadā ir dokumentēta pirmās *onna geiša* (女芸者 *onna geisha*, lat. sieviete geiša) ierašanās izklaides rajona ballē; viņa izraisīja diezgan lielu satraukumu un atstāja neizdzēšamu iespaidu. Viņu nosauca par *geiko* (芸子 *geiko* burt. mākslas meitene/bērns) - jēdziens, ko joprojām izmanto Kijoto. Sieviete, kuru parasti uzskata par to pirmo geišu, bija Kasen (歌扇), no Ogija mājas Jošivarā. Sākotnēji viņa bija *jūdžo*, kura atmaksāja visus savus parādus (Ogija mājai) un sāka savu izklaidētājas karjeru.¹¹ Kasen prata dziedāt, dejot, spēlēt *šamisen* (三味線 *shamisen*)¹² un, pats svarīgākais, bija izcila runas māksliniece un ar saviem stāstiem prasmīgi izklaidēja publiku; viņa ātri ieguva popularitāti. Daži avoti liecina, ka tieši Kasen ietekmē daudzus citos *jūkaku* (遊廓 lat. sarkano lukturu kvartāls) speciāli sāka ieviest sievietes-stāstītājas/-izklaidētājas.¹³

1700. gadu beigās šīs *onna geiša* pārsniedza vīriešu geišu, *taikomoči*, skaitu. Vīriešu šajā profesijā kļuva tik maz, ka viņus iesāka saukt par *otoko geiša* (男芸者 *otoko geisha*, lat. vīrietis

6

Taikomochi

Arai. 「太鼓持ちの発生と歴史の流れ

(B) 「お伽衆・話衆」から派生した戦国時代の「太鼓持」/1500年～」

<http://www.mitene.or.jp/~houkan/2002/j11.html> [skatīts: 01.05.2018]

7

Taikomochi Arai. Ibid. <http://www.mitene.or.jp/~houkan/2002/e11.html> [skatīts: 10.05.2018]

⁸ Jošivara (吉原, *yoshiwara*) bija pazīstams *jūkaku* (遊廓、遊郭, *yūkaku*, jeb izklaides vai sarkano lukturu rajons) Edo, mūsdienu Tokijā, Japānā.

⁹ Šimabara (嶋原, *Shimabara*, dažreiz 島原 vai 鳶原) bija Kioto licenzētājs izklaides kvartāls (*jūkaku*) kopš 1640. Gadiem, kas vēlāk pārvērtās par geiša rajonu, *hanamači* (花街, *hanamachi*).

10

¹⁰ Dalby Liza. "Geisha". Berkeley : University of California Press. 1983. 55.-56.lpp
https://archive.org/details/bub_gb_leBpZePaZa0C [skatīts: 02.03.18]

11

¹¹ Dalby Liza. Ibid. 1983. 316.lpp

12

¹² Japāņu trīs stīgu lauta

13

¹³ Tv Asahi. ニッポンヲシロウ. 「芸者のはじまり」. Tv Asahi.
<http://www.tv-asahi.co.jp/ss/177/japan/top.html> [skatīts: 03.03.18]

geiša). Savu māksliniecisko prasmju, relatīvās modernitātes un izsmalcinātības dēļ, geišām izdevās pārsniegt pat jūdžo. Vīrieši turpināja atbalstīt sievietes, geišas, izklaides jomā.¹⁴

Ap 1770. gadiem, bijušās dejojājas, odoriko (踊子 odoriko), sāka būt sauktas par pilsētas geišām, *mači geiša* (街芸者 machi geisha), lai atšķirtu tās no licenzēto izklaides kvartālu geišām. *Mači geiša* bieži tika sauktas, par kaķenēm, norādot uz viņu saistību ar seksa industriju. Šeit jāpiemin, ka daudzi uzskata, ka tieši šīs *mači geišas* ir jāatzīst par mūsdienu geišu priekštečiem. *Odoriko* sākotnēji strādāja par viesmīlēm *čaja* (茶屋 chaya) tējas namos, kurus pārsvarā apmeklēja ceļotāji, un kur, kā norāda nosaukums, tika pasniegta tēja un saldumi. Taču, konkurencei pieaugot, meitenēm lika izklaidēt viesus ar dejā un vilkt raibos kimono, lai pievērstu uzmanību. Viesmīlēs sāka pielaiķot elementus no *kabuki* (歌舞伎 kabuki) teātra¹⁵, kas tajā laikā sāka pieņemties popularitātē un, kura zvaigznes tolaik būtu uzskatāmi par trendseteriem; meitenes arī sāka spēlēt *šamisen*. Laika gaitā *čaja* kļuva par vietām, kur cilvēki speciāli gāja, lai vērot *odoriko* jeb *mači geišu* uzstāšanos. Vistuvākais šīm meitenēm mūsdienās būtu *maiko*^{16,17}. Kā jau tika pieminēts, *odoriko*, vai *mači geiša* bija saistītas ar prostitūciju, kamēr *jūkaku* geišas turpretī attālinājās no seksa darba dažādu iemeslu dēļ.

18. gadsimta beigās, kad geišas vairāk nebija nekāda veida jauninājums, viņas turpināja būt pieprasītas izklaides pasaulē. Viņas dziedāja populāras dziesmas, nevis vecās balādes un varēja brīvi pārvietoties izklaides kvartālā un ārpus tā, atšķirībā no “iesprostotām” un aizsargātām *jūdžo*; viņas bija pasaulīgas, visās šī vārda nozīmēs. 1779. gadā geišu darbs tika atzīts par atsevišķo profesiju un tika izveidots speciālais pārvaldes birojs - *Kenban* (検番 kenban), kas iestatīja un īstenoja geiša darbības un uzvedības noteikumus. Geišām bija aizliegts ģērbties ekstravagantos kimono vai matos iespraust dārgakmeņu ķemmes un piespraudes. Tā arī viņiem bija aizliegts sēdēt viesiem blakus, vai kādā citā veidā aizņemt *jūdžo* paredzētās vietas. Kvartāla oficiālās hierarhijas ziņā, geišas, gan sievietes, gan vīrieši, ieņēma leju pozīcijas, taču augstā ranga *jūdžo* tas noteikti nebija nekāds apmierinājums, kad viņas turpināja zaudēt klientus tam pašam

¹⁴ Dalby Liza. Ibid. 1983. 56.lpp

¹⁵ *Kabuki* (歌舞伎) tradicionālās japāņu populārās drāmas, kas iekļāva dejas un dziesmas un tika izpildītas, izmantojot ārkārtīgi stilizētu plastiku uz žestus, kā arī maskas.

¹⁶ *Maiko* (舞妓 maiko) ir geiša mācekle.

¹⁷ Onuma Miyuki. “History of Geisha”. NHK World. 19.02.16.

https://www.youtube.com/watch?v=xIJieU_yUqQ (2:44-3:11) [skatīts: 03.03.18]

geišām ar viņu *šamisen*. Var uzņemties, ka šis valsts regulējums kopā ar jau pastāvošo hierarhiju nostiprināja geišu statusu kā ar seksu nesaistītu profesiju.

Neskaitot tiešos, tagad par *otoko geiša* un *odoriko* devējamās, geiša priekštečus, Japānas vēstures gaitā ir atrodami vairāki iespējamie geišu ‘prototipi’. Piemēram, pastāv teorija, ka geišu profesija attīstījās no *saburuko* (さぶる児 *saburuko* lat. kalpojošās), kuras parādījās 7. gadsimtā. Šīs sievietes, kuras sociālās atstumtības rezultātā bija spiestas klejot, pārdeva savu ķermeni, lai izdzīvotu. Starp viņām bija talantīgas dejotājas un dziedātājas, kuras tika ielūgtas aristokrātu lokos, lai uzstātos kā izklaidētājas. Tā arī, šīs sievietes tiek minētas senā japāņu dzejā.¹⁸

Heian perioda (794 - 1185) sākumā, *miko* (巫女 *miko*),¹⁹ sakrālo rituālu veikšanas laikā, izpildīja dejas, kuru laikā ģērba *hitatare* (直垂 *hitatare*)²⁰ vai *suikan* (水干 *suikan*)²¹, bet galvā - *tate-eboshi* cepuri (立烏帽子 *tate-eboshi*)²² un *širosajamaki* (白鞆巻 *shirosayamaki*) zobena apvalku pie jostas. Tās *miko*, kas uzstājās šādā vīrišķīgajā izskata, tika sauktas par *širabjōši* (白拍子 *shirabyōshi* burt. baltais ritms). Kaut arī dažos avotos tiek minēts, ka par *širabjōši* varēja būt gan sievietes, gan vīrieši, lielākoties, ar to nodarbojās sievietes.²³ Pats *širabjōši* nosaukums nāk no baltām dejotāju drēbēm un tā fakta, ka dejotāji atsits mūzikas ritmus, nevis spēlēja instrumentus.²⁴ *Širabjōši* bieži nāca no kritušām aristokrātiskajām ģimenēm un daudzas no viņām kļuva par ietekmīgo cilvēku konkubīnēm. Daudzas no viņām kļuva leģendāras un iemūžinātas literatūrā, piemēram, Gozen Šizuka (静御前 *Gozen Shizuka* (1165–1211)), kura kļuva par visiemīļotākā Japānas cīnītāja, Minamoto no Jošitsune (源義経 *Minamoto no Yoshitsune* (1159 – 1189)), konkubīni. *Nō* (能 *nōh*) teātris²⁵ vēlāk pārņēma, stāstus un dejas, kuras saglabāja

¹⁸ Underwood Eleanor. “Life of Geisha”. Tuttle Publishing. 2012. 14.lpp

¹⁹ *Miko* (巫女 *miko*) - ir sinto svētnīcu meitene vai papildu priesteriene.

²⁰ Viens no standartiem samuraju tērpiem, kas sākot no Muromači perioda kļuva par ierasto samuraju formālā apģērba veidiem.

²¹ Galma vīriešu tērps, kas kļuva īpaši populārs Heian periodā.

²² Augstā un taisnā vertikālā vīriešu cepure, kuru kopā ar sudraba dekorēto *širosajamaki* zobenu apvalku vilka kā formālā ansambļa daļu.

²³ NPO法人 松実会. 「歴史・・・」. <http://www.geishamatsuyama.jp/history2.html> [skatīts: 02.03.18]

²⁴ 芸者松山検番. 「歴史」 <http://geishamatsuyama.jp/歴史> [skatīts: 02.03.18]

²⁵ Deju pamatota teātra māksla, kas plaši izmanto ķermeņa kustības un maskas, kā arī gaismas spēli, un bieži atveido pārdabiskas parādības.

širabjōši māksla.²⁶ *Širabjōši* turpināja būt populāras līdz Sengoku periodes (1467 – 1603), kad kara darbības dēļ to popularitāte pamazām samazinājās un, beigu beigās, pavisam izdzisa.²⁷ Mieram atgriežoties Edo perioda (1603 – 1868) laikā, atkal parādījās līdzīgas profesijas - geišas.²⁸

1873.gadā Meidži valdība, ieviešot jaunās reformas, paplašināja noteikumus priekš geišām. Meidži reformas kopumā virzījās uz izklaides nozares mākslas cenzūru, piemēram *kabuki*, kas kā visas mākslas formas, kuras uzplauka hedonisma kultūras, *ukijo* (浮世 ukiyo), popularitātes laikā bija saistīts kā ar seksualitātes tematiku, tā arī burtiski ar prostitūciju. Tāču geišu gadījumā tika ieviesta licenšu sistēma, saskaņā ar kuru gan geišām, gan prostitūtām būtu atļauts nodarboties ar divām profesijām, tā saucamā *ni mai kansacu* (二枚鑑札 ni mai kansatsu). Rezultātā geišu prostitūcija bija oficiāli atļauta, kas atkal runā pretī nekomplcētai attiecības starp seksa darbu un geišām saprašānu. Kad, pēc Otrā Pasaules Kara, geišu darbs kā parāda atmaksāšanas sistēma meiteni pieņēmušai mājai tika aizilgts, izpratne par to, kas ir geiša, drastiski mainījās, un, var teikt, ka tieši tad parādījās mūsdienu definīcijai atbilstošas geišas.

1.2 Geišas mūsdienās

Tāpat kā tradicionālā kultūra, arī pēc Edo perioda geišas tika nomātas kā sava veida iestāžu saimnieces, daļai kultūras pasniedzējas, daļai izklaidētājas, viņām bija jābūt Japānas mākslas un izklaides ekspertēm. Vīrieši parasti maksāja par geišu pakalpojumiem, meklējot tajos iespēju izbēgt no stresa pēc darba un vienlaikus kulturāli attīstīties. Izglītotās sarunas, ceremonijas, dejas un izsmalcināta kompānija ir iemesli, kāpēc turīgie izvēlējās un joprojām izvēlas nolīgt geišas. Kaut gan to nevar apgalvot ar simtprocentīgu pārliecību, starp geišām un viņu klientiem mūsdienās nepastāv seksuālā kontakta.²⁹

²⁶ **Underwood Eleanor.** Ibid. 10.07.12. 15.lpp

²⁷ **TV Asahi.** Ibid. [skatīts: 03.03.18]

²⁸ **TV Asahi.** Ibid. [skatīts: 03.03.18]

²⁹ **Dayman Lucy.** “The Unknown World of Male Geishas”. 05.01.2018.

<https://theculturetrip.com/asia/japan/articles/the-unknown-world-of-male-geishas/> [skatīts: 01.03.18]

Nesen iznākušajā NHK³⁰ dokumentālajā filma “*A Tale of Love and Honor: Life in Gion*” (2017) (lat. Mīlestības un goda stāsts: dzīve Gionā) tiek stāstīts par geišu un *maiko* dzīvi mūsdienās. *Tomio* tējas mājas īpašniece, Naomi, uzskata, ka:

“*Gion is removed from the real world in every sense. That goes for the values, too. But I think Gion's closed, separate nature is what attracts customers.*”³¹

Arī mūsdienu geišas dzīvo un mācās tradicionālās geišu mājās, kuras sauc par *okija* (置屋 okiya), un kuras atrodas *hanamači* (花街 hanamachi burt. ziedu pilsētā) geišu rajonos, īpaši kamēr viņas vēl atrodas mācekļu statusā.³² Ja pirms mūsdienām meitenes sāka mācīties geišas amatu 6 gadu vecumā, tad tagad meitenēm jāsasniedz 15 gadu vecumu un jāpabeidz “vidusskola” (中学校 *čūgakko*, *chūgakko*, latviešu pamatskolas ekvivalents), lai varētu pieņemt personīgo lēmumu sākt apmācību. Jaunās sievietes, kuras tiecas kļūt par geišām, parasti sāk apmācību pēc vidusskolas³³ vai pat universitātes absolvēšanas.³⁴ Geiša joprojām mācās: spēlēt tradicionālos instrumentus, *šamisen*, *šakuhači* (尺八 shakuhachi)³⁵ un bungas, tradicionālās spēles,³⁶ dziesmas un dejas,³⁷ tējas ceremonijas, kaligrāfijas un sarunas mākslas.³⁸

Naomi turpina, sakot, ka geišām ir jābūt skaistām un disciplinētām, jo viņām ir jāstāda ilgi un daudz, viņām jābūt gudrām un veiklām, lai ātri iemācīties spēlēt instrumentus, dejojot un veikt tējas ceremoniju. Geišu māksla, kā vairākums Japānas tradicionālo mākslu, ir balstīta uz tā saucamai netiešai komunikācijai un netiešām zināšanām. Naomi uzskata, ka īsto geišu var tikai sajust, tai esot kā saule, istabā ienākot.³⁹ Netiešās zināšanas ir tādu tradicionālo mākslas veidu kā tējas ceremonijas, ikebanas, *šamisen* utt. pamatā; mācoties tās, tiek uzskatīts, ka tikai vispirms iemācoties ar ķermeni, nevis izmantojot analītiski-teorētisko pieeju, kura bija ierasta Eiropā, ir

³⁰ NHK (日本放送協会 *nippon hōsō kyōkai* lat. - Japānas valsts sabiedriskā apraides organizācija.

³¹ **Kubochi Maki.** “A Tale of Love and Honor: Life in Gion”. 24.9.17. NHK World Japan. <https://www.youtube.com/watch?v=-bOSau9kY20> (44:50-45:14) [skatīts: 01.12.17] “Giona ir pilnībā noslēgta no ārējās pasaules. Tas attiecas arī uz vērtībām. Bet, es domāju, ka Gionas noslēgtā būtība ir tas, kas piesaista klientus.”(tulc. Alise Stoga)

³² **Onuma Miyuki.** Ibid. 19.02.16. (3:49-4:05) [skatīts: 01.12.17]

³³ Šeit Latvijas sistēmas ekvivalenta nozīmē, 12 klases.

³⁴ **Jones Nick.** “Japan's geisha hit by poor economy”. The Washington Times. 20.04.07. <https://www.washingtontimes.com/news/2007/apr/19/20070419-103305-5994/> [skatīts: 01.1.18]

³⁵ *Šakuhači* - tradicionālais japāņu flautas tipa instruments.

³⁶ **Kalman Bobbie.** “Japan the Culture”. Crabtree Publishing Company. 2008. 29.lpp

³⁷ **Onuma Miyuki.** Ibid. 19.02.16. (5:00-6:05) [skatīts: 03.03.18]

³⁸ **Ogintz Eileen.** “Inside the secret world of a modern-day geisha”. 23.09.2015. <https://nypost.com/2015/09/23/inside-the-secret-world-of-a-modern-day-geisha/> [skatīts: 15.12.18]

³⁹ **Kubochi Maki.** Ibid. 24.9.17. [skatīts: 01.12.17]

iespējams sasniegt izpratni par savu mākslu un, rezultātā, augsto meistarības līmeni. Edo perioda mākslas uzplaukums vēl stiprāk nostiprināja šādu pieeju.⁴⁰ Tāpat kā *kabuki* un *nō*, ir nepieciešams internalizēt geišas mākslu, līdz brīdim, kad tā ir saprotama par to nerunājot. Arī mūsdienās apmācības notiek pēc tāda principa, prasot apņēmību un pilnu veltījumu tām.

Tiek rēķināts, ka agrajā Šōvas periodā (1926-89) Japānā darbojās no 40,000 līdz 80,000 geišu. 2017. Gadā aptuveni 600 geišas ir aktīvas 40 Japānas rajonos.⁴¹ Iestādes, kuras bija eksistējošas gadu desmitiem, tiek slēgtas un geišu rajonu sāk zaudēt savu vitalitāti. Vairāk un vairāk tradicionālie restorāni turpina būt slēgti, jo tie vairāk nav pietiekoši pieprasīti; gan izklaidētāji, gan klienti paliek vecāki un paliek grūtāk un grūtāk saglabāt šo Japānas kultūras daļu aktīvu, nevis kā vēstures relikviju.

Kikuno, viena no mūsdienu Tokijas geišām, saka, ka esot pamanījusi drastisku kritienu ielūgumos pirms 17 gadiem, bet neviens neesot neko darījis. Daži uzskata, ka ir iespējams palikt par geišu mūžam ilgi, bet arī viņu skaistums izvirst, un nav iespējams saglabāt savu klientūru bez ekselentām prasmēm, piemēram, dejā vai sarunās.⁴²

Intervijā ar *Daily Telegraph* Šinoda pilsētas valdes pārstāvis dalījies ar valdības perspektīvu, saistībā ar šo problēmu, sakot, ka geišu skaits ir samazinājies, jo sociālās situācijas, kas saistītas ar tradicionālajām geiša kultūras mākslām, ir mainījušās. Tas esot tāpēc, ka ir samazinājies pieprasījums, bet arī sieviešu sociālā progresa dēļ.⁴³ Mūsdienu Japānas sabiedrība priekš sievietēm ir atklājusi daudz lielāku izvēles iespēju, taču, tajā pašā laikā, daudzas jūtas, ka no viņām tiek prasīta gan sekmīga karjera, gan ģimenes dzīve, un pie tam diezgan agri, 22-25 gadu vecumā. Kā mēs jau pieminējām, daudzas sievietes izvēlas geišas ceļu relatīvi vēlāk, pat pēc universitātes absolvēšanas. Viens no iemesliem varētu būt vēlme nodrošināt sev stabilu nākotni, ja neizdosies izdzīvot geišu pasaulē, kura daudz pieprasa, bet, kā gandrīz visas mākslas sfēras profesijas, nedod nekādas garantijas. Taču, Šinodas pilsētas valde uzsver, ka, pēc viņu domām ka

⁴⁰ **Ikegami Eiko.** "Bonds of Civility: Aesthetic Networks and the Political Origins of Japanese Culture". Cambridge University Press. 2005. 6.-11. lpp.

⁴¹ **Ito Masami.** "Japan's geisha battle to protect their future". The Japan Times. 25.11.2017. <https://www.japantimes.co.jp/culture/2017/11/25/general/japans-geisha-battle-protect-future/#.WrjeuNRubDf> [skatīts: 14.12.18]

⁴² **Ito Masami.** Ibid. 25.11.2017. [skatīts: 14.12.18]

⁴³ **Demetriou Danielle.** "Japanese city recruiting young women to become geisha". The Telegraph. 15.09.11. <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/japan/8764512/Japanese-city-recruiting-young-women-to-become-geisha.html> [skatīts: 14.02.18]

jaunām paaudzēm ir nepieciešams mantot tradicionālās izklaides mākslu, tādēļ ir jāatbalsta tradicionālās geišu iestādes un topošas geišas viņu ceļojumā.

Uzņēmumiem bez pēctečiem nav nākotnes, tā ir realitāte, kura apdraud arī tradicionālās mākslas profesijas. Varam pieminēt, ka, piemēram, *kamišibai* (紙芝居 *kamishibai*), tradicionālā papīru stāstījumu māksla, mūsdienās ir atrodama gandrīz vai tikai Kijoto Manga muzejā un bērnu dārzos, neskatoties uz to, ka līdz 1950. gadiem tā bija izplatīta profesija. Geišu amatniecība nekad nenonāks neziņa, jo tā ir kļuvusi par Japānas nacionālo simbolu, bet tas negarantē tālāko profesijas izdzīvošanu, jo, beigu beigās, samuraji arī ir Japānas nacionālo simbolu skaitā.

Bandai Silver Hotel uzņēmējdarbības konsultants, Susumu Nakano, arī bija pamanījis kā geišu vidējā vecuma izaugsmi, tā arī problēmas ar klientu piesaistīšanu. Nakano, gribot saglabāt svarīgu kultūras daļu, izdomājis pielietot Takarazuka teātra (宝塚歌劇団 *takarazuka kagekidan*, arī *Takarazuka Revue*) shēmu, lai piesaistītu jaunās meitenes, jo visjaunākām geišām viņu reģionā viduvēji bija ap 30 gadiem.⁴⁴ Takarazuka teātris ir sieviešu muzikālais teātris (Hjōgo un Tokijā), ar savu aktrišu skolu, kurā meitenes iestājas 15 gadu vecumā.⁴⁵ Takarazuka mūsdienās izceļas ar savu stabilu un atbalstošu fanu bāzi, kura dod iespēju gan teātrim, gan Takarazuka pilsētai gūt pietiekošu peļņu no šoviem, saistīto produktu pārdošanas un tūrisma, lai atbalstītu sevi. Takarazuka aktrises savas karjeras gaitā iegūst popularitāti, salīdzināmu ar Japānas Pop mūzikas *aidoliem* (アイドル, *aidoru*, no ang. *idol*), tādēļ Takarazuka aktrišu skolai nav problēmu ar jauno pretendentu meklēšanu, tieši otrādi, pastāv liela konkurence; daudzas meitenes sapņo būt par Takarazuka *otokoyaku* (男役 *otokoyaku*), vīriešu lomas izpildītāju.

Pēc līdzīga principa Nakano un viņa komanda dibināja *Ryuto Shinko* uzņēmumu, kas trenē un nodarbina sievietes kā *furisode* (振袖 *furisode*) un *tomesode* (留袖 *tomesode*), jēdzieni, kuri tiek izmantoti vienīgi šajā kompānijā un ir atvasināti no *kimono* veidiem, pēc mūsdienu izklaides talantu modeļa. Taču no sākuma *Ryuto Shinko* atrast darbinieces bija diezgan grūti un viņi bija spiesti piedāvāt gandrīz dubulto algu, salīdzinot ar viduvējo kompānijas darbinieka pirmā gada algu. Tā arī viņiem bija jāpiedāvā darbiniecēm dzīves vietas. Nakano atzīst, ka, ja viņi nebūtu dibinājuši *Ryuto Shinko*, Nīgata prefektūras ģeišas un viņu bagātā vēsture vairs

⁴⁴ **Ito Masami.** “Japan’s geisha battle to protect their future”. The Japan Times. 25.11.2017. <https://www.japantimes.co.jp/culture/2017/11/25/general/japans-geisha-battle-protect-future/#.WrjeuNRubDf> [skatīts: 14.02.18]

⁴⁵ **Ronald Cavaye, Paul Griffith, Akihiko Senda.** “A Guide to the Japanese Stage: From Traditional to Cutting Edge” Kodansha International. Tokyo. 2004. 244.lpp

nepastāvētu.⁴⁶ Situācija tiešām ir mainījies un tagad *Ryuto Shinko* katru gadu nodarbina vismaz trīs jaunas darbinieces. Līdzīgi Takarazuka teātra aktrisēm, daudzas no šī uzņēmuma geišām turpina strādāt arī pēc laulības un bērnu piedzimšanas. Izskatās, ka ir iespējams saglabāt tradicionālo geišu mākslu, tāpat kā Edo un Meidži laikos, ieviešot jaunas šīs profesijas formas. Bet tapat, Gionā, kur nepastāv *Ryuto Shinko* līdzīgai struktūrai, pēdējo gadu laikā ļoti daudzas pat no pazīstamām un pieprasītām geišām izvēlējušas precēties un atvadīties no Gionas *hanamači*. Gan viņas, gan veterānes, kuras bijušas *geiko* vairāk par 15 gadiem, dažreiz apšaubā, vai ir izdarījušas pareizo izvēli.⁴⁷

Taču jaunā paaudze izskatās cerību pilna. Skolas vecuma *maiko* priecājas, ka, strādājot *hanamači*, varot iepazīt cilvēkus ar kuriem parastai skolniecei nebūtu izredžu parunāt, apmeklēt kabuki izrādes, tuvu nodarboties ar kultūru, tas paplašinot redzes loku.⁴⁸ Viena no Kijoto *maiko*, Fukunae, stāsta, ka pati esot no bērniības interesējusies par tradīcijām un kultūru un, skatoties dokumentālo filmu, izlēmusi arī piedalīties ieraudzītājā skaistumā:

*“I admired Japanese culture and tradition. It was that time I saw a documentary about maiko, and I thought, ‘Wow! There are beautiful maiko in kyoto.’ I thought if I could go through this training, I could become geiko.”*⁴⁹

Fukunae arī atklāj mums mūsdienas sievietes motivāciju kļūt geiškai:

*“Seeing a lot of people really happy is great, but there was this time when a woman from overseas came. As I said ‘ōki ni’ and walked into the room, she started crying. She said ‘I’ve been looking forward to this moment.’ [...] At that moment I was so glad to be a maiko. I get to make a lot of people smile.”*⁵⁰

⁴⁶ **Ito Masami.** “Japan’s geisha battle to protect their future”. The Japan Times. 25.11.2017. <https://www.japantimes.co.jp/culture/2017/11/25/general/japans-geisha-battle-protect-future/#.WrjeuNRubDf> [skatīts: 14.12.18]

⁴⁷ **Kubochi Maki.** Ibid. 24.9.17. [skatīts: 01.12.17]

⁴⁸ **National Geographic.** “Real-Life Geishas”. https://video.nationalgeographic.com/video/japan_geishas (1:59- 2:19) [skatīts: 20.12.18]

⁴⁹ **Discover Kyoto.** “Beautiful Kyoto: Being a Maiko (featuring Fukunae-san)”. Niwaka Corporation. <https://www.youtube.com/watch?v=Oui8lWwKHd4> (0:48-1:08) [skatīts: 6.12.18] “Es apbrīnoju japāņu kultūru un tradīcijas. Kad biju noskatījies dokumentālo filmu par *maiko*, iedomājos, ‘Kioto ir skaistas *maiko*.’ Es padomāju, ka, ja es varētu iziet cauri apmācībai, varētu kļūt par *geiko*.” (tul. Alise Stoga)

⁵⁰ **Discover Kyoto.** “Beautiful Kyoto: Being a Maiko (featuring Fukunae-san)”. Niwaka Corporation. <https://www.youtube.com/watch?v=Oui8lWwKHd4> (2:22-4:50) [skatīts: 6.12.18] “Ir lieliski redzēt daudzus cilvēkus laimīgus. Ber bija arī tāds gadījums kad, ieradās sieviete no ārzemēm un, kad es pateicu “*ōki ni*”(paldies) un iegāju istabā, šī sieviete sāka raudāt. Viņa pateica ka bija gaidījusi šo brīdi. ... Tajā laikā man bija tāds prieks būt *maiko*. Es varu padarīt cilvēkus laimīgākus.” (tul. Alise Stoga)

Galvenais faktors geišas profesijas izvēlei ir kontakts ar cilvēkiem, jauno cilvēku iepazīšana un iespēja iepriecināt tos ar savu klātbūtni un prasmēm.

