

КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПЕРАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

**«ЭТНОГРАФИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
СЕКС-БИЗНЕСА В ОТДЕЛЬНЫХ
РЕГИОНАХ УКРАИНЫ»**

Київ–2013

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ВИЧ — вирус иммунодефицита человека;

ЖКС — женщины, предоставляющие сексуальные услуги за плату;

ИППП (ЗППП) — инфекции (заболевания), передающиеся половым путем;

ЛЖВ — люди, живущие с ВИЧ;

НПО — неправительственная организация;

ПИН — потребители инъекционных наркотиков;

СПИД — синдром приобретенного иммунодефицита.

ОГЛАВЛЕНИЕ

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ	2
ВВЕДЕНИЕ	4
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	8
1. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕКС-БИЗНЕСА В УКРАИНЕ	8
2. ИСТОРИКО-БИОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЖКС.....	11
2.1. Социализация в детском и подростковом возрасте	11
2.2. Вовлечение в секс-бизнес.....	12
3. СТИЛЬ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ЖКС.....	15
3.1. Работа с клиентами	15
3.2. Забота о своей внешности.....	17
3.3. Семейные и другие обязанности.....	18
3.4. Отдых и досуг	18
4. СОЦИАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ ЖКС.....	19
4.1. Родственники	19
4.2. Подруги и коллеги по работе	20
4.3. Клиенты.....	21
4.4. Работодатели.....	21
4.5. Полиция	22
4.6. НПО	22
5. ОСОБЕННОСТИ СЕКСУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ	23
5.1. Сексуальные практики с коммерческими партнерами.....	23
6. РИСКОВАННЫЕ ПРАКТИКИ И ЗАВИСИМОСТИ.....	25
6.1. Употребление алкоголя	25
6.2. Наркоупотребление	25
6.3. Кальян	26
7. КОНТРОЛЬ И СОХРАНЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ.....	27
РЕКОМЕНДАЦИИ.....	28

ВВЕДЕНИЕ

Предпосылки исследования

Данные эпиднадзора свидетельствуют о том, что на сегодняшний день Украина остается в категории стран с эпидемией ВИЧ-инфекции, которая сконцентрирована в отдельных группах населения высокого риска инфицирования, в частности потребителей инъекционных наркотиков. Относительно динамики эпидемического процесса ВИЧ-инфекции среди ПИН в Украине, в соответствии с данными рутинного эпидемиологического надзора, с 1999 по 2006 год, происходило увеличение абсолютного количества ПИН среди новых случаев ВИЧ-инфекции при ежегодном уменьшении их доли среди общего числа ЛЖВ. Последние 5 лет (2006–2010 гг.) регистрируется почти одинаковое абсолютное количество новых случаев ВИЧ-инфекции среди ПИН при сохранении тенденции к уменьшению доли ПИН¹.

Однако при анализе доминирующих путей передачи ВИЧ установлено, что с 1995 по 2007 год основным путем передачи возбудителя был парентеральный, когда речь шла преимущественно о инъекционном введении наркотиче-

ских веществ. В 2008 году произошла смена путей передачи ВИЧ — доля полового пути передачи превысила парентеральный при инъекциях наркотиков. В 2011 году продолжался рост (до 49%) доли лиц, инфицированных половым путем, и уменьшение удельного веса инфицированных при введении наркотических веществ инъекционным путем — до 31%². Данные эпиднадзора свидетельствуют о том, что новая волна инфицирования ВИЧ половым путем тесно связана с опасным сексуальным поведением ПИН, их половых партнеров и женщин, предоставляющих сексуальные услуги за плату (ЖКС).

Ситуация в Украине ухудшается также из-за привлечения большого количества девушек и женщин в секс-бизнес, негативного отношения общества к ЖКС, их маргинализации и стигматизации, что, в свою очередь, способствует их самостигматизации, равнодушному отношению к собственному здоровью и жизни, криминализации³.

Учитывая это, актуальным является изучение «жизненного мира» ЖКС, описание их жизнедеятельности и моделей поведения посредством этнографического исследования. Полученная в ходе исследования информация будет полезна для понимания стиля жизни и менталитета ЖКС, разработки новых подходов к профилактике ВИЧ среди этой целевой группы.

