

Організаційна структура надання секс-послуг на комерційній основі в м. Полтава

*Аналітичний звіт
за результатами зондажного дослідження*

Київ 2014

Автор звіту:

О.М. Балакірева, канд. соціол. наук

Літературна редакція:

Микола Ілляш

Організаційна структура надання секс-послуг на комерційній основі в м. Полтава
аналіт. звіт за результатами зондажного дослідження 2013 року. / Балакірева О.М. – К.:
МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2014. – 51 с.

Звіт підготовлено за результатами зондажного компоненту дослідження 2013 року «Моніторинг поведінки та поширеності ВІЛ-інфекції серед осіб, які надають сексуальні послуги за винагороду, як компонент епіднагляду за ВІЛ другого покоління», яке проведено ГО «Українським інститутом соціальних досліджень імені Олександра Яременка» на замовлення МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні».



Дослідження здійснено за фінансової підтримки МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні» в рамках реалізації програми «Побудова сталої системи надання комплексних послуг з попередження ВІЛ, лікування, догляду та підтримки груп ризику та ЛЖВ в Україні».

Викладені у даній публікації думки й точки зору є думками і точками зору авторів і не можуть розглядатися як думки або точки зору Глобального фонду для боротьби зі СНІД, туберкульозом та малярією. Глобальний фонд для боротьби зі СНІД, туберкульозом та малярією не брав участі в узгодженні або затвердженні як безпосередньо опублікованого матеріалу, так і можливих висновків, що впливають з нього.

The views described herein are the views of this institution, and do not represent the views or opinions of the Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria, nor is there any approval or authorization of this material, expressed or implied, by the Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria.

© МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2014

Зміст

ГЛОСАРІЙ.....	4
ВСТУП	5
ПОДЯКА.....	6
МЕТОДОЛОГІЯ.....	7
1. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЖКС	10
2. ПЕРШИЙ СЕКСУАЛЬНИЙ ДОСВІД	14
3. ІНІЦІАЦІЯ НАДАННЯ СЕКСУАЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ВИНАГОРОДУ ТА САМООЦІНКА.....	16
4. СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ СЕКС-БІЗНЕСУ У МІСТІ.....	20
5. ТИПОЛОГІЯ ТА КІЛЬКІСТЬ КЛІЄНТІВ ЖКС	23
6. ВИДИ СЕКСУАЛЬНИХ ПОСЛУГ	32
7. СТОСУНКИ З ІНШИМИ ЖКС	34
8. ОСОБИСТА БЕЗПЕКА ТА ДОСВІД НАСИЛЬСТВА.....	34
9. СЕКС-БІЗНЕС ТА ПРАВООХОРОННІ ОРГАНИ	37
10. ДОСТУП ДО МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ	38
12. СТАВЛЕННЯ ЖКС ДО ЛЕГАЛІЗАЦІЇ СЕКС-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	46
ОСНОВНІ ВИСНОВКИ	48
КЛЮЧОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОФІЛАКТИЧНИХ ПРОГРАМ.....	51

- **Зондажне дослідження** — полягає в отриманні детальної інформації щодо структури організації секс-бізнесу в місті, рівня знань про громадські організації, які працюють у місті, та рівень довіри до них, а також про основні канали пошуку клієнтів та особливості цього пошуку. Пошук ЖКС здійснюється через Інтернет, телефони тощо. Зв'язок із ЖКС встановлюється інтерв'юерами (рекрутерами) під виглядом клієнтів. Інтерв'ю «купується» при зустрічі за суму, рівноцінну погодинній оплаті ЖКС за секс-послугу.
- **Громадська організація (ГО)** – це об'єднання громадян для задоволення і захисту своїх прав, економічних, соціальних та інших інтересів. Засновниками та членами (учасниками) ГО є фізичні особи.
- **ДКТ** – добровільне консультування (від лат. consultatio – звертання за порадою) та тестування (від англ. test – випробування) – медично-психологічне консультування певної особи з проведу ВІЛ-інфекції/СНІДу та пов'язане з консультуванням медичне тестування цієї особи на наявність антитіл до ВІЛ, що здійснюються на добровільній основі з боку такої особи.
- **ЖКС** – жінки комерційного сексу.
- **Ключові інформанти (КІ)** – представники громадських організацій чи окремі особи, які володіють достовірною інформацією про цільову групу, яка досліджується, в тому числі і представники цільової групи.
- **ОСБ** – особа, яка надає сексуальні послуги за винагороду, що становить для неї певну матеріальну цінність, незважаючи на місце, тобто на вулиці, в барах, удома, в готелі тощо. У контексті протоколу даного дослідження маються на увазі лише жінки, тому надалі буде використовуватися абревіатура «ЖКС».
- **Провідники** – представники ключових інформантів, які мають вільний та безпечний доступ до місць роботи ЖКС та можуть супроводжувати інтерв'юерів на точки.
- **Рекрутер** – людина, яка запрошує представників цільової групи до участі у дослідженні.
- **СІН** – споживачі ін'єкційних наркотиків.
- **Точка роботи ЖКС («гаряча точка»)** – місця локалізації осіб, що надають сексуальні послуги за винагороду, де здійснюються пошук клієнтів та надання секс-послуг.

ВСТУП

Протягом грудня 2013 р. – січня 2014 р. за фінансової підтримки МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні» громадською організацією «Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка» в межах проекту «Моніторинг поведінки та поширеності ВІЛ-інфекції серед осіб, які надають сексуальні послуги за винагороду, як компонент епіднагляду за ВІЛ другого покоління» було реалізовано компонент «Зондажне дослідження» у 4 містах України: Донецьк, Львів, Полтава та Черкаси.

Мета дослідження – отримати детальну інформацію щодо структури організації секс-бізнесу в містах проведення опитування; про рівень знань про громадські організації, які працюють у містах, та рівень довіри до них; про основні канали пошуку клієнтів та особливості цього пошуку; щодо бар'єрів при зверненні до громадських організацій та соціально-медичних установ.

Метод дослідження – опитування представників цільової групи (ЖКС) з рекрутингом під виглядом клієнта. Методи пошуку та контактів з ЖКС – через Інтернет, телефон, ключових інформантів, друзів тощо. Зв'язок з ЖКС встановлюється під виглядом клієнтів. Інтерв'ю «купується при зустрічі» за узгоджену суму орієнтовної вартості годинної оплати ЖКС за секс-послугу.

З 3 червня по 12 липня 2013 р. в м. Полтаві було проведено формативне дослідження з метою підготовки до чергової хвилі моніторингового біоповедінкового опитування серед ЖКС. Дослідження реалізовано за участю благодійної асоціації «Світло надії» та громадської організації «Громадське здоров'я». Ключовими інформантами для проведення картування виступили як співробітники ГО, які працюють з ЖКС, так і самі ЖКС, а також інші представники соціального оточення ЖКС (працівники нічних клубів, водії таксі тощо). За результатами формативного дослідження оцінка чисельності групи ЖКС в місті була визначена у 74 особи, з чим важко було поголитися. Неповнота оцінки пояснюється тим, що до аналізу не були включені такі типи точок, як бордель, вулиця, розважальні заклади, готель/мотель, оголошення в газетах/журналах, пропозиції через візитки та мамочок/сутенерів, оскільки вони не були виявлені під час картування. Крім того, на віртуальних точках неможливо було визначити кількість ЖКС.

Під час картування було виявлено лише 11 точок, де працюють ЖКС. Усі точки були підтверджені валідизацією. На кожній з провалідизованих точок були опитані представниці цільової групи, загалом було опитано 14 ЖКС. У м. Полтаві переважають такі типи точок, як траса, оздоровчі заклади (лазні та сауни), квартири, ескорт/дівчата за викликом та Інтернет. Точки характеризуються високим рівнем небезпеки для дослідницької команди та високою мобільністю представниць цільової групи. Було з'ясовано, що переважна більшість ЖКС працює на одній визначеній точці, отже рівень міграції між точками дуже низький. Серед секс-працівниць з трас та автошляхів було виявлену велику кількість споживачів ін'єкційних наркотиків. Під час валідизації на точках спостерігалось від 1 до 10 ЖКС. Найбільша кількість представниць цільової групи спостерігалася на трасах. У середньому розмір мережі знайомих ЖКС складає 2 особи. За результатами формативного дослідження було рекомендовано для біоповедінкового опитування застосувати методику TLS та визначити вибірку сукупність обсягом у 150 осіб.

Підстави для проведення зондажного дослідження. За результатами формативного дослідження група ЖКС у зазначених містах (Донецьк, Львів, Полтава та Черкаси) є важкодоступною групою, доступ до якої обмежений навіть для представників громадських організацій, які з ними працюють.

Результати формативного дослідження в Полтаві засвідчили, що секс-послуги в місті значною мірою тінізовані та віртуалізовані, отже необхідним є проведення дослідження іншого формату, яке дасть змогу і вийти на цільову групу, і більш детально вивчити організацію секс-роботи в місті та поведінкові практики ЖКС.

ПОДЯКА

Дослідницький колектив висловлює щирі подяку Сазоновій Яні (МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні») за активну участь у розробці інструментарію, Пиголенко Любові (УІСД ім. О. Яременка) за участь у розробці інструментарію та організацію збору даних у містах опитування, Бондар Тетяні (УІСД ім. О. Яременка) за організаційну підтримку реалізації дослідження. Надійним партнером дослідження стала організатор постійної мережі інтерв'юерів УІСД ім. О. Яременка у м. Полтава – Ланкіна Олена.

МЕТОДОЛОГІЯ

Цільова група дослідження – особи, які протягом 6 місяців, що передують дослідженню, надавали сексуальні послуги за винагороду.

Метод організації опитування. Пошук ЖКС здійснювався через Інтернет, телефони тощо. Зв'язок із ЖКС установлювався рекрутерами під виглядом клієнтів. Інтерв'ю «купувалося» при зустрічі за суму, рівноцінну погодинній оплаті ЖКС за секс-послугу. (Метод «клієнт–опитування».) Дослідження передбачало лише опитування без тестування на ВІЛ та гепатит С. Якщо ЖКС мали бажання пройти тестування, їм було надано направлення на тестування до регіонального центру СНІДу.

Запланований розмір вибіркової сукупності становив по 50 осіб у кожному місті.

Узагальнений алгоритм зондажного дослідження можна описати таким чином: визначення місць для пошуку ЖКС -> встановлення контакту з ЖКС під виглядом клієнта -> домовленість про інтерв'ю -> опитування респондента -> видача талона-направлення на тестування (при необхідності) -> домовленість із респондентом про рекрутування інших ЖКС (взяття контактних даних, по можливості) -> видача винагороди за участь у дослідженні.

Польовий етап дослідження в Полтаві розпочато 13 грудня та завершено 28 грудня 2013 р., отже його тривалість склала 18 днів. Слід зауважити, що в Полтаві також проводилося й біоповедінкове опитування і цільова група ЖКС виявилася досить доступною.

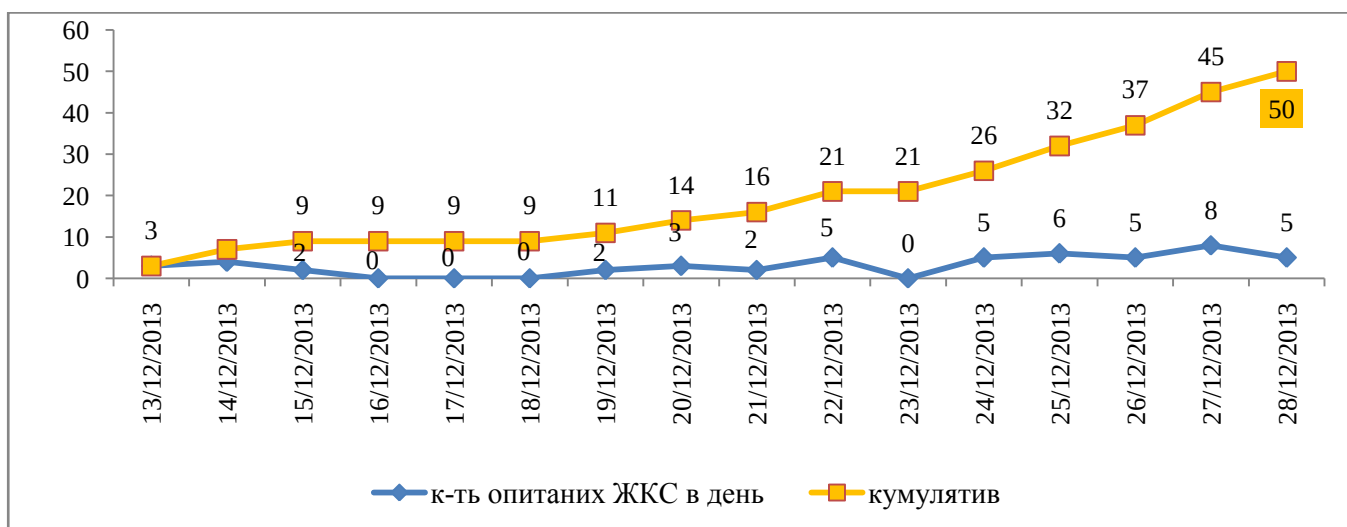


Рис. А. Динаміка проведення польового етапу дослідження в м. Полтаві

Лише 6 ЖКС у Полтаві погодилися на запис інтерв'ю на аудіоносій, решта відмовилися, мотивуючи це тим, що не мають упевненості в тому що буде збережено конфіденційність, ЖКС (її голос) можуть упізнати родичі/друзі, а також правоохоронці, податківці, які можуть використати надану інформацію проти неї.

Пошук ЖКС здійснювався рекрутерами/інтерв'юерами під виглядом клієнта:

- по телефону (номер телефону був наданий працівником бару/кафе/ресторану/сауни, таксистом, знайомим, працівником правоохоронних органів, іншою ЖКС) – 6 осіб;
- через Інтернет (рекрутер/інтерв'юер здійснював пошук ЖКС у соціальних мережах, на сайтах знайомств. На встановлення контакту та домовленості про зустріч витрачалося від 15 до 60 хвилин) – 10 осіб;
- через друзів, знайомих (які працюють у ресторанно-розважальних закладах чи користуються послугами ЖКС, надавали контакти ЖКС, домовлялися про проведення інтерв'ю) – 2 особи;
- через ключових інформаторів (провідників – працівників кафе/ресторанів/саун, таксистів/працівників ГО, які домовлялися з ЖКС про зустріч, надавали номери телефонів, приводили до офісу/кафе для проведення інтерв'ю) – 24 особи;
- під виглядом клієнта на точці (рекрутер-інтерв'юер обирав час найменшої активності клієнтів на точці і пропонував провести інтерв'ю, за умови відсутності потенційних клієнтів ЖКС погоджувалась) – 8 осіб.