1.3. Līdzīgas profesijas ārvalstīs

Pēc veiktā pētījuma ir skaidrs, ka pašā Japānas teritorijā ir atrodams vairāk nekā viens ģeišai līdzīgs darbs, gan starp vīriešiem, gan sievietēm, gan seksa industrijā, gan kā šinto reliģijas daļa. Lai vēl plašāk aplūkot kompanjonu izīrēšanas vēstures kontekstu un noskaidrotu, cik lielā mērā tas ir Japānai specifiska parādība. Īpašā uzmanība tiks pievērsta Japānas kaimiņvalstīm: Korejai un Ķīnai.

Izmantotais kurtizānes jēdziens, kas Eiropas kontekstā bieži tiek lasīts, ka sieviete, kura pārvietojās augstās sabiedrības lokos un daļēji tika finansēta no saviem klientiem apmaiņā pret seksu un savu kompāniju. Ķīnas un Korejas kontekstā jēdziens iz citādāk izprotams, jo šeit mēs runājam par profesijām un/vai amatiem

1.3.1. Kurtizānes Korejā

Kisen, dažreiz arī *gisen* (기생 kisaeng/gisaeng), vai *kinjo/ginjo* (기녀 ginyeo), attiecas uz geišām līdzīgajām korejiešu izklaidētājām, kuras nebija uzskatītas par prostitūtām, bet gan par māksliniecēm. Kurtizānes jēdziens dažādās kultūrās pieņem citas nokrāsas, bet pie *kisen* pienākumu sfēras sekss neattiecas. Pirmoreiz parādoties Gorjo dinastijā (935-1394).⁵¹ *Kisen* izklaidēja karaļus un aristokrātus.⁵² Čosonas dinastijā (1392–1897) *kisen* loma ieguva lielāku nozīmi, sakarā ar to attiecību ar dinastijas ideoloģiju - konfuciānismu.⁵³ *Kisen* ieņēma pozīcijas

⁵¹ **Kyung Moon Hwang**. "Life and role of gisaeng courtesans". The Korea Times. 04.02.15. http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/02/633_173034.html [skatīts: 01.12.17]

⁵² **Lee Insuk**. "Convention and Innovation: The Lives and Cultural Legacy of the Kisaeng in Colonial Korea (1910-1945)". Seoul Journal of Korean Studies. Kyujanggak Institute for Korean Studies. Vol.23 / No.1. 18.12.15 http://sjks.snu.ac.kr/issue/issue_view.jsp?id=11 [skatīts: 01.12.17]

⁵³ **JaHyun Kim Haboush and Joan R. Piggott eds.**, "Women and Confucian Cultures in Premodern China, Korea and Japan". Berkeley, CA.: University of California Press. 2003. 6.lpp

valdībā un izpildīja dažādas lomas papildus izklaidei;⁵⁴ piemēram, *kisen* pienākumu starpā bija medicīniskā aprūpe⁵⁵, rokdarbi, u.c.⁵⁶ Daudzas bija nodarbinātas karaļa galmā, taču dažas kalpoja arī ārpus galvaspilsētas. Viņi saņēma rūpīgu apmācību, bieži vien kļūšot izcilas mākslas, dzejas un prozas meistas, lai arī muižniecība ignorēja viņu talantu, *kisen* zemāka sociālā statusa dēļ. Kima Jončuna, par sabiedrisko attiecību pret *kisen*, raksta:

*“Since the early Yi dynasty [Choson dynasty] there were demands for the abolition of the kisaeng system because it conflicted with Confucian ethics, but none had force enough to implement an effective opposition. This was because the kisaeng had direct influence on the conduct of the officials themselves. Also, it was often argued, if kisaeng were abolished government officials might steal the wives of commoners.”*⁵⁷

Gorjo un Čosanas dinastiju laikā *kisen* ieņēma *čhonmin* (천민 cheonmin), zemākā sabiedrības ranga, statusu. Šo statusu viņas dalīja ar citiem izklaidētājiem, māksliniekiem, kā arī miesniekiem un vergiem. Tādēļ, ka *kisen* amats bija mantojams, *kisen* bērni mantoja arī *čhonmin* statusu, un meitas automātiski kļuva par *kisen*.⁵⁸ Atšķirībā no japāniešu geišām, *kisen* bija valdības īpašums, un, neskatoties uz to, ka daudzas ieņēma augstās ietekmes pozīcijas karaliskajā galmā, faktiski viņas palika valdības vergi.⁵⁹ Viņu karjeras bija salīdzināmi īsas, viņām tika atļauts būt izklaidētājam tikai līdz trīsdesmit gadu vecuma un bija spiestas beigt savas tālākās šuvēju vai ārstu karjeras, sasniedzot piecdesmit gadu vecumu.⁶⁰ Zemākā ranga *kisen* dažreiz bija spiestas atkāpties un strādāt krogos, būšot tikai divdesmit gadus vecas.⁶¹

Galvenās atšķirības starp geišām un *kisen* var aprakstīt sekojoši: geišas baudīja privātā sektora nodarbinātības brīvības, tajā laikā, kad *kisen* apmainīja tās pret politisko ietekmi un

⁵⁴ **Kyung Moon Hwang.** Ibid 04.02.15. [skatīts: 02.12.17]

⁵⁵ **Han Hee-sook.** “Women’s Life during the Chosŏn Dynasty”. International Journal of Korean History Vol.6. 12.04. 148.lpp

⁵⁶ **Seth Michael J.** “A Concise History of Korea: From the Neolithic Period throughout the Nineteenth Century”. Oxford: Rowman & Littlefield. 2006. 158.lpp

⁵⁷ “Kopš Ji dinastijas [Čosonas dinastijas] sākuma, skanēja prasības atcelt *kisen* sistēmu, jo tā esot stāvējusī pretrunā ar konfucianisma ētiku, bet nevienam nebija pietiekami daudz spēka, lai īstenotu efektīvu opozīciju. Tā galvenais iemesls bija tas, ka *kisen* varēja tieši ietekmēt pašu amatpersonu lēmumus. Tā arī, bieži tika apgalvots, ka, atceļot *kisen* sistēmu, amatpersonas sāktu zagāt tautas sievietes.” (tulk. Alise Soga)

Kim Yung-Chung ed. “Women of Korea: A History from Ancient Times to 1945”. Seoul: Ehwa Womans University. 1976. 139.lpp

⁵⁸ **Han Hee-sook.** Ibid. 12.04. 148.lpp

⁵⁹ **KyungMoon Hwang.** Ibid. 04.02.15.[skatīts: 20.05.17]

⁶⁰ **Lee Younghee.** “Ideology, culture and han: Traditional and early modern Korean women's literature”. Seoul: Jimoondang. 2002. 90.lpp

⁶¹ **Seth Michael J.** Ibid. 2006. 158.lpp

stabilitāti. Kaut gan dažas nabadzīgas ģimenes, tāpat kā tas bija ierasts pirmskara geišu sistēmā, dažreiz pārdeva meitas, lai tās tiktu apmācītas un kļūtu par *kisen*, geišas līdzīgos apstākļos, kā *judži*, varēja atmaksāt parādu un kļūt patstāvīgas. Taču, geišu gadījumā, viņu nodarbošanās valstiski tika atzīta kā profesija, ar noteikumiem un regulējumiem, aprakstošiem konkrēta veida attiecības jeb pakalpojuma apmaiņu pret apmaksu starp geišu un klientu. Tas nozīmē, ka geiša ir mācekļības veida apmācības noteiktais amats jeb, mūsdienu interpretējumā, - māksla. Turpretī *kisen* dzīve bija kastu sistēmas noteikta, un viņu pakalpojumi tika apmainīti pret statusu un ietekmi, taču arī valsts ierobežotā mērogā. Var apgalvot, ka par geišu kļūst, kamēr par *kisen* piedzimst.

1.3.2 Kurtizānes Ķīnā

Arī Ķīnā pastāvēja atšķirība starp prostitūtām un kurtizānēm, kaut arī abas grupas tika pieskaitītas pie 'izklaidētājiem' saskaņā ar Ķīnas tiesas nolikumu, un, tāpēc, attiecās pie zemākās sabiedrības kastes.⁶² Taču, atšķirībā no korejiešu *kisen* un japāņu geišām, Ķīnā šī diferenciācija nenotika pēc ar profesiju saistītu seksuālo pakalpojumu klātbūtnes principa, kā Korejā un noteiktajos laika posmos arī Japānā. Gan kurtizānes, gan prostitūtas sniedza seksuālās dabas pakalpojumus un tika vērtētas viņu skaistumu un seksuālā šarma dēļ, taču kurtizānes bija pieprasītas, galvenokārt pateicoties viņu talantiem un inteliģencei. Viņas līdzinājās geišām, augsti vērtētas bija viņu klasiskās literatūras pārzināšana, dzejas lasīšana, mūzikas un deju izpildījums, kā arī sarunas māksla. Talantīgākās no viņām sniedza padomus kultūras un izsmalcinātas gaumes jautājumos.⁶³

Lingvistiskās diferenciācijas ziņā, konkrēti noteikt leksikas atšķirības, runājot par prostitūtām un par kurtizānēm, arī nav iespējams. Jau Tan dinastijā (618–907) prostitūtas (妓女 *čīnu*, jīnǚ) definīcija bija - sieviete-izklaidētāja, kura specializējas dejās un mūzikā.⁶⁴ Tomēr par kurtizānēm jeb *čiančihua* (交際花 jiāojiāhuā, burt. sociālie ziedi) kā par separāto parādību, ar

⁶² Anders Hansson. "Chinese Outcasts: Discrimination and Emancipation in Late Imperial China". Leiden. 1996. 1.-2.lpp

⁶³ Victoria Cass. "Dangerous Women: Warriors, Grannies, and Geishas of the Ming". Lanham, MD. 1999.26.lpp

⁶⁴ Harris Rachel. ed. Pease Rowan, Tan Shzr Ee. "Gender in Chinese music". Rochester, NY: Univ. of Rochester Press. 2013. 67.lpp

pārlicību, varam runāt tikai sākot ar Min dinastiju (1368 - 1644). Tieši tad Ķīnā attīstījās drukas industrija un aristokrātu ģimenes sāka izmantot iespējas savām meitām iemācīt lasīt un rakstīt. Kurtizānes specializējās dejās un mūzikā, bet lasītprasme arī bija viņu profesijas neatņemamā sastāvdaļa, tādēļ asimilēt jaunas drukas kultūras atzinību savā prasmju kopumā nebija grūti. Rezultātā, kurtizānes, kopā ar augstās sabiedrības sievietēm, izveidoja jauno lasītāju publiku, kas ietekmēja robežu reducēšanos starp dažādu kastu pārstāvjiem.⁶⁵ Tādējādi, Min dinastijā pakāpeniski pazuda stingrā kastu atdalīšanās un ar to saistītie noteikumiem, piemēram, noteikums, ka apģērbs ir jāaizvēlas tikai atbilstoši savam sociālajam statusam.⁶⁶ Japānā kaut kas līdzīgs bija vērojams Edo periodē - geišu kultūras uzplaukuma laikā. Rezultātā, atšķirība starp kurtizānēm un prostituētām kļuva būtiska un redzama; to apliecināja kurtizānes bagātīgais izskats un sakari augstajā sabiedrībā. Minu dinastijā augstākās klases kurtizānes, *jiči* (藝妓 *yiji*), vairs nenodarbojas ar prostitūciju, bet, līdzīgi geišām, varēja sev atļauties paļauties tikai uz peļņu no savas mūzikas, dzejas, utt. prasmju jeb savas kompānijas pārdošanu .

Parādījās arī apzīmējumi kurtizānēm, kuras specializējās noteiktās sfērās, piemēram, dziesmu kurtizānes - *geči* (歌妓 *gēji*) - un aktrises - *jou* (优 *yōu*). Tā arī kurtizānes varēja kļūt un bieži kļuva par imperatoru konkubīnēm. Amatpersonu elite sāka uzskatīt kurtizānes par neatņemamu viņu dzīves daļu.

Cjinu dinastijas laikā (1644 – 1912), kurtizāņu daudzveidības rezultātā, izveidojās hierarhija, kura sadalīja *čiančihua* uz *jiči* (augstās klases kurtizānēm, kas nepiedāvāja seksuālos pakalpojumus) un parastām kurtizānēm (zemās klases kurtizānēm, kas sniedza arī seksuālos pakalpojumus), un kuras virsotnē stāvēja tā sauktās stāstītājas. 19. gadsimtā otrajā pusē, lai kļūtu par augstā līmeņa kurtizāni, bija jāpierada sava muzikālā prasme komitejas priekšā, un, lai turpinātu savu darbību .⁶⁷

Ķīnas kurtizānes būtībā ir izgājušas to pašu ceļu kā geišas, līdz profesijas izveidošanas, kurai faktiski nav sakaru ar seksa industriju, un kas sevī apvieno kompanjona un izklaidētāja lomas. Taču Ķīnas kurtizānes nekad neatdalījās no prostitūcijas ģeogrāfiski, *čiančihua* mājās bija

⁶⁵ **Wilt Idema and Beata Grant.** “The Red Brush: Writing Women of Imperial China”. Cambridge, MA. 2004. 348.lpp

⁶⁶ **Sarah Dauncey.** “Illusions of Grandeur: Perceptions of Status and Wealth in Late-Ming Female Clothing & Ornamentation”. East Asian History, 25/26. 2003. 67.lpp

⁶⁷ **Harris Rachel, Pease Rowan, Tan Shzr Ee (ed.)** Ibid. 2013. 67.-68.lpp

iespējams pasūtīt gan *jiči*, gan dabūt seksuālos servisu, vai valodas sfērā, kā vārdu '*jiči*' nevar uzskatīt par 'geiša' ekvivalentu, jo '*jiči*' joprojām sevī ir saglabājis prostitūcijas konotāciju.

1.3.3. Citās valstīs

Ir nepieciešams pieminēt citu valstu profesijas, kuras ir samērā līdzīgas geišām, *kisen*, vai *jiči*. Vjetnamas *kaču* (ca trù) pēc būtības ir vislīdzīgākā geišai, ņemot savus aizsākumus reliģiskās ceremonijās un uzstājoties karaliskā galma priekšā, un vēlāk, uzstājoties par samaksu. Taču, atšķirībā no augšā pieminētām profesijām, *kaču* nevar uzskatīt par kompanjoniem, jo viņu primārā funkcija bija izklaide ar dejām un mūziku.⁶⁸ Mūsdienās *kaču* ir arī paša mūzikas žanra nosaukums.

Almea (عالمه 'ālmeh) bija augstā ranga sieviete-dejotāja arābu Ēģiptē. Šīs sievietes ar savām dejām un dziesmām izklaidēja harēma sievietes, kamēr vīrieši klausījās no citas istabas. Viņām bija relatīvi augsts sociālais statuss un daudzas, tāpat kā *kisen*, paralēli darbojās medicīnas sfērā.⁶⁹ Taču, līdzīgi *kaču*, *almea* deju talants kļuva par viņu definējošo īpašību. 19. gadsimtā vārds kļuva par erotiskās dejotājas sinonīmu.

Mogulu impērijas (1526—1857) galma neatņemamā daļa bija *tavaif* (طوائف tawaif), augstās klases kurtizānes, kuras izcēlās savās mūzikas un deju prasmēs, kā arī literatūras zināšanās un rakstīšanā. Viņas ieņēma politiskās ietekmes pozīcijas un tika vērtētas kā pirmā autoritāte estētikas un kultūras jautājumos. *Tavaif* bieži ieņēma topošo valdnieku skolotāju lomu, mācot viņiem literatūru. *Tavaif* influence pārsniedza pat ķīniešu kurtizānes; dažas no viņām pat pašas kļuva par reģionu valdniecēm.⁷⁰ Atšķirībā no geišām, tieši kā *kisen*, *tavaif* bija galma pozīcija, nevis brīvā profesija.

Apkopojot, var apgalvot, ka, kamēr citās valstīs eksistēja samērā līdzīgas profesijas, vistuvākās mūsdienu irējamā kompanjona parādībai tomēr paliek japāņu geišas, kuru primārās

⁶⁸ Lê Văn Hảo. "Quelques Récents Ouvrages Vietnamiens". Bulletin De L'École Française D'Extrême-Orient, vol. 52, no. 2. Paris. École française d'Extrême-Orient. 1965. 567.-577.lpp

⁶⁹ Karayanni Stavros Stavrou. "Dancing Fear and Desire: Race, Sexuality, and Imperial Politics in Middle Eastern Dance". Wilfrid Laurier University Press. 2004. 25.-29. lpp.

⁷⁰ Schoffield Katherine Butler. "The Courtesan Tale: Female Musicians and Dancers in Mughal Historical Chronicles, c.1556-1748". Gender & History. 24 (1). 2012. 150.-171.lpp

funkcijas bija un paliek viņu kompānijā, izklaides prasmes un konsultēšana - pakalpojumi, kuri ir dabūjami par konkrētu samaksu, pēc konkrēta regulējuma, bez seksuālā konteksta.

2 Izīrējamais kompanjons vientuļās Japānas kontekstā

Ievadā tika pieminēts, ka Japānā izīrējamie kompanjoni ir īpaši populāri, vai vismaz vairāk atzīti un normalizēti. Mūsu apgalvojums balstās uz pēdējo 10 gadu mediju reportāžām par īrējamiem kompanjoniem. Reportāžas par īrējamiem draugiem, viltus romantiskiem partneriem, vai ģimenes locekļiem japāņu valodas plašsaziņas līdzekļos nekad nav tik sanacionalizētas, kā piemēram, raksti par tiem pašiem fenomeniem amerikāņu medijos. Šādu atšķirību varētu norakstīt uz kultūras diferencēm, apgalvojot, ka Japāna ir slēgta sabiedrība. Taču, Japānas televīzijas sižeti, piemēram, bieži balstās uz pārsteiguma efekta un spilgtu emociju atdarināšanas, tāpēc nevar noteikt konkrētas atšķirības ar informāciju sniegumu atvērtajās sabiedrībās. Tomēr sižeti par īrējamiem draugiem tiek pasniegti ar tādu pašu normālītēs līmeni kā sižeti par jebkuru citu profesiju Japānā.

Viens no iemesliem šīs profesijas normalizēšanai Japānā ir viena īrējamā kompanjona veida neizbēgamā visuresamība valstī - tās ir viesmīles jeb *hostess* (ホステス *hosutesu*), par kurām konkrētāk tiks runāts trešajā nodaļā. Bet uzreiz jāpiemin, ka šī profesija - sievietes, kuras dzer un flirtē ar klientiem, klausoties viņu problēmas, sniedzot padomus, stāstot anekdotes un dažādus stāstus, un arī uzstājoties ar deju vai dziesmu - ir īpaši izplatīta Japānas nakts dzīves sfērā. Tādējādi, cita veida kompanjona profesijas iegūst leģitimitāti pēc asociācijas.

Cits iemesls, kuram uzmanība tiks pievērsta šajā nodaļā, ir lielāks pieprasījums pēc kompanjona servisiem Japānā, sakarā ar valsts kultūrvēsturisko fonu un tā ietekmi uz mūsdienu Japānas sabiedrību.

2.1. Japānas kultūras galvenās īpatnības

Ja vērtē Japānas kultūru no ģeogrāfiskā determinisma skatupunkta, var uzskatīt, ka Japānas būtība kā sala ir lielā mērā ietekmējusi valsts tradīcijas un kultūras vērtības, veidojot slēgtu sabiedrību. Tā kā valsts okeāniem tika atdalīta no Āzijas kontinenta, Japānas kultūra bija

spiesta attīstīties relatīvā izolācijā, neuztraucoties par draudiem tikt iekarotai, utt.⁷¹ Rezultātā, vēsturiski Japānas uzmanība lielākoties tika vērsta uz iekšu, nevis uz āru.

Harmonijas koncepts, vai *wa* (和 *wa* lat. miers), kļuva par svarīgu faktoru japāņu dzīvē, kas palīdzēja uzturēt labas attiecības starp cieši saistītām kopienām.⁷² Ja cilvēks izvēlējās upurēt sevi un strādāt kopienas labā, kopiena viņu atbalstīja un aizsargāja. Grupas jeb kopienas nozīme pakāpeniski kļuva svarīgāka par individu, jo tā, katram individam strādājot tās labā, bija stiprāka par individu un spējīga sniegt stabilitāti un aizsardzību. Tādejādi, lai tālāk atbalstītu savu kopienas locekļi izteica savus viedokļus atbilstoši viņu grupas mērķiem rūpīgi veidojot bezkonfliktu harmonijas sajūtu.⁷³ Lai neradītu nopietnas problēmas, kuras potenciāli varētu sabojāt savā kopienā izveidojušos harmoniju, cilvēki izvairījās no skaidrās konkrētu ideju vai piedāvājumu izteikšanas, pat vienkāršas atbildes uz "jā" vai "nē" jautājumiem lielākoties tika formulētas nenoteikti, lai pastāvētu iespēja citādi atbildes interpretācijai.⁷⁴

Arī mūsdienu Japāna ir palikušas šīs lingvistiskās īpatnības; japāņu izvairīšanās no konkrētākas valodā joprojām rada pārpratumus gan no ārzemnieku puses, gan arī starp pašiem japāņiem. *Va* nav vienīgais koncepts, kurš līdz mūsdienām definē japāņu kultūru un uzvedības normas.

Amae (甘え *amae*) koncepts, kura tuvākais tulkojums būtu: 'atkarībā no citu cilvēku labvēlības' tiek uzskatīts par galveno konceptu, ar kura palīdzību var izprast japāņu personības struktūru.⁷⁵ *Amae* ir cilvēcisko attiecību struktūras pamats Japānā. Tas veido harmoniski funkcionējošas, stabilas ģimenes, darba, u.c. attiecības, kurās jaunākie ir atkarīgi no vecākajiem, bet vecākie, kļūstot vājāki, ir atkarīgi no jaunākiem. *Amae* lielā mērā ietekmē visus japāņu dzīves aspektus, jo tas ir tieši saistīts ar citām japāņu domāšanas veida raksturīgām iezīmēm, uz kurām balstās Japānas sabiedrība; tās būtu: *enryō* (遠慮 *enryō* lat. ierobežošanās), *giri* (義理 lat. sociālais pienākums), *cumi* (罪 *tsumi* lat. grēks) un *hadži* (恥 *haji* lat. kauns)⁷⁶.

⁷¹ Roger J. Davies & Osamu Ikeno. "The Japanese Mind: Understanding Contemporary Japanese Culture". Tuttle Publishing. 2002. 9.-10.lpp

⁷² Roger J. Davies & Osamu Ikeno. Ibid. 2002. 9.-10.lpp

⁷³ Roger J. Davies & Osamu Ikeno. Ibid. 2002. 9.-10.lpp

⁷⁴ Roger J. Davies & Osamu Ikeno. Ibid. 2002. 9.-10.lpp

⁷⁵ Doi Takeo. "The anatomy of dependence". New York: Kodansha. 1973. 17.lpp

⁷⁶ Doi Takeo. Ibid. 1973. 33.-48.lpp

Enrjō, *giri*, *cumi* un *hadži* katrs savā mērā definē indivīda attiecības ar ārējo pasauli Japānā, nodrošinot motivāciju un ierobežojumus personas rīcībā. *Enrjō* iedala cilvēka sociālo loku kategorijās, ar noteiktiem noteikumiem, ierobežojot tuvuma līmeni ar konkrētiem cilvēkiem. Piemēram, *enrjō* teorētiski nodrošina darba attiecību nepārkāpšanu, toties *giri* darbojas kā galvenais tādu attiecību pamats. *Tsumi* un *hadži* abi izpilda tabu funkciju, nodrošinot funkcionējošas sistēmas drošību un stabilitāti apmaiņā pret pilnu rīcību brīvību. Tādējādi, pārkāpumi noteiktās sfēras attiecībās tiks kritizēti no citu sociālās grupas dalībnieku puses.