¹ ВІЛ-інфекція в Україні. Інформаційний бюлетень № 35. — К.: Міністерство охорони здоров'я України, Український центр профілактики і боротьби зі СНІДом МОЗ України, ДУ "Інститут епідеміології та інфекційних хвороб ім. Л.В. Громашевського НАМН України", Центральна санітарно-епідеміологічна станція МОЗ України, 2011. — 62 с.

² ВІЛ-інфекція в Україні. Інформаційний бюлетень № 37. — К.: Міністерство охорони здоров'я України, Український центр профілактики і боротьби зі СНІДом МОЗ України, ДУ "Інститут епідеміології та інфекційних хвороб ім. Л.В. Громашевського НАМН України", Центральна санітарно-епідеміологічна станція МОЗ України, 2012. — 9 с.

³ За підрахунками експертів оціночна кількість ЖКС в Україні складає 78000 осіб.

Цель и задачи исследования

Цель: анализ и описание стиля жизни, основных моделей поведения ЖКС в повседневной жизни в отдельных регионах Украины.

Задачи исследования:

1. Собрать данные у ЖКС, их ближайшего окружения относительно:

- стиля повседневной жизни ЖКС (физической, эмоциональной, психологической и других ее составляющих);
- семейного положения и особенностей семейной жизни (отношения между ЖКС и родителями, детьми, мужем, близкими родственниками и т.п.);
- взаимоотношений ЖКС с внешним социальным окружением (сутенеры, другие ЖКС, клиенты, сотрудники органов внутренних дел, социальные работники НПО и др.);
- источников существования (трудоустройство, особенности заработка, социальные выплаты и т.п.);
- практик употребления алкоголя и наркотических веществ;
- отношения к собственному здоровью, особенностей решения проблем со здоровьем, включая обращения в медицинские учреждения и причины, препятствующие обращению;
- роли ВИЧ-сервисных НПО в жизнедеятельности ЖКС (включая качество услуг, отношение сотрудников НПО глазами ЖКС, потребностей и ожиданий ЖКС от НПО и их сотрудников и т.п.).

2. Разработать рекомендации относительно основных путей улучшения профилактической работы с ЖКС.

Территориальный охват: гг. Киев, Одесса, Донецк, Львов.

Стратегия исследования и методология

Методы исследования:

- глубинные интервью с ЖКС биографического характера;
- модифицированная социометрия;
- глубинные интервью с «работодателями» ЖКС (сутенерами, «мамочками»);
- невключенное наблюдение за ЖКС, во время которого респондентке известно о присутствии наблюдателя.

Ключевым источником информации в ходе исследования стали сами женщины, предоставляющие сексуальные услуги за плату.

Глубинные интервью с ЖКС проходили в формате личной беседы. По окончании интервью респондентки заполняли бланки социометрического измерения: «Социальное окружение ЖКС» и «Описание типового рабочего дня ЖКС».

Опрос ЖКС проводился непосредственно в местах предоставления ими секс-услуг (квартира, трасса, улица, вокзал и т.п.) либо в офисах ВИЧ-сервисных НПО. За некоторыми из респонденток, предварительно получив их согласие, интервьюеры вели наблюдение.

Результаты наблюдения фиксировались в специально разработанном протоколе, который нумеровался таким образом, чтобы его можно было соотнести с номером глу-

бинного интервью, проведенного с данной респонденткой. Длительность наблюдения составляла от 2 до 8 часов.

Информация, полученная от ЖКС, сопоставлялась с результатами опроса их «работодателей», т.к. исходя из опыта предыдущих исследований, ответы представителей этих групп часто отличаются, особенно, когда речь идет о таких аспектах, как распространенность рискованных сексуальных практик и вредных привычек среди ЖКС, их отношение к собственному здоровью и т.п.

Рекрут ЖКС и «работодателей» для участия в исследовании проводился через социальных работников ВИЧ-сервисных проектов и нескольких «работодателей», с которыми АЦ «Социоконсалтинг» наладил прямое взаимодействие во время опроса ЖКС в 2011 г. Это позволило сравнить ответы ЖКС и «работодателей» в зависимости от наличия/отсутствия у них опыта сотрудничества с ВИЧ-сервисными НПО.

В ходе исследования было опрошено 45 ЖКС в четырех крупных городах Украины: по 11 ЖКС в Донецке, Львове, Одессе и 12 ЖКС в Киеве.