Оскільки рекрутинг ЖКС здійснювався рекрутерами під виглядом потенційного клієнта, на етапі домовленості про зустріч, під час зустрічі, після первинної комунікації, ЖКС повідомлялося, що їй пропонується взяти участь у дослідженні, пропонувалося погодитися на інтерв'ю. Особливо наголошувалося, що анонімність та конфіденційність опитування гарантується. Обговорювалася можлива винагорода – рівноцінна оплаті одного з видів секс-послуг за 1 годину. Надавалася інформація щодо мети опитування – отримання інформації про структуру організації секс-бізнесу в місті, поінформованість про громадські організації, які працюють у місті та рівень довіри до них, а також про основні канали пошуку клієнтів.

У Полтаві загальна кількість відмов від інтерв'ю виявилася досить значною – 21 ЖКС відмовилися. Серед них 15 ЖКС не погодилися навіть на зустрічі після того, як їм

було повідомлено, що основна мета зустрічі – участь у дослідженні, 29 ЖКС основну мету зустрічі також було повідомлено на етапі домовленості, але вони згодні на участь та інтерв'ю. Ще 27 ЖКС уже під час зустрічі було запропоновано участь у дослідженні – серед них 21 погодилася, а 6 також відмовилися.

Особливістю рекрутингів Полтаві стало те, що 21 ЖКС була запрошена до участі в дослідженні іншими ЖКС.

Середня тривалість інтерв'ю становила 42 хвилини. Максимальний час для проведення інтерв'ю в м. Полтаві – 65 хвилин, мінімальна тривалість – 30 хвилин. Винагорода за участь у дослідженні склала 70 гривень (оплата за інтерв'ю безпосередньо ЖКС, яка не включала додаткову «винагороду» сутенеру/«мамочці» в розмірі від 30 до 50% від узгодженої суми для ЖКС). Рекрутер на етапі домовленості про інтерв'ю домовлявся й про розмір винагороди.

Після опитування дівчатам надавалася інформація, у вигляді брошури, про громадські організації, що функціонують у місті з переліком послуг для ЖКС. При бажанні ЖКС надавалися талони-направлення на тестування до центру СНІД.

Обробка та аналіз результатів інтерв'ю. Відповіді з кожної анкети перенесено в електронний формат Word. Підготовлено масив файлів у форматі Word по кожному місту. Розроблено макет переносу інформації з паспорта інтерв'ю до електронного формату в програмі SPSS.PC. Здійснено кодування та первинну обробку паспортів інтерв'ю, інформація, що міститься в заповнених паспортах, перенесена в електронний формат SPSS.PC. Підготовлено масив даних з паспортів інтерв'ю в програмі SPSS.PC. Визначено змінні інтерв'ю, по яких доцільно здійснити кількісний аналіз. Розроблено макет переносу інформації по цих змінних до електронного формату в програмі SPSS.PC. Запитання, визначені для кількісного аналізу, були закодовані та перенесені в електронний формат. Підготовлено масив даних обраних змінних інтерв'ю в програмі SPSS.PC.

1. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЖКС

У віковій структурі опитаних ЖКС спостерігається явна чисельна перевага представниць молодших категорій – 17–19 років та 20–24 роки (по 15 респонденток; див. рис. 1.1). Середній розрахунковий вікреспонденток становить 24 роки. Значно менше опитаних у вікових інтервалах 40 і більше та 30–39 років – відповідно, 3 та 6 жінок комерційного сексу.

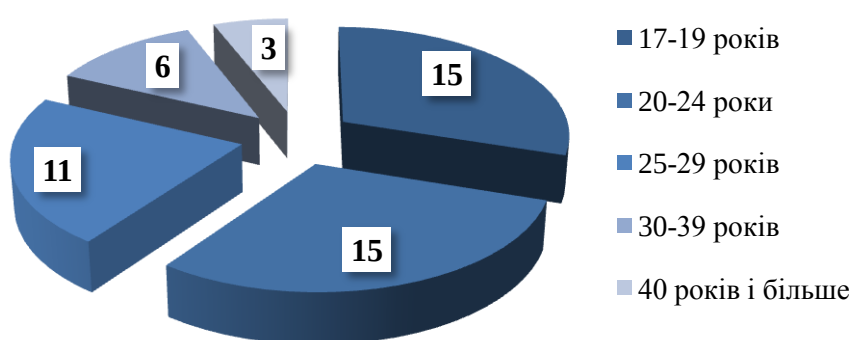


Рис. 1.1. Розподіл ЖКС за віковими групами(осіб)

Опитані жінки загалом характеризуються посереднім рівнем освіти (див. рис. 1.2). Базова або повна середня освіта у 21 респондентки, 12 закінчили професійно-технічні навчальні заклади, ще третина опитаних (16) мають базову та неповну вищу освіту (деякі з них, можливо, ще продовжують навчання) і лише 1 респондентка має повну вищу освіту.

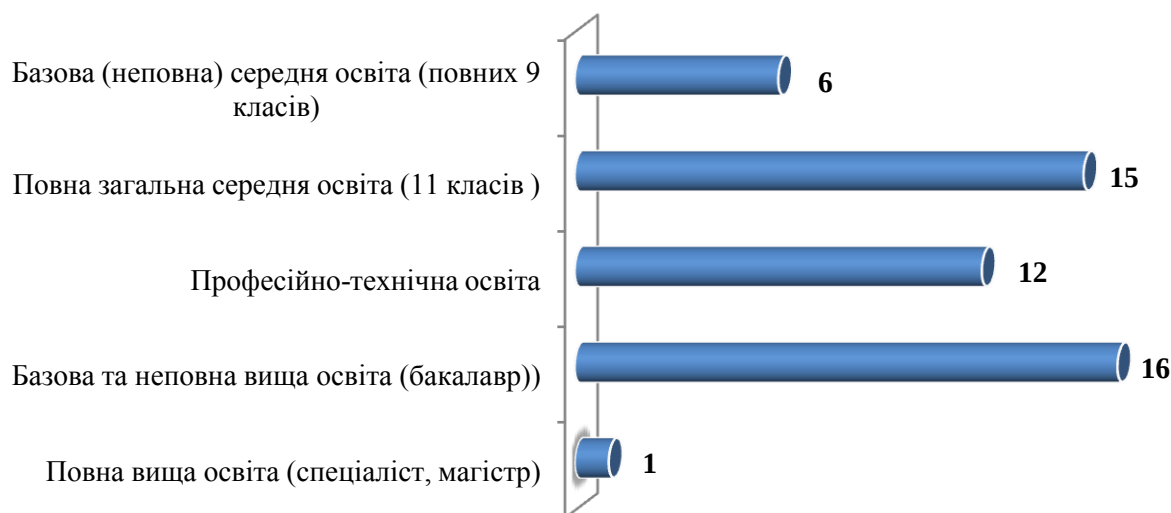


Рис. 1.2. Розподіл ЖКС за рівнем освіти (кількість осіб)

Середній розрахунковий щомісячний дохід ЖКС міста становить 5,5 тис. грн¹. (Середній рівень заробітної плати в Полтавській області за 2013 р. склав 2988 грн.) Найвищий серед зафіксованих рівень доходів (20 тис. грн) у 10 разів перевищує мінімальний (2 тис. грн). На рисунку 1.3. поданий відсотковий розподіл респондентом зондажного та біоповедінкового досліджень за рівнем доходу.

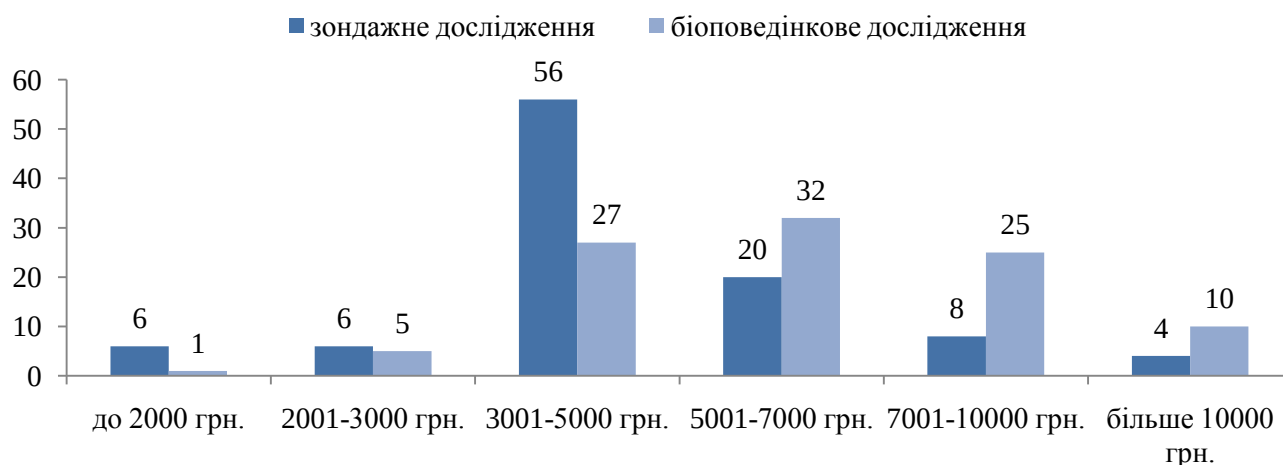


Рис. 1.3. Розподіл ЖКС за рівнем щомісячного доходу, %

У структурі доходів ЖКС частка коштів, отриманих саме за надання сексуальних послуг, становить 80%–100%– про це зазначили 43 опитані. Із них 36 респонденток отримують 100% свого доходу виключно за роботу в секс-бізнесі. Решта 9 жінок

¹У розрахунок включені показники по 44 респондентках, які погодилися назвати розмір свого доходу.

повідомили, що їхній заробіток від надання сексуальних послуг становить 50–70% у сукупному доході, це, власне, також дає можливість говорити про їх роботу в секс-бізнесі як основну.

22 респондентки виявилися не місцевими, а врізний час переїхали до Полтави. Метою переїзду майже для кожної із них було навчання (20 респонденток), лише 1 ЖКС переїхала в пошуках роботи, а ще одна – за сімейними обставинами.

За складом сім'ї ЖКС, які працюють у місті, відповідно до частоти згадувань, характеризуються таким чином: один з батьків (20 респонденток), обоє батьків (18), брат/сестра (16), що корелює із досить «молодою» віковою структурою респондентом (див. рис. 1.4).



Рис. 1.4. Сімейне коло ЖКС (розподіл відповідей респонденток на запитання «Кого Ви вважаєте своєю сім'єю?» (кількість згадувань, сума перевищує N))**

*Тут і надалі вказується кількість респондентів (N), які відповіли на запитання, тобто за виключенням пропущених відповідей та/або тих респондентів, яким питання не ставилося.

**Тут і надалі розподіл відповідей респонденток подається за кількістю згадувань, що в сумі може перевищувати фактичну кількість опитаних у разі, якщо респондентам дозволялося вказати одночасно декілька варіантів відповіді.

У ході опитування майже половина респонденток (23) відповіли, що в них живі обоє батьків, у третини (16) жива лише мати, а 9 респонденток вже втратили обох батьків (див. рис. 1.5). Переважна більшість респонденток, у яких батьки живі, бачаться з

ними принаймні 1 раз на місяць (7) або частіше – загалом 20 опитаних зустрічаються зі своїми батьками щодня або декілька разів на тиждень.

Чи живі Ваші батьки?: Як часто Ви з ними бачитесь?:

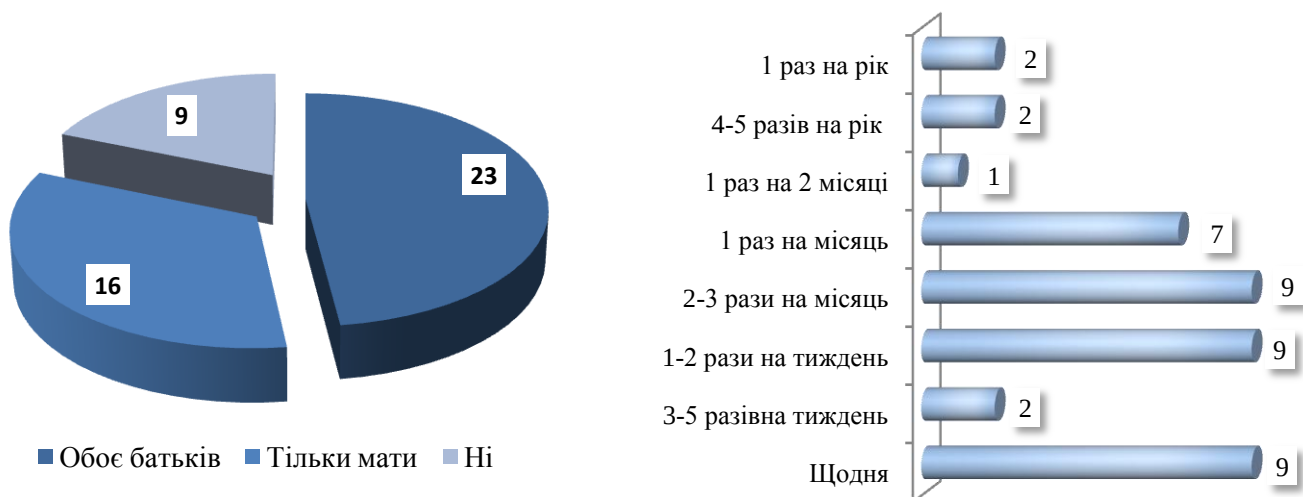


Рис. 1.5. Розподіл відповідей респонденток на запитання «Чи живі Ваші батьки?» (кількість осіб) та «Як часто Ви з ними бачитесь?» (осіб, N=41)

Половина серед опитаних ЖКС до 15 років виховувалися рідними батьком та матір'ю (див. рис. 1.6). Для решти опитаних особливістю соціалізації в ранньому віці стало виховання в неповній сім'ї (18), а також взагалі без батьків (6) і в сім'ї, де вихованням займався нерідний батько (1).



Рис. 1.6. Розподіл відповідей респонденток на запитання «Хто Вас виховував до 15 років?» (осіб)

19 із 50 опитаних повідомили, що їхні близькі знають про те, що вони надають сексуальні послуги за винагороду. Передусім – це найближчі родичі опитаних (мати або брат чи сестра). Їх ставлення до такої обставини переважно негативне або ж зі співчуттям, окрім поодиноких випадків схвалення, коли рідні отримують від ЖКС гроші або подарунки.

