

М.М. Русакова

ПОТРЕБЛЕНИЕ СЕКСУАЛЬНЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ: ОБЪЕМ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, МОТИВЫ

На основе цикла эмпирических исследований в статье дана социологическая характеристика феномена потребления секс-услуг в современном российском обществе. Жизненный опыт обращения к сексуальным услугам достаточно широко распространен среди российских мужчин, однако постоянным клиентом является каждый десятый. Каждая женщина, занятая предоставлением секс-услуг, имеет 6-10 постоянных клиентов, а в целом продает более тысячи половых контактов в год. Специфического «социального портрета» клиента проститутки не обнаруживается. Более склонны покупать подобные услуги сексуально активные мужчины, а также те, кто ограничен в общении с противоположным полом. Основными мотивами покупки сексуальных услуг становятся релаксационный и экономический — как способ снижения затрат, которые неизбежно сопровождают развитие отношений с женщиной. Показана необходимость пересмотра системы социального контроля проституции, и в первую очередь создания эффективной системы контроля спроса.

***Ключевые слова:** проституция, клиенты проститутток, мотивы, социальный портрет, социальный контроль.*

***Key words:** prostitution, the clients of prostitutes, motives, social portrait, social control.*

Введение

В социологии проституция традиционно рассматривалась в рамках концепции девиантности и социального контроля (Гишинский 2004; Луман 2000; Дюркгейм 1966 и др.), где попадает в разряд «преступлений без жертв». В рамках феминистского подхода к изучению проституции представление о «жертвах» данного явления принимает более опреде-

ленный характер — жертвами являются сами женщины, а проституция — одна из форм проявления мужчинами власти над женщинами, один из механизмов ущемления их прав и достоинства (Barry 1995). Противоположная точка зрения заключается в том, что проституция обладает социально-полезными функциями (например, поддержанием жизнеспособности моногамных и брачных отношений) (Davis 1937; Энгельс 2009).

В целом подавляющее большинство социальных исследований проблемы проституции фокусировались исключительно на одной стороне этого явления — на предложении сексуальных услуг (Голосенко, Голод 1998; Bullough V. L., Bullough B. 1987). Широко изучены различные стороны этого явления: от личности проститутки до влияния различных мер социального контроля на проституцию. Однако малоизученным явлением является феномен спроса на секс-услуги. Клиенты проституток редко становятся объектом исследования, особенно в нашей стране.

Традиционно мотивы покупки секс-услуг рассматривались достаточно узко: как собственно физиологические, или же вызванные необходимостью экономии ресурсов или нахождения альтернативы «узаконенным» возможностям получения сексуальных контактов. Новый ракурс изучению проблемы проституции придало введение в гуманитарные науки концепции общества потребления. Приверженцы этой концепции фокусируют внимание на свойственных «обществу потребления» феноменах «монетизации» человеческих отношений, с одной стороны, и повышенной ценности тела, телесности и сексуальности, с другой (Бодрийяр 2006). Понимание сферы сексуальных услуг как одной из форм современного бизнеса находит отражение и в современных языковых структурах. Если устойчивое выражение «древнейшая профессия» носит скорее ироничный характер, то принятые в мировом дискурсе термины «секс-бизнес», «коммерческая секс-работа», призванные элиминировать присущий термину «проституция» негативный моральный оттенок, отчетливо обозначают сексуальные услуги как объект потребления и коммерческого предложения. Как и любой другой товар, на рынке услуг коммерческий секс регулируется взаимодействием объема и характеристик спроса и объема и характеристик предложения. Таким образом, концепция общества потребления дает продуктивную теоретическую «рамку» для изучения феномена потребления секс-услуг.

Эмпирических материалов, посвященных изучению мотивов покупки мужчинами секс-услуг, на сегодняшний день существует не так много, и это преимущественно зарубежные исследования. Основной массив данных получен при помощи качественных методов исследования и ба-

зируется на результатах глубинных интервью с самими потребителями коммерческих сексуальных услуг (Månsson www.sisyphe.org).

Цель представленного анализа заключается в том, чтобы дать социологическую характеристику феномену потребления секс-услуг в современном российском обществе. Поставленные нами задачи включали оценку распространенности феномена спроса на секс-услуги, характеристику социального портрета и мотивов потребителей секс-услуг.