Nākamā konceptu kopa, kas ir fundamentāla japāņu dzīvē, ir *honne* (本音 *honne*) un *tatema* (建前 *tatema*). Dzīvojot Japānā, Jūs diezgan bieži sastapsieties ar šiem jēdzieniem ikdienas sarunās, jo paši japāņi, izskaidrojot savu kultūru un savas individuālās rīcības tās kontekstā, pamatojas uz kontrastu starp *honne* un *tatema*. Šie divi koncepti ir uztverami kā viena kontrastejošu jēdzienu dihotomija; patiesu personas izjūtu un sociāli kontrolētu viedokļu pretstats. *Honne* ir cilvēka īstenie motīvi vai nodomi, savukārt *tatema* attiecas uz motīviem vai nodomiem, kas ir sociāli pielāgoti, veidoti, mudināti atkarībā no sabiedrības vairākuma pieņemtajām normām.⁷⁷

Analizējot ikdienas interakcijas ar japāņiem, gandrīz katru japāņu komunikatīvo aktu var iedalīt cilvēka virspusējos vārdos, *tatema*, un īstenajās iecerēs, *honne*. Lai gan šāda veida sociālo interakciju sadalījumu ir iespējams atrast arī ārpus Japānas, faktiski vairāk par 115 valstīs, japāņi paši plaši izmanto šos vārdus un *honne* un *tatema* uzskata par pašsaprotamu, neatņemamu viņu ikdienas dzīves daļu, un neizteikt savas patiesās jūtas un nodomus sabiedrībā ir kļuvis par tikumību japāņu domāšanas veidā.⁷⁸ Kad apskata *honne* un *tatema* harmonijas saglabāšanas kontekstā, kļūst skaidrs kāpēc izmantot *tatema* citiem priekšā ir drošāk. Kad abas sarunas puses izmanto *tatema* un ierobežo dalāmās informācijas, sarunas tēmu, sarunas veida un stila iespējas, tikai netieši norādot uz sarunas patieso informatīvo kodolu, pazeminās risks nelabvēlīgi ietekmēt gan sarunas partneri, gan sevi, gan sociālo apkārtni.

Honne un *tatema* it sevišķi līdzinās vienas no galvenajām pragmatikas teorijām, Džona Ostina un Džona Sērla runas akta teorijas, ekstrēm-gadījumam. Runas akta teorija nosaka, ka jebkāds komunikatīvais akts, galvenokārt verbālais teiciens, var tikt iedalīts trijos līmeņos -

⁷⁷ Nobuyuki Honna and Bates Hoffer. "An English Dictionary of Japanese Culture". Tokyo: Yuhikaku, 1986. 94.lpp

⁷⁸ Roger J. Davies & Osamu Ikeno. Ibid. 2002. 115. - 116.lpp

lokutīvajā aktā, jeb vārdu tiešajā nozīmē, ilokutīvajā aktā jeb zemteksta nozīmē, un perlokutīvajā aktā jeb vārdu funkcijā, vai jautājumā vai zemteksts tika nolasīts un akceptēts.⁷⁹ Visu kultūru valodās ir atrodamī piemēri tādiem runas aktiem, kur pastāv ievērojamas atšķirības starp šiem līmeņiem, un ilokutīvais akts ir daudzkārt atkarīgs no sarunas konteksta. Piemēram, frāze, vai lokutīvais akts “Man ir auksti,” var būt dažādi interpretēta, tas ir, tai piemītīs dažādas ilokutīvās nozīmes. Ja saruna notiek istabā ar atvērtu logu, tad ilokutīvais akts būs “Lūdzu, aizver logu,” bet, ja saruna notiek ārā uz ielas, ilokutīvais akts varētu būt “Iedod man jaku”. Perlokutīvais akts būs - vai runātājam ir izdevies panākt iedomāto, vai oponents ir saņēmis zemteksta informāciju un ir aizvēris logu/iedēvis jaku, vai nav sapratis zemtekstu, vai arī ir sapratis, bet izvēlējis to ignorēt. Japāņu *honne* un *tatema*e darbojas pēc līdzīgas sistēmas, bet ir vēl smalkās un, tāpēc, vēl ekstrēmāk, īpaši kad *honne* netiek pareizi lasīts.

Piemēram, kad Japānā cilvēks pie kāda ciemos un jau ir pienācis pusdienlaiks, viņam parasti tiek uzjautāts: “Vai Jūs nepaēdīsiet ar mums?”. Bet šī frāzē nav ielūgums, bet gan smalks mājiens, ka ir pienācis laiks doties mājās. Tāpēc, šajā gadījumā pareizā atbilde ir: “Nē, paldies. Es neesmu izsalcis.” Kā jau esam pieminējuši, izmantot *tatema*e komunikāciju ir efektīvs veids saglabāt ‘harmoniju’ vai status quo un nesabojāt nevienam reputāciju. Taču, šādā sistēmā nav viegli izveidot personīgās uzticības attiecības.

Var apgalvot, ka japāņu sabiedrību raksturo cieši un intīmi saistītu attiecību tīkls⁸⁰, bet tajā pašā laikā arī pārmērīga ieinteresētība sociālajā mijiedarbībā.⁸¹ No vienas puses cilvēku attiecības tiek rūpīgi analizētas līdz detaļām, bet no otras - šī informācija tiek izmantotā galvenokārt plašākajā kontekstā, novērtējot efektu uz sabiedrību kopumā.

Pastāvīgi sev jautājot: “Ko citi par mani domā?” “Kā viņi kritizētu manas rīcības?” vai “Vai es viņiem patīku?” japāņi tangenciāli paliek atkarīgi no citu viedokļa un situācijas. Pārāk sevis apzināties, cilvēka ārējais “Es” disproporcionāli izaug vērtībā, kas traucē iekšējai sevis izpratnei un tās komunicēšanai.⁸² Vēloties normalizēt sevi, japāņi bieži ignorē vai aktīvi apspiež savas personības daļas, kuras no sabiedrības viedokļa varētu likties nelabvēlīgas. Tādā sakarā var rasties psiholoģiskie traucējumi, tā kā stress, asociētais ar sevis kategorizēšanu un it īpaši

⁷⁹ Ernst Peter. “Pragmalinguistik. Grundlagen, Anwendungen, Probleme”. Walter de Gruyter. 2002. 102.lpp

⁸⁰ Ohnuki-Tierney Emiko. “Illness and culture in contemporary Japan”. Cambridge:Cambridge University Press. 1984. 216.lpp

⁸¹ Roger J. Davies & Osamu Ikeno. Ibid. 2002. 197.lpp

⁸² Takie Sugiyama Lebra. “Japanese Patterns of Behaviour”. University of Hawaii Press. 1976. 2.lpp

negatīvu kategorizēšanu ar secīgo negatīvo kategoriju represiju, kura novada pie disonanses starp sabiedrisku un privātu personību, ir sevišķi izteikts stingrajā sociālajā sistēmā.⁸³

Japāņu domāšanas modeļos gandrīz pārmērīgā veidā tiek uzsvērtas sociālās attiecības, un kaut gan individualitātes vērtība ir atzīta Japānas sabiedrībā, tai jāatbilst personas sociālāi pozīcijai un jāiekļaujas kopienas kontekstā. Šīm ļoti uzsvērtām sociālām attiecībām piemīt specifika, šaurība, tās atrodas ierobežotajā sociālajā tīklā un izraisa ierobežotu efektu priekš personas dzīves.⁸⁴

Tādas attiecības, kā jau tika pieminēts, bieži ir ierobežojošas un stresu izraisošas. Stress nāk ne tikai no attiecību ierobežotības un to veidu kā attiecības ierobežo indivīdu, *enryō*, bet arī no pienākuma tās uzturēt, no bailēm pielaiest kļūdu, *cumi* un *hadži*, no globālās neskaidrības stāvokļa, kuru izraisa *honne* un *tatemaie*. Kaut gan aprakstītā attiecību struktūra gadsimtiem ilgi ir efektīvi darbojusies Japānā un cilvēku attiecību atbildības un izmaksas ir stāvējušas stabilajā līdzsvarā, šī līdzsvara sajūta pastāvīgi izzūst modernajā pasaulē. Vairāk nepietiek implicētas komunikācijas sabiedrības izteiktu normu rāmjos. Un komunikācijas nefunkcionalitātē, vai tās trūkums paliek arvien lielāks bēdu avots.

Iespējams, ka vislielākā problēma slēpjas tajā, ka daudzi no japāņiem neuzskata komunikāciju par svarīgu personīgu attiecību sastāvdaļu. Tiek pieņemts, ka, ja tās ir nozīmīgas attiecības, atklātā komunikācija nav vajadzīga.

Ņemot vērā augšā diskutētus faktus, nav brīnums, ka japāņi, lielākoties, nelabprāt paļaujas uz savas sociālās grupas atbalstu stresa situācijās. Pat fizioloģijas ziņā, Austrumāzijas kultūras izrāda mazāk atvieglojuma zīmes, atklājoties citam. Varētu teikt, ka Japānā ir sarežģīti veidot draugu attiecības. Tā nav vieta, kur jūs varētu apsēsties kādam vilcienā blakus un sākt runāt par grāmatu, kuru cilvēks lasa. Draudzības process Japānā ietver daudz formalitātes un tipiski ir vajadzīga trešā puse, kura izpildīs starpnieka lomu, īpaši iepazīšanās solī.

⁸³ **Kawanishi Yuko.** "Mental Health Challenges Facing Contemporary Japanese Society The "lonely People"". Global Oriental. 2009. 9.-10.lpp

⁸⁴ **Kawanishi Yuko.** Ibid. 2009. 15.lpp

2.2 Japāņu darba kultūra

Japāņu tendence vērtēt status quo un sociālās attiecības augstāk par savām personīgām vajadzībām un problēmas veidojot uzticības attiecības noved pie savas garīgās veselības totālās ignorēšanas. Vēl viens faktors, kurš nelabvēlīgi ietekmē japāņu garīgu veselību un patiesu draugu attiecību veidošanas iespējas ir Japānas darba kultūra.

Viena no lielākajām ar Japānas darba kultūru saistītajām problēmām ir *karōshi* (過勞死 *karōshi*), kura tuvākais tulkojums būtu ‘pārslodzes nāve’, pēkšņa ar darbu saistīta mirstība. Galvenie *karōshi* cēloņi ir sirdslēkme un insults, ko izraisa stress un badošanās diēta. Ar darba stresu saistītas pašnāvības arī tiek iekļautas *karōshi* jēdzienā. Šī parādība ir plaši izplatīta arī Dienvidkorejā, kur to sauc par *gvalosa* (과로사 *gwarosa*). Ķīniešu valodā tā tiek dēvēta par *guolaosi* (過勞死 *guò láo sǐ*).

Šis koncepts Japānā parādījies pēckara periodē.⁸⁵ Japānas virsstundu strādāšanas kultūra noformējās vēl 1960. gados, kad cilvēki, kas palika strādāt pa nakti tika vērtēti kā čakli darbinieki. Daudzos gadījumos, darbinieki, kuri izvēlējās nestrādāt tik daudz virsstundu saņēma negatīvu vērtējumus no priekšniekiem.⁸⁶ Mūsdienās situācija nemaz nav palikusi labāka, faktiski tā ir tikai pasliktinājusies.

Uzņēmumiem Japānā ir milzīga ietekme; viņi spēlē svarīgāku lomu nekā ģimenes 21. gadsimtā, reklamē sevi kā darbinieka mūža uzņēmumu - ģimeni; stratēģija, kurai ir lielāks vērts sabiedrībā ar zemiem laulību un dzimstības līmeņiem. Vecākiem pavadīt savus bērnus līdz skolai un mājup priekš uzņēmumiem izraisītu problēmas, kas ir viens no iemesliem, ka tādu parādību Japānā gandrīz vai neredz. Tas arī ir viens no iemesliem kāpēc Japānas sabiedrība tik rūpīgi uzņemas padarīt bērnu ceļu līdz skolai drošu un ērtu, jo, ja tā būtu vecāku atbildība, Japānai būtu pilnībā jāreorganizē savu darbaspēku un uzņēmumu sistēma.⁸⁷

⁸⁵ **Weller Chris.** “Japan is facing a 'death by overwork' problem — here's what it's all about”. Business Insider. 18.10.17. <http://www.businessinsider.com/what-is-karoshi-japanese-word-for-death-by-overwork-2017-10> [skatīts: 15.12.17]

⁸⁶ **Hurst Daniel.** “First step in changing Japan's workaholic culture: less overtime”. NBC News. 08.01.2018. <https://www.nbcnews.com/news/world/first-step-changing-japan-s-workaholic-culture-less-overtime-n833051> [skatīts: 01.04.18]

⁸⁷ **Adelstein Jake.** “Japan's independent kids I The Feed”. 07.09.15. The Feed. (06:04-6:26) <https://www.youtube.com/watch?v=P7YrN8Q2PDU> [skatīts: 01.04.18]

Uzņēmuma un darbinieka attiecībās visa vara pieder uzņēmumam. Kopš pēckara gadiem Japānā ir pastāvējusi pastāvīgās nodarbināšanas tradīcija, kas nozīmē, ka darbinieki sāka strādāt darbus ar labiem pabalstiem, stabilajam izaugsmes iespējām un solījumu, ka, ja viņi cītīgi strādās, viņi carēs paturēt sau darbu līdz pensijai.⁸⁸

Nepastāvīgie vai pagaidu darbinieki Japānā sāka parādīties 1990. gados, pēc valdības ieviestām izmaiņām darba jomā. Tad, kad globalizācija sāka pieprasīt lielāku apgrozījumu, lai samazinātu izmaksas, uzņēmumi arvien vairāk sāka nodarbināt uz pagaidu darbaspēku; tendenci, kas tikai pieauga Lielās recesijas laikā.⁸⁹

Nepastāvīgā darba vilnis ietekmēja vēl sliktāku attieksmi pret darbiniekiem no uzņēmumu puses, jo, zinot ka 20 līdz 30 gadu veci cilvēki darīs visu, lai iegūt darbu, uzņēmumi varēja un joprojām var nodarbināt lielu jauno cilvēku skaitu, piespiest viņus strādāt gandrīz neapmaksātas virsstundas, pieņemot, ka vairākums neizturēs skarbos apstākļus un strādās tikai sava pagaidu kontrakta periodā. Uzņēmumu vadītāji saprot, ka Japānā ir sarežģīti atrast labu darbu un ekspluatē to faktu.⁹⁰

Atrast pastāvīgus darbus ir vēl grūtāk un, kaut gan peļņa ir laba un tās pietiek, lai atbalstīt ģimeni, cilvēki ar pastāvīgiem jeb mūža darbiem, savu mūžu pavada uzņēmumā. Viņiem nepietiek laika izklaidei, randiņiem un citām lietām, izņemot ēdienu un gulēšanu. Daudzi ir tik noslogoti, ka gandrīz nespēj funkcionēt. Daudzas kompānijas piespied darbiniekus strādāt virsstundas, bet izlikšies, ka tas nenotiek. Uz papīra būtu ierakstīts viens laiks, bet īstenībā visi darbinieki strādātu vismaz līdz pusnaktij.⁹¹ Tāda veida darba sabiedrība Japānā ir lielākoties normalizēta un sūdzoties par ilgu darbadienu draugiem, ģimenes locekļiem vai valstij nerezultēs simpātijā no viņu puses.

Tā arī, Japānas darba kultūra ir ļoti nopietni ietekmējusi valsts dzemdības problēmu, jo, kā jau tika pieminēts, arī stabils, labi apmaksāts darbs neatļauj laika pat satikt cilvēku attiecībā. Statistika rāda, ka intīmo attiecību būtība pašlaik ir pārejas periodā. Vairāk nekā puse no aptaujātiem strādājošiem vīriešiem un sievietēm apgalvo, ka intīmās attiecības priekš viņiem nav

⁸⁸ **Semuels Alana.** "The Mystery of Why Japanese People Are Having So Few Babies". 20.07.17. The Atlantic Monthly Group. <https://www.theatlantic.com/business/archive/2017/07/japan-mystery-low-birth-rate/534291/> [skatīts: 01.04.18]

⁸⁹ **Semuels Alana.** Ibid. 20.07.17. [skatīts: 01.04.18]

⁹⁰ **Semuels Alana.** Ibid. 20.07.17.[skatīts: 01.04.18]

⁹¹ **Semuels Alana.** Ibid. 20.07.17.[skatīts: 01.04.18]

relevantas.⁹² Kaut gan tika pieminēti dažādi iemesli, vairāk par 10% pateica, ka neesot precēti, jo nezina kā tas ir būt attiecībās, norādot uz laika trūkumu.⁹³ Brīvā laika trūkuma un neregulāro brīvdienu dēļ, jaunākā paaudze pat necenšas ielānot laiku sociālām aktivitātēm, kur viņi varētu iepazīties ar jauniem draugiem vai dzīves partneri, kas noved pie vēl stiprākas izolācijas.

Kombinācijā ar japāņiem ierasto *honne* un *tatemaie* sistēmu un harmonijas saglabāšanas orientēto sociālo kontaktu struktūru, japāņiem nepaliek daudz iespēju izteikt dusmas vai frustrācijas sajūtas. Tā kā visām cilvēka attiecībā piemīt konkrēti noteikumi un robežas, cilvēks nespēj dalīties ar savām negatīvām vajumā sociālo kontekstu, darba attiecībās, izņemot priekšnieka dusmas, kuras tiek atļautas, draugu lokā, jo potenciāli draugi sāks negatīvi uztvert cilvēka attieksmi pret dzīvi, darbu, utt., tikai pasliktinot viņa sociālo pozīciju, pat ģimenē, izteicot savas negatīvās emocijas vecākiem, cilvēks riskē pārkāpt *giri* un izskatīties nepateicīgi. Noteikumu orientētajā sabiedrībā jauniem cilvēkiem tiek piedāvātas atļauto rīcību robežas, kuru pārkāpšana nozīmē noraidījumu. Vienīgās pilnīgās uzticības attiecības, kuras atļautu arī negatīvi izjūtu atklāšanu bez nelabvēlīgām sekām dotajā sabiedrības modelī, ir dzīves partneru attiecības, kuras ir aizvien grūtāk veidot Japānas darba kultūrā. Tāpēc, sastopoties ar lielām problēmām vai ar darba saistītu stresu, daudzi neredz citu iespēju, nekā izdarīt pašnāvību.

Psihologs, Nišida Vataru piemin internetu un porno industriju kā stresa un nemiera avotus mūsdienu japāņiem:

*"Young people in Japan have a lot of knowledge, but they have no life experience. They have no idea how to express their emotions. They have forgotten what it's like to touch a person. When they think about sex they have high anxiety and no idea how to deal with it. And when young people do find themselves isolated and depressed, they have few places to turn to."*⁹⁴

Bet kāpēc japāņi nevarētu tādās situācijās atrast profesionālu palīdzību, psihologu un psihiatru atbalstu un konsultācijas? Japānā jau sen pastāv aizspriedumi pret garīgām slimībām,

⁹² **The Japan Times.** "Is a girl or boyfriend worth it?" The Japan Times. 11.12.11.
<https://www.japantimes.co.jp/opinion/2011/12/11/editorials/is-a-girl-or-boyfriend-worth-it/#.WwGpzTSFPDc>
[skatīts: 01.04.17]

⁹³ "Jauniešiem Japānā ir liels zināšanu klāsts, bet viņiem nav dzīves pieredzes. Viņiem nav ne jausmas kā izteikt savas emocijas. Viņi ir aizmirsuši kā tas ir pieskarties cilvēkam. Kad viņi domā par seksu, tas izraisa lielas satraukuma izjūtas un viņi nezina kā ar to tikt galā. Un kad jaunieši atrodas depresijas un izolācijas stāvoklī, viņiem nepaliek daudz vietu, kur vērsties." (tulk. Alise Stoga)

The Japan Times. Ibid. 11.12.11. [skatīts: 01.04.17]

⁹⁴ **Wingfield-Hayes Rupert.** "Why does Japan have such a high suicide rate?" BBC News. 03.07.15.
<http://www.bbc.com/news/world-33362387> [skatīts: 19.09.17]

tādām kā depresija vai neuroze, tradicionāli tās tika uzskatītas par vājības iezīmi. Par cēloņiem tiek uzskatīta rakstura vājība, gribasspēka izzudums, utt.; cilvēks pašs tiek vainots savā slimībā.⁹⁵ Un, ja cilvēks izvēlas runāt par savām garīgā stāvokļa problēmām, viņš atkal iet pretī *honne* un *tatema* sistēmai.

Tikai pēdējos 10 gados, kad valdība sāka īstenot pasākumus, lai samazinātu *karōshi* skaitļus, taču, kaut gan 2015. gada dati liecina, ka situācija ir uzlabojusies, tajā pašā laikā, 2015. gadā 96 nāves no infarktiem vai insultiem tika atzītas par darba stresa izraisītām un tika dokumentētas 2159 ar darba stresu saistītas pašnāvības.⁹⁶

Endrū Graims, piedzimis Lielbritānijā psihoterapeits ar 20 gadu pieredzi Japāna, apgalvo, ka, kaut gan uzņēmumu vadītāji tagad cenšas novērst potenciālās pašnāvības, savā uzņēmumā nodarbinot psiholoģi konsultantu, darbinieki joprojām nespēj atklāti dalīties ar savām problēmām, jo viņiem trūkst konfidencialitātes sajūtas. Darbinieki uzskata, ka izteiktais privātajās sesijās ar psiholoģi pazeminās viņus kolēģu un priekšnieku acīs.⁹⁷

Tāpēc daudzi kompānijas īrēšanu izmanto kā pārvarēšanas mehānismu vientulības un izolācijas problēmai. Tokijas izīrējamo draugu servisu uzņēmuma īpašniece, Abe Maki, Japānas situāciju raksturo sekojoši:

*“We look like a rich country from the outside, but mentally we have problems. [...] Japan is all about face. We don’t know how to talk from the gut. We can’t ask for help. So many people are alone with their problems, and stuck, and their hearts aren’t touching. [...] There are many people who haven’t been touched for years. We have clients who start to cry when we shake hands with them.”*⁹⁸

⁹⁵ **Wingfield-Hayes Rupert.** “Ibid. 03.07.15. skatīts: 19.09.17]

⁹⁶ The Japan Times. “The government’s ‘karoshi’ report”. The Japan Times. 12.10.16.
<https://www.japantimes.co.jp/opinion/2016/10/12/editorials/governments-karoshi-report/#.WwatATSPDe>
[skatīts: 20.05.2018]

⁹⁷ **Andrew Grimes.** “How is stigma toward depression and mental illness in Japan?” Fukada Shiho. Japan's Disposable Workers. 2014.
[http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto\[3525-How%20is%20stigma%20toward%20depression%20and%20mental%20illness%20in%20Japan?\]/0/](http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto[3525-How%20is%20stigma%20toward%20depression%20and%20mental%20illness%20in%20Japan?]/0/) 00:00-1:40
[skatīts: 19.09.17]

⁹⁸ “No ārpusēs mēs izskatāmies kā bagāta valsts, bet garīgi mums ir problēmas. [...] Japānā mēs uztraucamies tikai par seju, mēs neziņām kā runāt no sirds. Mēs nespējam palūgt palīdzību, Tik daudz cilvēku ir vienatnē un iestrēguši ar savām problēmām, un viņu sirdis nesaskaras ar citiem. [...] Ir daudzi cilvēki, kuriem neviens nav pieskaries gadiem ilgi. Mums ir klienti, kuri sāk raudāt, kad mēs viņiem spiežam roku.” (tulk. Alise Stoga)

Colin Chris. “The Incredibly True Story of Renting a Friend in Tokyo”. Afar. 02.19.16.
<https://www.afar.com/magazine/the-incredibly-true-story-of-renting-a-friend-in-tokyo> [skatīts: 25.09.17]

Abe Maki eksplicēti adresē Japānas iedzīvotāju garīgā stāvokļa problēmas, nosaucot bailes izteikt savas domas un lūgt palīdzību kā galvenās problēmas un izolācijas cēloņus, kuras rezultātā cilvēka pieskāriens izraisa patoloģiski lielu satraukumu.

Situācija, kad japāņi nespēj atklāt savas īstās jūtas un problēmas, jo tas varētu sabojāt viņu reputāciju un kad vienlaikus viņiem nepietiek laika jaunu platonisko vai romantisko attiecību veidošanai, izīrējamās kompānijas servisi kļūst par loģisku risinājumu. Ičinokava Rjūiči, *Hagemashi-tai* ģimenes izīrēšanas pakalpojumu kompānijas dibinātājs un vadītājs, intervijā ar Pāvelu Alpajevu, pateica, ka kompānijas īrēšanas pakalpojumi priekš ļoti daudziem klientiem ir pēdējā iespēja, jo viņiem vienkārši neesot neviena cita, ko prasīt pēc palīdzības. Viņš baidās, ka, ja dažiem nepalīdzēs viņš un viņa uzņēmums, tas varētu priekš klienta nest smagas sekas:

*“There is something in Japanese culture about people’s excessive concern for appearances and how they are seen by others. And often there is this idea that there is a single common sense and nothing else. [...] People who come to us often have no one else to ask. We are their last resort. There are times when I ask myself, What will happen if I don’t help this person? Maybe it will just result in some short-lived embarrassment, or perhaps the damage will be deeper, rippling through their life.”*⁹⁹

Izīrējamie kompanjoni operē kā aktieri, kuri spēj pielāgoties savam klientam un spēlēt atbilstošu lomu. Viņi klausīsies savu klientu problēmas, sniegs padomus, bet galu galā izīrējamo kompanjonu viedoklis nav svarīgs, tāpēc cilvēki ir gatavi viņiem stāstīt to, ko baidās atklāt īstiem draugiem, ģimenes locekļiem, draugam vai draudzenei, utt.

Tā kā klients ir apmaksājis noteiktu servisu, viņš atrodas ārpus *honne* un *tatemaie* sistēmas, sarunās ar īrētu kompanjonu nav gandrīz nekādu robežu, tikai tās, kuras ir ierakstītas līgumā. Tā kā kompanjonu īrēšana notiek caur starpnieku, abām pusēm parasti nepaliek nekādas citas personas kontaktu informācijas, un arī aizliegums vaicāt pēc tās dod brīvību izteikt jebkura

⁹⁹ “Japānas kultūrā ir kaut kas tāds, kas liek cilvēkiem pārmērīgi rūpēties par šķietamību un par to, kā viņus uztver citi. Un bieži vien pastāv ideja, ka nav nekā izņemot viņa pareizā domāšanas veida. [...] Cilvēkiem, kuri ierodas pie mums, bieži nav neviena cita, kam paprasīt palīdzību. Mēs esam viņu pēdējā iespēja. Ir reizes, kad es sev jautāju: kas notiks, ja es nepalīdzēšu šim cilvēkam? Varbūt tas tikai izraisīs kādu īslaicīgu apgrūtinājumu, bet varbūt kaitējums būs dziļāks, ietekmējot visu viņa dzīvi.” (tulk. Alise Stoga)

Alpayev Pavel. "You Can Rent a Dad in Japan". Bloomberg. 24.08.2017
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-08-24/you-can-rent-a-dad-in-japan> [skatīts: 11.09.17]

veida domas, emocijas, bailes, utt., jo kontakts ar īrētu personu ir laika definēts, un kompanionam nav iespēju ietekmēt klienta dzīvi nākotnē.