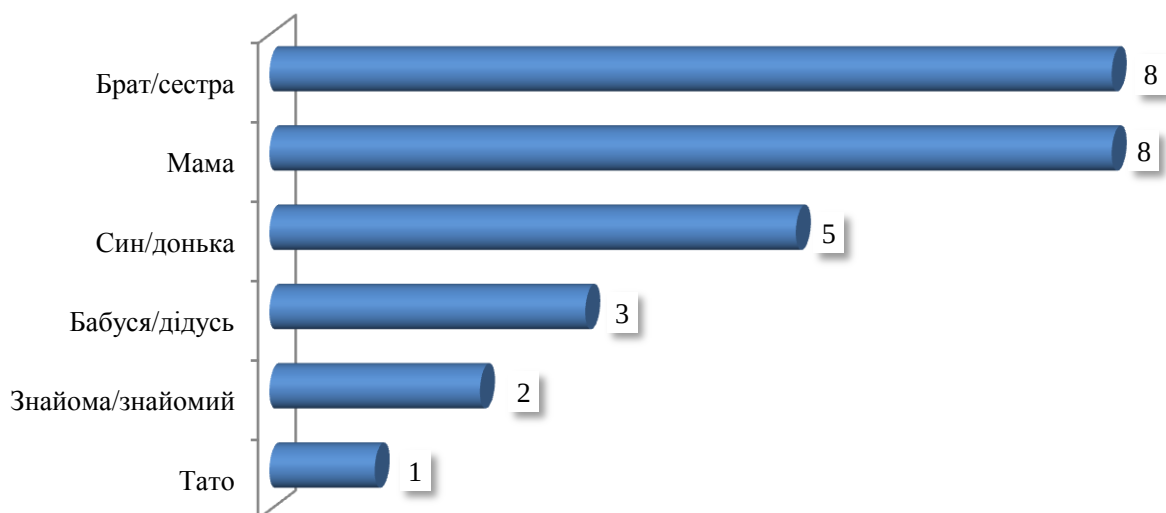


Рис. 1.7. Розподіл відповідей респонденток на запитання про те, хто саме знає, що вони надають сексуальні послуги за винагороду (кількість згадувань, сума перевищує N, N=19)

2. ПЕРШИЙ СЕКСУАЛЬНИЙ ДОСВІД

16–17 років – це вік сексуального дебюту 30 опитаних ЖКС міста із 50 (див. рис. 2.1). Лише троє респонденток позбулися цноти досягнувши повноліття. Практично всі респондентки свій перший сексуальний досвід отримали добровільно (47). Одна ЖКС із тих, які зазнали насильства, стала жертвою зґвалтування, ще одну примусили під впливом алкоголю, третя не стала розповідати подробиці.

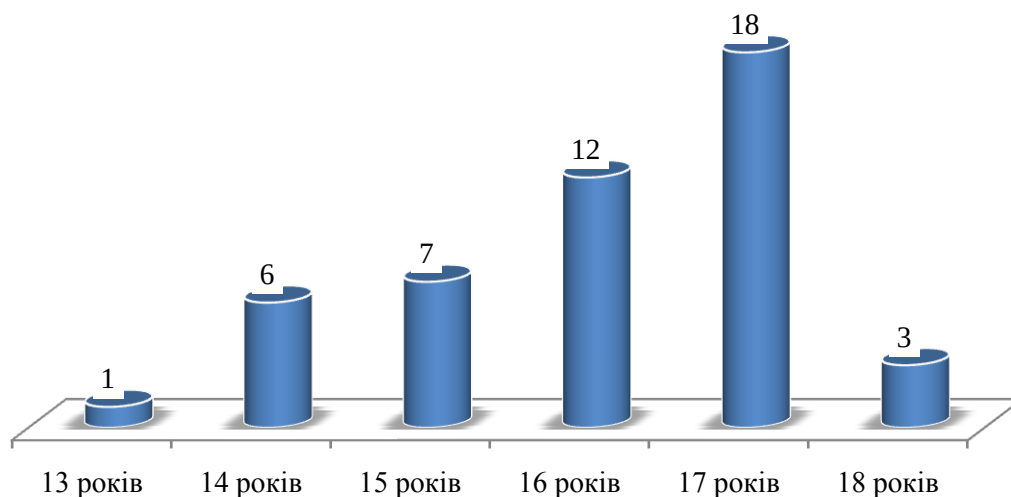


Рис. 2.1. Розподіл ЖКС за віком, у якому вони отримали перший сексуальний досвід(осіб, N=47)

Серед ЖКС, які добровільно позбулися цноти, не всі погодилися детальніше розповісти про те, як це сталося. Однак, судячи із відповідей тих респонденток, які надали відповідь, очевидно, що перші тривалі стосунки із хлопцем та ранній досвід вживання алкоголю є головними передумовами добровільного вступу в «доросле життя» (по 8 опитаних із 21; див. рис. 2.2).



Рис. 2.2. Розподіл ЖКС, які добровільно позбулися цноти, за особливостями отримання першого сексуального досвіду(осіб, N=21)

3. ІНІЦІАЦІЯ НАДАННЯ СЕКСУАЛЬНИХ ПОСЛУГ ЗА ВІНАГОРОДУ ТА САМООЦІНКА

Початок роботи в секс-бізнесі більшості опитаних ЖКС міста пов'язаний із особливостями їх соціального оточення. Коло друзів, серед яких є подруги, що вже займаються наданням секс-послуг, а також практика часткої зміни сексуальних партнерів призводить до поступового втягування молодих дівчат у секс-бізнес(див. рис. 3.1). Як правило, це відбувається на фоні складних життєвих обставин респонденток:

- *«Подруга з села займалася цим імені запропонувала, а я погодилася» (29 років);*
- *«Бабуся захворіла, потрібні були гроші, і подруга запропонувала» (19 років);*
- *«Сіла по малолітці, вийшла – грошей немає, нічого немає, зустріла колишню сиділицю, вона запропонувала» (36 років);*
- *«Познайомилася в кафе, потім був секс, після цього чоловік дав ці гроші, такі зустрічалися, а потім він дав мій номер телефону своїм друзям» (18 років).*

Варіантом найбільш усвідомленого рішення щодо початку роботи у сфері надання сексуальних послуг є її самостійний пошук та ініціація під впливом гострої матеріальної потреби:

- *«Потрібно було заробляти, син маленький був» (30 років);*
- *«Сама захотіла і познайомилася з сутенером» (20 років).*

Також у деяких випадках опитані зізнавалися, що поштовх до самостійної ініціації роботи в секс-бізнесі дала їх наркотична залежність, брак коштів на придбання наркотиків:

- *«Наркотики дорогі, потрібні були гроші на їх придбання» (34 роки).*

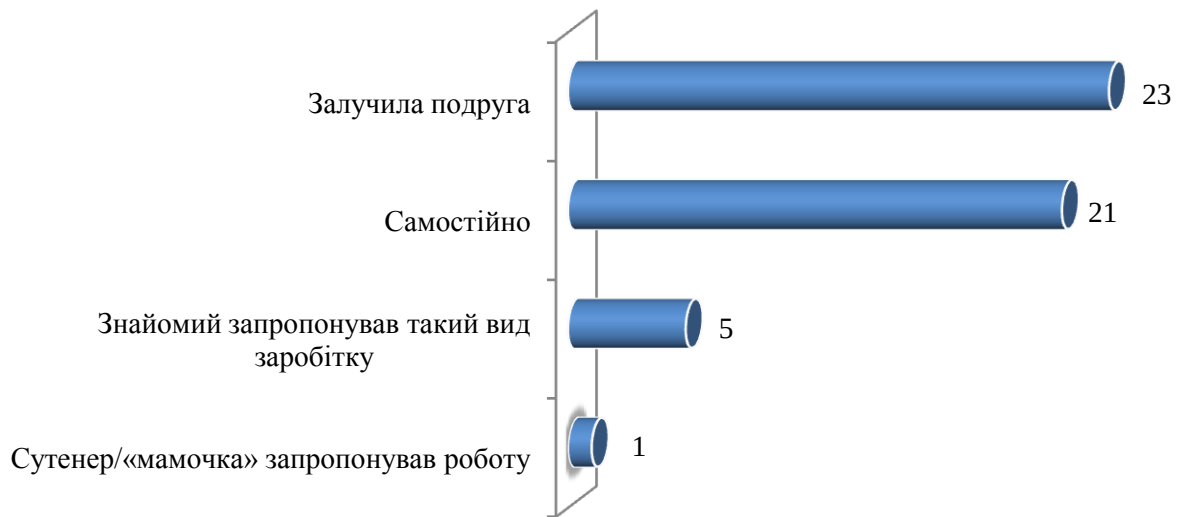


Рис. 3.1. Розподіл ЖКС за способом залучення у секс-бізнес(осіб)

Досвід роботи в секс-бізнесі понад 3 роки мають дещо більше половини опитаних, тоді як інші опинилися у цьому бізнесі відносно нещодавно – 15 респонденток працюють менше року, 8 – 1-2 роки(див. рис. 3.2).

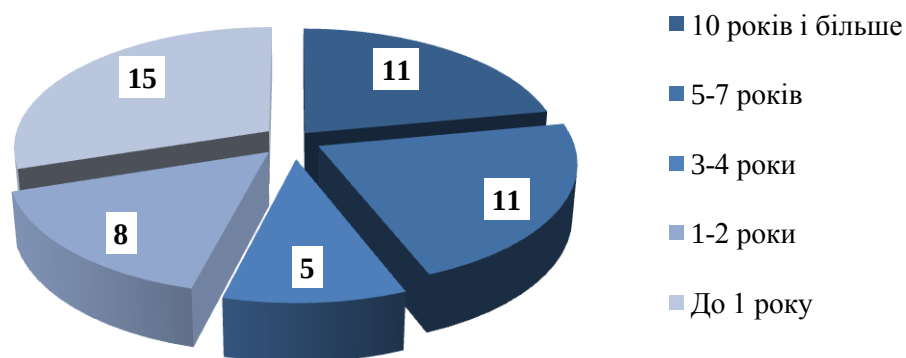


Рис. 3.2. Розподіл ЖКС за тривалістю надання сексуальних послуг(осіб)

Головні причини вибору жінками роботи в секс-бізнесі потрібно розглядати в комплексі: з одного боку, це нестача коштів, навіть на потреби першої необхідності, з іншого –отримання винагороди за надання секс-послуг є чи не єдиноюможливістю ці кошти отримати (див. рис. 3.3). Звернемо увагу, що досить істотна частка ЖКС

розпочинали роботу в секс-бізнесі, розраховуючи на додатковий заробіток. Однак, якщо пригадати структуру доходів ЖКС міста, то можна припустити, що в більшості випадків додатковий заробіток незабаром стає основним.



- «А чому б і ні - це приносить багато грошей» (21 рік).

- «Мама живе бідно, грошей майже не дає, тільки продукти, а хочеться і одягнутися, і взутися» (18 років).

- «Потрібні були гроші для навчання в університеті» (30 років).

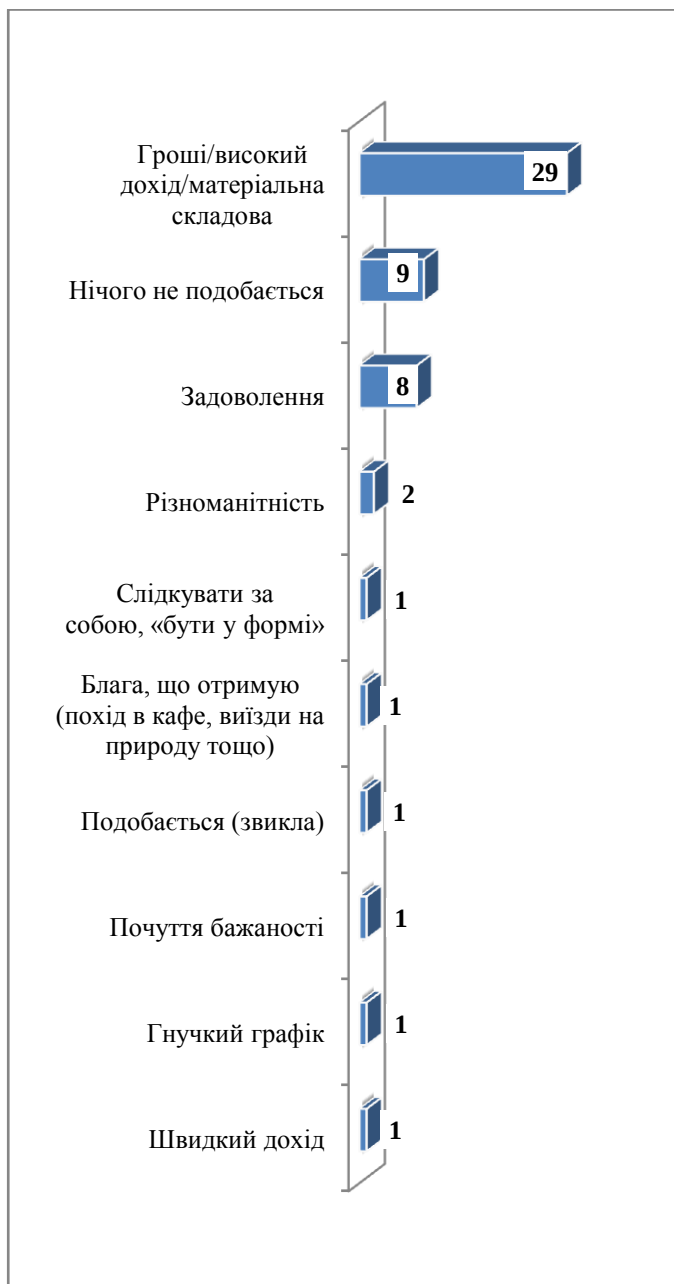
Рис. 3.3. Розподіл відповідей респонденток щодо особистих причин вибору роботи у сфері надання сексуальних послуг (кількість згадувань, сума перевищує N)

Сподівання жінок на високий рівень заробітку під час ініціації надання секс-послуг за винагороду є для них цілком виправданими і після тривалої роботи у цій сфері. Головною її перевагою, на думку більшості опитаних (29), залишається матеріальна складова (див. рис. 3.4). Втім, є і досить помітна частка респонденток, яким нічого не подобається у цій роботі (9), і приблизно така ж частка тих, кому подобається все (8):

- «Подобається, щоє гроші, а якщо ні – то завжди можна заробити» (40 років);
- «Задоволення і гроші» (22 роки).

Разом з тим, жінкам комерційного сексу доводиться постійно долати внутрішньоособистісний конфлікт між небажанням продавати себе та відсутністю альтернатив достойного заробітку.

«Що Вам подобається у цій роботі?»:



«Що не подобається?»:



Рис. 3.4. Розподіл відповідей респонденток щодо переваг та недоліків роботи у сфері надання сексуальних послуг (кількість згадувань, сума перевищує N)

Також серед недоліків своєї роботи, респондентки часто відмічають необхідність надавати послуги небажаним клієнтам, які викликають почуття відрази під час інтимної близькості:

- «Продаватисебе, немає особистого життя– противно» (18 років);

- «З кожним роком все нижче і нижче падаєш у моральному плані» (29 років);
- «Клієнти – брудні, п'яні, грубі» (29 років);
- «Не подобається зовнішність клієнтів» (20 років).

4. СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ СЕКС-БІЗНЕСУ У МІСТІ

У цілому жінки комерційного, сексу, які працюють у місті, характеризують структуру секс-бізнесу як таку, що має низький ступінь організації – майже половина респонденток (24) вказали, що кожна точка/група працює незалежно від інших, загальної організації немає (див. рис. 4.1). Крім того, третина опитаних (17) виявили свою необізнаність щодо поставленого запитання.