Материалы и методы исследования

Эмпирическую основу изучения феномена потребления секс-услуг составили данные ряда исследований, проведенных под руководством или при участии автора:

Исследование поведения в сфере здоровья работников промышленных предприятий в Москве, Санкт-Петербурге и Петрозаводске (2006 г.)*. В ходе исследования было опрошено 502 работника, из них 250 — мужчины. Использована квотная выборка, позволившая охватить предприятия различного профиля и численности. Для данной статьи был проведен анализ только по мужской подвыборке, который позволил охарактеризовать распространенность и социально-демографический портрет потребителя секс-услуг.

Исследование опыта, поведения, установок проституток Санкт-Петербурга и Оренбурга (2007—2009 гг.). В ходе исследования опрошено 896 женщин, занятых в разных формах секс-бизнеса**. Использована квотная выборка, позволившая охватить все возможные формы предоставления сексуальных услуг. В рамках данного исследования мы просили участниц охарактеризовать «типичного» клиента: его возраст, занятость, семейное положение, а также объем предоставления сексуальных услуг: число клиентов в рабочий день, число рабочих дней.

Исследование среди клиентов проституток в Санкт-Петербурге (2010 г.). Исследование включало качественные интервью с экспертами: секс-работницами, их клиентами и ключевыми информантами (сотруд-

* Исследование выполнено в 2006 г. рамках проекта РОО СПСБН «Стеллит» «Study concerning attitudes to health, occupational health and HIV / AIDS in the Russian private sector in St Petersburg, Moscow, Petrozavodsk and an undecided location focusing on extractive industries». Финансирование: International Finance Corporation/West Bridge Consulting. Руководитель проекта — к.с.н. М.М. Русакова.

** Исследование выполнено в 2007—2010 гг. в рамках диссертационного проекта на соискание степени доктора наук М.М. Русаковой. Методология: к.с.н. Русакова М.М., д.пс.н., профессор Гурвич И.Н.

никами милиции, социальными работниками, врачами), а также опрос 62 мужчин — клиентов уличных проституток с использованием структурированного путеводителя интервью*. Использовались четыре способа формирования выборки клиентов секс-работниц: по направлению от проститутки, прямой контакт с клиентом в местах предоставления услуг, по направлению от другого клиента секс-услуг, направление от врачей венерического профиля. Изучался широкий круг социально-демографических и поведенческих характеристик потребителей секс-услуг.

По данным нашего исследования, среди сотрудников промышленных предприятий доля мужчин, когда-либо оплачивавших секс-услуги, составляет 26,4 % (31,7 % в Москве, 27,6 % в Санкт-Петербурге, 19,0 % в Петрозаводске). Примерно 15 % мужчин сообщили, что этот опыт ограничился 1-2 эпизодами за всю жизнь. Однако около 11-12 % опрошенных мужчин практикуют покупку секс-услуг 1-2 раза в год и чаще, т. е. являются в некоторой степени регулярными потребителями секс-услуг.

Другим источником оценок объема спроса может служить информация от самих секс-работниц о числе их клиентов. Данные нашего исследования среди проституток свидетельствуют о потенциально значительном числе клиентов. Так, среднее число клиентов в день составило 4 в Санкт-Петербурге и 3 в Оренбурге, среднее число рабочих дней в неделе — соответственно 7 и 6. Таким образом, каждая проститутка продает 72 — 112 половых контактов в месяц, в год же их количество составляет более тысячи. По экспертным оценкам, в Санкт-Петербурге услуги коммерческого секса предоставляют от 5 до 50 тысяч женщин (Aral et al 2005). Однако эти цифры не могут служить основанием для потенциального расчета числа потребителей секс-услуг, т. к. не учитывают повторных (постоянных) потребителей, которые могут обращаться как к одной и той же женщине, так и к нескольким. Постоянные же клиенты есть практически у всех опрошенных нами проституток, их число составляет в среднем 6-10 за последний год.

Что касается личностных характеристик типичного клиента в представлении проституток, то клиенты, по их мнению, вполне сексуально полноценные, при этом порядочные люди и не соответствуют стереотипу о том, что только самые опустившиеся мужчины пользуются услугами коммерческого секса.

* Исследование выполнено в 2008-2010 гг. в рамках совместного проекта РОО СПСБН «Стеллит» и Йельского университета, США «Potential for HIV Transmission in Relationships of Drug-using Women in Russia» при поддержке Национальных институтов здравоохранения США. Соруководитель проекта — к.с.н. М.М. Русакова.