Ir iespējams pieņemt, ka psihologa vai psihoterapeitā pakalpojumu aizvietošana ar īrējamiem draugiem kļūva par loģisko soli, tieši tāpēc ka Japānas sabiedrība ir pieradusi geišu pakalpojumiem. Tādā veidā, asociācijai ar geišām pastāvot cilvēku domās, izmantot izīrējamo kompanionu pakalpojumus neliekas apkaunojoši vai dīvaini.

Kaut arī Japānā atrodas vislielākais izīrējamo kompanionu uzņēmumu skaits un tie visi specializējās darbā ar Japānas sabiedrības nosacītām problēmām, tik lielā mērā, ka daudzas izīrējamo kompanionu firmas apgalvo, ka kompānijas īrēšana ir unikāli piemērota japāņu kultūrai,¹⁰⁰ šī parādība ir atrodama arī citās valstīs. Tāpat kā pirmajā nodaļā aprakstītām geišām bija ārzemju ekvivalenti ar noteiktām atšķirībām, īpaši starp Japānas kaimiņvalstīm, tāpat arī izīrējamajiem draugiem ir atrodami ekvivalenti ārvalstīs, vai nu tie būšot atsevišķi izveidojušies, vai japāņu izīrējamā kompaniona profesijas 'imports'.

Dienvidkorejā, kuras kultūras iezīmes sakrīt ar Japānas sabiedrības viedokļa un strukturēto sociālo attiecību ziņām, izīrējamo kāzu viesu servisi paradījās 1990. gados, lai palīdzētu klientiem labāk izskatīties viņu ģimenes un sabiedrības acīs kopumā. 2000. gados šis serviss paplašinājās līdz kaut kam līdzīgam Japānas izīrējamā drauga profesijai, bet ne tik lielā mērogā.¹⁰¹

2007. gadā *Super-grandparents* mājaslapa tika izveidota Francijā, lai savienotu pērnus ar īrējamiem vecvecākiem. Veidlapa piedāvā līgumus ilgstošus no viena mēneša līdz vienam gadam.¹⁰²

2009. gadā, izlasot *online* rakstu par izīrējamiem draugiem Japānā, amerikānis, Skots Rosenbaums tika iedvesmots un dibināja globālo *Rent-a-Friend* servisu tā paša gada oktobrī. *Rent-a-Friend* apgādā savus maksājošos abonentus ar vietējo platonisko kompanionu kontaktu

¹⁰⁰ **Diaz Adriana.** "In Japan, "rental families" provide wisdom and solace at an hourly rate." CBS News. 06.05.17. <https://www.cbsnews.com/news/in-japan-wisdom-and-solace-for-an-hourly-price/>[skatīts: 12.09.17]

¹⁰¹ **Hu Elise.** "Need Fake Friends For Your Wedding? In S. Korea, You Can Hire Them". NPR.05.05.15. National Public Radio. <https://www.npr.org/sections/parallels/2015/08/05/419419307/fake-wedding-guests-korea-role-players> [skatīts: 12.09.17]

¹⁰² **Brunet-Mbappe Anne.** "Le tour du monde des idées de business. Plus jamais seul. Ou comment se louer une famille ou des amis." Les Echos Entrepreneurs. 25.07.13. <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/dossiers/tour-du-monde-idees-business/10031118-le-tour-du-monde-des-idees-de-business-plus-jamais-seul-ou-comment-se-louer-une-famille-ou-des-amis-25997.php> " [skatīts: 20.09.17]

informāciju. Šie kompanjoni parasti nodrošina saviem klientiem kompāniju un ģida pakalpojumus nepazīstamās vietās. *Rent-a-Friend* kompanjoni paši individuāli diktē savu stundas likmi.¹⁰³

¹⁰³ **Marx Patricia.** "The Borrowers". The New Yorker. 31.01.11.
<https://www.newyorker.com/magazine/2011/01/31/the-borrowers> [skatīts: 20.09.17]

3 Izīrējamo kompanjonu veidi un to nozīme

Iepriekšējā nodaļā tika noteikts, ka draugu īrēšanas pakalpojumi kopumā ir populāri Japānas stingrās sociālo attiecību sistēmas, darba kultūras un to iedarbības uz iedzīvotāju garīgo stāvokli un dzīves plāniem dēļ. Ņemot vērā industrijas daudzveidību, ir nepieciešams apskatīt vispopulārākos kompanjonu īres jomas pakalpojumu veidus individuāli, lai determinētu to klientu lokus, aktualitātes iemeslus un ietekmi uz Japānas sabiedrību.

Līdz šim, lai raksturotu attiecības starp īrējamo kompanjonu profesiju un japāņu sabiedrību kā etalons tika pieņemta standarta izīrējamā kompanjona definīcija - cilvēks, kurš par noteiktu apmaksu, uz noteiktu laiku spēlē konkrētu (parasti neseksuālo) lomu sava klienta labā -, taču šajā nodaļā tiks apskatītas arī īrējamo kompanjonu formas, kuras robežo ar prostitūciju vai seksa industriju.

3.1 Īrējamo draugu daudzveidība

1980. gadu ekonomiskās situācijas dēļ, aizvien vairāk un vairāk sievietes sāka strādāt ārpus mājām. Tajā pašā laikā dzemdību skaits krita un šķiršanās skaitļi pieauga. Tāpat pieauga arī dzīves ilgums un vecāku cilvēku īpatsvars. Šajā laikā parādījās arī pirmās īrējamās ģimenes.

Saskaņā ar vairākiem avotiem angļu valodā, 1989. gadā, Ōiva Sacuki, Tokijas darbinieku apmācības kompānijas vadītāja, sāka iznomāt 'bērnus' un 'mazbērnus' vientuļiem pensionāriem, šo ideju viņa izstrādāja, klausoties uzņēmuma darbiniekus uztraucamies par to, ka nepietiek laika ciemoties pie vecākiem.¹⁰⁴ Par ģimenes īrēšanas servisu tika plaši stāstīts medijos un viena gada laikā uzņēmumam bija vairāk par 100 pastāvīgu klientu. Viena ģimene īrēja dēlu, kaut gan īstais dēls dzīvoja ar viņiem, lai klausītos tēva stāstus, ko īstais dēls kategoriski darīt negribēja. Viens pāris īrēja mazbērnu, jo viņu īstais mazbērns jau sen bija izaudzis un viņiem pietrūka rūpēties par bērnu. Vēl viena jaunā ģimene īrēja aizvietojušu vecvecākus savam bērnam. Vecpūsis īrēja

¹⁰⁴ **Watanabe Teresa.** "Culture: Want a Family? In Japan, You Can Rent One: A Tokyo company blurs the line between reality and fantasy with professional stand-ins for relatives". 12.05.1992.
http://articles.latimes.com/1992-05-12/news/wr-1769_1_extended-family [skatīts: 10.09.17]

sievu un meitu, lai piedzīvotu to ģimeni, kuru viņš redzēja televīzijā.¹⁰⁵ Vismaz, tā tiek apgalvots angļu valodas medijos un literatūrā. Gan Terēza Vatanabe, *LA Times* reportiere, gan Elifs Batumans, *The New Yorker* žurnāla redaktors, savos žiņū rakstos piemin šo informāciju. Ōiva Sacuki vārds pat tiek pieminēts populārā žurnālista, kritiķa un esējista, Patrika Smita, 1997. gada grāmatā “*Japan: A Reinterpretation*,” ietverot tiešo citātu no uzņēmuma dibinātājas:

*“Human love is basic to any society, but it is forgotten here [in Japan]. [...] Japan has been a country where adults express their love with material gifts. We in our thirties and forties were children who received love in the form of things. We did the same to our children once we became parents. What happened in the nineteen eighties? Among other things, people realized material goods alone don't make them happy. They have begun to see what they've forgotten—or what they never had. They don't know what to do about it yet. They're not sure. But renting a family is one of the things they've done.”*¹⁰⁶

Taču japāņu valodas avotos Ōiva Sacuki vārds nefigurē, atrast par viņu informāciju japāņu valoda faktiski ir neiespējami. Tas liecina, ka angļu valodas avotos prezentētā ģimeņu īrēšanas vēsture varētu būt nepatiesa un nelegitīma. Tāpēc nav skaidrs kā tieši šī industrija veica pirmos soļus Japānā, bet šobrīd lielākie Japānā kompanjonu īrēšanas uzņēmumi, *Hagemashi-tai* un *Family Romance*, darbojas pēc līdzīga principa.

Intervijā ar Elifu Batumanu, šo kompāniju darbinieki pastāstīja, ka savas profesijas ietvaros esot apmeklējuši kāzas, garīgas izaugsmes seminārus, darba gadatirgus, stendapa komēdijas konkursus un pat *idol* grupu albūmu relīzes pasākumus. Viena no izīrējamo kompanjonu firmas darbiniecēm esot spēlējusi sava klienta sievu jau septiņus gadus, īstā sieva esot pieņēmusies svarā, un vīrs bija nolēmis atrast aizvietojumu, lai labāk izskatītos draugu un kolēģu acīs. Tā pati darbiniece regulāri aizvieto pieņēmušās svarā bērnu mātes skolas pasākumos, jo bērni dažreiz cieš no iebiedēšanas skolā savu vecāku liekā svara dēļ. *Hostess* kabarē klubā esot pasūtījusi sev ‘klientu’ caur īrējamo draugu servisu. Neredzīga sieviete esot izīrējusi draudzeni,

¹⁰⁵ **Batuman Elif.** “Japan’s Rent-a-Family Industry”. *The New Yorker*. 30.04.2018
<https://www.newyorker.com/magazine/2018/04/30/japans-rent-a-family-industry> [skatīts:01.05.18]

¹⁰⁶ “Cilvēka mīlestība ir jebkuras sabiedrības pamatā, bet šeit [Japānā] cilvēki par to ir aizmirsuši. [...] Japāna ir bijusi par valsti kurā cilvēki izrāda savu mīlestību caur materiālām lietām. Mēs, trīsdesmit- un četrdesmit gadīgie bijām bērni, kuri saņēma mīlestību materiālo lietu veidā un darījām to pašu ar mūsu bērniem. Kas notika astoņdesmitajos gados? Cilvēki saprata, ka materiālās lietas vien nevar padarīt viņus laimīgus. Cilvēki sāka redzēt to, ko viņi ir aizmirsuši vai to, kā viņiem nekad nebija. Viņi vel nezina, ko ar to darīt, bet viņi ir sākuši īrēt ģimenes.” (tulk.Alise Stoga)

Smith Patrick. “Japan: A Reinterpretation”. New York: Vintage Books. 10.98. 5. Nodaļa: Happiness in a Hidden Corner (eBook versija)

lai tā priekš viņas identificēja izskatīgus vīriešu iepazīšanās pasākumā. Daudzi esot īrējuši māti vai tēvu lai uzlabotu attiecības ar drauga vai draudzenes vecākiem, īpaši grūtniecības gadījumā.¹⁰⁷

Pat no šiem anekdotiskiem ziņojumiem par īrējamo kompanjonu darbu, ir iespējams nojaust cik tā ir daudzveidīga profesija. Bet izīrējamo kompanjonu naktsdzīves sfērā vecākā un atzīta profesija ir viesmīle jeb *hostess*.

3.2.1 Viesmīles (*Hostess*)

Japāņu pētnieks, Rjukoku Universitātes profesors, Ohaši Rjosuke definē *midzušōbai* (水商売 *mizushōbai* burt. ūdens bizness) kā *hostess* profesiju bārā vai klubā, pārdodot alkoholu un iepriecinot ar sarunām.¹⁰⁸ Šim vārdam vēsturiski arī piemīt seksuālā konotācija, piesaucot ūdens plūstamības un nepastāvības metaforiku, lai atspoguļotu prostitūciju vai seksuāli brīvu uzvedību. Tā arī, *midzušōbai* jēdzienu var pielietot, runājot par Japānas naktsdzīvi kopumā.

Japānas korporatīvai kultūrai ir ciešas saiknes ar *midzušōbai* jomu. Ļoti daudzi Japānas uzņēmumi mudina savus vīriešu dzimtas darbiniekus pēc darba izklaidēties *hostess* klubos, sadarbībā ar konkrētiem klubiem un bāriem piedāvājot saviem darbiniekiem speciālās akcijas un atlaides, kā arī verbāli iesaistot jaunākus darbiniekus. Kaut gan *hostess* klubu apmeklējums liekas nekas cits kā vienkāršais izklaides pasākums, kuru darbinieki bauda kopā ar kolēģiem, realitātē tas ir darba turpinājums, manipulācija no uzņēmuma puses, lai arī pēc darba stundu beigām kontrolētu savu darbinieku rīcības un atrašanās vietu.¹⁰⁹

Hostess klubi ir speciāli paredzēti vīriešu klientūrai. Vīrieši apmeklē šos bārus, lai izklaidētos ar viesmīlēm, kuras pavada laiku ar klientiem sākot no momenta, kad tie ienāk klubā, līdz pašam aiziešanas brīdim. Galvenie *hostess* uzdevumi ir ieliet dzērienus glāzēs, iededzināt cigaretes un iesaistīti klientus vieglajās sarunās.

¹⁰⁷ **Batuman Elif.** Ibid. 30.04.2018 skatīts:01.05.18]

¹⁰⁸ **Ohashi Ryosuke.** "Japanese Worlds". In: Handbook of Phenomenological Aesthetics. Volume 59 of Contributions To Phenomenology. Springer Science & Business Media. 2010. 173.lpp.

¹⁰⁹ **Naito Greg.** "What are the dynamics of work, play and gender in the mizu shobai?" 徳島文理大学研究紀要 第75号平成20.3 <https://ci.nii.ac.jp/els/contents110007147061.pdf?id=ART0009091708> 20.lpp [skatīts: 09.09.17]

Hostess klubus bieži sauc arī par *kjabakura* (キャバクラ *kyabakura*), kas ir ‘kabarē kluba’ saīsinājums, kaut gan šovi nav obligātā *hostess* klubu daļa. Tomēr, *hostess* profesija ir vislīdzīgākā geīšai, galvenais mērķis ir likt klientam justies ērti, tērēt naudu un nākt atpakaļ uz klubu. Klienti bieži uzskata *kjabakura* par vietām, kur viņi, nekaunējoties par to, var pavadīt laiku ar jaunām sievietēm, pat ja paši ir precēti. Tāda laika pavadīšana Japānā tiek akceptēta par absolūti normālu ikdienas parādību.

Pēc Japānas nacionālās policijas aģentūras datiem, valstī šobrīd darbojas apmēram 70,000 *hostess* klubu un bāru.¹¹⁰ Neskatoties uz to, ka vēl nesen šis darba veids tika nelabvēlīgi vērtēts tā pat kā seksa industrijas darbi, *hostess* profesija ir kļuvusi populāra jauno sieviešu starpā. Sievietes, kuras strādā vai bija strādājušas par viesmīlēm ne tikai piedalījās sarunas šovos un televīzijas seriālos, viņas kļuva par modelēm, aktrisēm un uzņēmējiem. Pateicoties mediju un populārās kultūras influencē pret viesmīlēm ir mainījusies. Tagad *hostess* profesija ir neatņemamā Japānas kultūras daļa, tāpat kā geīšas, bet tajā pašā laikā ļoti atšķirīgā veidā.

Fuse Eriko, *kjabakura* arodbiedrības pārstāve, apstiprina, ka, sakarā ar *hostess* attēlojumiem populārajā kultūrā, ir pieaudzis meiteņu skaits, kuras vēlētos strādāt *kjabakura*, taču darba tirgus stāvoklis arī spēlē svarīgu lomu šajā izvēlē: “*There are many girls who dream of being a hostess these days, but there are also women who choose hostessing because there is no other work for women.*”¹¹¹

Sieviešu nodarbinātības perspektīvas nav mainījušas kopš 1990. gadu globalizācijas, kad daudzas kompānijas savu produkciju pārvietoja ārzemēs, meklējot lētu darbaspēku. Rezultātā, strādājošo vīriešu skaits, kuri ar savām algām varēja uzturēt ģimeni, ir krietni samazinājies un tikai 30% no precētām sievietēm mūsdienās var atļauties būt mājsaimnieces.

Taču, kā tika pieminēts iepriekšējā nodaļā, Japānas darba tirgus ir skarbs, un pat atradot stabilu darbu, daudzām sievietēm ir jāpamet darbs pēc bērna piedzimšanas valstiskas atbalsta sistēmas trūkuma dēļ, kas arī kaitē viņu nodarbināšanas šansiem. Jauno sieviešu nodarbinātības iespējas bieži ir ierobežotas uz pagaidu darbiem, darbiem bez karjeras auguma iespējām, utt.,

¹¹⁰ **Japan’s Disposable Workers.** “Hostess Girls. Educated but Not Employed”. 2014.
http://disposableworkers.com/?page_id=2 [skatīts: 05.12.17]

¹¹¹ “Mūsdienās ir daudzas meitenes, kuras sapņo kļūt par *hostess*, bet ir sievietes, kuras izvēlas *hostess* darbu, jo viņām nav citu darba iespēju.” (tulk. Alise Stoga)

Japan’s Disposable Workers. Ibid. 2014. [skatīts: 05.12.17]

īpaši ja viņām nav augstākās izglītības. Arī līdz recesijas laikam vairākums 20 līdz 24 gadu vecās sievietes ir strādājušas darba vietās bez pabalstiem vai darba drošības.”¹¹²

Adači Mariko, dzimumu pētījumu centra direktore un Humanitāro zinātņu un kultūras profesore Očanomizu Sieviešu Universitātē, uzskata, ka šī ekonomiskā stāvokļa dēļ jaunas sievietes apskauž savu vecāku paaudzi, idealizējot mājsaimnieces tēlu.¹¹³

Intervijā ar *Boston Phoenix*, bijusī geiša, Ivasaki Mineko par geišu darbu saka:

“*The geisha system was founded, actually, to promote the independence and economic self-sufficiency of women. And that was its stated purpose, and it actually accomplished that quite admirably in Japanese society, where there were very few routes for women to achieve that sort of independence.*”¹¹⁴

Hostess profesija priekš jaunām japānietēm ir kaut kas līdzīgs geišu sistēmai, tās aizsākumos, *hostess* atļauj jaunām sievietēm būt ekonomiski neatkarīgām grūtā ekonomikas situācijā un pat sakrāt nākotnei.

Viduvēji viesmīle nopelna apmēram 100,000 ASV dolāru gadā, lilās zvaigznes - tuvāk 300,000 ASV dolāru gadā. Pat nepilna laika *hostess* sliktākā gadījuma peļņa ir 20 ASV dolāri stundā, kas ir divreiz lielāk nekā citos pagaidu darbos.¹¹⁵

Dažas *hostess* strādā paralēli universitātei vai arodizglītības apgūšanai, lai samaksātu par studijām, citas izvēlas *hostess* darbu, lai sakrātu kapitālu sava uzņēmuma atvēršanai. Studentes sakot, ka neredz profesijā neko sliktu, kamēr klienti viņām nepieskarsies, ka jāizmanto jaunību, kad varot gūt labu peļņu, labāku nekā strādājot restorānā vai veikalā, tikai par dzeršanu ar vīriešiem.¹¹⁶

¹¹² **Tabuchi Hiroko.** “Young Japanese Women Vie for a Once-Scorned Job”. The New York Times. 27.07.09. <https://www.nytimes.com/2009/07/28/business/global/28hostess.html> [skatīts: 06.12.17]

¹¹³ **Adachi Mariko.** “How are young women’s employment opportunities?” Fukada Shiho. Japan's Disposable Workers. 2014.

[http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto\[3525-How%20are%20young%20women's%20employment%20opportunities?\]/0/](http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto[3525-How%20are%20young%20women's%20employment%20opportunities?]/0/) (0:00-2:50) [skatīts: 05.12.17]

¹¹⁴ “Patiesībā, geišu sistēma tika dibināta, lai veicinātu sieviešu neatkarību un ekonomisko pašpietiekamību. Un tas bija tās izvirzītais mērķis, kas faktiski tika paveikts diezgan apbrīnojami japāņu sabiedrībā, kur sievietēm bija ļoti maz iespēju sasniegt šāda veida neatkarību.”

Wieder Tamara. “Remaking a memoir”. The Phoenix. 17.10.02. https://web.archive.org/web/20100106181143/http://www.bostonphoenix.com/boston/news_features/qa/documents/02473409.htm [skatīts: 11.12.17]

¹¹⁵ **Tabuchi Hiroko.** Ibid. 27.07.09.[skatīts: 06.12.17]

¹¹⁶ **Fujimura-Fanselow Kumiko.** “Women’s Work and Japan’s Hostess Culture”. Shows That Demean Women. The New York Times. 11.08.09.

Tiešām, parasti *hostess* darbs neietver sevī nekādu fizisku kontaktu vai jebkāda veida prostitūciju.¹¹⁷ Taču reliģiskās un sieviešu aizsardzības grupas Japānā apgalvo, ka ir iespējams piespiest *hostess* sniegt arī seksuālās dabas pakalpojumus un profesija var kļūt par ieejas punktu prostitūcijas pasaulē.¹¹⁸ Kaut gan šis ir apstrīdams apgalvojums, ir patiesība, ka *hostess* darbs ietver tādu klientu uzvedību, kura citās darba vietās būtu dēvēta par seksuālo uzmākšanos. Tā arī, profesija iekauj ar jebkuras naktsdzīves profesijas saistītus riskus.

Kaut arī *hostess* peļņa ir salīdzinājumā diezgan liela, tā nenāk bez papildus izmaksām. Tā kā viens no galvenajiem *hostess* popularitātes faktoriem ir viņas seja un ķermenis, daudz tiek ieguldīts viņas izskatā, no salonu apmeklējumiem, līdz dārgām drēbēm, *hostess* galvenais produkts ir viņa pati.

3.2.2 Viesmīļi (*Host*)

Viesmīļu, jeb *host* (ホスト *hosuto*), *hostess* vīriešu dzimtas ekvivalentu, aizsākumi arī ir saistīti ar geišām, tikai šajā gadījumā netieši. Pirmie *host* klubi Japānā tika atvērti kā sava veida sociālās deju zāles, lai izklaidētu turīgas sievietes, kamēr viņu vīri noslēdza biznesa darījumus geišu mājās. Taču šie klubi piedzīvoja transformāciju 1980. Gados, kad pēcindustriālā Japāna pieredzēja skaistuma un labsajūtas pārvēršanos par precēm. Atšķirība starp augstāko un vidus šķiru kļuva mazāka un *host* klubi atklāja savas durvis ‘parastajiem’ cilvēkiem, mainot arī savu produktu - tagad piedāvājot romantiskās mīlestības ilūziju.¹¹⁹

Host klubi sāka piesaistīt mediju uzmanību tikai nesen, pēdējo 15 gadu laikā. Līdz šim *host* nefigurēja populārajā kultūrā tik bieži kā tagad, visticamāk pateicoties faktam, ka *host* klubu klientūra pārsvarā ir sievietes un gan sievietēm, gan sieviešu orientētiem medijiem pievērs uzmanību daudz retāk.¹²⁰

<https://roomfordebate.blogs.nytimes.com/2009/08/11/womens-work-and-japans-hostess-culture/> [skatīts: 09.12.17]

¹¹⁷ Fujimura-Fanselow Kumiko. Ibid.11.08.09. [skatīts: 09.12.17]

¹¹⁸ Tabuchi Hiroko. Ibid. 27.07.09. [skatīts: 06.12.17]

¹¹⁹ Presser Brandon. “The Secret World of Male Geishas”. The Daily Beast. 02.04.15.
<https://www.thedailybeast.com/the-secret-world-of-male-geishas> [skatīts: 07.12.17]

¹²⁰ Takeyama Akiko. “Commodified Romance In a Tokyo Host Club”. 2005.
<https://openresearch-repository.anu.edu.au/handle/1885/8679> 200. lpp. [skatīts: 08.12.17]

Mūsdienās, klientes pārsvarā ir vecākas turīgas sievietes un arī viesmīles, kurām pašām gribas izklaidēties pēc darba *hostess* klubos. Rezultātā, daudzi *host* klubi darbojas vēlu naktī, kad *hostess* klubi jau ir aizvērti.¹²¹ Līdz pat 70% no *host* ienākumiem nāk no viņu *hostess* klientūras. Abas puses bieži jūtas, it kā sabiedrība skatītos uz viņiem ar negatīvu attieksmi, bet nākot *host* klubos, viesmīles jūtas ērti, tur viņas varot runāt par darbu un just, ka viņas saprot.¹²² Tādā ziņā, salīdzinot ar bāzes izīrējamā kompanjona funkciju, par kuru tika runāts otrajā nodaļā, viesmīļi priekš *hostess* izpilda konfidanta jeb uzticības personas un drauga lomu, kuram var atklāties, nebaidoties tā sprieduma.

Standartā *host* loma ir izklaidēt, izteikt komplimentus un vienkārši klausīties savas klientes, dažreiz dziedāt ar viņām karaoke; viesmīlim jāspēlē perfekto romantisko partneri, vienlaikus mudinot savas klientes pirkt vairāk un vairāk alkohola.

Tocuka Takaši, pieredzējis *host*, kurš ir strādājis šajā profesijā jau 17 gadus, savu darbu apraksta sekojoši:

*“In the host business you have to understand a woman right away, you have to adjust yourself to them [...] The most common trick is to make them feel romance has blossomed by listening to them attentively as they pour out their feelings. [...] Other tricks include reading women's magazines, keeping up with celebrity gossip, researching hair salons and mastering the art of conversation.”*¹²³

Atšķirībā no *hostess*, kuras, lai būtu veiksmīgas savā profesijā iegulda naudu un laiku savā izskatā, *host* vispirms iegulda laiku modes trendu, populāro seriālu, grāmatu, sievietes interesējošo tēmu izpētē, un tikai sekundāri - savā izskatā. Viņu galvenais uzdevums ir pārliecināt savas klientes, ka viņas izdarīja pareizo izvēli, tērējot naudu *host* klubā, ka viņas iegūst kvalitatīvu kompāniju, par kuru ir samaksājušas.

Ja *hostess* ir līdzīgas geišām vairāk sava statusa un vietas Japānas darba tirgū ziņā, tad *host* ir līdzīgāki geišām pēc savas funkcijas. Viņu uzdevums ir smalkāks, prasot zināšanas

¹²¹ **Cybriwsky Roman.** “Historical Dictionary of Tokyo”. Scarecrow Press. 2011. 94-95.lpp

¹²² **Clennell, Jake.** “The Great Happiness Space: Tale of an Osaka Love Thief.” The Film Sales Company. 2006. Documetary. <https://youtu.be/8pW0RV2nSg0> (37:13-37:30) [skatīts: 1.05.18]

¹²³ “*Host* klubu biznesā tev sieviete ir jāsaprot uzreiz, tev viņām ir jāpielāgojas [...] Vispopulārākais triks kā panākt, lai viņas justu, ka mīlestība ir gaisā, ir uzmanīgi klausīties viņas, kamēr viņas izlej savas jūtas. [...] Pārējie triki ietver: lasīt sieviešu žurnālus, sekot līdz slavenību ziņām, izpētīt matu salonus un kļūt par sarunas meisteri.” (tulk. Alise Stoga)

Fulford Benjamin. “Memoirs of a Geisha Guy”. Forbes.12.12.2004. <http://www.forbes.com/global/2004/0112/081.html> [skatīts: 12.12.17]

dažādās sfērās. Tā arī, *host* ir diezgan līdzīgi īrējamā drauga pakalpojumam, tikai lokāli definēti neietverot ekskluzīvu attiecību ilūzijas. Būtībā klientes nopērk viesmīli uz konkrētu laiku, kamēr viņas maksā par alkoholu. Klientes bieži sacenšas viena ar otru, pērkot dārgāku alkoholu, cenšoties pavadīt vairāk laika ar top līmeņa *host*.