Рис. 4.1. Розподіл відповідей респонденток щодо ступеню організованості секс-бізнесу у місті (осіб)

Незважаючи на відсутність у місті організованої структури секс-бізнесу, територіальний розподіл роботи все ж таки існує: *«Ніхто не заходить на чужу територію»*, – стверджує одна з респонденток. Ще один типовий коментар: *«Ну особисто я непоїду на замовлення, якщо там буде інша дівчина»*. Таким чином, робота між різними групами ЖКС розподіляється за домовленостями між їх керівниками (сутенерами), а подекуди і «професійна етика» самих ЖКС не дозволяє їм «переходити дорогу» одна одній.

Більшість опитаних ЖКС (31 респондентка) нічого не знають про те, чи існує зв'язок структури секс-бізнесу Полтави з іншими містами, а 8 ЖКС висловили

переконавання, що такого зв'язку немає. Ті ж, хто підтвердив наявність зв'язку, уточнили, що це поїздки в інші міста за викликом (7 респонденток).

Дати визначення групам ЖКС, які є в місті змогли 27 респонденток. Найбільшу частоту згадувань мають такі групи, як «трасові», «за викликом», «VIP (елітні, валютні)» (див. рис. 4.2). При цьому, 11 опитаних ідентифікували себе із групою «індивідуалки», що свідчить про досить високу чисельність цієї групи в місті, незважаючи на низьку частоту згадувань.

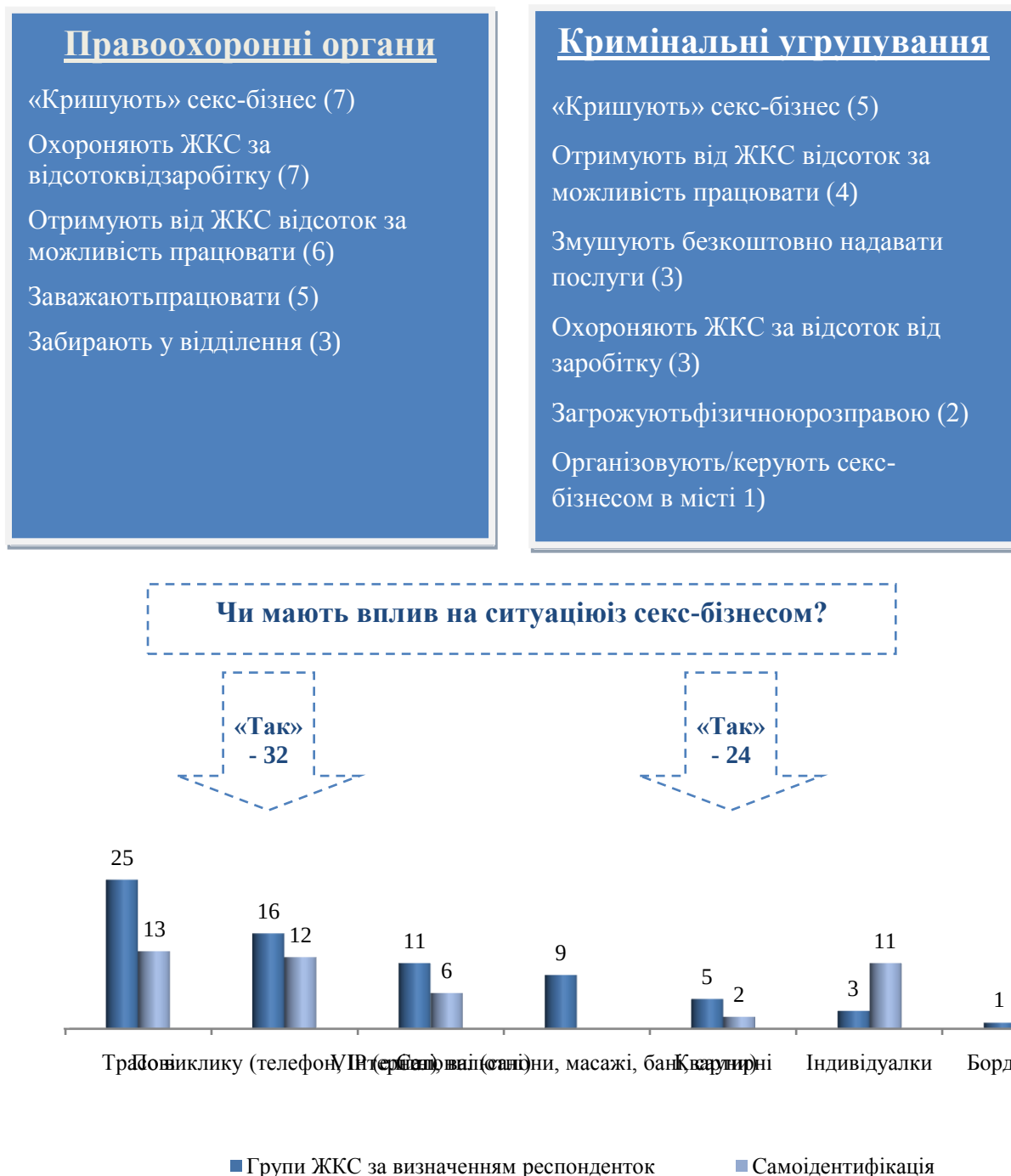


Рис. 4.2. Характер впливу правоохоронних органів та кримінальних угруповань на ситуацію із секс-бізнесом, а також групи ЖКС які є у місті

Організаціями/групами, що мають найбільший вплив на ситуацію із секс-бізнесом у місті є правоохоронні органи та кримінальні угруповання – про наявність такого впливу повідомили відповідно 32 та 24 респондентки (див. рис. 4.2). На рисунку також відображено, які саме форми впливу практикуються представниками зазначених груп. Серед них, передусім, «кришування», отримання відсотка від заробітку ЖКС. Правоохоронці та криміналітет міста застосовують однакові практики впливу на секс-бізнес, що говорить про досить комфортне співіснування цих груп та розподіл фінансових надходжень.

13 респонденток вказали на існування впливу на ситуацію із секс-бізнесом міста з боку громадських організацій, однак жодна із них не змогла пояснити, у чому полягає такий вплив. Дещо менше опитаних впевнені, що на секс-бізнес міста впливають засоби масової інформації, – всього 5 респонденток, які також не надали інформації про характер впливу.

Свій робочий графік ЖКС міста організовують самостійно (за винятком 6 респонденток, які підконтрольні своїм сутенерам). Лише 2 опитаних зазначили, що не можуть його змінювати, тоді як 40 ЖКС мають таку можливість (ще 8 респонденток не відповіли на запитання). Тим не менш, для того щоб змінити графік, опитані найчастіше вказували на необхідність мати поважну причину, а саме зміна графіка, можлива передусім у разі хвороби ЖКС або її дитини (див. рис. 4.3). Більшість ЖКС не зобов'язані ставити до відома інших представників секс-бізнесу та своїх клієнтів про зміну свого робочого графіку.



Рис. 4.3. Розподіл відповідей ЖКС щодо причин, які дозволяють змінювати робочий графік (кількість згадувань, сума перевищує N)

5. ТИПОЛОГІЯ ТА КІЛЬКІСТЬ КЛІЄНТІВ ЖКС

Майже всі ЖКС міста в основному використовують пасивний пошук клієнтів, тобто клієнти самі звертаються за наданням послуг. 49 респонденток сказали, що не вони, а їх шукають, лише 14 респонденток деколи вдаються до самостійного пошуку: *«Самостійний пошук: адміністратори можуть зателефонувати, а можуть і ні, тому що, наприклад, інший подзвонить—потрібно платити, щоб дзвонили»* (18 років). Розподіл відповідей на запитання «Як Ви зазвичай зустрічаєте своїх клієнтів?», свідчить про те, що переважно це виклик по телефону або ж клієнт обирає дівчину, проїжджаючи по трасі (див. рис. 5.1). Також досить популярним є пошук ЖКС через Інтернет. Треба сказати, що поширення інформаційно-комунікаційних технологій є одним із потужних факторів, що заважає правоохоронцям та кримінальним структурам контролювати секс-бізнес.



- «По телефону, в Інтернеті, багато сайтів, де є мої номери» (24 роки).

- «Інтернет, телефон, іноді трасса» (25 років).

- «Мій номер є в Інтернеті, на сайтах багато моєї реклами» (18 років).

- «Я працювала базу клієнтів в барах, кафе, клубах, по знайомству» (27 років).

Рис. 5.1. Розподіл відповідей ЖКС щодо використання різних способів пошуку клієнтів (кількість згадувань, сума перевищує N)

У своїй більшості ЖКС міста основним способом пошуку клієнтів вважають комунікацію за допомогою технічних засобів. У коментарях респонденток телефон, у тому числі коли клієнти передають номери телефонів один одному (загалом 21 згадування), та Інтернет (5 згадувань) переважно були названі разом. Ця обставина не викликає подиву, оскільки використовується такий алгоритм пошуку: клієнт заходить на сайт або в соціальну мережу, знаходить дівчину, яка йому подобається, та її контактні дані, далі – телефонує їй та домовляється про зустріч. Опитані акцентують увагу на

зручності цього способу (див. рис. 5.2). Приблизно кожна п'ята респондентка (12) основним способом зустрічі з клієнтом вважає перебування на узбіччі шосе (траси, автодороги), пояснюючи це гарантованою можливістю продати свої послуги, враховуючи наявність значної кількості бажаючих.



«Через Інтернет – вимагає менше затрат як часу, так і сил»

«Через сутенера, це безпечніше, ніж працювати одній»

«Рекомендації клієнтів – більш надійний та не обтяжливий спосіб»

«У нічних клубах і ресторанах, там можна зразу оцінити платоспроможність клієнта»

Рис. 5.2. Розподіл ЖКС за основним способом пошуку клієнтів
(кількість згадувань, сума перевищує N)

Соціальна структура клієнтів ЖКС міста є доволі стабільною, опосередковано про це свідчить той факт, що представники окремих соціальних груп, які були серед клієнтів ЖКС протягом останнього року та протягом останнього місяця, характеризуються майже однаковою ієрархією згадувань. Інакше кажучи, суттєвого напливу або відтоку клієнтів, що представляють певні групи, у короткочасному періоді не зафіксовано (див. рис. 5.3). Тож, найчастішими клієнтами жінок комерційного сексу в місті протягом останніх 12 місяців були бізнесмени (39 згадувань респонденток), самотні чоловіки (31), іноземці (24), а також працівники правоохоронних органів (21).

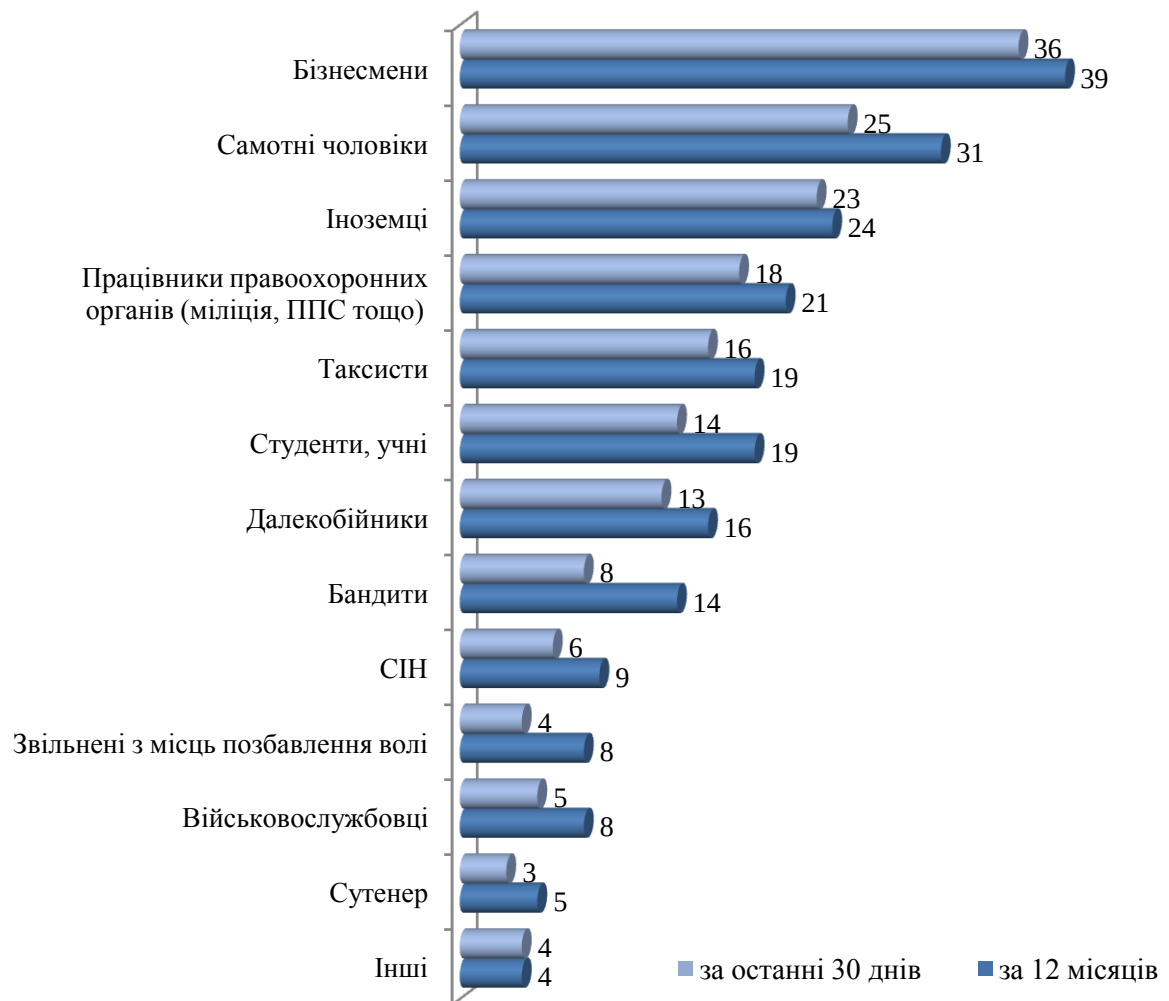
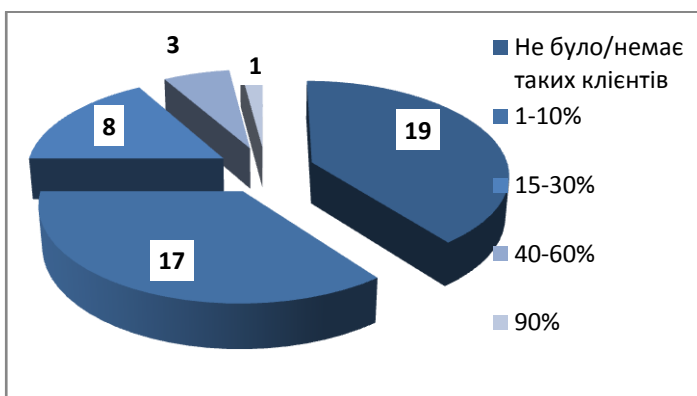


Рис. 5.3. Розподіл відповідей респонденток щодо наявності у них клієнтів, які належать до різних соціальних груп (кількість згадувань, сума перевищує N)

19 із 50 опитаних відповіли, що серед їхніх клієнтів правоохоронців немає (див. рис. 5.4). Інші ЖКС оцінюють їх частку в загальній структурі своїх клієнтів переважно в 1–10% (17) та 15–30% (8).