Средний возраст опрошенных ЖКС — 32 года. Большинство респонденток относятся к возрастным группам 21-29 лет (14 ЖКС) и 30-39 лет (21 ЖКС). Самой молодой из опрошенных девушек было 20 лет, самой старшей — 50 лет.

У 26 респонденток есть дети, большинство из них (23 ЖКС) на момент исследования или раньше имели мужа/постоянного партнера.

Большинство опрошенных ЖКС предоставляют услуги на квартирах, в гостиницах, саунах, а также в машинах клиентов и прочих местах, куда их пригласит клиент. Только 9 опрошенных работают на трассе.

Также было опрошено 8 работодателей, по два в каждом из городов, попавших в выборку, в том числе четверо мужчин и четыре женщины. Все опрошенные — люди среднего возраста (от 32 до 52 лет) с солидным опытом работы в сфере секс-бизнеса. Так, четверо опрошенных пришли в эту сферу 5–10 лет назад, остальные — еще раньше.

Большинство работодателей выполняют довольно разносторонние функции. Они не только выступают в качестве посредников между клиентами и ЖКС, а также между ЖКС и людьми, «крышующими» секс-бизнес. Многие работодатели решают ряд других организационных и бытовых вопросов, связанных с оказанием секс-услуг, например:

- организация охраны, транспорта для ЖКС,
- аренда квартиры или взаимодействие с персоналом гостиниц, мотелей, саун, куда ЖКС может поехать со своим клиентом,
- организация уборки в съемном жилье,
- пошив костюмов для ролевых игр (если подобные услуги предоставляются),
- обеспечение доступной для ЖКС медицинской помощи и т.п.

Ограничения исследования

Наиболее существенное ограничение исследования связано с неискренностью ЖКС. Практически все девушки пытались выглядеть лучше в глазах интервьюеров, а клиентки НПО, к тому же, старались отвечать «правильно», чтобы не подводить сотрудников НПО. По наблюдениям интервьюеров, чаще всего респондентки пытались приукрасить действительность, отвечая на вопросы о рискованных сексуальных практиках (в частности, утверждали, что используют презерватив практически всегда и со всеми клиентами), употреблении алкоголя и наркотиков (существенно приуменьшали как частоту их употребления, так и количество), количестве обслуживаемых клиентов (уменьшали, иногда в два-три раза). Многие девушки, работающие «под опекой» работодателя, в ходе интервью отрицали этот факт, всячески старались создать образ независимой ни от кого индивидуалки.

Ведение диктофонной записи интервью еще более осложняло ситуацию: по наблюдениям интервьюеров, стоило им включить диктофон, и поведение девушек заметно менялось. Они ощущали себя «на сцене» и начинали «играть на публику», пытаясь создать определенный образ. Кроме отрицания рискованных практик и употребления психоактивных веществ, некоторые девушки также активно хвастались своими профессиональными навыками, рассказывали об определенных моральных принципах, которых они придерживаются в своей работе (например, не обслуживают женатых мужчин). Отвечая на вопросы об отношениях с работодателями и милицией, многие девушки вели себя достаточно скованно, боялись сказать что-то «лишнее», поэтому давали минимум информации.

Источником для верификации ответов ЖКС служила информация, предоставленная их работодателями и сотрудниками НПО, рекрутировавшими девушек.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕКС-БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

8

Основным источником информации о современной ситуации в секс-бизнесе, изменениях, которые он претерпел за последние годы, их направленности стали интервью с работодателями. Ряд тенденций, на которые указали эксперты, нашли подтверждение в интервью с ЖКС-респондентками, имеющими солидный стаж работы в данной сфере.

Исходя из полученных данных, можно констатировать, что в целом структура организованного секс-бизнеса в Украине является неизменной уже длительный период. Достаточно четко определены места предоставления секс-услуг, модели поиска клиентов, алгоритм (условия) безопасной работы ЖКС и другое.

«Структура секс-бизнеса отработана годами.... Одни работают на трассе. Другие — на квартирах, третьи — в саунах, четвертые — по вызову, пятые — на корпоративах. И везде вызывают девочек: одни их привозят, другие охраняют, третьи ждут их... Знаем, куда клиент отвез девочку, откуда ее забирать... Много бывает разных случаев. Мы стараемся страховать от них» (работодатель, г. Киев).