Šī sacensība ir izklaides iespēja klientēm, jo arvien vairāk naudas viņas tērē uz savu mīļāko *host*, arvien ātrāk viņš paceļas savā rangā un kļūst par *top host* jeb stāv *host* ranga virsotne (sava kluba ietvaros).¹²⁴ Tādā veidā klientes var projicēt uz savu mīļāko *host* un gūt no viņa panākumiem laimes sajūtu, līdzīgi kā tas notiek spēlējot videospēli, kur jāspēlē par savu avatāru. Kaut arī klienti mēdz justies kā *odaidžin* (お大臣 *odaijin* lat. feodālais lords), kad viņi uzturas klubā, realitātē viņi statusā ir tuvāki *host* kalpiem.

Salīdzinot *hostess* un *host* profesijas, viena no lielākajām atšķirībām klājas attieksmē pret seksu, no biznesa perspektīvas. *Kyabakura* vīriešu klientu bezsamaņas mērķis ir pārgulēt ar *hostess*, tāpēc viņu biznesā piedāvāt intīmos pakalpojumus nebūtu izdevīgi, jo pēc tā mērķa piepildīšanas, klientam parasti nepaliek stimula vairāk kontaktēt ar *hostess*, kaitējot viņas ienākumiem. Tāču *host* gadījuma, pat ja viņi gulēs ar klientēm, nav iemeslu kāpēc tas kaitētu viņu darbam. *Host* klientes tipiski maksā par uzmanību un mīlestības ilūziju. Sekss, ja tāds notiek, tikai pastiprina to ilūziju, bet nav primārais serviss, par kuru klientes maksā.¹²⁵

Tā arī, jāpiemin, ka *host* darbam parasti seko alkoholisms, kompulsīva naudas tērēšana un azartspēļu atkarība.

3.2.3 Izīrejamie draugi un “*Family Romance*”

Family Romance (ファミリーロマンス *famirī romansu*) ir viena no populārākajām izīrējamo kompanjonu uzņēmumiem Japānā, kas piedāvā vairāk nekā 25 izīrējamo kompanjonu veidu sākot ar kāzu viesu īri un beidzot ar ģimenes biedru īrēšanu. *Family Romance* lielākoties piedāvā ‘īrējamā drauga’ pakalpojumus, izpildot funkcijas, par kurām tika runāts otrajā nodaļā: viņi nodrošina klientam cilvēku, kurš viņus izklausīs, bet atturēsies no novērtējuma, piedāvās

¹²⁴ Nakamura Usagi, Kamiya Setsuko. “Shopping queen shelves host ‘illusion’”. The Japan Times. 12.01.03. <https://www.japantimes.co.jp/community/2003/01/12/general/shopping-queen-shelves-host-illusion/#.WvTEg--FPDf> [skatīts:19.07.17]

¹²⁵ Nakamura Usagi, Kamiya Setsuko. Ibid.12.01.03. [skatīts:19.07.17]

konsultāciju klientam svarīgajos jautājumos un nodrošinās klientam nepieciešamo draudzīgo kontaktu un draudzības komfortu, kā arī izpildīs klienta dzīvē pietrūkstošas lomas. Izīrējama draugs šajā kontekstā ir uzskatāms par separāto izīrējamo kompanjonu kategoriju, kura atšķiras gan no *hostess* un *host*, gan no izīrējamo romantisko partneru kategorijas, kaut arī stāv pēdējai diezgan tuvu.

Izīrējamo draugu klienti maksā, lai atbrīvotos no sakrāta negatīva viņiem drošajos apstākļos.¹²⁶ Ir grūti definēt kaut ko tik abstraktu kā 'īstenā draudzība', īpaši kad pastāv vērtību atšķirības starp kultūrām un sabiedrībām, bet ja definēt draudzību kā uzticības attiecības, tad izīrējamo draugu pakalpojumus nevar dēvēt par viltus draudzību, vai viltus ģimenes attiecībām. Daudzi tādu uzņēmumu ka *Family Romance* klienti vienīgi meklē attiecības, kuras nebūtu sabiedrības cerību un normu definētas. Tomēr, ja draudzību definēt kā abpusējās cieņas attiecības, attiecības ar izīrējamiem draugiem vairs neiekļaujas tāda definīcijā. Tā kā klienti apmaksā sava 'drauga' laiku, viņiem nav jā rūpējas par oponenta jūtām, garastāvokli, utt. Viņi maksā par savas brīvības un komfortā sajūtu un ne par ko citu. Izīrējamie draugi, neatkarīgi no konkrēta gadījuma, vienmēr izpilda noteiktu funkciju.

Intervijā ar *The Independent* laikrakstu *Family Romance* uzņēmuma dibinātājs, Išī Jūiči, atklāj, ka daudzi no *Family Romance* klientiem ir *hikikomori* (ひきこもり hikikomori),¹²⁷ kuru draugi vai ģimenes biedri ir pasūtījuši, cerot, ka izīrējama draugs klientam atvieglos sociālo kontaktu slogu.¹²⁸ Tādu un līdzīgu klientu dēļ, neskatoties uz to, ka izīrējamo draugu attiecības pastāv kā naudas apmaiņa pret laiku un cilvēka kompāniju, arī *Family Romance* darbinieki nevar palikt vienaldzīgi viņu klientu problēmām, bet tāpēc ka uzņēmumam ir noteikumi pret personīgu kontaktu ar klientiem, darbinieki nav spēka jautāt par savu klientu labklājību.

Dažreiz izīrējamo draugu profesija prasa melot un pilnīgi fabricēt cita cilvēka identitāti. Išī Jūiči pastāstījis par tādiem gadījumiem 2017. gada intervijā ar Morinu Roku no *The Atlantic* laikraksta:

¹²⁶ **Goldhill Olivia.** "I Rented a Friend in Japan, and it Made Me a Better Friend". Quartz. 09.12.17. <https://quartz.qz.com/1147472/i-rented-a-friend-in-japan-and-it-made-me-a-better-friend/> [skatīts: 25.04.18]

¹²⁷ *Hikikomori* (ひきこもり vai 引き籠り, burt. "tikt ierobežotam, ievilkties iekšā") ir sociāli atstumtie jaunieši vai pieaugušie, kuri tiecas pēc ekstrēmā mēroga izolācijas. *Hikikomori* attiecas gan uz fenomenu, gan uz cilvēkiem, kuri no tā cieš. *Hikikomori* bieži izrāda agorafobijas un sociālās trauksmes neirozes simptomus.

¹²⁸ **McNeill David.** "How to hire friends and influence people". The Independent 13.10.2009. <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/how-to-hire-friends-and-influence-people-1802264.html> [skatīts: 25.04.18]

Morins Roks: *Just to be perfectly clear, you've come as yourself today, haven't you?*

Iši Jūiči: *Yes, at this moment I am only myself.*

Morins: *What was your very first role?*

Jūiči: *I had a single-mother friend, and she had a son. He was trying to enter a private school, but they denied him solely because he had no father. I wanted to challenge the unfairness of Japanese society, so I posed as his father.*

Morins: *Were you successful?*

Jūiči: *Not in that situation. But, it inspired the idea for this business.*

Morins: *What was your first success?*

Jūiči: *I played a father for a 12-year-old with a single mother. The girl was bullied because she didn't have a dad, so the mother rented me. I've acted as the girl's father ever since. I am the only real father that she knows.*

Morins: *And this is ongoing?*

Jūiči: *Yes, I've been seeing her for eight years. She just graduated high school.*

Morins: *Does she understand that you're not her real father?*

Jūiči: *No, the mother hasn't told her.*

Morins: *How do you think she would feel if she discovered the truth?*

Jūiči: *I think she would be shocked. If the client never reveals the truth, I must continue the role indefinitely. If the daughter gets married, I have to act as a father in that wedding, and then I have to be the grandfather. So, I always ask every client, "Are you prepared to sustain this lie?" It's the most significant problem our company has.¹²⁹*

¹²⁹ Morins Roks: Lai būtu skaidrība, Jūs šodien esat atnācis kā Jūs pats, vai nē?

Iši Jūiči: Jā, šajā brīdī esmu tikai es pats.

Morins: Kāda bija Jūsu pirmā loma?

Jūiči: Viena no manām draudzenēm viena audzināja savu dēlu. Viņš centās iestāties privātskolā, bet viņi atteica viņam tikai, jo viņam nebija tēva. Es gribēju izaicināt Japānas sabiedrības netaisnību, tāpēc es izlikos par viņa tēvu.

Morins: Vai Jums izdevās?

Jūiči: Ne tajā situācija, bet tas iedvesmoja ideju tādām biznesam.

Morins: Kas bija Jūsu pirmais izdevušais kontrakts?

Jūiči: Es spēlēju 12 gadīgās meitenes tēvu. Skolā viņu ķircināja par to, ka viņai nebija tēva, tāpēc viņas māte izīrēja mani. Kops tā laika esmu spēlējis viņas tēvu. Es esmu vienīgais tēvs, kuru viņa atceras.

Morins: Un tas tā turpinās?

Jūiči: Jā, es ar viņu satiekos 8 gadus, viņa nesen ir pabeigusi vidusskolu.

Morins: Vai viņa saprot, ka Jūs neesat viņas īstais tēvs?

Jūiči: Nē, viņas māte nav viņai teikusi patiesību.

Morins: Kā Jūs domājat viņa justos, ja viņa uzzinātu patiesību?

Išī Jūiči padara skaidru, ka priekš dažiem klientiem ir nepieciešams ilggadēji kļūt par viņu atbalsta sistēmu. Īpaši, ja draugs tiek izīrēts priekš cilvēka, kurš klientam ir dārgs, viņi ir gatavi melot gadiem ilgi, tikai lai nodrošināt priekš sava ģimenes biedra, mīļotā cilvēka, utt. dzīvi, kuru, pēc klientu domām, tie ir pelnījuši. Viņi ir gatavi uzturēt melus, pat ja pastāv ļoti reāls risks tikt atklātiem, īpaši jo izīrējamo draugu sejas ir redzamas *Family Romance* reklāmās

Tālāk Išī Jūiči runā par izīrējamo draugu biznesu popularitāti Japānā un par *Family Romance* nākotni:

Morins: *Why do you think this kind of business thrives in Japan specifically?*

Jūiči: *The Japanese are not expressive people. There is a communication deficit. In conversation, we do not express ourselves, our opinions, our emotions. Others come first, before our own desires. The family size is diminishing too. Families used to be larger. Now, you eat alone.*

Morins: *What do you predict for the future of your business?*

Jūiči: *The demand is increasing. More people, for example, want help to appear popular on social media. We had one man recently who paid a huge sum just to fly with five employees to Las Vegas and take pictures for Facebook.*

Jūiči: *I believe that the world is always unfair, and my business exists because of that unfairness.*

Morins: *So, you are correcting injustice?*

Jūiči: *A woman with a boyfriend doesn't need to hire a boyfriend. A man with a father doesn't need to hire a father. It's about bringing balance to society.*

Morins: *Is it possible to avoid the truth forever?*

Jūiči: *The truth does have to come out eventually. The happiness is not endless, but that doesn't mean that it's without value. The child had a father when she needed him most. It might have been a brief period, and she might know the truth now, but she had a meaningful experience at that time.¹³⁰*

Jūiči: Es domāju, ka viņa būtu šokēta. Ja klients nekad neatklāj patiesību, man jāturpina spēlēt lomu laika neierobežoti. Ja meita precēsies, man būs jātēlo viņas tēvu kāzās, un pēc tam man būs jākļūst par vectēvu. Tāpēc es vienmēr jautāju klientiem, "Vai Jūs esat gatavi uzturēt šos melus? Šī ir mūsu uzņēmuma nozīmīgākā problēma.

Morin Roc. "How to Hire Fake Friends and Family". The Atlantic. 07.11.17

<https://www.theatlantic.com/health/archive/2017/11/paying-for-fake-friends-and-family/545060/> [skatīts:05.02.17]

130

Morins: Pēc Jūsu domām, kāpēc šis biznesa veids ir sekmīgs konkrēti Japānā?

Family Romance par savu mērķi uzskata radīt pasauli, kur viņu pakalpojumi nav vajadzīgi.¹³¹ Tomēr pieprasījums pēc *Family Romance* un tam līdzīgiem pakalpojumiem tikai pieaug. Iši Jūiči tajā atkal redz Japānas sabiedrības vainu.

Tālāk tiks aprakstīti populārākie speciālie *Family Romance* pakalpojumi, sākot ar kompānijas vadītāja pieminēto *riadzū apīru daikō sābisu* (リア充アピール代行サービス *riajū arīru daikō sābisu*), pakalpojumu, kas sevī ietver fotogrāfiju uzņemšanu, kuras sniedz jaunas laika pavadīšanas ilūziju. Šādas fotogrāfijas saņem vairāk 'laikus' (no ang. "likes") dažādos sociālos medijos (Facebook, Instagram, u.c.), kā arī liek cilvēkam izskatīties pozitīvākam un sociāli spējīgam, kas tiek vērtēts no potenciālo darba devēju, augstskolu, potenciālo draugu un draudzeņu puses, utt.¹³² Mērķis ir panākt lai klients izskatās pēc sekmīga jaunieša stereotipa: pilsētas iedzīvotāja ar labām sociālām prasmēm, kas visticamāk ir romantiskās attiecībās.¹³³ Saskaņā ar *Family Romance*, viņi saņem 20-30 tādu pasūtījumu mēnesī.

Turklāt, *Family Romance* apgalvo, ka šis pakalpojums tiek izmantots kā veids triumfēt virs sava bijušā drauga vai draudzenes, rādot viņiem laimīgu dzīvi bez tiem. Bez papildus samaksas var izvēlēties izīrējamo draugu dzimumu, vecumu un pat apģērbu. 'Draugi' var mainīt drēbes uz vietas, lai izskatītos, ka fotogrāfijas uzņemtas dažādās dienās.¹³⁴

Bāršanas pakalpojums, vai *ošikari daikō* (お叱り代行は *oshikari daikō*), tiek piedāvāts cilvēkiem, kuri ir pieļāvuši kļūdu un viņiem ir nepieciešams kāds, kurš viņiem palīdzēs attaisnot

Jūiči: Japāņi nav ekspresīvi cilvēki. Ir komunikācijas deficīts. Mēs neizteicam sevi, savus uzskatus, savas emocijas sarunās. Vispirms nāk citi, mūsu vēlmēm priekšā. Ģimenes izmērs arī samazinās. Pagatnē ģimenes bija lielākas. Tagad tu ēd vienatnē.

Morins: Ko Jūs redzat Jūsu biznesa nākotnē?

Jūiči: Pieprasījums palielinās. Piemēram, daudz vairāk cilvēku pieprasa palīdzību izskatīties populārākiem sociālajos medijos. Nesen mums bija klients, kurš samaksāja milzīgu summu, lai ar pieciem darbiniekiem aizlidotu uz Lasvegasu un uzņemtu fotogrāfijas priekš Facebook.

Jūiči: Es uzskatu, ka pasaule vienmēr ir netaisnīga un mans business eksistē šīs netaisnības dēļ.

Morins: Tātad, Jūs labojat netaisnību

Jūiči: Sieviete ar draugu nav vajadzības īrēt draugu. Vīrietim ar tēvu nav vajadzības īrēt tēvu. Runa ir par līdzsvaru sabiedrībā.

Morins: Vai ir iespējams mūžīgi izvairīties no patiesības?

Jūiči: Patiesībai kaut kad jābūt atklātai. Laime nav bezgalīga, bet tas nenozīmē, ka tai nav vērtības. Bērnam bija tēvs, kad viņai viņš bija vajadzīgs. Tas varēja būt īss laika posms, bet tajā laikā viņai tā bija nozīmīga pieredze.

Morin Roc. Ibid. 07.11.17 [skatīts:05.02.17]

¹³¹ **Batuman Elif.** Ibid. 30.04.2018 [skatīts:01.05.18]

¹³² **Ishii Yuichi.** "How to Rent Friends 代行サービスを利用した〈リア充アピール〉". VICE Japan. 15.03.18. <https://www.youtube.com/watch?v=BZv-otR5Siw&t=23s> (2:25-47) [skatīts: 18.03.18]

¹³³ リア充。 デジタル大辞泉。 <https://kotobank.jp/word/リア充-188971> [skatīts: 20.09.17]

¹³⁴ **Ashcraft Brian.** "In Japan, You Can Hire Fake Friends For Facebook And Instagram Photos". Kotaku. 09.08.12. <https://kotaku.com/in-japan-you-can-hire-fake-friends-for-facebook-and-in-1802517318> [skatīts: 20.09.17]

savu vainu.¹³⁵ Klienti parasti ir cilvēki varas pozīcijās, uzņēmumu vadītāji, utt., kuriem nav neviena, kurš uzdrošinātos viņus bārt.¹³⁶

Saistīts ar bāršanas pakalpojumu ir īrējamās atvainošanas pakalpojums. Piemēram, ja darbinieks ir pieļāvis kļūdu veicot savu darbu, vai viņa klients ir neapmierināts un prasa redzēt priekšnieku, *Family Romance* darbinieks spēlēs to priekšnieku un atvainosies darbinieka un uzņēmuma vārdā. Ja atvainošanās netiek akceptēta, *Family Romance* sūta viltus uzņēmuma direktoru. Tādas situācijas mēdz tikt komplicētas, jo īstai uzņēmuma vadībai nav zināms, ka viņi esot atvainojušies.¹³⁷

3.2.4 Izīrājāmie romantiskie partneri (*Rentaru kareši/kanodžo*)

Mūsdienu Japānā pašlaik ir daudzi jaunieši, kuri dažādu iemeslu dēļ vēl nav bijuši attiecības, vai pat bijuši ilgstošā kontaktā ar viņu romantiski interesējošā dzimuma pārstāvjiem. Kad viņi nonāk randiņa situācijā, viņi mēdz justies neērti un nezinā par ko runāt, vai kā uzvesties. Tādā gadījumā *rentaru kareši* (レンタル彼氏 *rentaru kareshi*), izīrējamā drauga, un *rentaru kanodžo* (レンタル彼女 *rentaru kanojo*), izīrējamās draudzenes pakalpojumi, kuri neiekļauj nekāda seksuālā rakstura servisu, ir viens no iespējamiem risinājumiem.¹³⁸ Šī veida pakalpojumi ir ļoti līdzīgi izīrējamo draugu pakalpojumiem un var tikt uzskatīti par to speciālo gadījumu, bet atšķirošās klientūras dēļ, šajā darbā *rentaru kareši* un *rentaru kanodžo* tiks izskatīti kā separāts fenomens. Izīrēt romantisko partneri nevis vienkārši draugu pieprasa nedaudz citus iemeslus nekā cilvēciskā kontakta, atbalsta sistēmas un emocionālās atklāšanas iespēju trūkums.

Kā tika pieminēts otrajā nodaļā, daudziem japāņiem mūsdienās nav laika attiecībām reālajā dzīvē. Taču, kaut arī mūsdienu japāņi relatīvi nav ieinteresēti intīmajās attiecībās, pastāvīgas romantikas bildes medijos liek izjust tukšumu savā dzīvē un izvēlēties izmēģināt *rentaru kareši* vai *rentaru kanodžo*. Anonīmajā intervijā ar šāda servisa klienti (dialogā

¹³⁵ 株式会社ファミリーロマンス。「お叱り代行とは」.
<http://family-romance.com/service/toscold.html> 2009. [skatīts: 20.04.18]

¹³⁶ Batuman Elif. Ibid.30.04.2018 [skatīts:01.05.18]

¹³⁷ Batuman Elif. Ibid.30.04.2018 [skatīts:01.05.18]

¹³⁸ MBS. 「メッセージャーの〇〇は大丈夫なのか」.
MBS. 22.06.2017 <https://www.youtube.com/watch?v=2Tm2UgbUrts> (0:46-0:55) [skatīts: 20.04.18]

pārstāvēta ar □ simbolu), viņa atklāja, ka izvēlējās izmantot izīrējamā drauga pakalpojumu, jo gribējusi labi pavadīt laiku ar pieklājīgu cilvēku:

- : なぜレンタル彼氏を体験するのか？彼氏さんはちなみに？
- : 彼氏はいないですね。
- : レンタル彼氏は初めてですか？
- : 今日はちょっと初めて利用しました。
- : デートをする男性とかはいないんですか。
- : いるんですけど、最近結構疲れてきて・・・レンタル彼氏みたいな、ちゃんとしたマナーのある男性¹³⁹

Tāpat kā ar parasto izīrējamo draugu servisu, dažreiz *rentaru kareši* un *rentaru kanodžo* tiek pasūtīti, lai izlikties sev svarīgu cilvēku priekšā un darbiniekam ir jāspēlē vesela satikšanas vēsture, viltus sadarināšanās un viltus šķiršanās. Šī tipa pasūtījumi pārsvarā tiek veikti, lai nomierinātu klientu vecākus, kad klientam nepietiek laika atrast īsto dzīves partneri.¹⁴⁰ Taču, negaidīti, 40% no *rentaru kareši* klientiem ir precētas mājsaimnieces.¹⁴¹ Iespējams, šis fakts arī ir izskaidrojams ar japāņu darba kultūru, vai arī, lai izskaidrotu šo parādību ir nepieciešams dziļāk izpētīt ģimenes attiecības un konkrēti *gender* attiecības tajā.

Saskaņā ar MBS kanāla interviju ar *rentaru kareši*, motivācija nodarboties ar šo profesiju galvenokārt ir nauda:

- : レンタル彼氏を始めたんはやっぱりお金ですか？
- : 好奇心。お金。¹⁴²

¹³⁹ Kāpēc Jūs nolēmāt izmantot *Rentaru kareši* pakalpojumu? Vai Jums šobrīd ir draugs? Drauga man šobrīd nav. Vai Jūs pirmo reizi izmantojat šo pakalpojumu? Jā, pirmo reizi. Vai Jums nav potenciālu randiņu partnera? Ir jau, bet pēdējā laikā esmu diezgan nogurusi... [Gribēju satikties] ar vīrieti ar labām manierēm. (tulk. Alise Stoga)

MBS.Ibid.22.06.2017 (2:29-4:23) [skatīts: 21.04.18]

¹⁴⁰ Colin Chris. "Inside Japan's booming rent-a-friend industry". The Week. 26.06.16. http://theweek.com/articles/631927/inside-japans-booming-rentafriend-industry?utm_source=fark&utm_medium=website&utm_content=link [skatīts: 21.04.18]

¹⁴¹ Ashcraft Brian. "Renting Boyfriends in Japan Can Get Expensive". Kotaku. 28.05.15. <https://kotaku.com/renting-boyfriends-in-japan-can-get-expensive-1707399274> [skatīts: 20.04.18]

¹⁴² MBS.Ibid. 22.06.2017 (2:29-4:23) [skatīts: 21.04.18]

“Jūs izlēmāt kļūt par *rentaru kareši* naudas dēļ?”

Rentaru kareši un *rentaru kanodžo* profesijas līdzinās lokāli neierobežotiem *host*, ar stingrāku politiku sekša, kā arī attiecību ziņā, tā kā *rentaru kareši* un *rentaru kanodžo* ir kategoriski aizliegts uzturēt ar klientiem attiecības ārpus savas profesijas noteiktā konteksta.

3.2.5 Pusmūža vecuma vīriešu izīrēšana (*Ossan rentaru*)

Savdabīga izīrējamā kompanjona-konsultanta variācija ir *ossan rentaru* (おっさんレンタル *ossan rentaru*) jeb pusmūža vecuma vīriešu izīrēšana. Japāņu valodā *ossan* ir diezgan nepieklājīga uzrunas forma, kas attiecas uz vecākiem vīriešiem.¹⁴³ Šis pakalpojums pašlaik vēl nav izplatīts ārpus Tokijas, bet pieprasījums pastāvīgi pieaug.

Nišimoto Takenobu, *ossan rentaru* pakalpojumu veida izveidotājs,¹⁴⁴ apgalvo, ka viņa pakalpojumus izmantojuši jau 1000 cilvēku, no kuriem ap 70% ir sievietes.¹⁴⁵

Galvenais *ossan* piedāvātais pakalpojums ir dzīves padomi un vispārīgās konsultācijas. Daudziem dzīvē pietrūkst vecākā vīrieša figūras, īpaši sakarā ar jauno cilvēku pārvietošanos uz lielpilsētām darba dēļ.¹⁴⁶

Pats Nišimoto, kad iesāka savu darbu, nedomāja, ka tik daudziem klientiem viņš būs vajadzīgs:

「最初はすごい...遊ぶとか
そうゆうレンタルが多いかなと思ったんですよ。実際、深い話が多くて、旦那さんのこととか、不倫のこととか、病気のこととか。思っている以上に...やりながら不快から逆

Zinātkāre un arī nauda. “(tulk. Alise Stoga)

¹⁴³ Ashcraft Brian. “You Can Rent Old Men in Japan”. Kotaku. 9.12.13.
<https://kotaku.com/you-can-rent-old-men-in-japan-1299029182> [skatīts: 21.04.18]

¹⁴⁴ 西本貴信。 「おっさんレンタル」 2012. <http://ossanrental.thebase.in/items/20454> [skatīts: 21.04.18]

¹⁴⁵ Fuji TV. 「おっさんレンタル ワイドナB面 2015年9月13日」 Fuji TV. 13.09.15.
<https://www.youtube.com/watch?v=NIwUv5BlrRQ&index=4&list=WL> (4:25-4:33) [skatīts: 21.04.18]

¹⁴⁶ Wilson Scott. “We tried Tokyo’s “rent a middle-aged Japanese man” service, and it was awesome!” SoraNews24.19.05.15.
<https://soranews24.com/2015/05/19/we-tried-tokyos-rent-a-middle-aged-japanese-man-service-and-it-was-awesome/> [skatīts: 21.04.18]

に自分のはまっていってもう3年目に突入したって感じです。 [...]