Данные качественных интервью с секс-работницами, их клиентами и ключевыми информантами (сотрудниками милиции, социальными работниками, врачами), проведенные в рамках наших исследований, не позволяют сформировать какой-либо отчетливый портрет клиентов уличных секс-работниц Санкт-Петербурга — клиентами могут быть мужчины различного возраста, достатка, семейного статуса. Профессиональная принадлежность потребителей также в основном не специфична, однако есть некоторые хорошо распознаваемые по внешнему виду профессиональные группы (работники транспортной сферы (водители такси и грузовиков, узнаваемые по типу автомобиля), студенты (как правило, младшего возраста), военные, строительные рабочие (в основном, центральноазиатского происхождения).

Данные исследования среди сотрудников промышленных предприятий также не позволяют говорить о каких-то специфических социально-демографических особенностях данной группы населения. Мужчины-потребители секс-услуг по сравнению с лицами, не имеющими такого опыта, несколько чаще относились к возрастной группе 26—35 лет, однако уровень образования и семейный статус у этих групп был примерно одинаков. В то же время клиенты секс-работниц чаще мужчин, отвергающих наличие подобного опыта, сообщали о высокой частоте употребления алкоголя, перенесенных половых инфекциях, а также имели больше половых партнеров.

Исследование среди проституток Петербурга и Оренбурга показало, что и сами секс-работницы не выделяют каких-либо отличительных признаков у своих клиентов. По мнению проституток, значительная часть мужчин, пользующихся их услугами, находится в возрасте 30—40 лет (40 %), по меньшей мере 40 % состоят в зарегистрированном браке.

Согласно результатам количественного исследования 62-х клиентов уличных проституток в Санкт-Петербурге, типичным потребителем уличных секс-услуг является достаточно молодой мужчина в возрасте около 35-ти лет, имеющий постоянную регистрацию в Санкт-Петербурге, образование выше общего среднего, трудоустроенный, с доходом более 15000 руб. в месяц. Каждый четвертый находится в зарегистрированном браке или проживает в гражданском сожительстве. Значительна доля вдовцов, разведенных и проживающих отдельно от брачного партнера — в сумме 34 %.

Половая жизнь у таких мужчин в среднем началась в возрасте 17 лет, и в среднем через 8 лет состоялся первый оплачиваемый половой контакт. Мужчины имеют достаточно большое число половых партнеров (число их различных половых партнеров за всю жизнь составило в среднем 44 человека, из них проституток — 12), при этом в актуальный

момент времени (за последние 12 месяцев) большинство их половых партнеров (3 из 4-х) составляют именно проститутки.

Имеющиеся исследования, таким образом, убедительно показывают, что специфического «социального портрета» клиента проститутки не существует. По-видимому, более склонны покупать подобные услуги высокоактивные в сексуальном отношении мужчины, а также те, кто в силу жизненных или трудовых обстоятельств ограничен в общении с противоположным полом.

Фактически проституция представляет собой высоко диверсифицированную сферу оказания услуг. Базируясь на результатах опроса клиентов проституток, можно выделить несколько основных функций проституции в зависимости от удовлетворяемых мотивов клиента. Для изучения мотивов покупки секс-услуг нами был разработан список утверждений, респонденту предлагалось согласиться или отвергнуть утверждение (по 5-ти балльной шкале).

Основные ведущие мотивы потребления секс-услуг, обнаруженные по результатам нашего эмпирического исследования, следующие (табл. 1):

1) Психотерапевтический, релаксационный мотив — покупка секс-услуг «помогает расслабиться и забыть о проблемах». Это подтверждается и зарубежными исследованиями. Значительную часть оплаченного времени клиент может тратить просто на разговоры с секс-работницей, «поиск отдушины» (Kern 2000). Зарубежные эмпирические исследования показали, что контакты с проституткой воспринимаются многими клиентами как способ релаксации, снятия нервного и физического напряжения, проведения досуга, т. е. сексуальный контакт не самоценен и в некоторых случаях вполне может быть заменен другими формами досуга. Так же, как и любой другой совместный отдых, совместная покупка секс-услуг может становиться средством поддержания и укрепления дружеских и деловых контактов.

2) Прагматический способ снижения затрат на установление сексуальных взаимоотношений с противоположным полом («купить секс дешевле, чем тратиться на отношения с девушкой»; «люблю секс с женщинами, но мне не нужны серьезные отношения»). Проституция в данном случае рассматривается как специальный сервис, позволяющий снизить прямые (собственно материальные) и косвенные (временные, эмоциональные и пр.) расходы на сексуальные отношения. При этом снижение косвенных затрат ничуть не менее важно: мужчины желают избежать сопутствующих обязанностей по отношению к женщине, от которых их освобождает плата за секс.