- «Не захоплююся чоловіками у формі» (17 років).

- «Бувають випадки, коли міліція користується нашими послугами» (20 років).

Рис. 5.4. Розподіл відповідей респонденток на запитання, який відсоток серед усіх їхніх клієнтів становлять правоохоронці (осіб, N=48)

За матеріальним статусом половина ЖКС характеризують своїх клієнтів як людей з високим достатком, і лише одна респондентка зазначила, що їй трапляються чоловіки, які забезпечені на рівні, нижче середнього (див. рис. 5.5).

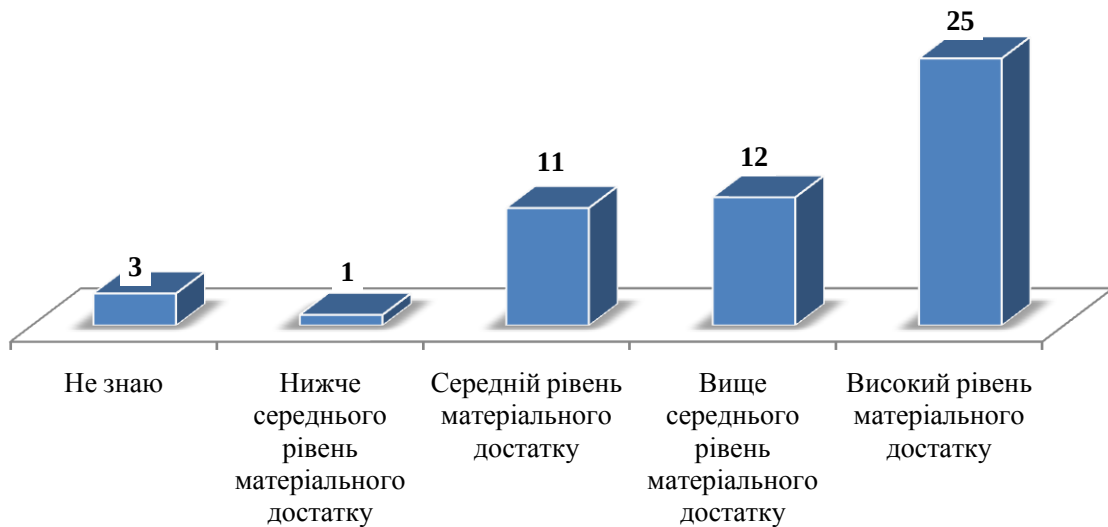
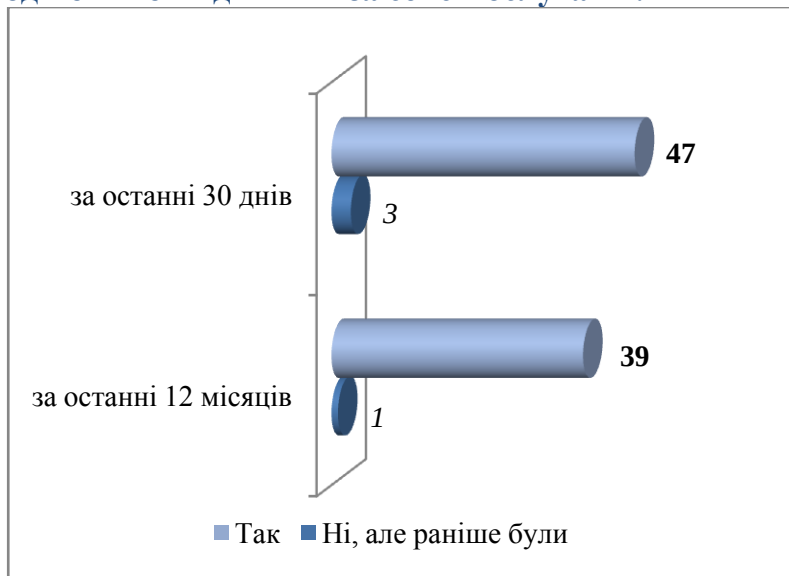


Рис. 5.5. Розподіл відповідей респонденток щодо матеріального статусу їх клієнтів (кількість загадувань, сума перевищує N)

У більшості респонденток, як протягом року, так і впродовж останнього місяця, були клієнти, яким вони надавали послуги більше одного разу (див. рис. 5.6), тобто, як правило, ЖКС міста мають своїх постійних клієнтів. Однак у спілкуванні між собою дівчата не вирізняють їх за допомогою окремих визначень – доволі рідко до слова «клієнт» додається «постійний». Є певна категорія ЖКС, які зневажливо ставляться, зокрема, і до постійних клієнтів, називаючи їх поміж собою «м'ясо», «бидло» й іншими образливими словами.

Як Ви називаєте клієнтів, які повертаються до однієї і тієї ж дівчини за секс-послугами?



- «Барани, бидло—
ніяких хороших слів для них немає,
одні козли,
нормальний же мужик на трасуну
підє» (34 роки);

- «У кожного своє прізвисько»
(19 років).

Рис.5.6. Розподіл відповідей респонденток на запитання, чи були серед Ваших клієнтів ті, кому ви надавали секс-послуги за винагороду більше одного разу(осіб)

Для визначенні клієнта як постійного 41 опитана ЖКС бере до уваги кількість зустрічей із ним, 43 респондентки також орієнтуються на їх регулярність. 18 ЖКС починають називати клієнта постійним після 2–3 зустрічей, ще 10 респонденток – після 4–5 зустрічей, решті потрібно зустрітися із клієнтом щонайменше 7 разів. Регулярність, з якою постійний клієнт навідується до ЖКС, – це в більшості випадків 2–3 рази на місяць або 1 раз на тиждень (див. рис. 5.7). Окрім того, 43 опитаних сказали, що є й інші важливі чинники для визначення клієнта як постійного (див. рис. 5.8).



Рис. 5.7. Розподіл відповідей респонденток на запитання «Наскільки часто Ви маєте зустрічатися, щоб Ви почали називати клієнта постійним?» (осіб, N=44)

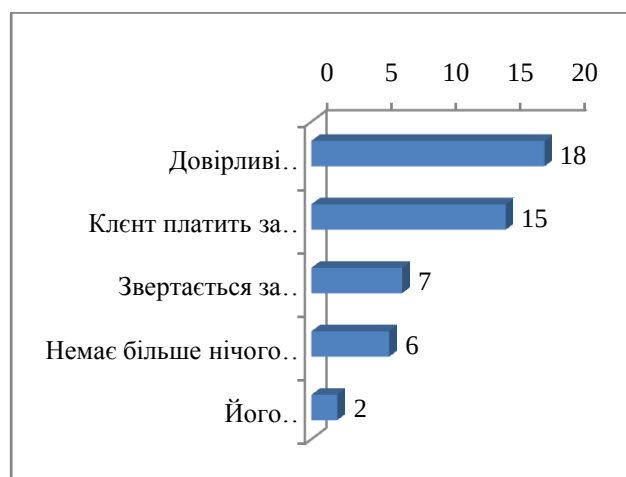


Рис. 5.8. Розподіл відповідей респонденток на запитання «Що ще є важливим для визначення клієнта як постійного?» (кількість згадувань, сума перевищує N)

Чоловіки, які користуються секс-послугами в місті, характеризуються віковою структурою у межах від 25 до 53 років. При цьому для половини респонденток (24) нижня вікова межа їхніх клієнтів становить 25–30 років. Найбільші частки опитаних (16 та 14 ЖКС) встановлюють верхню вікову межу своїх клієнтів відповідно 60 та 50 років.

Типовий робочий день 29 ЖКС передбачає надання сексуальних послуг 1–2 клієнтам (1 клієнта на день обслуговують 20 респонденток; див. рис. 5.9), що збігається з даними біоповедінкового опитування (середня кількість клієнтів за добу в Полтаві – 1,7).

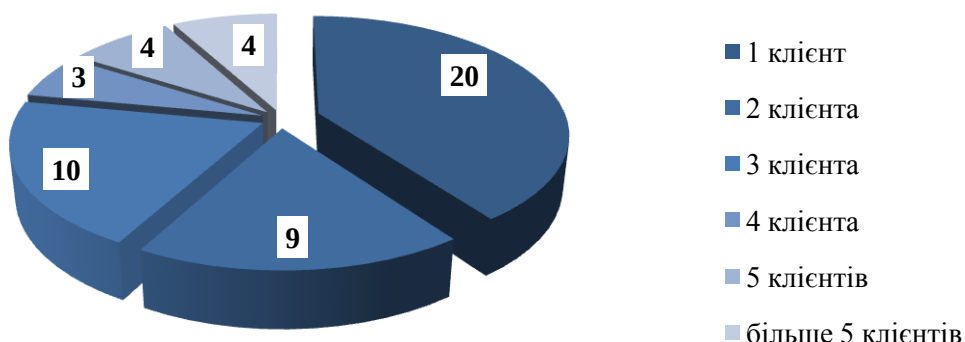


Рис. 5.9. Розподіл ЖКС за кількістю клієнтів, яких вони обслуговують протягом типового робочого дня(осіб)

Місячна кількість клієнтів для 39 ЖКС становить до 40 клієнтів включно (див. рис. 5.10): 7 опитаних надають послуги 2–8 клієнтам, 13 – 10–15 клієнтам, ще 7 – 20–25 клієнтам, 12 респонденток – 30–40 клієнтам на місяць.

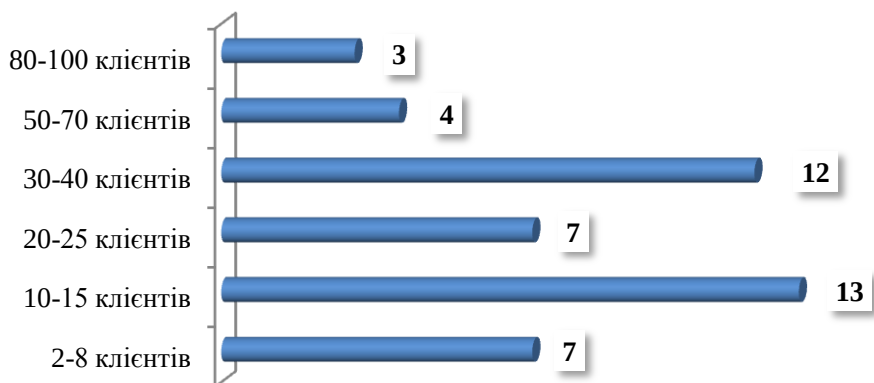


Рис. 5.10. Розподіл ЖКС за кількістю клієнтів, яких вони обслуговують протягом одного місяця(осіб)

У річному обчисленні, опитані ЖКС доволі диференційовано оцінили кількість власних клієнтів (див. рис. 5.11.). Досить значна частка респонденток зазначили, що протягом року понад 300 осіб користуються їхніми послугами. З іншого боку, є достатньо численні категорії ЖКС які працюють з 1–20 клієнтами (7), 21–50 клієнтами (6), 51–100 клієнтами на рік (7).

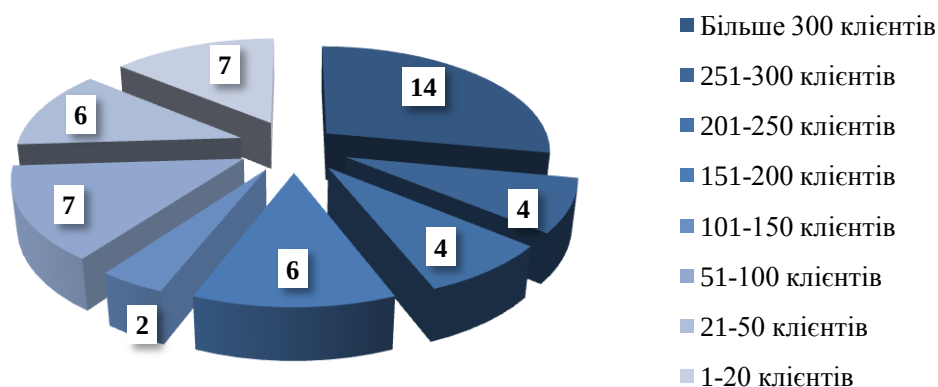


Рис. 5.11. Розподіл ЖКС за кількістю клієнтів, яких вони обслуговують протягом одного року (осіб)

Таким чином, **середня кількість клієнтів** складає:

- за добу – 2,4 (розрахунково)
- за місяць – 28,5 (розрахунково)
- за рік – 247 (оціночно).

Майже половина опитаних жінок (23) зазначили що нікому не відмовляють у наданні сексуальних послуг. Зі зрозумілих причин, респондентками, які все ж таки мають певні обмеження, у відповідях на запитання «Чи є категорії клієнтів, кому Ви відмовляєте/можете відмовити в наданні сексуальних послуг?», найчастіше називалися такі категорії, як бомжі, збоченці, а також клієнти, які перебувають під впливом наркотичних засобів (див. рис. 5.12).



Рис. 5.12. Розподіл відповідей респонденток, які відмовляють певним категоріям клієнтів, щодо того, кому саме відмовляють (кількість згадувань, сума перевищує N)

Жінкам, які взяли участь у дослідженні, також було поставлено запитання про те, через які причини вони можуть відмовити клієнту в наданні секс-послуг. Загалом 29 респонденток відповіли, що такі причини є. Головні з них – це якщо клієнт не викликає симпатії або має неохайний зовнішній вигляд (13 згадувань), а також якщо ЖКС відчуває загрозу власній безпеці (6) або бояться заразитися венеричними хворобами (5).

Більшість респонденток виявили необізнаність щодо зміни структури секс-бізнесу в місті протягом останніх 5 років (нагадаємо, що більше половини опитаних мають досвід роботи в секс-бізнесі до 4 років), або ж вважають, що структура не змінилася (див. рис. 5.13). Згідно з відповідями небагатьох, хто дотримується протилежної думки, спостерігається певне розширення вікових меж клієнтів.

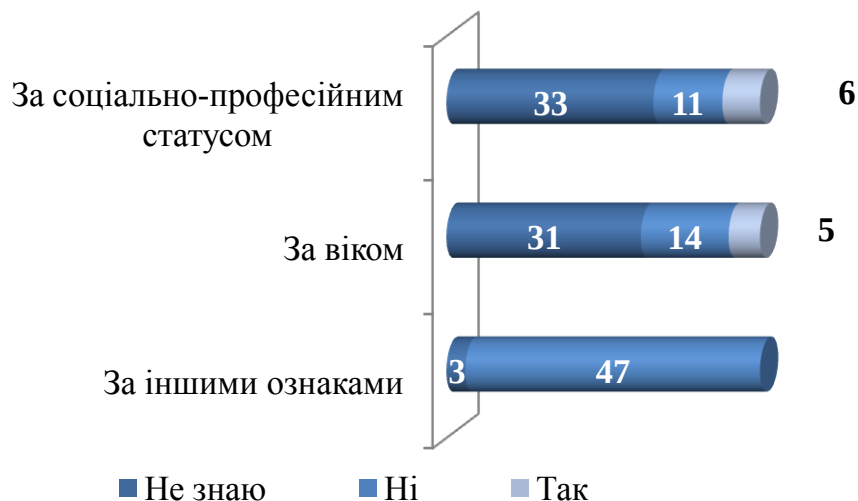


Рис. 5.13. Розподіл відповідей респондентом на запитання «Чи змінилася структура секс-бізнесу у місті за останні 5 років?»