一回しか人生ないって思いましたね」¹⁴⁷

Nišimoto attiecas pret savu darbu kā pret kaut ko, kad uzlabo gan viņu klientu dzīvi, gan viņa pašu, kā savstarpējo mācīšanās iespēju starp viņu un klientu:

「人生の学校みたいな感じですかね。いろいろな人の人生にふれあって自分が成長、実際に成長してこれたからこの3年人間として生きる価値みたいのが分かったから僕にとってはすごい、学校みたいな感じかなあ。学ぶところですね」。¹⁴⁸

3.2.6 Draudzības laulība (*Jūdžō kekkon*)

Apakšnodaļā par irējamiem draugiem tika pieminēts, ka tā mēdz būt mūža profesija, atkarībā no klienta. *Jūdžō kekkon* (友情結婚 *yūjō kekkon* lat. draugu laulība) ir līdzīgs aranžējums. Šo pakalpojuma veidu lielākoties izmanto LGBT¹⁴⁹ cilvēki, kas izvēlas laulāties ar partneri, ar kuru tam ir un nākotnē būs strikti platoniskas attiecības. LGBT cilvēkiem dažādu iemeslu dēļ var rasties vajadzība aprecēties, piemēram, ja viņu ģimene neakceptē viņu seksuālo orientāciju, ja būt *out*¹⁵⁰ nelabvēlīgi ietekmēs cilvēka karjeru, utt.¹⁵¹ Daudzi domā, ka nekad nevarēs Japānā legāli aprecēties, tāpēc izvēlas draudzības laulību.

Tokijas *jūdžō kekkon* aģentūras klients anonīmajā intervijā ar *Gaycation* programmu *VICE* tīklā ir pastāstījis, kāpēc tieši viņš ir izvēlējis šo pakalpojumu un kāpēc tas vispār eksistē Japānā:

¹⁴⁷ “Sākumā es domāju... ka būs daudz cilvēku, kas izmantos manus pakalpojumus tikai izklaides pēc, bet īstenībā pie manis nāk cilvēki, kuri vēlas izrunāties par smagām lietām viņu dzīvē, piemēram: savu vīru, krāpšanos vai slimībām. Pat vairāk nekā biju iedomājies... neskatoties uz smagām sarunām, man šis darbs kļuva nepieciešams, ar ko jau arī nodarbojos 3 gadus - laiks pagājis nemanāmi. [...] Es domāju ka dzīve ir tikai viena.” (tulk. Alise Stoga)

Fuji TV. Ibid. 13.09.15. (4:25-4:33) [skatīts: 21.04.18]
(4:34-5:00; 9:45-11:20)

¹⁴⁸ “Kaut kas līdzīgs dzīves skolai? Es varu ieskatīties dažu cilvēku dzīvēs un mācīties no tām. Es šo 3 gadu laikā daudz ko esmu sapratis, piemēram - dzīves jēgu. Priekš manis šis darbs tik tiešām ir kā skola.” (tulk. Alise Stoga)

Fuji TV. Ibid.13.09.15. (10:51-11:19) [skatīts: 21.04.18]

¹⁴⁹ LGBT - akronīms, ar ko apzīmē lesbietes, gejus, biseksuāļus un transpersonas.

¹⁵⁰ ‘Out of the closet’, atklāti dzīvot kā LGBT persona.

¹⁵¹ **Steez.** 友情結婚って何? 2011. <http://steez.web.fc2.com/about.html> [skatīts: 21.04.18]

「日本という世界はようくには あのう
できる前の人であることをおもてに出すことが非常にリスクが高い。 [...] 人と違うんだなっという目で見られている。いるので中々生み出せなかったんですが思
って... まあインターネットで調べていたら、こういう「友情結婚」という言葉があると
いうことを知って、希望生み出して、活動はじめました。 [...] 途中で同居を選ぶことで
やっぱり... こう、親へのとか、外へのカモフラージュをしようっていうのを同居してる
んですけど」。¹⁵²

Japānas LGBT kopienā cilvēku kas “nāk arā no skapja” (*coming out*) ir ļoti maz. Viņi negrib pievērst lieko uzmanību un grib dzīvot “normāli”. Bet daudzi no viņiem redz sevi ģimenē un, tā kā viņi nav gatavi dzīvot *out* dzīvi, ar LGBT partneri, *jūdžō kekkon* piedāvā viņiem risinājumu.¹⁵³ *Jūdžō kekkon* palīdz LGBT vīriešus un sievietes atrast vienam otru un dzīvot kopā kā draugiem, apmierinot gan viņu, gan viņu apkārtnes vēlmes.

Vīriešu starpā galvenā klientu grupa ir geji, starp sievietēm tie ir aseksuāli. Liels klientu skaits izvēlas *jūdžō kekkon*, jo viņi ir pārliecināti, ka noteiktajā ir jāprecas, bet viņiem ne pret vienu nav nekādu romantiskā rakstura jūtu.¹⁵⁴

3.2.7 Kompensētā draudzība un vidusskolas skolnieces (*Endžo kōsai* un *DžejKei*)

Endžo kōsai (援助交際 *enjo kōsai*) jēdziens, kas parādījās 1990. gados un aprakstīja randiņus starp vidusskolniecēm vai pat pamatskolas meitenēm un pieaugušiem vīriešiem.¹⁵⁵ Šis fenomens turpinās arī mūsdienās. Skolnieces saņem naudu par savu laiku. kā arī visu pārējo, kas

¹⁵² “Ja Jūs piederat pie seksuālās minoritātes Japānā, ir bīstami atklāt to faktu. [...] Cilvēki skatās uz mums it kā mēs būtu citādi. Tāpēc ilgu laiku es par to nevienam neesmu teicis. Pameklējot internetā, es atklāju priekš sevis tādu frāzi kā "Draudzības laulība", tā deva man cerību un es nolēmu izmēģināt šo pakalpojumu. [...] Mēs nolēmām dzīvot kopā, lai mūsu ģimenes un sabiedrība domātu, ka mēs esam ‘normāli’. (tulk. Alise Stoga)

Vice. Gaycation. 1. sērija. 2016. <http://www.dailymotion.com/video/x3vzau> (25:37-23:33)
[Skatīts 13.3.16]

¹⁵³ 藤女子。『恋愛感情、性愛のない結婚“友情結婚”とは？「友情結婚相談所」を直撃』
15.09.17. 「週刊SPA！」 <https://nikkan-spa.jp/1392888> 1.lpp [skatīts: 21.04.18]

¹⁵⁴ 藤女子。Ibid.15.09.17. 1.lpp [skatīts: 21.04.18]

¹⁵⁵ **Adelstein Jake**. “Schoolgirls for Sale in Japan”. Vice News,
20.07.15. <https://www.youtube.com/watch?v=0NeIGBKXMOE> (5:17-5:48) [skatīts: 02.05.18]

ar viņu ir saistīts, piemēram, viņas apakšveļu, zeķes vai citiem apģērba priekšmetiem. Japānā tādām lietām ir liels tirgus. *Endžo kōsai* nevienmēr ietver seksuālos pakalpojumus.¹⁵⁶

Mūsdienās šī paradība tiek saukta par *DžejKei* vai *JK*, ir saīsinājums no *džoshi kōsei* (女子高生 *joshi kōsei*) jeb vidusskolas skolniece, kas tagad nozīmē biznesu, kas piedāvā kompensētas draudzību ar vidusskolas skolniecēm.¹⁵⁷ *DžejKei* vai *JK* var nozīmēt arī tikai *džoshi kōsei* saīsinājumu ar kompensēto draudzību nesakarīgajos kontekstos.

Pēc oficiāliem noteikumiem, klientiem ar skolniecēm nav nekāda veida seksuālā kontakta, bet gan dažādi ziņu kanāli, gan cilvēktiesību aizsardzības organizācijas apgalvo, ka zem nevainīga priekšplāna joprojām slēpjas prostitūcija. Žurnālists Džeiks Edelsteins definē *DžejKei* kā Japānas sabiedrības šovinisma problēmas simptomu:

*“Part of the reason that you have this sort of [Lolicon] culture in Japan is because the life and opportunities for women are so bad. It’s a hard thing to stop. This [Japanese] society is one of the most misogynistic, sexist societies in the developed countries in the world.”*¹⁵⁸

Japānas valdība ļoti reti pārbauda *JK* uzņēmumus, tas, ko viņi viņi šķietami dara ir absolūti legālais bizness, jo sarunāties ar vidusskolniecēm nav noziegums. Tomēr, ir zināmi konkrēti gadījumi, kad šīs vidusskolnieces tika izmantotas un izvairotas.

Lisa, bijušā vidusskolniece, kura nodarbojās ar *JK*, stāsta, ka bija iesaistījies *JK* biznesā, jo bija domājusi ar to nopelnīt daudz vairāk nekā strādājot kādā citā vietā.

Kad viņai bija 17 gadi, vecākais vīrietis izvairoja viņu hotelī, iepriekš apsolut viņai, ka viņi tikai dziedās karaoke un nekādu seksuālo aktu nenotiks. But when they got to the hotel room, he closed the door, pinned her down, and raped her. Viņš draudēja viņai, ka, ja viņa iešot uz policiju, viņš apgalvos, ka nebija viņai ne par ko maksājis un viņa ies uz cietumu par pusaudžu prostitūciju.¹⁵⁹

¹⁵⁶ **Constantine Peter.** “Japan's Sex Trade: A Journey Through Japan's Erotic Subcultures”. Periplus Editions (HK) Limited. 1994. 198.lpp

¹⁵⁷ **Ostrovsky Simon.** “Schoolgirls for Sale in Japan”. Vice News, 20.07.15.
<https://www.youtube.com/watch?v=0NcIGBKXMOE> (0:54-1:01) [skatīts: 02.05.18]

¹⁵⁸ “Daļa no iemesla, kāpēc Japānā ir tāda [*lolikon*, no ang. *lolita complex*, visaptverošais termins lietām saistītām ar mazo meiteņu sekularizāciju] kultūra, ir tas, Japānā sievietēm nav daudz iespēju. Tā ir lieta, kuru nav iegli apturēt. Šī [japāņu] ir viena no visvairāk šovinistiskām, seksistiskām sabiedrībām starp pasaules attīstītajām valstīm.” (tulk. Alise Stoga)

Adelstein Jake. Ibid. 20.07.15. (7:06-7:20) [skatīts: 02.05.18]

¹⁵⁹ **Adelstein Jake, Kubo Angela-Erika.** “In Japan, Teenage Girls Folding Paper Cranes Has Taken on a Whole New Meaning”. 20.07.15.

Kaut gan gandrīz visi izīrējamo kompanjonu tipa biznesi noliedz seksuālo pakalpojumu pārdošanu, starp tiem ir profesijas, kurām ir gandrīz atklātas prostitūcijas konotācijas. Šo profesiju starpā *DzeiKei* ir vistransportētākā un sabiedrībai (izmantotām meitenēm) visbīstamākā.

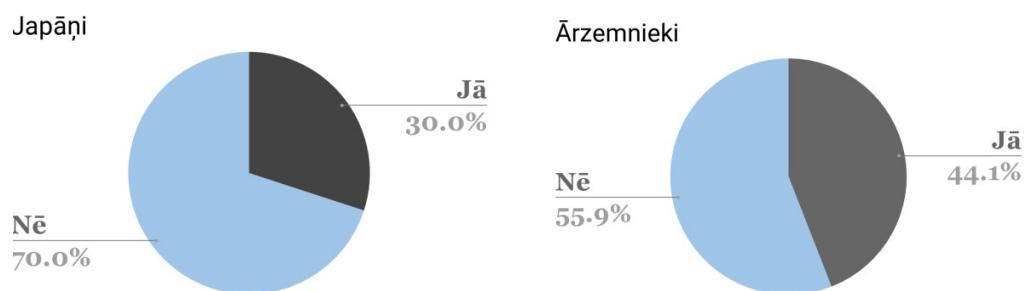
3.2 Attieksme pret izīrējamā drauga profesiju

Tā kā gan *host*, gan *hostess* pēdējo 20 gadu periodā ir palikuši par stabilu parādību Japānas populārajā kultūrā, un šīm profesijām mūsdienās piemīt gāmurā grāds, bet vienlaikus arī konotācijas asociētas ar naktsdzīves profesijām - prostitūcija, alkoholisms, utt., attieksme pret šīm profesijām no japānas sabiedrības puses ir jaukta. No vienas puses, šīs profesijas ir ne tikai komplicēti normalizētas Japānas iedzīvotāju acīs, bet tās ir populāras un priekš ļoti daudziem - sapņu profesijas, kuras apsola karjeras izaugsmi, labu peļņu un līguma neprasa nekādu rīcību, kuras varētu tikt novērtētas ka apkaunojošas. Tomēr, no otras puses, šīs profesijas nenāk bez zināmiem riskiem nonākt naktsdzīves industrijas tumšajā pusē, un sabiedrība to labi apzinās.

Attieksmi pret *host* un *hostess* profesijām nevar raksturot kā negatīvu vai pozitīvu, bet vismaz *hostess* vajadzība pēc izīrējamu draugu pakalpojumiem *host* klubu apmeklēšanas veidā liecina, ka viņas nevar atklāti runāt par darbu ar saviem draugiem reālajā dzīvē. Saskaņā ar izīrējamo kompanjonu servisu pieprasījuma cēloņiem, kuri tika noteikti otrajā nodaļā, tas nozīmē, ka sabiedrības attieksme un normas zināmā mēra neļauj *hostess* atklāti runāt par savu pieredzi, negatīva novērtējuma baiļu dēļ.

Attieksme pret izīrējamiem draugiem, kuri mūsdienās kļuvuši par trešo visizplatītāko izīrējamo kompanjonu tipu, vēl nav skaidri zināma. Tāpēc šajā maģistra darba gaitā tika veikta aptauja par izīrējamiem draugiem, kurā piedalījās 120 respondenti, 60 no viņiem japāņi, 60 Japānā dzīvojušie ārzemnieki jeb citas nacionalitātes Japānas iedzīvotāji. 76 no respondentiem ir sievietes, 43 - vīrieši, un 1 cilvēks, kas dzimumu izvēlējās nenoteikt. Attauja tika veikta angļu un japāņu valodās. Pilnā aptaujas anketa, kā arī tabula ar individuālām atbildēm uz jautājumiem ir atrodama pielikumā.

Pirmais aptaujas mērķis bija uzzināt, vai šī profesija ir pazīstama respondentiem. Aptaujātās personas tika prasītas atbildēt uz “Vai Jūs pazīstat tādu profesiju kā Izīrējama draugs?” jautājumu ar “Jā” vai “Nē”. Grafikos 3.1 un 3.2 ir redzams atbilžu sadalījums pēc grupām: japāņi un Japānā dzīvojušie ārzemnieki.



Grafiki 3.1 un 3.2 Japāņu un ārzemnieku izpratne par izīrējamā drauga profesiju

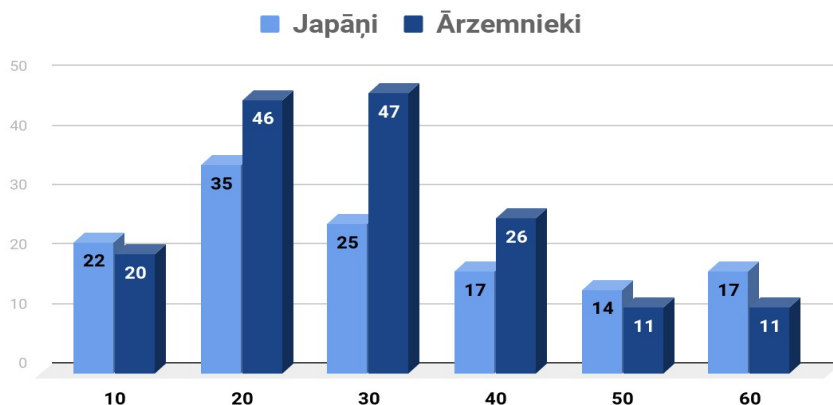
Lielākā daļa japāņu (70%) nezināja par tādas profesijas eksistenci, kamēr starp citas nacionalitātes Japānas iedzīvotājiem gandrīz puse (44.1%) apzinājās tādas profesijas esamībai. Atšķirību potenciāli varēja ietekmēt dažādi faktori. No vienas puses, tāpēc ka ārzemju mediji tendenciāli ziņo par izīrējamo drauga fenomenu ar noteikto sensacionalitātes grādu, ziņas par izīrējamiem draugiem angļu valodā mēdz būt vairāk uzkrītošas. No otras puses, ir iespējams, ka zināšanas par šo fenomenu starp Japānā dzīvojošiem ārzemniekiem ir izskaidrojamas ar faktu, ka tendenciāli, pirms imigrēšanas, potenciālie imigranti mēdz plaši veikt sava galamērķa izpēti.

Apkopojot, lielākā daļa respondentu nezināja par izīrējamo draugu pakalpojumiem, kas iet pretī irīrējamo draugu uzņēmumu *Family Romance* un *Hagemashi-tai* datiem, kā arī mediju reportāžām, kas liecina par izīrējamo draugu klientu skaita pastāvīgu pieaugumu. Taču, tā kā izīrējamie draugi ir specializēts pakalpojums, kuru klients meklēs tikai specifiskos apstākļos, piemēram, depresijas, izolācijas, darba saistītā stresa un laika trūkuma, vai konkrētas ģimenes situācijas apstākļos, ir iespējams, ka lielākā izlasīto respondentu daļa vienkārši nav savā dzīvē lielākoties saskarūies ar tādiem apstākļiem, padarot nevajadzīgu pašiem meklēt informāciju par šādiem pakalpojumiem, vai pievērst uzmanību to reklāmai vai informatīviem ziņojumiem par tiem.

Pēc izīrējamā drauga jēdziena paskaidrojuma, respondenti tika lūgti sniegt atbildes uz jautājumu “Kāda pēc Jūsu domām ir Izīrējamo draugu mērķa auditorija?” Kā atbilžu varianti tika

piedāvātas demogrāfiskās vecuma grupas: “10 gadīgie”, “20 gadīgie”, “30 gadīgie”, “40 gadīgie”, “50 gadīgie” un “60 gadīgie”.

Kāda pēc Jūsu domām ir Izīrējamo draugu mērķa auditorija?

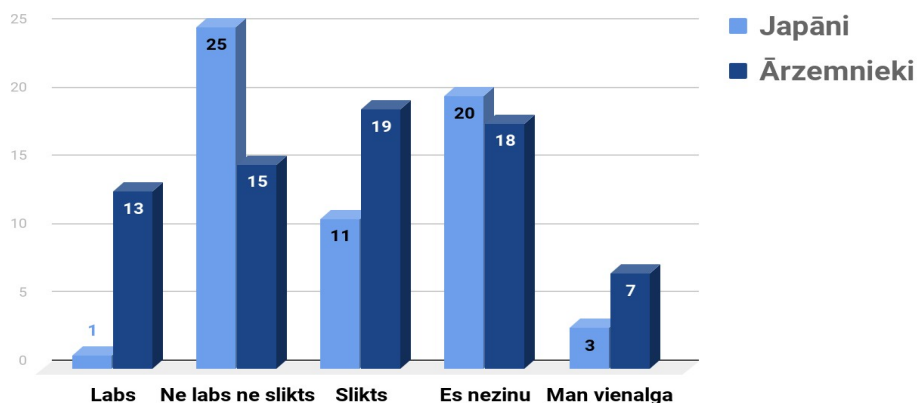


Grafiks 3.3 Izīrējamo draugu iespējamā mērķa auditorija pēc Japānas iedzīvotāju domām

Gan japāņu, gan ārzemnieku grupu vairākums izīrējamo draugu pakalpojumu mērķa auditoriju definēja kā 20 līdz 40 gadīgus cilvēkus. Šis demogrāfiskais vecuma atbilst lielākai Japānas darbaspēka vecuma kategorijai, kuras pārstāvju nav precēti un piedzīvo visvairāk ar darba saistītā stresa.

Tālāk tika jautāts galvenais aptaujas jautājums: “Kāds ir jūsu iespaids par Izīrējamiem draugiem? Kāpēc Jūs tā domājat?” Tika piedāvāti 5 atbilžu varianti: “labs”, “slihts”, “ne labs, ne slihts”, “es nezinu” un “man vienalga”, un vieta brīviem komentāriem un pamatojumiem. Atbilžu kategoriju izklāsts ir redzams grafikā 3.4.

Kāds ir jūsu iespaids par Izīrējamiem draugiem?



Grafiks 3.4 Japānas iedzīvotāju attieksme pret izīrējamo draugu profesiju

Japāņu nomācošais vairākums (41.7%) pret šo profesiju attiecas neitrāli, kamēr 38.3% atbildēja, ka nezinot, vai viņiem tas būtu vienalga. Tā kā 18,3% liecināja, ka attiecoties pret profesiju negatīvi, var secināt, ka pārsvarā no japāņu grupas tika demonstrēta neitrāla līdz negatīva attieksme.

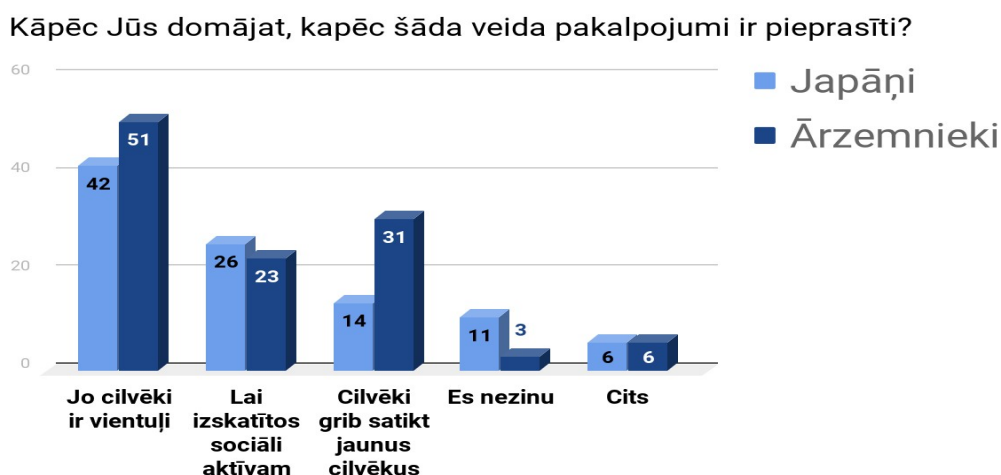
Japānā dzīvojošo ārzemnieku grupā attieksmes kategorija izklājām samērā līdzīgi, taču tendence bija neitrālas (25%) līdz sliktas (31.7%) attiecības virzienā.

Apkopojot respondentu pamatojumus, tika identificēti sekojošie trendi:

Japāņi. Starp respondentiem, kuri raksturojuši savu attieksmi kā neitrālu, vai pozitīvu, daži uzskata, ka izīrējamie draugi ir laba lieta, tāpēc, ka acīmredzamais pieprasījums tiek apmierināts. Izteicot negatīvu attieksmi pret fenomenu, daži dēvēja to par “nedabisku” pakalpojumu un apgalvoja, ka darbā, kur maksā par drauga tēlošanu nevar būt nekā laba. Taču arī viņus nepārsteidza, ka pēc šī veida pakalpojuma pastāv pieprasījums. Respondenti apgalvoja, ka saprot, ka šim pakalpojumam varot būt dažādi iemesli, bet tas vienlaikus rādot, ka sabiedrība degradē. Daudzi izteica nožēlojumu par to, ka cilvēkiem jāizmanto šādi pakalpojumi, bet piekrita, ka tas esot labāk nekā būt vienam pašam. Izskanēja viedokļi, ka mūsdienās japāņiem esot grūtāk veidot jebkādas attiecības, bet ja draudzībā tiek nopirkta, šādai draudzībai neesot nākotnes.

Ārzemnieki. Negatīvo attieksmi var apkopot ar viedokli par, izīrējamo draugu pakalpojumi liecinot, ka cilvēki sākuši aizmirst kā komunicēt ar citiem. Pēc respondentu domām, sabiedrība degradē un tas neesot problēmas risinājums. Šis viedoklis tika izteikts arī japāņu grupā. Šī pakalpojuma pozitīvo pusi ārzemnieku grupa redz tajā, ka šis pakalpojums palīdz atrast cilvēkus, ar kuriem varētu sarunāties un izklaidēties, bet būšot ieteicams pievienoties kādai organizācijai, mijiedarboties kopīgās aktivitātēs un šādā veidā iegūt jaunus draugus, nevis maksājot par tiem. Tā arī, tika izteikts viedoklis, ka cilvēki nevēlas veidot ilgstošas attiecības un vienkārši grib ar kādu parunāt, bez saistībām. Tādā gadījumā respondenti neredzot nekā sliktu.

Tā arī, respondenti tika lūgti, pēc viņu domām, norādīt iespējamus iemeslus šī tipa pakalpojuma pieprasījumam, atbildot uz jautājumu: “Kāpēc Jūs domājat, kāpēc šāda veida pakalpojumi ir pieprasīti?” Tika piedāvāti sekojoši atbildes varianti: “Jo cilvēki ir vientuļi”, “Lai izskatītos sociāli aktīvam”, “Cilvēki grib satikt jaunus cilvēkus”, “Es nezinu” un “Cits”. Rezultāti ir apskatāmi grafikā 3.5. “Cits” variantā tika piedāvāta vieta paskaidrojumiem; šie paskaidrojumi ir apkopoti tabulā 3.1. Varēja izvēlēties vairākas atbildes.



Grafiks 3.5 Izīrējamo draugu pakalpojumu pieprasījuma iemesli pēc Japānas iedzīvotāju domām

“Cits” varianta paskaidrojumi:

Japāņi	Ārzemnieki
Lai uzņemtu bildes un parādītu tās savos sociālajos tīklos.	Japāņu kultūrā ņirgāšanās mēdz aiziet pārāk tālu, bet izīrējamie draugi var palīdzēt cilvēkiem sadzīvot ar šādām rētām.
Jo cilvēkiem nav draugu.	Jo cilvēki ir atkarīgi no sociālajiem tīkliem un nezina kā veidot draugu attiecības.
Jo viņi nezina kā sākt draudzēties ar citiem.	Tā vinkārši ir bērnu pieskatīšana

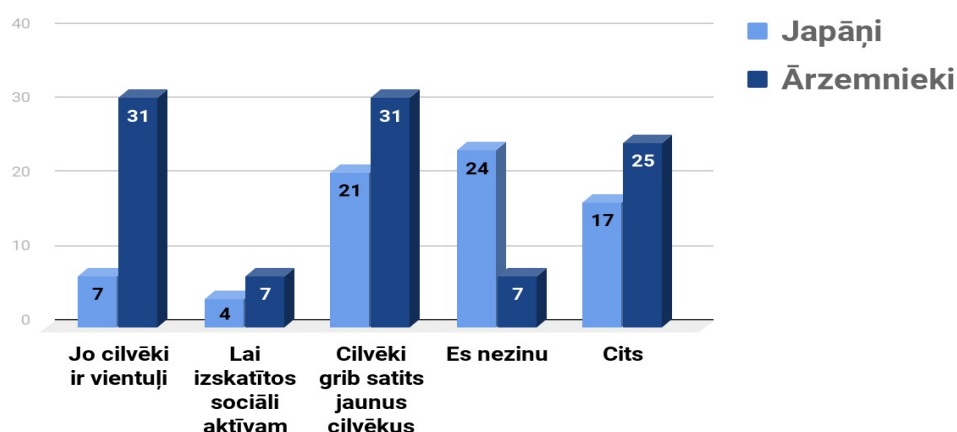
Cilvēki grib izskatīties labi, jo īstu draugu vieņiem nav	Atbalsts īpašos gadījumos.
Lai būtu attaisnojums sabiedrības priekšā.	Jo viņi nav sabiedriski aktīvi
Jo attiecības nav tik dziļas kā ar īstiem draugiem. Cilvēki grib šīs "gandrīz vai īstas" attiecības, jo tajās nav daudz, ar ko varētu riskēt.	Cilvēkiem nav laika, lai atrast īstus draugus
Maksājot par draudzību, to ir vienkāršāk iegūt.	