В то же время секс-бизнес динамично развивается под влиянием рыночных законов и технического прогресса. В силу нелегитимности сферы секс-услуг для поиска и налаживания контактов с клиентами все более активно используются современные средства коммуникации и виртуальные маркетинговые технологии, которые непросто контролировать сотрудникам правоохранительных органов, а тем более использовать для доказательств ведения незаконной деятельности. К таким технологиям относятся, в частности:

- специальные веб-сайты, баннеры,
- интернет-рассылки регулярным и потенциальным клиентам,
- прием заказов по мобильным телефонам с номерами нескольких операторов, которые размещены в бесплатных газетах с рекламными объявлениями, распространяемым по почтовым ящикам, в офисах или раздаваемым распространителями в общественных местах.

Технический прогресс влияет и на обеспечение личной безопасности ЖКС, например, наличие двух мобильных телефонов у «девочек по вызову», один из которых они не показывают клиенту и используют в качестве «тревожной» кнопки.

Кроме относительно новых каналов активно используются и традиционные (со времен XX века и ранее) подходы в поиске новых клиентов: рекрутерами выступают таксисты, бармены, гиды турфирм, администраторы гостиниц и т.п.

Позитивной является тенденция к увеличению доли безопасных сексуальных контактов. Этому способствует как рост числа ЖКС, работающих с презервативами, в т.ч.

при предоставлении услуг орального секса, так и более толерантное, прагматичное отношение к презервативам клиентов. Со слов работодателей сейчас наблюдается немало клиентов, которые приходят со своими презервативами. Значительная часть ЖКС следит за своим здоровьем, регулярно проходит тестирование на ИППП. Это является одним из важных аргументов в пользу того, что секс-бизнес в Украине становится более цивилизованным и безопасным.

«Девушки всегда предохраняются. Не целуются с клиентом. Все проходит только в презервативе. Даже оральный секс... Презервативы беру в общественных организациях. И женские — тоже» (работодатель, г. Одесса).

Вследствие усиления давления со стороны работников милиции, прежде всего патрульно-постовой службы (ППС), наметилась тенденция постепенного ухода ЖКС «с городских улиц и площадей» «в квартиры». Тенденция прослеживается с 2008 г. после смены политической власти в стране и последовавшими за ней «кадровыми» изменениями в силовых структурах. По свидетельству работодателей и самих ЖКС, проблема состоит не в усилении борьбы с проституцией как таковой, а в увеличении числа работников милиции, заинтересованных в денежном вознаграждении за то, что они «закроют глаза» на девочек, снимающих клиентов. За последние годы заметно вырос и размер такой «благодарности». В итоге наблюдается переориентация уличных ЖКС на работу через посредников (таксистов, администраторов гостиниц) по предварительной телефонной записи. Ее ведут сами девочки или их «мамочка»/сутенер.

В меньшей степени эти изменения прослеживаются в работе трассовых ЖКС, которые, по мнению одного из сутенеров, «как были, так и есть». В то же время, по нашим наблюдениям, даже за последний год в традиционных местах, где всегда можно было встретить «трассовых» девушек, их число уменьшилось. Часть из них перешла работать в придорожные мотели. Более стабильной остается модель работы в городских отелях.

«Где-то с 2008 года девочки начали уходить с трассы. Тогда начался особый беспредел, как со стороны милиции, так и со стороны клиентов...» (работодатель, г. Одесса).

Секс-бизнес всегда был динамичной бизнес-сферой. Для его работников характерна высокая профессиональная мобильность: так называемая «восходящая» — когда новенькие ЖКС, набравшись опыта на трассах, переходят в структуры на порядок выше (квартирные, по вызову); имеет место и «нисходящая» мобильность. Последняя характерна для ЖКС, как правило, страдающих от нарко-алко-зависимостей, что приводит их к смене места предоставления услуг: из квартиры или отеля — на трассу. Это влечет за собой понижение социального и профессионального статусов, подверженность большему риску физического, сексуального и других видов насилия, инфицирования ВИЧ/ИППП, сокращению заработков.