6. ВИДИ СЕКСУАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Найбільш поширеними видами сексуальних послуг у місті є оральний та вагінальний секс – 38 та 32 згадування відповідно (див. рис. 6.1):

- «Оральний тому, що бояться заразитися; вагінальний» (26 років);
- «Оральний – подобається чоловікам; вагінальний – так приємно» (20 років).

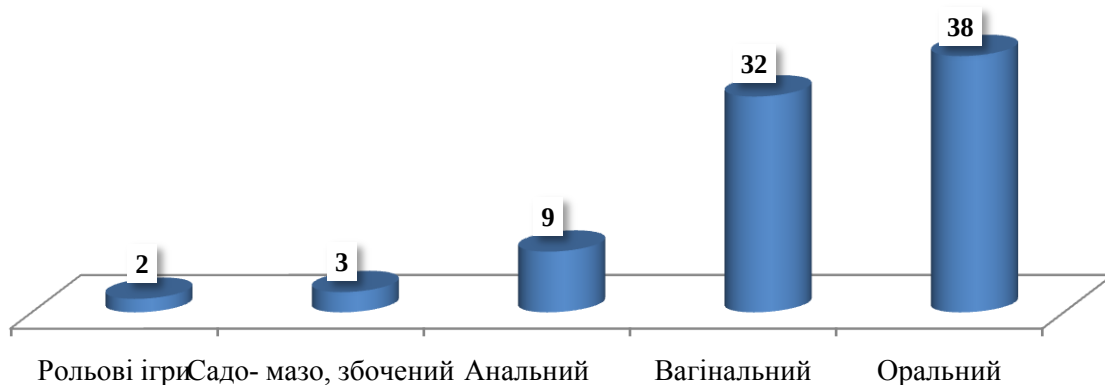


Рис. 6.1. Найпоширеніші в місті види секс-послуг (кількість згадувань, сума перевищує N)

Найбільша кількість опитаних заявили про неприйнятність садо-мазо, збоченого (21), групового (17) та анального (14) сексу (див. рис. 6.2). Причинами неприйнятності є

відчуття болю та ризик для здоров'я. Водночас, 7 респонденток сказали, що для них немає неприйнятних видів секс-послуг:

- «Анальний – геморой; груповий, садо-мазо –покалічать» (34 роки);
- «Анальний – негігієнічно, боляче; груповий – жорстко» (22 роки).

Вартість секс-послуг у місті починається від 50грн– це мінімальна плата за оральний секс (лише 2 респондентки надають цю послугу за 50–100 грн; див. рис. 6.3). Найпоширеніші цінові категорії – 100–150 та 200–250 грн. Максимальний ціновий поріг як орального, так і вагінального сексу становить 500 грн.

Вартість послуг анального сексу, який загалом є найдорожчим серед популярних видів, може досягати 800 грн, до того ж 22 респондентки із 50 не надають такої послуги. Загальноприйнятою тривалістю надання будь-якої із сексуальних послуг є 1 година, помітна диференціація є лише в разі надання послуг орального сексу (15 хв., 30 хв., за 1 раз, але все одно термін 1 година є характернішим).

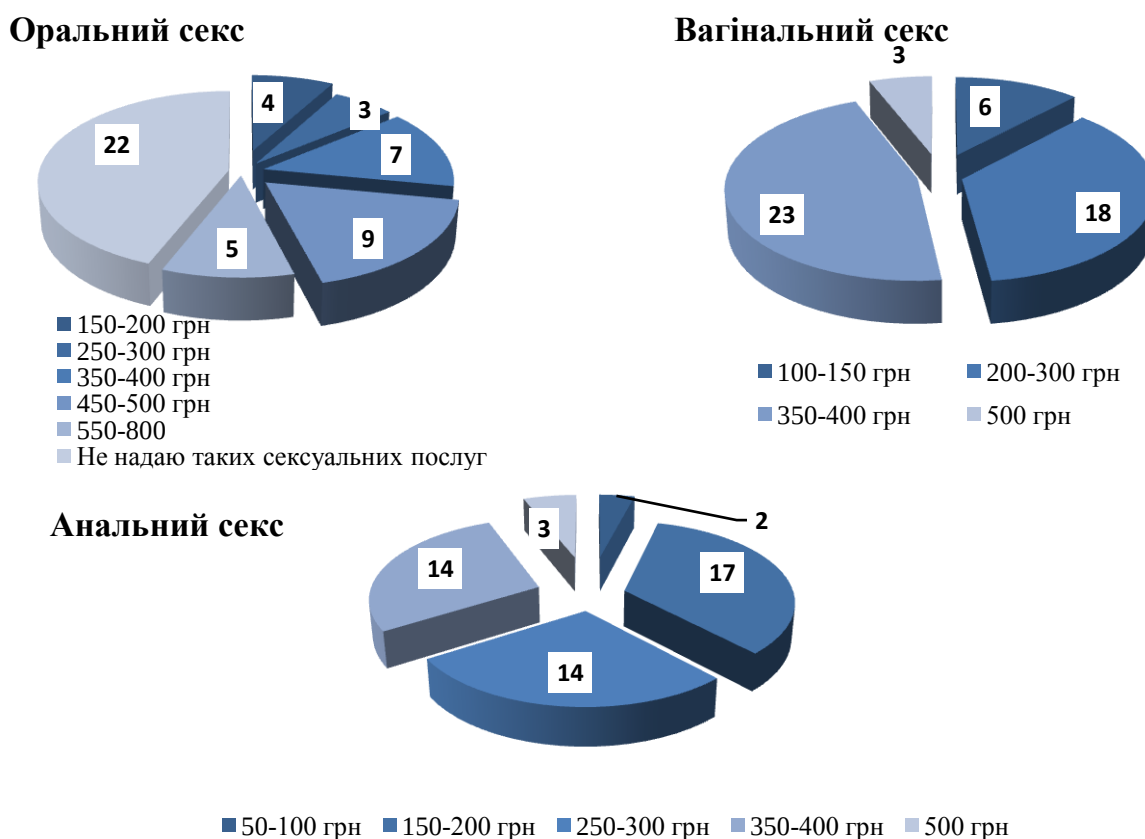


Рис. 6.3. Вартість надання найпоширеніших сексуальних послуг

12 ЖКС підтвердили можливість своєї участі у груповому сексі за 800–1000 грн, іще 8 опитаних погодяться на це за 200–600 грн. Досить важко також знайти в місті послуги сексу в збоченому вигляді – на це готові піти 9 респонденток із 50, яким клієнт повинен буде заплатити від 300 до 1600 грн.

7. СТОСУНКИ З ІНШИМИ ЖКС

ЖКС міста підтримують між собою доволі тісні взаємини – 31 респондентка вказала, що знає п'ятьох або більше інших дівчат, які надають сексуальні послуги у місті, причому 20 із них спілкуються із 10–20 іншими ЖКС. Характер таких стосунків, зі слів самих ЖКС, є нейтральним, а майже третина підтримує дружні, приятельські стосунки з іншими дівчатами (див. рис. 7.1.).



Рис. 7.1. Розподіл відповідей респонденток щодо характеру стосунків з іншими ЖКС (кількість згадувань, сума перевищує N)

8. ОСОБИСТА БЕЗПЕКА ТА ДОСВІД НАСИЛЬСТВА

Дві третини жінок (31), які працюють у сфері надання сексуальних послуг міста, почувають себе в безпеці (див. рис. 8.1). Опитані вважають, що їм нічого боятися, деякі

уточнили, що є людина, яка опікується питаннями безпеки, інші покладаються на самостійний вибір клієнтів та роботу переважно з постійними.

Водночас, 19 опитаних ЖКС почуваються внебезпеці через ризикованість своєї роботи та відсутність фізичної захищеності. Небезпека загрожувє, перш за все і в цілому від клієнтів, а також збоку представників правоохоронних органів.

«Чи почуваєте Ви себе у безпеці під час роботи у секс-бізнесі?»:



Рис. 8.1. Відчуття безпеки жінками комерційного сексу міста (кількість осіб)

Значна частка представниць секс-бізнесу міста (19) ігнорують питання безпеки – ані вони самі, ані хтось інший про це не піклується (див. рис. 8.2). Двадцятьом опитаним доводиться самостійно дбати про безпеку, і лише кожна п'ята може покластися на когось, хто її захистить.

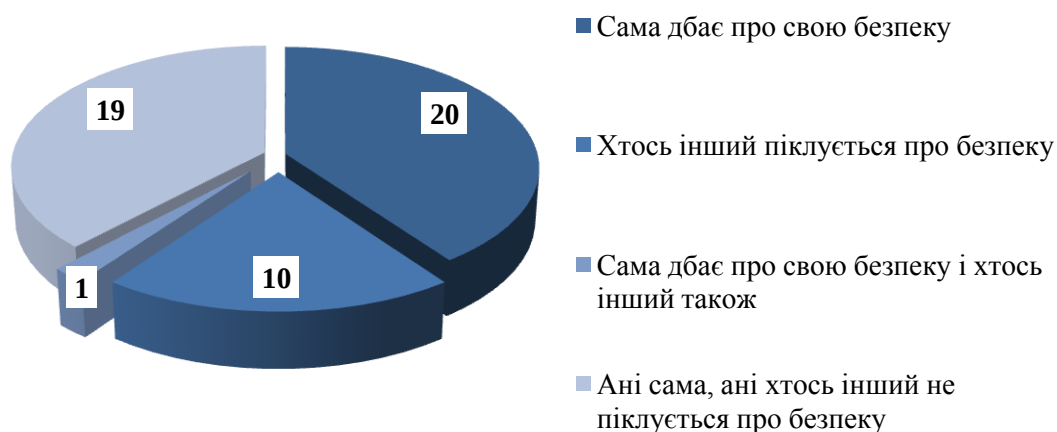


Рис. 8.2. Розподіл ЖКС відповідно до того, хто піклується про безпеку(осіб)

Серед ЖКС, які самостійно дбають про власну безпеку, популярністю користується такий засіб самооборони, як шокер, рідше – газовий балончик, газовий пістолет чи холодна зброя (див. рис. 8.3).

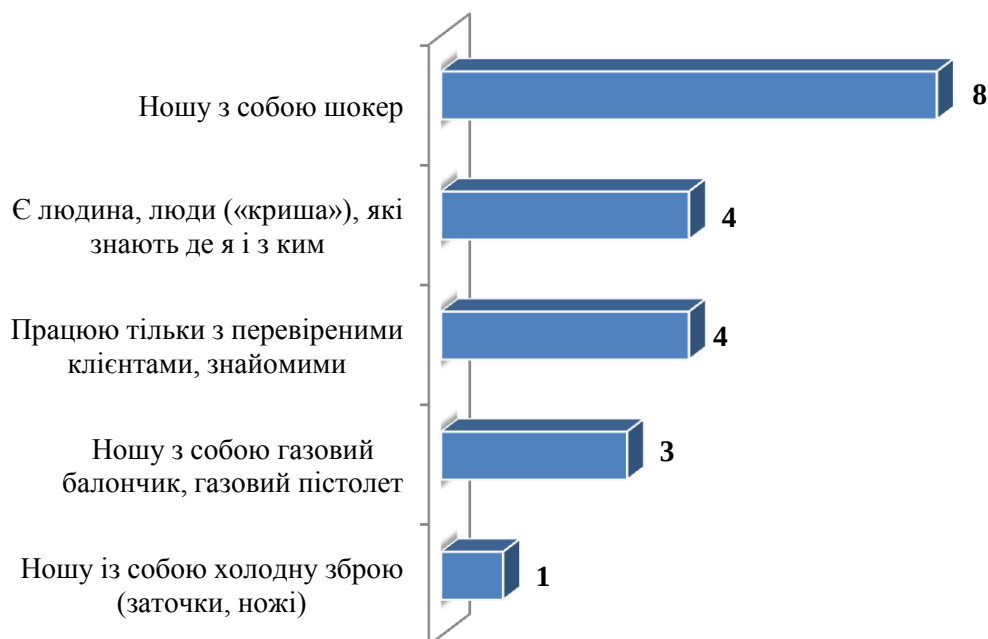


Рис. 8.3. Розподіл ЖКС, які самостійно піклуються про власну безпеку, відповідно до того, яким чином вони це роблять (кількість згадувань)

Жінки комерційного сексу у своїй практиці доволі часто стикаються із випадками примушення до надання сексуальних послуг, що є для них неприйнятними,— серед опитаних ЖКС таких більше третини (загалом 18). На запитання «Хто саме примушував?» більшість із них вказали, що це був клієнт (13), 4 дівчини вказали на працівників правоохоронних органів, двоє зазнали примусу від бандитів.

Дещо менша частка опитаних— 15 ЖКС — повідомили, що їм доводилося зазнавати насильства, перш за все, у сексуальній формі під час надання секс-послуг. Респондентки зазначають, що такі випадки є поодинокими і загалом трапляються досить рідко.

9. СЕКС-БІЗНЕС ТА ПРАВООХОРОННІ ОРГАНИ

Перш за все слід зазначити, що серед ЖКС існує побоювання правоохоронних органів як можливої загрози їх бізнесу та затримання. Це побоювання було виявлене ще на етапі рекрутування ЖКС та домовленості про участь у дослідженні.

Як уже було зазначено, 32 ЖКС вказали, що правоохоронні органи впливають на секс-бізнес — «кришують» (7 ЖКС), охороняють ЖКС за відсоток (7 ЖКС), мають свої відсотки за можливість ЖКС працювати (6 ЖКС), заважають працювати (5 ЖКС) та забирають у відділення (3 ЖКС).

Більше половини ЖКС вказали, що працівники правоохоронних органів були серед їхніх клієнтів. Їх частку різні ЖКС оцінили від 10% до 30% серед загалу клієнтів. П'ята частина ЖКС вказали, що працівники правоохоронних органів були їхніми клієнтами як за останні 12 місяців, так і за останні 30 днів.

Протягом останнього року 15 із 50 опитаних ЖКС були затримані правоохоронними органами міста, на п'ятьох із них було складено протокол затримання, а 4 респондентки підтвердили досвід перебування в СІЗО (одній із них довелося побувати там 15 разів).

Третина ЖКС (17) відповіли, що платили міліції за непритягнення їх до відповідальності, більшість із них платили з власної кишені, лише за трьох заплатив сутенер. Що стосується насильства з боку правоохоронних органів, то від нього потерпали 14 із 50 опитаних жінок. Кожна з них зазнала морального насильства, а в 13 випадках із 14 мало місце примушення до сексу (див. рис. 9.1).