Tabula 3.1 Grafika 3.5 "Cits" atbildes varianta paskaidrojumi

Pārsvarā abas grupas vienojas viedoklī, ka galvenie iemesli tiekties pēc izīrējamiem draugiem ir cilvēku vientulība. Vairāk par pusi Japānā dzīvojušo ārzemnieku izvēlējās vēlmi satikt jaunus cilvēkus kā iemeslu, bet tikai 23.3% japāņu viņiem piekrita. Tas varētu būt saistīts ar ārzemnieku situāciju Japānā, jo viņi bieži paši sastopas ar problēmām iepazīties ar jauniem cilvēkiem.

Sakarā ar jautājumu "Kāpēc jūs domājat, ka cilvēki izvēlas kļūt par Izīrējamiem draugiem?" tika piedāvāti sekojoši atbilžu varianti: "Jo cilvēki ir vientuļi", "Lai izskatītos sociāli aktīvam", "Cilvēki grib satikt jaunus cilvēkus", "Es nezinu" un "Cits". Respondentu atbildes ir apkopotas grafikā 3.6. "Cits" variantā tikā piedāvāta vieta paskaidrojumam; šie paskaidrojumi ir apkopoti tabulā 3.2. Varēja izvēlēties vairākas atbildes.

Kāpēc jūs domājat, ka cilvēki izvēlas kļūt par izīrējamiem draugiem?



Grafiks 3.6 Iemesli kļūt par izīrējamo draugu pēc Japānas iedzīvotāju domām

Japāņi	Ārzemnieki
Viegli nopelnīt naudu. (vispopulārākā atbilde)	Viegli nopelnīt naudu. (vispopulārākā atbilde)
Jo viņiem patīk darbs, kas saistīts ar cilvēkiem	Cilvēkime nav laika atrast īstus draugu.s
Var pārtapt par cilvēkiem dažādās pozīcijās.	Cilvēkiem ar labām sociālajām prasmēm un empātiju šis darbs dod iespēju attīstīties jaunā vidē.

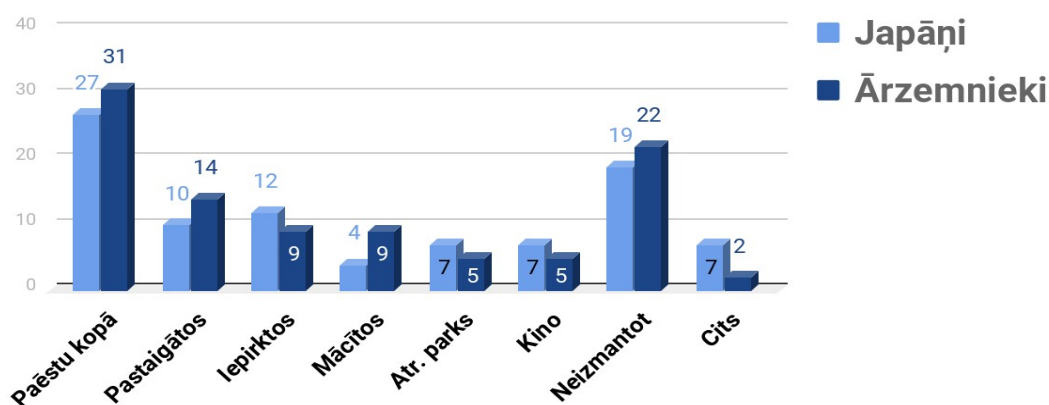
Tabula 3.2 Grafika 3.6 “Cits” atbildes varianta paskaidrojumi

Vispopulārākās atbildes gan start japāņiem, gan starp Japānā dzīvojošiem ārzemniekiem bija jaunu cilvēku satikšana jeb darbs ar cilvēkiem, kā arī monetārā motivācija. Salīdzinot ar informāciju no intervijām ar profesijas pārstāvjiem, respondenti pārsvarā pareizi norādīja iemeslus iesākt strādāt šajā sfērā. Vairāk par 50% ārzemnieku izvēlējās vientuļību kā iemesli kļūt par izīrējamo draugu, kas atkal, visticamāk, liecina par ārzemnieku vientuļības problēmām Japānā.

Aptaujas beigās tika jautāts: “Ja jūs izmantotu izīrējamā drauga pakalpojumus, kādu no tālāk norādītajām aktivitātēm jūs vēlētos kopā darīt?” Tika piedāvātas sekojošas atbildes: “Paēstu

kopā”, “Pastaigātos”, “Iepirktos”, “Mācītos”, “Atrakciju parks”, “Kino”, “Neizmantotu” un “Cits”. Pārsvārā “Cits” atbilžu varianti sakrita ar “Neizmantošu”, tāpēc sīkāka informācija nav relevanta. Bija iespējams izvēlēties vairākas atbildes. Rezultātu izklāsts ir apskatāms grafikā 3.7.

Ja jūs izmantotu Izīrējamo draugu pakalpojumus, kādu no tālāk norādītajām aktivitātēm jūs vēlētos kopā darīt ?



Grafiks 3.7 Iespējamās aktivitātes ar izīrējamo draugu

Apmēram viena trešdaļa no visiem respondentiem kategoriski atteicas jebkad izmantot izīrējamā drauga pakalpojumu, atkal liecinot par negatīvu attieksmi pret profesiju, taču lielākā daļā arī domājot par saviem personīgiem apstākļiem, spēja atrast pielietojumu šādam pakalpojumam. Gandrīz puse no respondentiem izmēģinātu izīrējamā drauga pakalpojumu kafejnīcas vai restorāna vidē.

Apkopojot aptaujas datus, var teikt, ka Japānā pastāv neitrāla līdz negatīva attieksme pret izīrējamo draugu pakalpojumiem no cilvēku perspektīvas, kuri nav tos pakalpojumus izmantojoši. Tomēr negatīva attieksme, atšķirība no sabiedrības attieksmes pret *hostess* un *host* pakalpojumiem, nenāk no jebkādām prostitūcijas konotācijām, bet gan no pakalpojumu “nedabiskuma” un neautentiskuma.

Gan klientu, gan izīrējamo draugu motivācijas tiek labi un pareizi interpretētas, kaut arī nevienmēr akceptētas. Tā arī, profesija netiek vērtēta, tik zemu, ka to nevarētu iedomāties izmantot.

Nobeigums

Meklējot kompanjonu izīrēšanas fenomena aizsākumus, pirmajā nodaļā mēs aplūkojam geišas kā proto-īrējamus kompanjonus. Kamēr pasaulē eksistēja vairāki geišām līdzīgu profesiju varianti, tikai geišas beigās atbilst mūsu īrējamā kompanjona definīcijai - cilvēks, kurš par noteiktu apmaksu, uz noteiktu laiku spēlē konkrētu lomu sava klienta labā -, tā kā, neskatoties uz saviem aizsākumiem prostitūcijas jomā un sākotnējiem nebrīvās izvēles konotācijām, geiša tika atzīta par likumīgo profesiju, kuras raksturojumā netika pieminēti seksuālie pakalpojumi, bet gan kuras galvenie servisi bija: viņas kompānijā, izklaides prasmes un konsultācija.

Priekš vēlāk izveidojušās izīrējamo kompanjonu industrijas geišu popularitāte izveidoja nozīmīgu un stabilu pamatu. Var pieņemt, ka, geišām nebūtu eksistējušām, veicināt draugu īres pakalpojumus tik lielā mērogā Japānā nebūtu iespējams. Pastāvot asociācijai ar geišām, draugu īre neizklausās apkaunojoša vai piedauzīga. Tieši otrādi, pastāvot līdzīgai leģitīmai profesijai, gan pakalpojumu sniedzējs, gan klients jūtas droši.

Vēsturiskā precedenta klātbūtne nav vienīgais faktors, kas veicināja kompanjonu īrēšanas nozares pieejamību un popularitāti. Modernās Japānas vientulības un izolēšanas problēmas izveidoja ideālus apstākļus izīrējamo draugu pakalpojumu pieprasījumam. Japāna kā noteikumu orientēta sabiedrība, kurā vēsturiski izveidojās un stabili pastāvēja kopienas harmonijas saglabāšanas ideja kā virs indivīda vēlmēm stāvoša, operē ar smalkiem, implicētiem sociālo attiecību regulēšanas veidiem, atļaujot konkrētus rāmjus komunikācijai un cilvēku kontaktiem - *honne* un *tatemaē*. Šīs stingras struktūras, īpaši moderno izaicinājumu sejā, izraisa izolācijas sajūtu un garīgas veselības problēmas, jo cilvēks baidās atklāt savas īstenās jūtas, gaidot par to spriedumus un nosodījumus no sabiedrības puses.

Japānas darba kultūra tikai pasliktina japāņu garīgo stāvokli un veido vēl vairāk stresa situāciju, par kurām cilvēki nevēlas runāt ar draugiem vai ģimenes locekļiem kauna dēļ. Tā arī, Japānas uzņēmumi prasa ieguldīt darbā gandrīz visu savu brīvo laiku, neatstājot iespēju īsteno cilvēcisko kontaktu veidošanai un pat pazudina motivāciju meklēt ne tikai romantisko partneri, bet intīmās attiecības kopumā.

Tāpēc īrējamie kompanjoni ir laba alternatīva, piemēra, spēlējot tuva drauga vai romantiskā partnera lomu, kuram var visu izstāstīt, bet kura viedoklis nav svarīgs, jo sakari ar šo

cilvēku ir laika limitēti un nenēsā nekādas konsekvences ‘reālajā dzīvē’. Ja līgums atļauj fizisku kontaktu, tad drauga īrēšana ir drošs veids kā iegūt iespēju pieskarties cilvēkam, piemēram, dzīvojot vienam un strādājot lielpilsētā, lielā attālumā no saviem radiem un draugiem, kā tas bieži notiek mūsdienu Japānā. Izīrējamie draugi piedāvā konfidencialas, katram klientam pielagotas, attiecības. Taču katrai profesijai izīrējamo kompanjonu sfērā ir savas īpatnības un noteiktas attiecības un ietekme uz Japānu kā valsti un tās iedzīvotājiem.

Vispopulārākais īrējamo kompanjonu veids Japānā ir viesmīles jeb *hostess*, kurām, kopā ar *midzušōbai* industriju kopumā, ir tiešais sakars ar japāņu darba sistēmu. *Hostess* un *kjabakura* nevarētu eksistēt bez mūsdienu Japānas situācijas darba tirgū, kurā sievietēm neatliek daudz iespēju iegūt ekonomisko neatkarību. Tādā ziņā *hostess* profesija, kura arī savā izpildījumā ir līdzīga modernai Edo perioda tipa geišai, sniedzot līdzīgus pakalpojumus un dzīvojoties uz robežas ar prostitūciju bet tomēr esot skaidri atdalītai no tās, priekš jaunām Japānas sievietēm, īpaši bez augstās izglītības vai tās iegūšanas procesā, atklāj stabilu nodarbinātības iespēju ar labu peļņu un izaugsmes iespējām, tāpat kā to darīja geišu sistēma.

Taču no otras puses, ignorējot gāmuru, kas saistīts ar *kjabakura*, un kas tiek rādīts populārajā kultūrā, *hostess* ir vienīgā iespēja priekš daudzām sievietēm un profesija nenāk bez konkrētiem riskiem. *Hostess* ir interesanta korporatīvās Japānas kontekstā, jo vienlaikus piespiež jaunās sievietes strādāt *kjabakura*, Japānas uzņēmumi kontrolē savus darbiniekus, mudinot tos izklaidēties tajās vietās, savā mērā izmantojot kompanjona īrēšanu daudz lielākajā mērogā un izveidojot pastāvīgu atkarības ciklu, kur uzņēmuma darbinieki ir atkarīgi no *hostess* un *hostess* ir atkarīgi no uzņēmumu piegādātiem klientiem

Viesmīļi vai *host* kā profesija ir attīstījusies paralēli *hostess*, virtuāli no vienas un tās pašas profesijas (geišas). Taču viesmīļu klientūra un tās pieprasījums krietni atšķiras no *hostess* gadījuma. *Host* klubi, līdz nesenam laikam, bija palikuši *hostess* klubu un, profesijas pašos aizsākumos, geišu māju ēnā. Kaut arī *host* klubiem ir viņu klientiem saistītas un struktūras noteiktas īpatnības, viena no *host* galvenajām funkcijām, saskaņā ar viņu ienākumu iedalījumu, ir *hostess* atbalsts, gan izīrējama drauga lomā, gan romantikas un pašu *hostess* piedāvāto servisu baudīšanas veidā.

Trešā vispopulārākā profesija izīrējamo kompanjonu nozarē ir izīrējamais draugs. Aiz šī jēdziena stāv dažādi kompānijas sniegšanas pakalpojumu veidi, tā kā tas ir tuvāk vispārējai izīrējamā kompanjona definīcijai, taču tas tomēr paliek separāts no citām parādībām izīrējamo

kompanjonu sfērā. Izīrējamie draugi nodrošina klientam cilvēku, kurš viņus izklausīs, bet atturēsies no novērtējuma, piedāvās konsultāciju klientam svarīgajos jautājumos un nodrošinās klientam nepieciešamo draudzīgo kontaktu un draudzības komfortu, kā arī izpildīs klienta dzīvē pietrūkstošas lomas viņi nodrošina klientam cilvēku, kurš viņus izklausīs, bet atturēsies no novērtējuma, piedāvās konsultāciju klientam svarīgajos jautājumos un nodrošinās klientam nepieciešamo draudzīgo kontaktu un draudzības komfortu, kā arī izpildīs klienta dzīvē pietrūkstošas lomas, dažreiz mūžam ilgi. Attiecības, kuras parādās starp izīrējamo draugu un tā klientu no vienas puses ir vistuvākās īstenai draudzībai, bet no otras puses, ņemot vērā melu dziļumu, - vistālākās no tās.

Kaut arī gandrīz visi izīrējamo kompanjonu tipa biznesi, it īpaši izīrējamo draugu firmas, noliedz seksuālo pakalpojumu pārdošanu, starp tiem ir profesijas, kurām ir gandrīz atklātas prostitūcijas konotācijas. Saglabājot paralēles ar geišām, tās ir *host* un *hostess*, bet arī, šausminošā veidā, - *JK*.

Īpaši šīs prostitūcijas konotācijas izraisa jauktu attieksmi pret *host* un *hostess* profesijām; to nevar raksturot kā negatīvu vai pozitīvu, tomēr *hostess* vajadzība pēc izīrējamo draugu pakalpojumiem *host* klubu apmeklēšanas veidā liecina, ka viņas nevar meklēt saprašanu no lielākas sabiedrības daļas. Lai noskaidrotu attieksmi pret izīrējamo draugu profesiju tika veikta aptauja ar Japānas iedzīvotājiem, kuras rezultātā tika konstatēts, ka mūsu respondentu izlasē par šo profesiju pirms mūsu aptaujas bija zināms tikai pusei. Pārsvarā tika noteikta neitrāla līdz negatīvai attieksmei kā starp Japānas nacionalitātes pārstāvjiem, tā arī starp Japānā dzīvojošiem citu nacionalitāšu pārstāvjiem.

Negatīva attieksme, atšķirībā no sabiedrības attieksmes pret *hostess* un *host* pakalpojumiem, nenāk no asociācijām ar prostitūciju; pakalpojums tiek uzskatīts par nedabisku un neautentisku. Arī izteicot negatīvu viedokli, tiek saprasts kāpēc šī profesija ir vajadzīga un profesija netiek vērtēta tik zemu, ka nevarētu iedomāties izmantot tās pakalpojumus.

Izīrējamo kompanjonu nozare vēl nav labi izpētīta akadēmiskajā sfērā un, ņemot vērā datu trūkumu, kuri nav saistīti vienīgi ar konkrētu, izplatītāku irējamo kompanjonu sfēras profesiju peļņas līmeņa un izplatības statistikām, ir grūti nonākt pie viss aptverošiem secinājumiem par nozari un tās ietekmi uz individuālo personību un sabiedrību kopumā. Kaut arī šajā darbā mēs esam definitīvi noteikuši dažus no fenomena pamatā stāvošiem cēloņiem, īpaši grūti bija iegūt datus par Japānas iedzīvotāju attieksmi pret izīrējamo kompanjonu sfēras profesijām, iespējams

sakarā ar mūsu diskutētām japāņu komunikācijas un sociālo interakciju īpatnībām, tā kā ļoti daudzi noliedza zināšanas par šādu profesiju eksistenci, kas iet pretī profesijas popularitātes statistiskiem datiem.

Atgriežoties pie galvenā šī maģistra darba jautājuma, var definitīvi secināt, ka izīrējamo kompanjonu nav problēma, bet gan Japānas sabiedrības problēmu simptoms un vienlaikus risinājums. Ja turpmāk nodarboties ar kompanjonu izīrēšanas problemātiku Japānā, būtu ieteicams veikt konkrēto nozaru antropoloģiskus pētījumus tieši uz vietas, piemēra, *host* klubos, *kjabakura*, vai vienā no izīrējamo draugu uzņēmumiem.

Literatūras saraksts

Avoti un dokumenti

1. **Anders Hansson.** "Chinese Outcasts: Discrimination and Emancipation in Late Imperial China". Leiden. 1996. 1.-2.lpp
2. **Constantine Peter.** "Japan's Sex Trade: A Journey Through Japan's Erotic Subcultures". Periplus Editions (HK) Limited. 1994. 198.lpp
3. **Cybriwsky Roman.** "Historical Dictionary of Tokyo". Scarecrow Press. 2011. 94-95.lpp
4. **Doi Takeo.** "The anatomy of dependence". New York: Kodansha. 1973. 17.lpp
5. **Ernst Peter.** "Pragmalinguistik. Grundlagen, Anwendungen, Probleme". Walter de Gruyter. 2002. 102.lpp
6. **Han Hee-sook.** "Women's Life during the Chosŏn Dynasty". International Journal of Korean History Vol.6. 12.04. 148.lpp
7. **Harris Rachel. ed. Pease Rowan, Tan Shzr Ee.** "Gender in Chinese music". Rochester, NY: Univ. of Rochester Press. 2013. 67.lpp
8. **Ikegami Eiko.** "Bonds of Civility: Aesthetic Networks and the Political Origins of Japanese Culture". Cambridge University Press. 2005. 6.-11. lpp.
9. **JaHyun Kim Haboush and Joan R. Piggott eds.,** "Women and Confucian Cultures in Premodern China, Korea and Japan". Berkeley, CA.: University of California Press. 2003. 6.lpp
10. **Karayanni Stavros Stavrou.** "Dancing Fear and Desire: Race, Sexuality, and Imperial Politics in Middle Eastern Dance". Wilfrid Laurier University Press. 2004. 25.-29. lpp.
11. **Kawanishi Yuko.** "Mental Health Challenges Facing Contemporary Japanese Society The "lonely People"". Global Oriental. 2009. 9.-10.lpp
12. **Kim Yung-Chung ed.** "Women of Korea: A History from Ancient Times to 1945". Seoul: Ehwa Womans University. 1976. 139.lpp
13. **Lee Younghee.** "Ideology, culture and han: Traditional and early modern Korean women's literature". Seoul: Jimoondang. 2002. 90.lpp

14. **Lê Văn Hảo.** “Quelques Récents Ouvrages Vietnamiens”. *Bulletin De L'École Française D'Extrême-Orient*, vol. 52, no. 2. Paris. École française d'Extrême-Orient. 1965. 567.-577.lpp
15. **Nobuyuki Honna and Bates Hoffer.** “An English Dictionary of Japanese Culture”. Tokyo: Yuhikaku, 1986. 94.lpp
16. **Ohashi Ryosuke.** “Japanese Worlds”. In: *Handbook of Phenomenological Aesthetics. Volume 59 of Contributions To Phenomenology.* Springer Science & Business Media. 2010. 173.lpp.
17. **Ohnuki-Tierney Emiko.** “Illness and culture in contemporary Japan”. Cambridge:Cambridge University Press. 1984. 216.lpp
18. **Roger J. Davies & Osamu Ikeno.** “The Japanese Mind:Understanding Contemporary Japanese Culture”. Tuttle Publishing. 2002. 9.-10.lpp
19. **Ronald Cavaye, Paul Griffith, Akihiko Senda.** “A Guide to the Japanese Stage: From Traditional to Cutting Edge” Kodansha International. Tokyo. 2004. 244.lpp
20. **Sarah Dauncey.** “Illusions of Grandeur: Perceptions of Status and Wealth in Late-Ming Female Clothing & Ornamentation”. *East Asian History*, 25/26. 2003. 67.lpp
21. **Schoffield Katherine Butler.** “The Courtesan Tale: Female Musicians and Dancers in Mughal Historical Chronicles, c.1556–1748”. *Gender & History*. 24 (1). 2012. 150.-171.lpp
22. **Seth Michael J.** “A Concise History of Korea: From the Neolithic Period throughout the Nineteenth Century”. Oxford: Rowman & Littlefield. 2006. 158.lpp
23. **Seth Michael J.** “A Concise History of Korea: From the Neolithic Period throughout the Nineteenth Century”. Oxford: Rowman & Littlefield. 2006. 158.lpp
24. **Smith Patrick.** “Japan: A Reinterpretation”. New York: Vintage Books. 10.98. 5. Nodaļa: Happiness in a Hidden Corner (eBook versija)
25. **Takie Sugiyama Lebra.** “Japanese Patterns of Behaviour”. University of Hawaii Press. 1976. 2.lpp
26. **Underwood Eleanor.** “Life of Geisha”. Tuttle Publishing. 2012. 14.lpp
27. **Victoria Cass.** “Dangerous Women: Warriors, Grannies, and Geishas of the Ming”. Lanham, MD. 1999.26.lpp
28. **Wilt Idema and Beata Grant.** “The Red Brush: Writing Women of Imperial China”. Cambridge, MA. 2004. 348.lpp

Zinātniski pētījumi

1. **Ando, S., Yamaguchi, S., Aoki, Y., & Thornicroft, G.** “Review of mental - health - related stigma in Japan. *Psychiatry and clinical neurosciences*, 67(7)”. 2013. 477.lpp <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24118217> [skatīts: 25.10.17]
2. **Lee Insuk.** "Convention and Innovation: The Lives and Cultural Legacy of the Kisaeng in Colonial Korea (1910-1945)". *Seoul Journal of Korean Studies*. Kyujanggak Institute for Korean Studies. Vol.23 / No.1. 18.12.15 http://sjks.snu.ac.kr/issue/issue_view.jsp?id=11 [skatīts: 01.12.17]
3. **Naito Greg.** “What are the dynamics of work, play and gender in the mizu shobai?” 徳島文理大学研究紀要 第75号平成20.3 <https://ci.nii.ac.jp/els/contents110007147061.pdf?id=ART0009091708> 20.lpp [skatīts: 09.09.17]
4. **Takeyama Akiko.** “Commodified Romance In a Tokyo Host Club”. 2005. <https://openresearch-repository.anu.edu.au/handle/1885/8679> 200. lpp. [skatīts: 08.12.17]

Izziņu literatūra un interneta avoti

1. **Adachi Mariko.** “How are young women’s employment opportunities?” Fukada Shiho. *Japan's Disposable Workers*. 2014. [http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto\[3525-How%20are%20young%20women's%20employment%20opportunities?\]/0/](http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto[3525-How%20are%20young%20women's%20employment%20opportunities?]/0/) (0:00-2:50) [skatīts: 05.12.17]
2. **Adelstein Jake, Kubo Angela-Erika.** “In Japan, Teenage Girls Folding Paper Cranes Has Taken on a Whole New Meaning”. 20.07.15. <https://news.vice.com/article/in-japan-teenage-girls-folding-paper-cranes-has-taken-on-a-very-different-meaning> [skatīts: 16.03.18]
3. **Adelstein Jake.** “Japan's independent kids I The Feed”. 07.09.15. The Feed. (06:04-6:26) <https://www.youtube.com/watch?v=P7YrN8Q2PDU> [skatīts: 01.04.18]
4. **Adelstein Jake.** “Schoolgirls for Sale in Japan”. Vice News. <https://www.youtube.com/watch?v=0NcIGBKXMOE> (5:17-5:48) [skatīts: 02.05.18]

5. **Alpayev Pavel.** "You Can Rent a Dad in Japan". Bloomberg. 24.08.2017
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-08-24/you-can-rent-a-dad-in-japan>
 [skatīts: 11.09.17]
6. **Andrew Grimes.** "How is stigma toward depression and mental illness in Japan?" Fukada Shiho. Japan's Disposable Workers. 2014.
[http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto\[3525-How%20is%20stigma%20toward%20depression%20and%20mental%20illness%20in%20Japan?\]/0/](http://disposableworkers.com/?page_id=676#prettyPhoto[3525-How%20is%20stigma%20toward%20depression%20and%20mental%20illness%20in%20Japan?]/0/) (00:00-1:40) [skatīts: 19.09.17]
7. **Ashcraft Brian.** "In Japan, You Can Hire Fake Friends For Facebook And Instagram Photos". Kotaku. 09.08.12. <https://kotaku.com/in-japan-you-can-hire-fake-friends-for-facebook-and-in-1802517318> [skatīts: 20.09.17]
8. **Ashcraft Brian.** "Renting Boyfriends in Japan Can Get Expensive". Kotaku. 28.05.15. <https://kotaku.com/renting-boyfriends-in-japan-can-get-expensive-1707399274>
 [skatīts: 20.04.18]
9. **Ashcraft Brian.** "You Can Rent Old Men in Japan". Kotaku. 9.12.13.
<https://kotaku.com/you-can-rent-old-men-in-japan-1299029182> [skatīts: 21.04.18]
10. **Batuman Elif.** "Japan's Rent-a-Family Industry". The New Yorker. 30.04.2018
<https://www.newyorker.com/magazine/2018/04/30/japans-rent-a-family-industry>
 [skatīts:01.05.18]
11. **Brunet-Mbappe Anne.** "Le tour du monde des idées de business. Plus jamais seul. Ou comment se louer une famille ou des amis." Les Echos Entrepreneurs. 25.07.13.
<https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/dossiers/tour-du-monde-idees-business/100311118-le-tour-du-monde-des-idees-de-business-plus-jamais-seul-ou-comment-se-louer-une-famille-ou-des-amis-25997.php> [skatīts: 20.09.17]
12. **Clennell, Jake.** "The Great Happiness Space: Tale of an Osaka Love Thief." The Film Sales Company. 2006. Dokumentālā filma. <https://youtu.be/8pW0RV2nSg0>
 (37:13-37:30) [skatīts: 1.05.18]
13. **Colin Chris.** "Inside Japan's booming rent-a-friend industry". The Week. 26.06.16. <http://theweek.com/articles/631927/inside-japans-booming-rentafriend->

industry?utm_source=fark&utm_medium=website&utm_content=link

[skatīts: 21.04.18]

14. **Colin Chris.** “The Incredibly True Story of Renting a Friend in Tokyo”. Afar. 02.19.16. <https://www.afar.com/magazine/the-incredibly-true-story-of-renting-a-friend-in-tokyo>

[skatīts: 25.09.17]

15. 代行サービスを利用した〈リア充アピール〉”. VICE Japan. 15.03.18. <https://www.youtube.com/watch?v=BZv-otR5Siw&t=23s> (2:25-47)

[skatīts: 18.03.18]

16. **Dalby Liza.** “Geisha”. Berkeley : University of California Press. 1983. 55.-56.lpp

https://archive.org/details/bub_gb_leBpZePaZa0C [skatīts: 02.03.18]

17. **Dayman Lucy.** “The Unknown World of Male Geishas”. 05.01.2018. <https://theculturetrip.com/asia/japan/articles/the-unknown-world-of-male-geishas/>

[skatīts: 01.03.18]

18. **Demetriou Danielle.** “Japanese city recruiting young women to become geisha”. The Telegraph. 15.09.11.