Для секс-бизнеса характерна и активная территориальная мобильность. Она прослеживается, прежде всего, в рекруте новых работниц. Главный вектор такого рекрута — из небольших населенных пунктов — в крупные города, прежде всего, Киев и областные центры. Что касается уже занятых

в секс-бизнесе девочек, то можно говорить о некоторых региональных особенностях. Достаточно стабильная среда в западных областях Украины. Тут ЖКС могут переезжать, как правило, в пределах области, например, по курортным городкам или пригородам областных центров по заказам клиентов. Более четко сезонная трудовая миграция прослеживается среди девочек, работающих в центральных и восточных областях Украины. В летний период значительная их часть переезжает в курортные города и поселки на юге Украины (в первую очередь, на Южное побережье Крыма, в Одессу и Одесскую обл.). По окончании курортного сезона они возвращаются в свои регионы.

Многие работодатели обращают внимание на изменение портрета клиентов, их потребностей и сексуальных фантазий. Среди клиентов сокращается доля мужчин, ориентированных исключительно на традиционный вагинальный секс. Это связано, по мнению экспертов, с новой сексуальной революцией, привнесенной порнофильмами и порно-сайтами, доступ к которым сегодня не ограничен. Ее последствиями является, с одной стороны, максимальная степень раскованности многих мужчин и женщин сексуально активного возраста.

«У нас настолько сейчас развращенный секс, люди настолько раскованные, что проституция, кажется, и не нужна» (работодатель, г. Львов).

Поэтому среди клиентов немало одиноких мужчин из числа неуверенных в себе. Вместе с тем можно встретить и женатых клиентов — мужчин среднего возраста и достатка, а также молодых ребят, только начинающих активную сексуальную жизнь.

С другой стороны, растет число клиентов с большим числом *«фантазий, навеянных порнофильмами, порно-сайтами»*. Среди таких фантазий есть и достаточно «невинные», например, ролевые игры (получение услуги от ЖКС в образе Медсестры, Летучей мыши, Красной шапочки и т.п.). Но есть и агрессивные клиенты, которые используют во время секса с ЖКС насилие и травматизм, для того, чтобы избавиться от агрессии. В целом работодатели и девочки единодушны: «появилось много извращенцев», растет число желающих анального секса.

К позитивным тенденциям развития секс-бизнеса в Украине можно отнести сотрудничество части ЖКС и работодателей с ВИЧ-сервисными НПО. Как правило, такое взаимодействие начинается с формирования доверительных отношений между сутенером и руководителем (координатором) проекта НПО. На первом этапе работодатель является посредником для передачи девочкам профилактических средств (презервативов, лубрикантов) и печатной продукции (листовки, буклеты), которые распространяют НПО. Позже социальные работники, получившие вотум доверия, имеют прямой доступ к ЖКС и предоставляют им достаточно широкий перечень профилактических услуг. Клиентки ЖКС получают в НПО (кроме минимального пакета) услуги по диагностике ИППП, ВИЧ, содействие в постановке на диспансерный учет и лечении (при наличии ИППП, ВИЧ), консультации психолога и юриста (в кризисных ситуациях), участвуют в тренингах, обучающих правилам безопасного по отношению к ВИЧ/ИППП поведения, и др.

При отсутствии каких-либо профилактических мероприятий для данной целевой группы со стороны государственных структур такое взаимодействие между НПО и представителями секс-бизнеса, по сути, единственная реальная программа по противодействию распространения ВИЧ-инфекции и других инфекций, передающихся половым путем, среди ЖКС, а также их коммерческих и некоммерческих партнеров.

2. ИСТОРИКО-БИОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЖКС

2.1. Социализация в детском и подростковом возрасте

Приход девушек в секс-бизнес в значительной степени обусловливается социальными факторами. Большинство респонденток воспитывались в крайне неблагоприятных условиях. Чаще всего это было связано с алкогольной или наркотической зависимостью одного или нескольких членов семьи (как правило, родителей девушек), крайней бедностью, конфликтными отношениями в семье (вплоть до физического насилия) или комбинацией этих факторов. Лишь половина респонденток (23 из 45) воспитывались в полных семьях, у 15 девушек родители развелись, у нескольких — один из родителей (чаще — отец) умер/погиб. В таких семьях родители довольно часто не уделяли внимания не только воспитанию девочек, но и удовлетворению их элементарных физических потребностей.

«Он пришел пьяным. Толкнул бабушку, она упала на маму, которая сидела на диване. У мамы сломано ребро. А он утром встал, ничего не помнит и не извинился даже» (ЖКС, г. Киев).