3) Проституция как собственно услуга по предоставлению сексуального контакта в желательной для клиента форме. В нашем исследовании

Мотивы покупки секс-услуг по данным опроса клиентов (ранжированы в порядке убывания)

Утверждение	Средний балл по 5-ти балльной шкале	N (%) частично или полностью согласных с утверждением
Секс с проституткой помогает мне расслабиться и забыть о проблемах	4.4	50 (80.6)
Купить секс дешевле, чем тратить на отношения с девушкой, и это занимает гораздо меньше времени от знакомства до постели	4.3	52 (83.9)
Секс с проституткой делает мою сексуальную жизнь более разнообразной и яркой	4.2	51 (82.3)
Я люблю секс с женщинами, но мне не нужны серьезные отношения	4.2	50 (80.6)
С проституткой можно позволить себе в сексе то, что невозможно с женой / любовницей	4.2	49 (79.0)
Секс с проституткой приносит чувство новизны в мою сексуальную жизнь	4.2	49 (79.0)
Я предпочитаю пользоваться услугами молодых проституток	4	46 (74.2)
Секс с проституткой позволяет мне восполнить недостатки сексуальной жизни в браке	3.9	41 (66.1)
Проститутки — это женщины, которые относятся ко мне по-человечески	3.7	38 (61.3)
Я не исключаю, что у меня с проституткой могут возникнуть нормальные отношения	3.7	39 (62.9)
Я иду к проститутке, когда меня тянет на приключения	3.5	39 (62.9)
Среди проституток мне кажется, что меня уважают	3.3	25 (40.3)
В среде проституток я могу познакомиться с такими женщинами, иметь секс с которыми при других обстоятельствах у меня не было бы шансов	2.9	22 (35.5)
Проститутки не такие холодные и бесчувственные, как обычные женщины	2.4	13 (21.0)
Я слишком застенчив, чтобы знакомиться с обычными женщинами	1.7	7 (11.3)
Я недостаточно привлекателен для нормальных женщин	1.7	7 (11.3)

клиенты согласились с утверждениями, что проституция — это способ разнообразить и привнести новизну в сексуальную жизнь, получить те виды секса, которые невозможны в обычной жизни (например, секс с молодой женщиной). Отмечается, что данная сексуальная потребность далеко не всегда основана на физиологическом влечении. В современном обществе секс приобретает значение гигиенической процедуры типа чистки зубов, обливания водой или занятия физическими упражнениями (Щеглов 1990).

Иные мотивы, такие, как стремление испытать чувство риска («я иду к проститутке, когда меня тянет на приключения»), поиск психологической поддержки («проститутки не такие холодные и бесчувственные, как обычные женщины»; «среди проституток мне кажется, что меня уважают») и стремление обойти требования полового отбора («я слишком застенчив, чтобы знакомиться с обычными женщинами»; «я недостаточно привлекателен для нормальных женщин») оказались менее распространены.

Мы согласны с И.А. Голосенко в том, что «чисто физиологические потребности мужчин не являются определяющим моментом для существования проституции, которая возникает лишь тогда, когда мужчине *выгоднее и проще* удовлетворить половую потребность посредством купли сексуальных услуг и невозможности в силу конкретных индивидуальных причин удовлетворить ее в рамках семьи и брака» (Голосенко 1997: 14). Однако необходимо добавить, что половая потребность является не основной потребностью, удовлетворяемой посредством покупки сексуальных услуг.

Перечень из выделенных нами функций проституции, очевидно, не является исчерпывающим, а данные функции не являются полностью автономными. При покупке секс-услуг мужчинами обычно руководят сразу несколько мотивов; выражаясь рыночным языком, они покупают сразу комплект услуг.

Одним из перспективных направлений изучения спроса на секс-услуги является изучение норм потребления коммерческого секса. О том, что такие нормы существуют, говорят результаты исследования мужчин — клиентов проституток. Так, 51 % наших респондентов были убеждены, что большинство (более половины) российских мужчин имеют опыт покупки секс-услуг; 37 % полагали, что большинство их друзей покупали секс-услуги; 24 % — то же в отношении их коллег. Более 70 % частично или полностью согласились с утверждением, что в компании их друзей покупка секса — это естественное поведение. Реальная практика покупки секс-услуг в компании оказалась довольно распространена: 34 % покупали секс в компании с коллегами,

столько же — в компании с друзьями. Таким образом, покупка сексуальных услуг является для клиентов проституток нормальным, естественным поведением, формой проведения досуга, в том числе совместного — с друзьями и коллегами. Обращение к услугам проституток может рассматриваться и как собственно престижное потребление: как часть профессионального имиджа и маркер высокого социального статуса. Данный феномен в большей степени характерен для потребления дорогих и эксклюзивных, а соответственно и наиболее скрытых и трудных для эмпирического изучения секс-услуг: эскорт-услуг и услуг, предоставляемых в элитных салонах.