<https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/japan/8764512/Japanese-city-recruiting-young-women-to-become-geisha.html> [skatīts: 14.02.18]

19. **Diaz Adriana.** “In Japan, "rental families" provide wisdom and solace at an hourly rate.” CBS News. 06.05.17.

<https://www.cbsnews.com/news/in-japan-wisdom-and-solace-for-an-hourly-price/>

[skatīts: 12.09.17]

20. **Discover Kyoto.** “Beautiful Kyoto: Being a Maiko (featuring Fukunae-san)”. Niwaka Corporation. <https://www.youtube.com/watch?v=Oui8lWwKHd4> (0:48-1:08)

[skatīts: 6.12.18]

21. **Fuji TV.** ワイドナB面。 「おっさんレンタルワイドナB面 2015年9月13 13.09.15.

<https://www.youtube.com/watch?v=NIwUv5BlrRQ&index=4&list=WL> (4:25-4:33) [skatīts: 21.04.18]

22.

藤文子。『恋愛感情、性愛のない結婚“友情結婚”とは？「友情結婚相談所」を直撃』15.09.17。「週刊SPA！」 https://nikkan-spa.jp/1392888_1.lpp [skatīts: 21.04.18]

23. **Fujimura-Fanselow Kumiko**. “Women’s Work and Japan’s Hostess Culture”. Shows That Demean Women. The New York Times. 11.08.09.
<https://roomfordebate.blogs.nytimes.com/2009/08/11/womens-work-and-japans-hostess-culture/> [skatīts: 09.12.17]

24. **Fulford Benjamin**. “Memoirs of a Geisha Guy”. Forbes.12.12.2004.
<http://www.forbes.com/global/2004/0112/081.html> [skatīts: 12.12.17]

25. 芸者松山検番。「歴史」 <http://geishamatsuyama.jp/歴史/> [skatīts: 02.03.18]

26. **Goldhill Olivia**. “I Rented a Friend in Japan, and it Made Me a Better Friend”.
Quartzly. 09.12.17.

<https://quartzly.qz.com/1147472/i-rented-a-friend-in-japan-and-it-made-me-a-better-friend/> [skatīts: 25.04.18]

27. **Hu Elise**. “Need Fake Friends For Your Wedding? In S. Korea, You Can Hire Them”. NPR.05.05.15. National Public Radio.
<https://www.npr.org/sections/parallels/2015/08/05/419419307/fake-wedding-guests-korea-role-players> [skatīts: 12.09.17]

28. **Hurst Daniel**. “First step in changing Japan's workaholic culture: less overtime”. NBC News. 08.01.2018.
<https://www.nbcnews.com/news/world/first-step-changing-japan-s-workaholic-culture-less-overtime-n833051> [skatīts: 01.04.18]

29. **Ito Masami**. “Japan’s geisha battle to protect their future”.The Japan Times. 25.11.2017. <https://www.japantimes.co.jp/culture/2017/11/25/general/japans-geisha-battle-protect-future/#.WrjeuNRubDf> [skatīts: 14.12.18]

30. **Japan’s Disposable Workers**. “Hostess Girls. Educated but Not Employed”. 2014. http://disposableworkers.com/?page_id=2 [skatīts: 05.12.17]

31. **Jones Nick**. “Japan's geisha hit by poor economy”. The Washington Times. 20.04.07. <https://www.washingtontimes.com/news/2007/apr/19/20070419-103305-5994r/>
[skatīts: 01.1.18]

32. 株式会社ファミリーロマンス。「お叱り代行とは」. <http://family-romance.com/service/toscold.html> 2009. [skatīts: 20.04.18]
33. **Kalman Bobbie**. “Japan the Culture”. Crabtree Publishing Company. 2008. 29.lpp
34. **Kubochi Maki**. “A Tale of Love and Honor: Life in Gion”. 24.9.17. NHK World Japan. <https://www.youtube.com/watch?v=-bOSau9kY20> (44:50-45:14) [skatīts: 01.12.17]
35. **Kyung Moon Hwang**. “Life and role of gisaeng courtesans”. The Korea Times. 04.02.15. http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/02/633_173034.html [skatīts: 01.12.17]
36. **Marx Patricia**. “The Borrowers”. The New Yorker. 31.01.11. <https://www.newyorker.com/magazine/2011/01/31/the-borrowers> [skatīts: 20.09.17]
37. **MBS**. 「メッセンジャーの〇〇は大丈夫なのか」. MBS. 22.06.2017 <https://www.youtube.com/watch?v=2Tm2UgbUrts> (0:46-0:55) [skatīts: 20.04.18]
38. **McNeill David**. “How to hire friends and influence people”. The Independent 13.10.2009. <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/how-to-hire-friends-and-influence-people-1802264.html> [skatīts: 25.04.18]
39. **Morin Roc**. “How to Hire Fake Friends and Family”. The Atlantic. 07.11.17 <https://www.theatlantic.com/health/archive/2017/11/paying-for-fake-friends-and-family/545060/> [skatīts:05.02.17]
40. **Nakamura Usagi, Kamiya Setsuko**. “Shopping queen shelves host ‘illusion’”. The Japan Times. 12.01.03. <https://www.japantimes.co.jp/community/2003/01/12/general/shopping-queen-shelves-host-illusion/#.WvTEg--FPDf> [skatīts:19.07.17]
41. **National Geographic**. “Real-Life Geishas”. https://video.nationalgeographic.com/video/japan_geishas (1:59- 2:19) [skatīts: 20.12.18]
42. **西本貴信**. 「おっさんレンタル」 2012. <http://ossanrental.thebase.in/items/20454> [skatīts: 21.04.18]

43. **NPO法人 松実会**. 「歴史・・・」.
<http://www.geishamatsuyama.jp/history2.html> [skatīts: 02.03.18]
44. **Ogintz Eileen**. “Inside the secret world of a modern-day geisha”. 23.09.2015. <https://nypost.com/2015/09/23/inside-the-secret-world-of-a-modern-day-geisha/> [skatīts: 15.12.18]
45. **Onuma Miyuki**. “History of Geisha”. NHK World. 19.02.16.
https://www.youtube.com/watch?v=xlJieU_yUqQ (2:44-3:11) [skatīts: 03.03.18]
46. **Ostrovsky Simon**. “Schoolgirls for Sale in Japan”. Vice News, 20.07.15.
<https://www.youtube.com/watch?v=0NcIGBKXMOE> (0:54-1:01) [skatīts: 02.05.18]
47. **Presser Brandon**. “The Secret World of Male Geishas”. The Daily Beast. 02.04.15.
<https://www.thedailybeast.com/the-secret-world-of-male-geishas> [skatīts: 07.12.17]
48. リア充。 デジタル大辞泉。 <https://kotobank.jp/word/リア充-188971>
[skatīts: 20.09.17]
49. **Semuels Alana**. “The Mystery of Why Japanese People Are Having So Few Babies”. 20.07.17. The Atlantic Monthly Group.
<https://www.theatlantic.com/business/archive/2017/07/japan-mystery-low-birth-rate/534291/> [skatīts: 01.04.18]
50. **Steez**. 友情結婚って何? 2011. <http://steez.web.fc2.com/about.html> [skatīts: 21.04.18]
51. **Tabuchi Hiroko**. “Young Japanese Women Vie for a Once-Scorned Job”. The New York Times. 27.07.09.
<https://www.nytimes.com/2009/07/28/business/global/28hostess.html> [skatīts: 06.12.17]
52. **Taikomochi Arai**. “Advent of Taikomochi and its Historical Background, (A) Historical Circumstances of the Advent of Taikomochi Muromachi Period (1333-1568)” <http://www.mitene.or.jp/~houkan/2002/e10.html> [skatīts: 01.05.2018]
53. **Taikomochi Arai**. 「太鼓持ちの発生と歴史の流れ
(B) 「お伽衆・話衆」 から派生した戦国時代の「太鼓持」 /1500年～」
<http://www.mitene.or.jp/~houkan/2002/j11.html> [skatīts: 01.05.2018]
54. **The Japan Times**. “Is a girl or boyfriend worth it?” The Japan Times. 11.12.11.

<https://www.japantimes.co.jp/opinion/2011/12/11/editorials/is-a-girl-or-boyfriend-worth-it/#.WwGpzTSFPDc> [skatīts: 01.04.17]

55. **Tv Asahi.** ニッポンヲシロウ. 「芸者のはじまり」. Tv Asahi.

<http://www.tv-asahi.co.jp/ss/177/japan/top.html> [skatīts: 03.03.18]

56. **Vice.** Gaycation. 1. sērija. 2016. <http://www.dailymotion.com/video/x3vzauc> (25:37-23:33) [Skatīts 13.3.16]

57. **Watanabe Teresa.** “Culture: Want a Family? In Japan, You Can Rent One: A Tokyo company blurs the line between reality and fantasy with professional stand-ins for relatives”. 12.05.1992. http://articles.latimes.com/1992-05-12/news/wr-1769_1_extended-family [skatīts: 10.09.17]

58. **Weller Chris.** “Japan is facing a 'death by overwork' problem — here's what it's all about”. Business Insider. 18.10.17.

<http://www.businessinsider.com/what-is-karoshi-japanese-word-for-death-by-overwork-2017-10> [skatīts: 15.12.17]

59. **Wieder Tamara.** “Remaking a memoir”. The Phoenix. 17.10.02.

https://web.archive.org/web/20100106181143/http://www.bostonphoenix.com/boston/news_features/qa/documents/02473409.htm [skatīts: 11.12.17]

60. **Wilson Scott.** “We tried Tokyo’s “rent a middle-aged Japanese man” service, and it was awesome!” SoraNews24.19.05.15.

<https://soraneews24.com/2015/05/19/we-tried-tokyos-rent-a-middle-aged-japanese-man-service-and-it-was-awesome/> [skatīts: 21.04.18]

61. **Wingfield-Hayes Rupert.** “Why does Japan have such a high suicide rate?” BBC News. 03.07.15. <http://www.bbc.com/news/world-33362387> [skatīts: 19.09.17]

Pielikums

Izmantotās anketas paraugs

A Survey on Rental Friends/「レンタル

フレンド」というテーマについて調査をしております。

*Rental Friend is a service that allows to rent/hire a person to hang out with.

*「レンタルフレンド」とは友人のレンタルサービスです。

1. Gender/性別

- Female/女性
- Male/男性
- Other/その他

2. Nationality/国籍

- Japanese/日本人
- Foreigner/外国人

3. Do you know about such occupation as Rental Friend?
) / 「レンタルフレンド」という職業について知っていますか。

- Yes/はい
- No/いいえ

4. What do you think is Rental Friend's target demographic? People in their: (You can choose more than one option) / レンタルフレンドの対象顧客層は何十代の方だと思えますか。(複数選択可)

- 10s /10代
- 20s /20代
- 30s /30代
- 40s /40代

- 50s /50代
- 60s and older/60代~

5. What is your impression on Rental Friends? /
レンタルフレンドという職業に対してどのような印象を持っていますか。

- Good/ 良い
- Neither good nor bad/ どちらとも言えない
- Bad /悪い
- I don't know/わからない
- I don't care/どうでもいい

Why do you think this way? / なぜそう思いますか。

6. Why do you think there is a demand in this kind of services? (Choose up to 3) /
なぜレンタルフレンドが使われていると思いますか。 (3つまで選択可)

- Because people are lonely/寂しいから
- To look sociable/ イメージを作るため
- Because people want to meet new people/新しい人と知り合いたいから
- I don't know/ 分からない
- Other

7. Why do you think people choose to become a Rental friend? (Choose up to 3) /
レンタルフレンドになっている人は、なぜその仕事をしていると思いますか。 (3つまで選択可)

- Because people are lonely/寂しいから
- To look sociable/ イメージを作るため
- Because people want to meet new people/新しい人と知り合いたいから
- I don't know/ 分からない
- Other

8. If you were to use Rental Friend services, which of the following would you like to do?
 (Choose up to 3) /
 もし、レンタルフレンドを利用するとしたら、一緒に何がしたいですか。（3つまで選
 択可）

- Go for a meal / 食事
- Go for a walk / 散歩
- Shopping/ 買い物
- Studying/ 勉強
- Go to an amusement park / 遊園地に行く
- Movies/ 映画鑑賞
- Under no circumstances am I using these services/ 絶対に利用したくない

Atbildes uz jautājumu “ Kāds ir jūsu iespaids par Izīrējamiem draugiem? Kapēc Jūs tā domājat?”

Japāņu atbildes:

Neither good nor bad/ どちらとも言えない	虚構の友達は虚しいと思っているが、利用する人が満足するならそれでいいと思うから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I think it is difficult to continue good relationship with rental friend.
Bad / 悪い	I thought that making friends is what do by myself.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	お互いの目的が合致すれば成立するから。つまり、割り切って付き合うことができる。しかし、利害（お金）が絡むと、心が通じ合う本当のフレンドになることは難しいため、フレンドの意義が変わってしまうことが懸念点。
I don't know/ わからない	レンタルフレンドという職業の事を詳しく知らないから
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	目的とその効果により変わる。

Neither good nor bad/ どちらとも言えない	必要な人には必要なのではないかと思うから。わたしには不要ですが。
I don't know/わからない	結婚式披露宴のサクラ友達みたいでバカバカしい感じがします。
Bad /悪い	Friendship should not be dealt economically.
I don't care/どうでもいい	必要な人はレンタルするのもよし。しかし、友人というものはレンタルで片付くものではない。
I don't care/どうでもいい	私にとっては不必要だし、不自然なサービスだと思います。でも利用している人がいても、不思議に思ったりはしないと思う。
Bad /悪い	本当の友達を作れないという社会の悪化への警鐘を鳴らす
I don't know/わからない	想像できないから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I don't know the occupation.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	人には、いろんな事情があるから。
I don't know/わからない	そのようなサービスを理由する意味が分からないから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	合法的な職業である以上、職業の間に良い/悪いはない。
Bad /悪い	友達とは、レンタルするものではなく、自然に親しくなり良い関係を作ってゆくもの。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	It's not a real friendship.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	目的がわからないので
I don't know/わからない	I can't imagine this kind of friends as an occupation.
I don't know/わからない	初めて聞いたから
I don't know/わからない	本当の友達ではないので、レンタルと聞くと寂しく感じる一方で、友達がおらず孤独にさいなまれるよりもよほど良いから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	1人より友達と出掛けたりしたほうが楽しいから。でも友達とは予定がなかなか合わない時に良い。友達なのにお金がかかる点がどうかと思う。

Bad /悪い	Because "a friend" can't be given by anyone, but it only could be made through a dialogue with someone.
I don't know/わからない	そんな職業が有るのを知らなかった。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	レンタルフレンドに関して詳しく知らないため
I don't know/わからない	近くにいないから。
I don't know/わからない	レンタルフレンドを詳しく知らないため
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	Because friend is not JOB.
I don't know/わからない	そのような職業に就いている人やサービスを使ったことのある人を知らないし、自分自身は特に興味がないから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	レンタルフレンドは信頼関係もなく、本当の友達とは言えないが、友達作りに悩む10代や、友達が少なくなる高齢者などには良いと思う。
I don't know/わからない	わからないから
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	本当の友達という印象を受けない
Bad /悪い	本当の友達ではないから
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	その職についてよくわからないからです。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	聞いたことないのでどちらとも言えない
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	身近な問題ではないのでわからん
I don't know/わからない	レンタルフレンドという言葉は初めて聞いた
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	レンタルするほど友達が居ないのには個人個人で理由があると思うから。
I don't know/わからない	お客さんの友達になりきってお金を貰うということしか分からない。
I don't know/わからない	レンタルフレンドが何か知らない
I don't know/わからない	初めて知ったのでよくわからない。
Bad /悪い	友達をつくるものだから

I don't know/わからない	の職業について何も知らないから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	その職業についてよく知らないから
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	People may become good friends
Good/ 良い	It has possibility to make friend and practice to communicate for people who are not good at doing that.
Bad /悪い	レンタルフレンドにはお金が必要そうで、お金が発生するとしたら、レンタルフレンドは話を合わせるなどサービストークがメインになり、本音トークができる友達にはなれないと思うため。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	友達になることを仕事にしてお金をもらうのは良いこととは思えないけど、レンタルする側に何か特別な理由があれば、そのシステムは必要かもしれないから。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	身近な問題ではないのでわからない
I don't care/どうでもいい	必要としてる人がいるからビジネスが成り立っている。自分は使ったことがないが、そう言ったサービスを必要としている人を悪いとも思わないため、「どうでもいい」
I don't know/わからない	職業というところは報酬が発生する為友達とは違うような気がします。
I don't know/わからない	聞いたことがなかったから。
Bad /悪い	isn't making friends done by yourself
Bad /悪い	友達はレンタルするのでは：作るものだから
I don't know/わからない	見栄を張りたい人もいるだろうから
Bad /悪い	I think many young people use services of rental friends for instagramable, so it seems kind of sad
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	今の日本人は人間関係が苦手でしょうがないかもしれないが、その時だけの友達は良いとは言えない。
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	双方にメリットもデメリットもあると感じると共に危険性や現代社会の闇を感じるからです。また、友達はお金を払って作るものではないと思うからです。

Ārzemnieku atbildes:

Bad /悪い	People are forgetting how to communicate, society is degrading and this is not a solution
I don't know/わからない	In a way good as you can hang out; however, it could be more advisable to join some organization, interact in common activities and acquire news friends in such way
I don't care/どうでもいい	Income is income, if there are people willing to pay then you may as well exploit their weakness
Good/ 良い	They provide a necessary service, especially if the client either has no one to turn to or does not want to lose face in front of his actual friends.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I have never used the service so I have no opinion on it.
I don't know/わからない	Probably people don't want to actually connect with someone and want someone to talk to.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	良いこともあるけど、悪いことも起きる可能性はあると思って
Good/ 良い	a person should be comfortable
Good/ 良い	makes those who can't have friends happy
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	it's good for both sides but it can cause some social issues
Good/ 良い	it fulfills a need
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	idk how you can be friends w a rental friend
I don't know/わからない	in a good way you can hang out together
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	i have not used this service so i have no opinion on it
Bad /悪い	cause these are not actual friends
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	良いとは思えないけど、必要とされじゃないかな
Good/ 良い	a possibility to make friends or as practise for those who are not good at socialising
I don't know/わからない	I think it is unusual
Good/ 良い	I don't know

I don't care/どうでもいい	Because i don't experience
I don't know/わからない	友人があるように見せる必要がある人があるからレンタルフレンドが存在すると思う
I don't know/わからない	D
Good/ 良い	I think it's not bad because it's japan culture
Bad /悪い	レンタルフレンド利用者の気持ちがわからないわけではありませんが、人と人の関係にお金に関わることについて否定的に思っています。
I don't know/わからない	Don't know what is that
Good/ 良い	It's a job that needs to exist in contemporary Japan, so it's good that the demand is being met.
I don't care/どうでもいい	Есть такие люди и есть, меня это не касается
Good/ 良い	Спасает одиноких людей от депрессии, замен на психологов
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I don't think anything.
this service only makes people even more lonely.	Instead of meeting people who can become your friends and making genuine connection you pay strangers to pretend to be your friend.
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I have not used it, do I cannot tell
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	Because, I have never met them.
It's sad.	Because the idea that someone has to pay other people to pretend that they're their friend is really sad.
I don't care/どうでもいい	-
I don't know/わからない	Sounds like a babysitter, or a host service for lonely people, for single people.
I don't know/わからない	Haven't heard about this kind of type of work
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	There can be both good and bad to this kind of stuff, but ultimately it boils down to people not being able to communicate with others which i think is a problem
I don't know/わからない	this is new for me

Neither good nor bad/ どちらとも言えない	It is sad that people have to pay money for friendship
Bad /悪い	Even the idea seems weird to me
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I mean, If there is a demand in these kind of services its great that its being met, however this kind of demand existing just shows that people have trouble socialising nowadays.
Good/ 良い	ain't this just a new way to meet people tho?
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	one gets to meet their demand /others get \$\$\$ it's a win=win
Bad /悪い	know nothing about this
I don't know/わからない	idk
I don't know/わからない	I know it exist, but that's it
I don't care/どうでもいい	I Have no idea
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	This is not bad because lonely people can have someone talk to but this is not a healthy relationship.
I don't know/わからない	I don't know
Bad /悪い	I cannot see how friendship for money is a good thing ?
I don't know/わからない	first time hearing about such thing
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	cause it's a sad thing that people need to relearn how to communicate with others, but its a good thing that there is somewhat a solution to this problem
I don't know/わからない	It did not occur to me that jp has this sorta service out, dnno what to think of it! must research ms now!
Bad /悪い	Friends are not made with money
Neither good nor bad/ どちらとも言えない	I hear they are being used for counseling but thats messed up cause u gotta see a therapist not a random person..in that case
I don't care/どうでもいい	I don't know
I don't know/わからない	I feel like I need more info on this topic cause renting a person to hand out with seems kinda weird to me
Good/ 良い	Japan is known for its "weirdness" I would say so this is their weird way to solve their soc crisis I guess

I don't know/わからない	this is quite new to me
I don't know/わからない	It's hard to tell cause u can't really be actual friends w/ smbd u pay for that uh

Kopsavilkums

Maģistra darbā „Kompanjonu izīrēšanas fenomens Japānā” tiek pētīta Japānas kompānijas izīrēšanas industrija, tās aizsākumi, līdzīgie modeļi, sabiedriskie un kulturālie cēloņi un ietekme uz Japānas sabiedrību. Mūsdienu Japānas sabiedrība cieš no vientulības un darba kultūras saistītām problēmām. Tāpēc izīrējamā kompanjona jautājums, īpaši jautājums par tā cēloņiem un ietekmi uz sabiedrību Japānai šobrīd ir ļoti aktuāls.

Darba mērķi ir:

- Atrast izīrējama kompanjona vēsturiskos precedentus
- Noteikt profesijas veidošanas cēloņus un iemeslus popularitātei mūsdienās;
- Aprakstīt un kategorizēt izīrējamo kompanjonu veidus;
- Noskaidrot, kāda attieksme pret tāda veida profesijām pastāv Japānā.

Tika secināts, ka izīrējamo kompanjonu fenomens Japānā ir eksistējis vismaz kopš Edo perioda un tā konkrētais iemiesojums vienmēr bijis savas sabiedriski-kulturālās vides rezultāts. Mūsdienās izīrējamie kompanjoni izpilda uzticamo personu, ģimenes biedru, u.c. lomas, jo Japānas sabiedrībā kļūst arvien grūtāk cīnīties ar vientulības un izolācijas problēmām.

Maģistra darbs sastāv no trim daļām. Pirmajā daļā tiek aprakstītas tradicionālās japāņu profesijas, kuras līdzinās mūsdienu īrējamā kompanjona definīcijai un tiek noteikti profesijas aizsākumi. Darba otrajā daļā tiek analizētas Japānas kultūras īpatnības kā izīrējamā kompanjona profesijas pieprasījuma un izplatības cēloņi. Trešā daļa tiek veltīta sīkākai konkrētu profesiju izpētei izīrējamo kompanjonu sfērā un sabiedrības attieksmei pret tām. Maģistra darbs sastāv no 62 lpp. neieskaitot literatūras sarakstu un pielikumu.

Atslēgvārdi: izīrējamais kompanjons, izīrējamais draugs, viesmīle, viesmīlis, geiša

Summary

The master's thesis „The Phenomenon of Rental Companions in Japan” explores the rental company industry sphere in Japan, its origins, models similar to it, its social and cultural causes, and its impact on Japanese society. Contemporary Japanese society suffers from problems of loneliness, as well as work culture related problems.

The aims of this paper are:

- To find historical precedents of the rental companion;
- To determine the reasons for the formation of the profession and the reasons for its popularity today;
- To describe and categorize the types of rental companions;
- To determine the attitude towards these types of professions in Japan.

It was concluded that the phenomenon of rental companions in Japan has existed at least since the Edo period, and its particular incarnation has always been the result of its sociological and cultural environment. Today's rental companions fulfill the roles of trusted individuals, family members and more, because Japanese society is increasingly faced with challenges of loneliness and isolation.

This master's thesis consists of three parts. The first part describes traditional Japanese occupations, which are similar to the definition of a modern rental companion and determines the origins of the profession. In the second part of this thesis, the peculiarities of Japanese culture are analyzed as the causes for the demand and abundance of the rental companion profession. The third part is devoted to a more detailed study of specific occupations in the field of rental companions and the societal attitudes towards them. There are 62 pages in this master's thesis, not including the bibliography and the appendix.

Keywords: rental companion, rental friend, hostess, host, geisha

Dokumentārā lapa

Maģistra darbs „Kompanjonu izīrēšanas fenomens Japānā” izstrādāts LU Humanitāro zinātņu fakultātes Āzijas studiju nodaļā.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: Alise Stoga 22.05.2018.

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: asoc. prof. Agnese Haijima paraksts 22.05.2018.

Recenzents: _____

Darbs iesniegts Āzijas studiju nodaļā 2018. gada 22. maijā.

Komisijas sekretāre: pasn. Lauma Šime

Darbs aizstāvēts Orientālistikas maģistra gala pārbaudījuma komisijas sēdē

____.____.2018. prot. Nr. _____, vērtējums ____ (_____)

Komisijas sekretāre: pasn. Lauma Šime