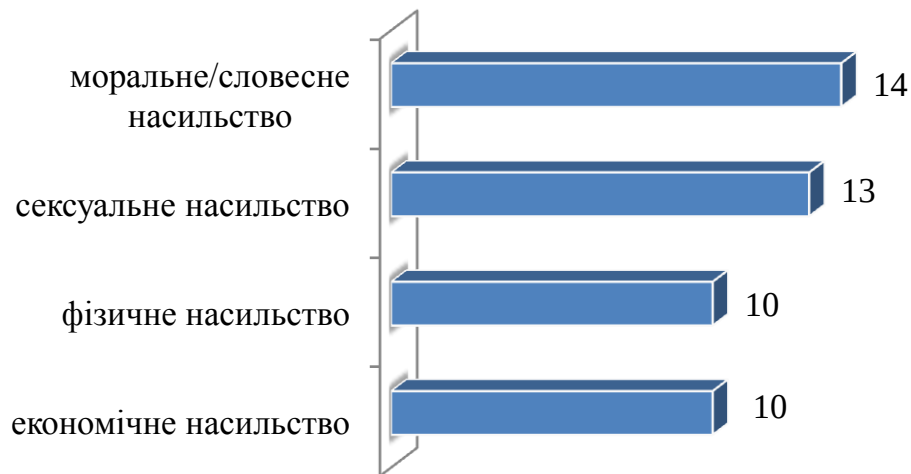


Рис. 9.1. Розподіл відповідей респонденток, які зазнали насильства з боку правоохоронних органів, щодо його видів (кількість згадувань, сума перевищує N)

10. ДОСТУП ДО МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

ЖКС міста в цілому недбало ставляться до свого здоров'я – половина опитаних висловили повну (10) або помірну (15) байдужість до власного здоров'я (див. рис. 10.1). Лише третина опитаних регулярно відвідують лікарів та проходять медичне обстеження і приблизно така ж кількість ЖКС, піклуючись про своє здоров'я, намагаються дотримуватися здорового способу життя – займаються спортом, контролюють вагу та харчування.



Рис. 10.1. Розподіл відповідей респонденток щодо піклування про своє здоров'я (кількість згадувань, сума перевищує N)

Лише 13 респонденток проходять медичний огляд частіше ніж 1 раз на півроку, 14 опитаних дали неконкретну відповідь, на зразок «рідко» (див. рис. 10.2). Щонайрідше – 1 раз на 3 місяці, а найчастіше – раз на місяць проходить медогляд кожна п'ята ЖКС. З рисунка видно, які причини підштовхують респонденток звернутися до лікаря: погане самопочуття, погіршення стану здоров'я, турбота про здоров'я, обов'язкове проходження медогляду (мед книжка).

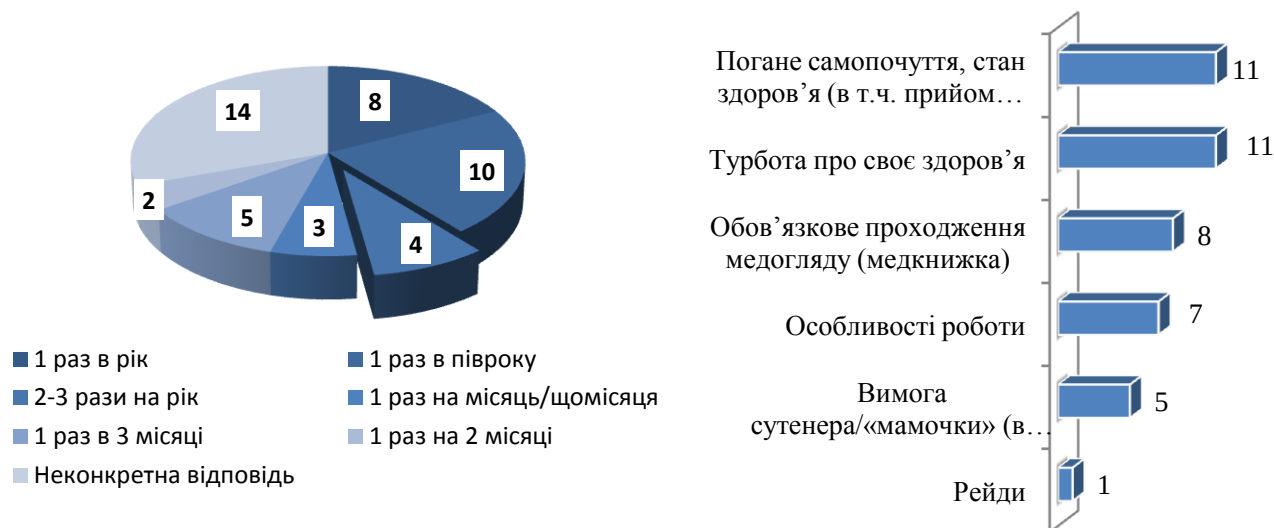


Рис. 10.2. Розподіл ЖКС за регулярністю проходження медичного огляду (осіб) та причини, що підштовхують ЖКС звернутися до лікаря (кількість згадувань)

На запитання «Як Ви обираєте лікаря?» 35 опитаних відповіли, що роблять це самостійно (в т.ч. за місцем проживання) – *«...прийшла в поліклініку до дільничного лікаря, і він послав мене до лікарів» (18 років)*. 45 із 50 опитаних ЖКС протягом останніх 12 місяців відвідували лікаря, причому всі зверталися саме до гінеколога, а частина ще й до інших лікарів (див. рис. 10.3)

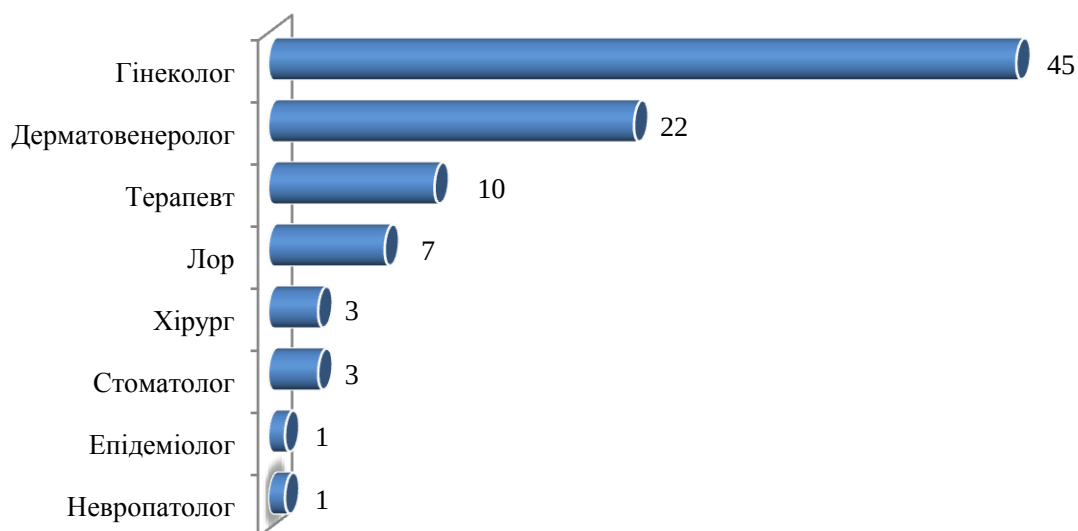


Рис. 10.3. Розподіл відповідей респонденток на запитання «До яких лікарів Ви зверталися за останні 12 місяців»(кількість згадувань, сума перевищує N)

Найістотніша частка респонденток користуються безкоштовною медициною за місцем проживання чи навчання або ж за візити до лікаря здійснюють незначні неофіційні платежі: «Не плачу гроші, для студентів все безкоштовно» (20 років). Найбільше коштів, як за один візит, так і в сукупних витратах на лікарів протягом року, спрямовується на оплату послуг гінеколога (див. рис. 10.4 та 10.5).

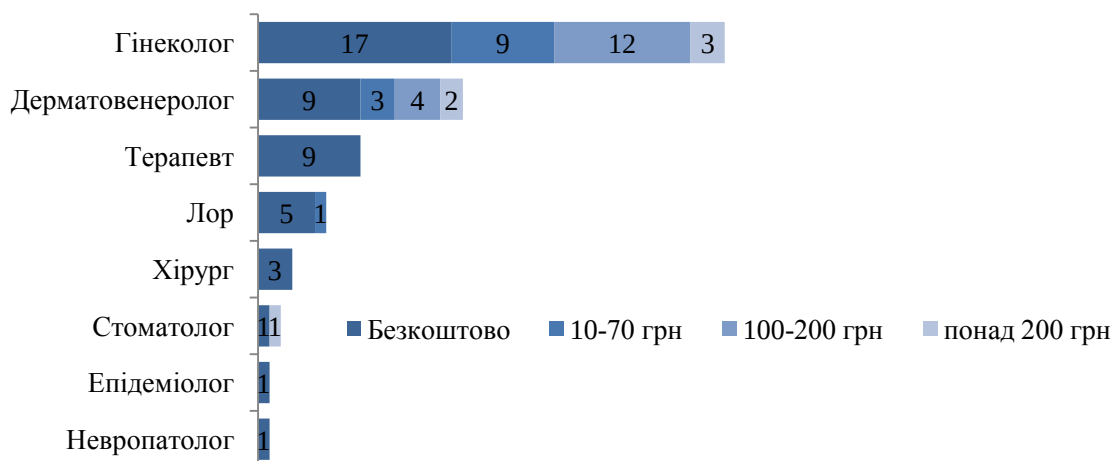


Рис. 10.4. Розподіл респонденток, які зверталися до лікарів за останні 12 місяців, відповідно до обсягу витрат на один візит до лікаря(осіб, за виключенням пропущених)

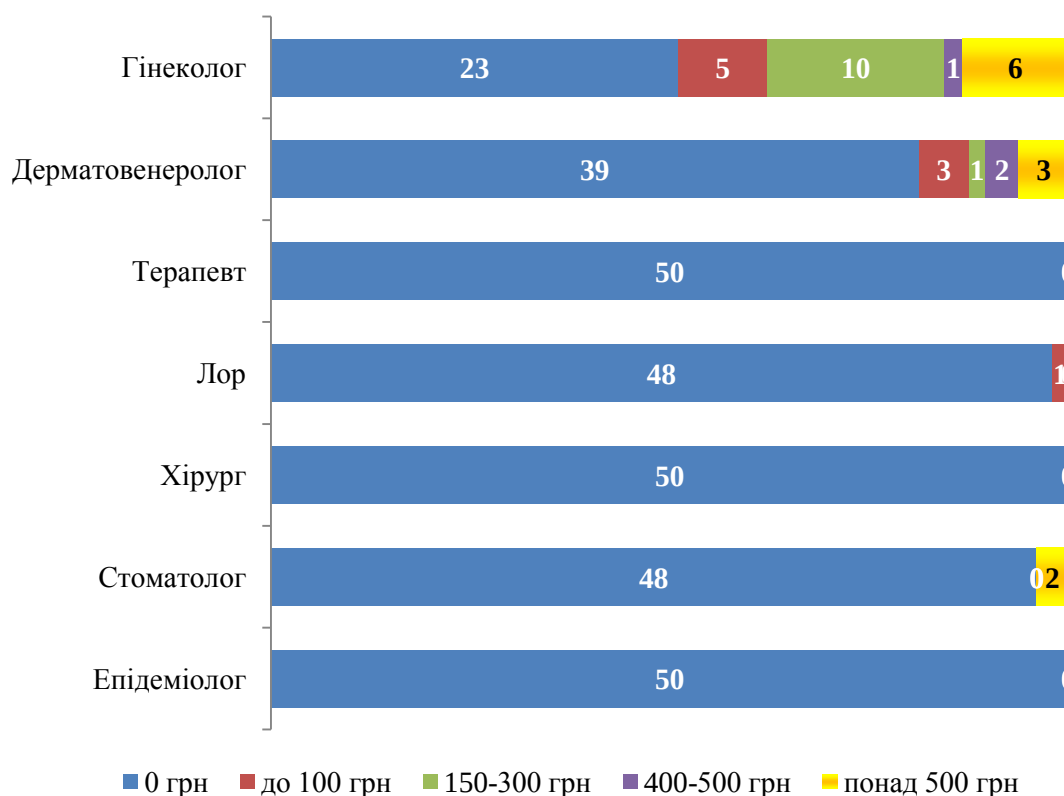


Рис. 10.5. Розподіл відповідей ЖКС щодо обсягу витрат на візити до лікарів за рік
($N=50$, за виключенням пропущених)

Тож витрати ЖКС, які працюють у місті, в цілому на лікарів протягом року є незначними – 22 опитані взагалі не витратили жодної гривні, а ще 10 витратили до 200 грн (див. рис. 10.6)

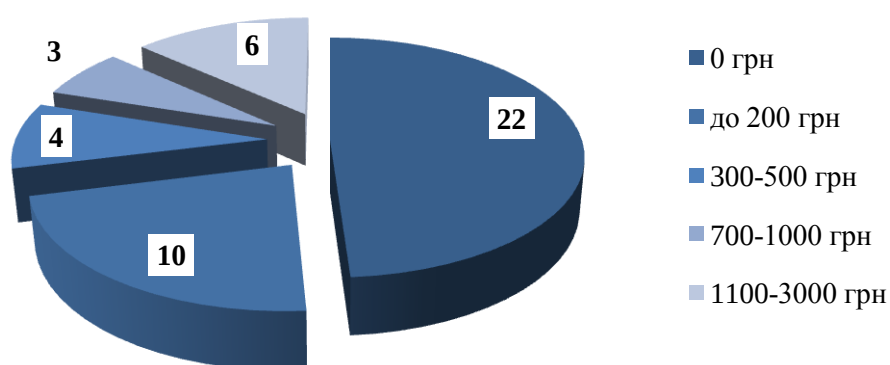


Рис. 10.6. Розподіл респонденток, які зверталися до лікарів за останні 12 місяців, відповідно до обсягу витрат на лікарів у цілому (осіб, $N=45$)

Жінки комерційного сексу не соромляться своєї професії перед працівниками медичних закладів, – лише 5 із 50 респонденток вказали, що їм незручно звертатися до

лікаря. Однак, лише 15 опитаних під час відвідування лікаря повідомляють йому про те, що працюють у сфері надання секс-послуг, у той час як решта не вважає за потрібне це робити(див. рис 10.7)



Рис. 10.7. Розподіл відповідей респонденток, які відповіли, що не повідомляють лікарям свою приналежність до секс-бізнесу, на запитання «Чому ні?» (N=29)

Під час проведення опитування респондентки мали назвати хвороби, що передаються статевим шляхом (див. рис. 10.8). Найбільшу кількість згадувань мають такі хвороби, як ВІЛ-інфекція, сифіліс, СНІД, а також гонорея.