Заключение

Представленные данные позволяют сделать следующие выводы. Для России сегодня характерен относительно высокий спрос на коммерческие сексуальные услуги, при этом клиенты проституток не принадлежат к каким-либо специфическим возрастным или социальным группам. Фактически потребление секс-услуг может считаться одним из вариантов проявлений нормальной (в статистическом смысле) сексуальности. Объектом купли-продажи при предоставлении секс-услуг является не только и не столько секс как таковой, сколько возможность удовлетворения различных психологических потребностей, что также ведет к расширению группы потенциальных потребителей проституции. Стремление к обезличенному, рыночному типу сексуальных контактов связано в том числе с боязнью потери себя в «полноценных» отношениях с равной женщиной.

Сегодняшняя социальная ситуация в России характеризуется рядом особенностей, способствующих развитию проституции как рынка сексуальных услуг. Одним из основных факторов является процесс глобализации: относительная открытость границ и единое информационное пространство приводят к распространению как наилучших, так и наихудших практик, принятых в различных обществах. Организаторы проституции в России ориентируются на системы эффективного ведения секс-бизнеса, апробированные за рубежом, включая его информационную поддержку. Россия становится страной назначения для секс-работниц из других стран (в том числе из стран Африки, Азии и бывшего СССР), а российские проститутки находят работу за рубежом; развивается секс-туризм, и определенная доля российского секс-бизнеса переориентируется именно на иностранного потребителя.

Сопутствующее глобализации развитие внутренней и внешней миграции также привело к усугублению и «специализации» проституции, росту спроса в связи с затрудненной возможностью налаживания соци-

альных контактов для значительной части мигрантов и росту предложения за счет женщин из более бедных регионов.

Благодаря сети Интернет поиск и предложение секс-услуг максимально упростились. Что более важно, Интернет и другие средства массовой информации сегодня являются механизмом создания образцов и тиражирования моделей сознания и поведения. Использование сексуальных услуг нормализуется, что вкупе с расширением спектра форм предоставления секс-услуг и влиянием информационного пространства фактически формирует спрос на данные услуги.

При этом спрос на проституцию сегодня фактически не является объектом институционального и неформального социального контроля. Все это требует пересмотра системы социального контроля проституции и в первую очередь создания эффективной системы контроля спроса на проституцию.

Литература

Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика, 2006.

Гилинский Я. Девиантология: социология преступности, наркотизма, проституции, самоубийств и других «отклонений». СПб.: Юридический центр Пресс, 2004.

Дюркгейм Э. Социология преступности (Современные буржуазные теории). М.: Издательство «Прогресс», 1966.

Голосенко И.А. Российская социология проституции 1861–1917. СПб., 1997.

Голосенко И.А., Голод С.И. Социологические исследования проституции в России (история и современное состояние вопроса). СПб.: Петрополис, 1998.

Луман Н. Социальные системы. М.: Наука, 2000.

Щеглов Л.М. Секс — это нормально. Л.: Ленингр. ком. литераторов ЭТС «Экслибрис», 1990.

Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. СПб.: «Азбука-классика», 2009.

Aral S. O., St. Lawrence J. S., Dyatlov R., Kozlov A. Commercial sex work, drug use, and sexually transmitted infections in St. Petersburg, Russia // *Social Science & Medicine*. 2005. Vol. 60. Issue 10. May. Pp 2181–2190.

Barry K. The Prostitution of Sexuality. New York and London: New York University Press, 1995.

Bullough V. L., Bullough B. Women and Prostitution: A Social History. Buffalo: Prometheus Books, 1987.

Davis K. Reproductive Institutions and the Pressure for Population. 1937.

Kern R. Where's the action? Criminal motivations among the prostitute clients. Nashville, Tennessee: Vanderbilt University. 2000.

Månsson S-A. Men's practices in prostitution and their implications for social work. [www.sisyph.org/IMG/doc/Men_practices.doc]. Дата обращения: 10.11.2011.