«Отца не было... Мама у меня пила сильно, могла на 3-4 суток уйти и оставить меня дома голодную... Лет в 11 я убежала из дома. Тогда в доме вообще нечего было есть, и соседи мне через забор передавали кусочки хлеба. Я каким-то образом перелезла через забор и убежала в Одессу» (ЖКС, г. Одесса).

Другой тип семей (правда, их значительно меньше) — внешне благополучные, но характеризующиеся тотальным контролем над всеми аспектами жизни девочек, постоянными скандалами по пустякам.

«Для меня было самое главное прийти домой в 21:00 и ни минутой позже, иначе устраивали вырванные годы» (ЖКС, г. Киев).

Многие девушки, воспитывавшиеся в проблемных семьях, сообщили об отсутствии интереса к школьным занятиям, они часто пропускали их и плохо учились. Кроме того, у девушек были проблемные взаимоотношения с учителями и одноклассниками: респондентки рассказывали о конфликтах с педагогами и об отсутствии друзей среди одноклассников. Недостаток общения в школе они компенсировали за счет «улицы».

«В школе мне было неинтересно. В старших классах больше хотелось прогулять школу, пойти где-то пивка попить, а не сидеть на уроках» (ЖКС, г. Киев).

«В классе у детей были очень богатые родители, у всех были папы и мамы. Только я была без мамы. И учителя говорили, чтобы дети не дружили со мной, потому что нас мама бросила...» (ЖКС, г. Львов).

Все эти факторы ограничили возможности респондентов получить образование и профессию, отбили желание каким-либо образом реализовать себя в жизни общества, поставив во главу угла материальную независимость, достичь которой девушки пытались быстро, не прилагая к этому серьезных интеллектуальных усилий. После окончания школы 37 из 45 опрошенных поступили в какие-либо учебные заведения, правда, закончили обучение только 29 девушек. В большинстве случаев это были ПТУ и техникумы, только несколько девушек учились в ВУЗах.

2.2. Вовлечение в секс-бизнес

Особенности семейного воспитания предопределили дебют сексуальных отношений респондентов. Большинство из них получили первый сексуальный опыт довольно рано: в возрасте 9-13 лет (5 девушек) или 14-15 лет (17 девушек). У остальных это произошло в 16-17 лет (15 девушек) или позже (в возрасте 18-19 лет).

В большинстве случаев первыми сексуальными партнерами девушек были их ровесники (одноклассники или просто друзья), значительно реже — мужчины зрелого возраста. Большинство девушек говорили о том, что они испытывали определенные чувства к своим партнерам («нравился», «любила»), и вступление в сексуальные отношения было более-менее осознанным.

В то же время несколько девушек решились на первый сексуальный контакт исключительно из любопытства или желания самоутвердиться, чтобы не «отставать» от своих подруг.

«Даже особо и рассказать нечего. Это было на дискотеке. Абсолютно посторонний молодой человек» (ЖКС, г. Донецк).

11 девушек были изнасилованы в возрасте до 18 лет, для некоторых из них это стало первым сексуальным опытом. Примерно у половины девушек первый сексуальный контакт был незащищенным, что в некоторых случаях усугублялось алкогольным опьянением.

«Изнасиловали в пьяной компании. Это было против воли и совершенно не понравилось» (ЖКС, г. Киев).

Возраст первого коммерческого сексуального контакта варьирует от 15 до 42 лет. Он, как правило, бывает через 2-4 года после сексуального дебюта. По словам большинства девушек, впервые они предоставили сексуальные услуги за вознаграждение после совершеннолетия: в возрасте 18-22 года (21 ЖКС) или 23-28 лет (11 ЖКС).

В целом прослеживается два основных «сценария» вовлечения опрошенных в секс-бизнес. Некоторые девушки пришли в эту сферу сознательно, при содействии своих знакомых: девушек, которые сами зарабатывали предоставлением сексуальных услуг, или других людей, вовлеченных в секс-бизнес (водители, охранники, сутенеры и т.п.). Нескольким опрошенным предоставлять секс-услуги предложили их работодатели, в частности владелица кафе, где девушка работала официанткой, хозяин сауны, в которой респондентка работала администратором.