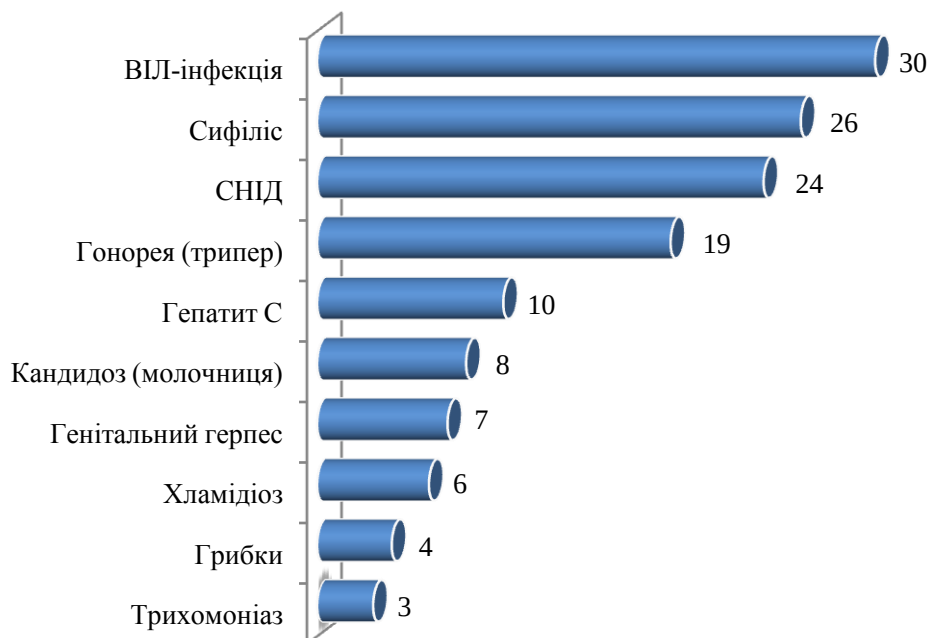


Рис. 10.8. Обізнаність ЖКС щодо хвороб, які передаються статевим шляхом (кількість згадувань, сума перевищує N)

Більшість опитаних жінок визнають, що мають ризик інфікування ВІЛ (див. рис. 10.10): «так» відповіли 38 опитаних, ще 11 ЖКС вважають, що для них такого ризику немає, а одна респондентка сказала, що не знає такої хвороби.



Рис. 10.10. Самооцінка ризику інфікування ВІЛ



Рис. 10.11. Розподіл відповідей респонденток на запитання «Чи робили Ви тест на ВІЛ/СНІД?» (осіб)

Згідно з даними опитування, двом третинам респонденток вже доводилося робити тест на ВІЛ/СНІД (див. рис. 10.11). А протягом останнього року його проходили 33 ЖКС. Більшість із тих, хто проходив тестування, робили це в громадських організаціях міста. Усі респондентки, що проходили тест, зазначили, що отримали його результати.

1. ДОСТУП ДО ВІЛ-ПРОФІЛАКТИЧНИХ ПОСЛУГ

У цілому можна констатувати невисокий рівень обізнаності респонденток щодо діяльності в місті громадських організацій, котрі надають послуги жінкам комерційного сексу,— 22 респондентки із 50 змогли виявити певну обізнаність. Із них 19 опитаних назвали ГО «Громадське здоров'я», 16 згадувань стосувалися ГО «Світло надії», іще 2 опитаних згадали *Полтавський обласний центр профілактики та боротьби зі СНІДом*.²¹ ЖКС відповіли, що зверталися за послугами до громадських організацій. На рисунку 11.1. відображено кількість опитаних, які отримували певні види послуг. Серед таких послуг найпопулярнішими є *безкоштовне тестування на ВІЛ/СНІД, отримування презервативів, безкоштовне тестування на венеричні захворювання, отримування інформаційних матеріалів*— відповідно 16, 15, 13 та 11 респонденток вказали, що користувалися саме цими послугами. Крім того, половина опитаних (26) знають інших дівчат, які користуються послугами громадських організацій (у коментарях респонденток також були згадані названі вище організації). На рисунку також наведено дані щодо того, якими послугами користувалися інші ЖКС (найчастіше відомо про таку послугу, як отримування презервативів).

Усі респондентки, які раніше звернулися до громадських організацій міста, продовжують і зараз користуватися їхніми послугами та цілком задоволені якістю їх надання.⁴ ЖКС наразі розглядають можливість виступити в ролі аутрич-працівника/волонтера/соціального працівника громадської організації, щоб допомагати іншим дівчатам, які працюють у секс-бізнесі. Повністю задовольняє якість наданих послуг і тих ЖКС, про яких відомо респонденткам.

Лише 6 із 50 опитаних ЖКС сказали, що отримували пропозиції щодо послуг громадських організацій через інших дівчат або ж безпосередньо на точках пошуку клієнтів.

У відповідях на запитання щодо послуг громадських організацій, які хотіли б отримувати, опитані найчастіше наголошували на тому, що всього достатньо (13

згадувань, див. рис 11.2), 14 опитаних ЖКС відповіли, що не бажають отримувати жодних послуг від громадських організацій.



Рис. 11.1. Розподіл відповідей респонденток щодо того, якими видами послуг громадських організацій міста користувалися вони та інші знайомі ЖКС (кількість згадувань, сума перевищує N, N=22)



Рис. 11.2. Розподіл відповідей респонденток щодо того, які види послуг громадських організацій міста вони хотіли б отримувати (кількість згадувань, сума перевищує N)

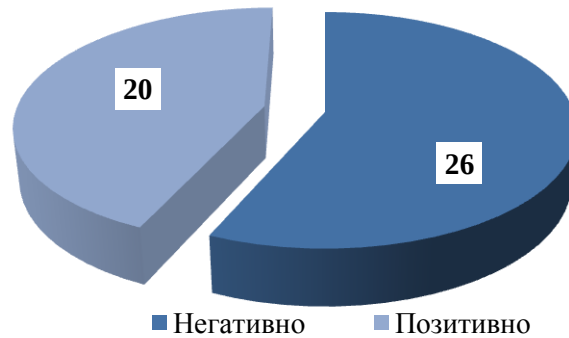
12. СТАВЛЕННЯ ЖКС ДО ЛЕГАЛІЗАЦІЇ СЕКС-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Думки жінок комерційного сексу, які працюють у місті, щодо легалізації секс-бізнесу в Україні розділились: 20 респонденток висловились «за», 26 – «проти» (див. рис. 12.1). Прихильниці ідеї легалізації перш за все сподіваються на отримання соціальних гарантій та захисту:

- «Якщовибравтакий шлях, тохоч був би якийсьзахист» (40 років).

Ті ж, хто виступає проти узаконення, говорять, що ця робота має для них тимчасовий характер та є вимушеною, тобто не бажають ототожнювати себе із цією професією:

- *«Мененужденність змусила, може, для когось це задоволення – ось той нехай і легалізується» (18 років).*



«Як Ви ставитесь до тієї думки, що необхідно легалізувати секс-бізнес в Україні?»:

Негативно, тому що...

... всі дізнаються про те, чим я займаюсь (6)
... ця професія не на все життя(5)
... податки(3)

Позитивно, тому що...

... не потрібно буде більше боятися міліції та ховатись(7)
... у нас з'являться права та соціальні гарантії (6)

Рис. 12.1. Розподіл ЖКС за ставленням до легалізації секс-бізнесу в Україні (осіб, N=46)

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

Соціально-демографічні характеристики опитаних не відрізняються від загалу ЖКС, яких було досягнуто під час моніторингового біоповедінкового опитування. Переважну більшість складають дівчата віком 20–34 роки. Середній вік опитних у зондажному дослідженні – 24 роки, в біоповедінковому – 26 років.

Залучення до надання комерційних послуг у місті дає можливість жінкам мати дохід, який в 1,8 разу перевищує середній дохід по області. більшість жінок (36 із 50 опитаних) вказали заробіток від секс-бізнесу як єдине джерело доходу.

Більше половини ЖКС є корінним мешканками Полтави, близько 40% приїхали до обласного центру з метою навчання.

П'ята частина опитаних ЖКС не мають у живих обох батьків. Половину до 15 років виховували рідні батьки, третину – один з батьків (як правило – мати), кожна сьома зростала без батьків (в інтернатному закладі, прийомній сім'ї або в сім'ї родичів). 19 із 50 опитаних повідомили, що їхні близькі знають про те, що вони надають сексуальні послуги за винагороду. Передусім – це найближчі родичі опитаних (мати або брат чи сестра).

Майже всі опитані (крім трьох ЖКС) розпочали сексуальні стосунки до набуття повноліття. Майже половина опитаних – з невеликим стажем роботи в секс-бізнесі: 15 ЖКС – менше року, ще 8 – від року до двох. Основною причиною залучення до надання сексуальних послуг став матеріальний чинник. Слід зазначити, що в Полтавській області рівень безробіття серед жінок сягає 9,6%. Частина опитаних вказали, що починали надання секс-послуг у розрахунок на додатковий заробіток, але, зважаючи на досить високий рівень оплати, обирали цю «економічну» діяльність як основний вид заробітку. Більше половини отримали пропозицію залучитися до такого виду заробітку від подруг, знайомих або організаторів секс-бізнесу. А дві з п'яти опитаних – самостійно почали заробляти на секс-послугах. Негативні оцінки пов'язані із соціально-психологічним дискомфортом від необхідності продавати себе, залежності від ситуації та незнайомих чоловіків.

Щодо структури організації секс-бізнесу в Полтаві – значна частина опитаних не обізнані, можливо, через незначний «стаж роботи». Половина вважає, що кожна точка працює окремо. Отже можна зробити висновок, що в Полтаві не існує єдиної

організованої структури секс-бізнесу, проте між організаторами існує неформальний поділ територій. Існує також практика виїзду в інші міста за викликом. З 50 опитаних 32 вказали, що правоохоронні органи впливають на секс-бізнес – «кришують», охороняють ЖКС, мають свої відсотки з доходів;²³ – що кримінальні угруповання впливають («кришують», охороняють, примушують до безкоштовних послуг). 13 респонденток вказали на існування впливу на ситуацію із секс-бізнесом міста з боку громадських організацій, однак жодна із них не змогла пояснити, у чому полягає такий вплив.

Серед груп ЖКС у місті – «трасові», «за викликом», «VIP (елітні, валютні)» «індивідуалки». Більшість самотійно встановлює графік роботи та можуть його змінювати за наявності поважних причин. Майже всі ЖКС міста в основному використовують пасивний пошук клієнтів, тобто клієнти самі звертаються за наданням послуг. 49 ЖКС сказали, що не вони, а їх шукають, лише 14 дівчат інколи вдаються до самотійного пошуку. Близько половини користуються телефонами, Інтернетом. Формування клієнтської бази ЖКС у місті можна описати як «ланцюгову реакцію»: клієнти самі передають контактну інформацію дівчат своїм знайомим і таким чином допомагають розширити коло споживачів їхніх послуг.

Типовим клієнтом є самотній чоловік з грошима, бізнесмени, іноземці. Більше половини ЖКС вказали, що за останні 12 місяців працівники правоохоронних органів були серед їхніх клієнтів. Їх частку різні ЖКС оцінили в межах від 10% до 30% серед загалу клієнтів. Переважна більшість ЖКС має клієнтів, які звертаються до неї неодноразово. Кількість різних клієнтів за добу коливається від 1 до 10 (середнє значення – 2,4), за місяць – від 2 до 100 (середня кількість – 28,5), за рік – до більш ніж 300 клієнтів, а середнє розрахункове сягає 247 клієнтів. Зважаючи на невеликий стаж роботи в секс-бізнесі, більшість ЖКС виявилися необізнаними щодо змін у структурі клієнтів секс-бізнесу в місті за останні роки.

Найбільш поширеними видами сексуальних послуг у Полтаві є оральний та вагінальний секс (38 та 32 згадування відповідно). Найбільша кількість опитаних заявили про неприйнятність садо-мазо, збоченого (21), групового (17) та анального (14) сексу.

Більше половини (31 опитана) почувають себе в безпеці під час роботи. Питаннями особистої безпеки опікуються або самі представниці секс-бізнесу (мають при собі шокер, газовий балончик або газовий пістолет, працюють тільки з перевіреними

клієнтами), або це роблять їхні «кришувальники». Третина ЖКС зазнавали насильства під час надання секс-послуг, хоча зазначають, що такі випадки трапляються рідко.

Серед ЖКС існує побоювання правоохоронних органів як можливої загрози своєму бізнесу та затримання. Це побоювання було виявлене ще на етапі рекрутування ЖКС та домовленості про участь у дослідженні. Протягом останнього року 15 із 50 опитаних ЖКС були затримані правоохоронними органами міста, на п'ятьох із них було складено протокол затримання, а 4 респондентки підтвердили досвід перебування в СІЗО (одній із них довелося побувати там 15 разів). Третина ЖКС (17) відповіли, що платили міліції за непритягнення їх до відповідальності, більшість із них платили з власної кишені, лише за трьох заплатив сутенер. Що стосується насильства з боку правоохоронних органів, то від нього потерпали 14 із 50 опитаних жінок. Кожна з них зазнала морального насильства, а в 13 випадках із 14 мало місце примушення до сексу.

ЖКС м. Полтави в цілому недбало ставляться до свого здоров'я – половина опитаних висловили повну або помірну байдужість до власного здоров'я. Лише третина опитаних регулярно відвідують лікарів та проходять медичне обстеження. Для більшості ЖКС медичні послуги є доступними за місцем проживання. Найчастіше відвідують гінеколога та дерматолога. Більшість адекватно оцінюють ризик інфікування ВІЛ, 33 ЖКС з 50 проходили тест на ВІЛ протягом останніх 12 місяців.

Обізнаність щодо діяльності громадських організацій та послуг, які вони надають, недостатня – менше половини знають про ГО в місті та про можливі послуги. Досвід звернення до ГО зазначили 21 опитана, які продовжують користуватися послугами ГО та задоволені якістю. Незважаючи на досвід користування послугами, запит на них не сформований – 14 ЖКС відповіли, що не бажають отримувати жодної послуги, ще 6 не надали відповідь.

Думки жінок комерційного сексу, які працюють у місті, щодо легалізації секс-бізнесу в Україні розділилась: 20 респонденток висловились «за», 26 – «проти». Прихильниці ідеї легалізації є сподіваються, передусім, на отримання соціальних гарантій та захисту.

КЛЮЧОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОФІЛАКТИЧНИХ ПРОГРАМ

1. Слід наголосити на необхідності подальшого вивчення *ситуації із секс-бізнесом у Полтаві*. Доцільно знайти вихід на організаторів секс-бізнесу для більш глибокого розуміння організаційної структури секс-бізнесу та шляхів ефективного розвитку профілактичних послуг.
2. Необхідно суттєво *збільшити охоплення ЖКС* послугами, розширювати коло ЖКС – клієнтів громадських організацій, популяризувати послуги цих організацій, *розвивати мобільні послуги*.
3. Для підвищення рівня охоплення ЖКС послугами доцільно підвищувати мотивацію щодо збереження власного здоров'я та безпечної поведінки.
4. Доцільно поширювати інформацію щодо діяльності ГО та послуг серед *організаторів секс-бізнесу у місті*.
5. Громадським організаціям необхідно *включити до спектра послуг питання особистої безпеки ЖКС, формування навичок самозахисту, а також впроваджувати різні форми психологічної допомоги*, особливо тим ЖКС, які зазнали насильства.
6. Важливим компонентом має стати *робота з працівниками правоохоронних органів*, зокрема з питань прав людини та ризиків ВІЛ-інфікування.