«Было знакомство с парнем, потом оказалось, что он женат. Потом как-то тихо он уговорил... Как позже выяснилось, он специально крутился в нашем общежитии, подыскивал девушек из неблагополучных семей и затягивал в свой бизнес» (ЖКС, г. Киев).

«Знакомая, которая этим занималась. Ей периодически нужна была напарница, и она мне предложила» (ЖКС, г. Одесса).

«Я сначала работала в сауне администратором. Разнакомилась. Когда мое начальство узнало, что мне можно предложить, то начали давать мой телефон нужным им людям» (ЖКС, г. Киев).

Есть случаи, когда девушек на первых порах принудили оказывать секс-услуги, которые впоследствии зачастую были оплачены. О таком начале работы в секс-бизнесе рассказывали девушки-ЖКС ромской национальности из Ужгорода, а также респондентки из гг. Львов, Житомир⁴. Другие респондентки перешли черту между некоммерческими и коммерческими партнерами незаметно, начиная, как правило, не с денег, а с дорогих подарков, которые не являлись условием для сексуального контакта.

«Он мне делал подарки, которые по тем временам казались сказочными. А когда наши отношения начали его тяготить, он посоветовал (передал меня, грубо говоря) своему приятелю. И там начались уже товарно-денежные отношения» (ЖКС, г. Киев).

«Это было просто знакомство с мужчиной. Посидели, выпили, потом он снял номер в гостинице. Мы провели с ним ночь, а утром он дал деньги. Я вообще не рассчитывала на это. Мы просто познакомились, понравилась друг другу и пошли» (ЖКС, г. Донецк).

Однако и в том, и в другом случаях предоставление секс-услуг рассматривалось респондентками как самый легкий, а то и единственно возможный, способ заработка. Это обуславливалось низким уровнем образования, отсутствием опыта работы, употреблением алкоголя или наличием судимости. У девушек-ПИН ситуация усугублялась еще и тем, что они постоянно нуждались в значительных средствах для покупки наркотиков. В таком случае предоставление секс-услуг становится наиболее приемлемым способом решить проблему нехватки денег. Некоторые девушки действительно попали в безысходную жизненную ситуацию, когда срочно нужны были деньги, а взять их было неоткуда.

«Мы с подружкой гуляли по магазину. И я увидела офисное платье, чтобы купить себе такое, мне надо было месяцев 8 не тратить свои карманные деньги. А подружка мне сказала, что она давно этим подрабатывает. У нее есть дядечка-опекун, который все ей покупает, а она за это с ним спит. И у дядечки есть друг, который просил ее найти подружку, чтобы потом вместе поехать на шашлыки» (ЖКС, г. Киев).

⁴ По данным исследования «Изучение причин, влияющих на проявления насилия по отношению к ЖСБ, как фактора повышенного риска инфицирования ВИЧ», проведенного АЦ «Социоаналитик» в 2011 году.

«Я уже находилась в системе. Пока родители не догадывались о наркотиках, они мне еще давали деньги, а потом перестали... Я ушла из дома, пошла на трассу» (ЖКС, г. Одесса).

«У меня мама очень тяжело заболела, и нужно было деньги на лекарства заработать. Негде было взять. Папа говорит: «У меня нет таких денег» (ЖКС, г. Львов).

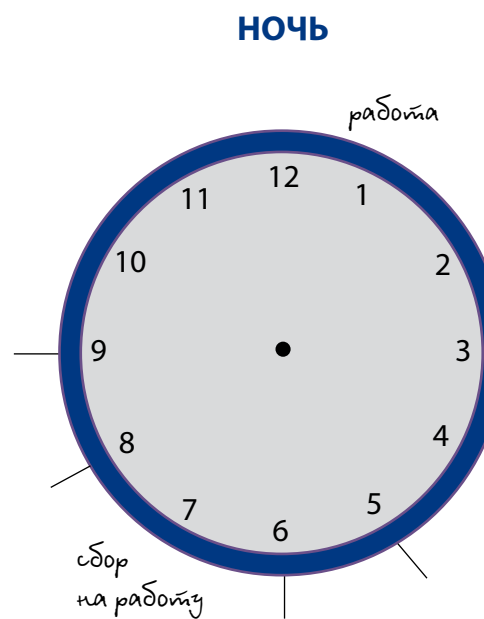
Мотивация продолжать работу в сфере секс-бизнеса либо уйти из нее в значительной степени определяется возрастом респонденток, а также их «брачными» шансами. В частности, молодые девушки с хорошей внешностью и без серьезных проблем в виде наркозависимости, ВИЧ-позитивного статуса и т.п., не обремененные детьми и другими родственниками, которых им приходится содержать, довольно часто говорили, что они хотели бы встретить

достойного мужчину, выйти замуж, родить ребенка/ детей и уйти из сферы секс-бизнеса. Некоторые уже сделали определенные шаги на этом пути. Женщины более зрелого возраста, давно работающие в этой сфере, а также ЖКС, активно потребляющие наркотики, тоже иногда говорили о том, что хотели бы сменить род занятий, однако звучало это весьма неубедительно. Возможно, таким образом, респондентки просто пытались выглядеть лучше в глазах интервьюера.

В целом практически все девушки, независимо от своих дальнейших планов, подчеркивали, что не видят ничего особенно «постыдного» или противозастенного в своей работе, воспринимая ее как одну из профессий со своими плюсами и минусами. Некоторые говорили об этом прямо, у других этот тезис проскальзывал при ответе на те или иные вопросы, либо улавливался в общем настрое интервью.

3. СТИЛЬ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ЖКС

Для того чтобы изучить как выглядит типичный рабочий день женщин секс-бизнеса, им было предложено отметить на карточках с изображением циферблатов (см. ниже) из каких видов деятельности строится их день и сколько часов уходит на это. Учитывая, что ЖКС работают в разное время суток, женщины должны были распланировать свои день и ночь. При этом следует иметь в виду, что большинство ЖКС предоставляют услуги в среднем 3-4 дня в неделю. Вместе с тем, есть респондентки, занятые в секс-бизнесе 1-2 дня в неделю, а есть такие, кто имеет большую загруженность (5-6 дней).



3.1. Работа с клиентами

По результатам данной методики, основная часть опрошенных ЖКС (33 из 45) предоставляют сексуальные услуги в вечернее и ночное время (рис. 1). Работа, как правило, начинается с 18.00 и продолжается до 6 часов утра. Средняя продолжительность предоставления секс-услуг — 7,1 часа. Самое короткое время предоставления секс-услуг в день составляет 4 часа, самое длинное — 11 часов.

Рис. 1. Пример заполнения бланка типичного рабочего дня ЖКС

Типичный день ЖКС, работающих в вечернее и ночное время, можно описать таким образом. Утро начинается с домашней работы — приготовления завтрака детям и другим членам семьи. Затем детей провожают в детский сад или школу, а мужа/сожителя на работу. После этого, гигиенические процедуры (душ, ванна), а затем сон. Днем выполнение домашней работы — поход за продуктами, приготовление пищи, уборка квартиры, дома. А также поиск клиентов на вечер и ночь с помощью интернета, мобильного телефона. Во второй половине дня занятия с детьми — помощь в подготовке уроков, прогулки и т.п. Ближе к вечеру — подготовка к «секс-работе» — гигиенические процедуры, создание имиджа (макияж, прическа,

подбор одежды). С вечера до середины ночи или раннего утра — предоставление сексуальных услуг за плату.

Большинство опрошенных ЖКС предоставляют услуги на квартирах, в гостиницах, саунах, а также в машинах клиентов и прочих местах, куда их пригласит клиент. При этом некоторые девушки работают только «на своей территории», другие — выезжают туда, куда их приглашает клиент. Среди девушек, работающих на квартирах, есть те, кто специально снимает (работодатель или несколько подруг-ЖКС) отдельную квартиру для этой цели, а также те, кто приводит клиентов к себе домой.

19.07.2012. г. Львов.

Арендованная двухкомнатная квартира на первом этаже недалеко от центра. Комнаты изолированные.

Период наблюдения: 12:30-22:00.

Все это время в квартире находились 2 ЖКС. За время наблюдения они оказали услуги 5 клиентам.

График визитов клиентов:

1-я ЖКС	2-я ЖКС
• 14:00-15:30	• 17:00-19:45
• 16:00-17:15	• 21:50...
• 21:30...	

По словам ЖКС, они ожидали в этот вечер еще по 1 клиенту.

В свободное от клиентов время ЖКС курили на кухне, пили кофе, перекусывали, смотрели телевизор, разговаривали по телефону с родственниками, клиентами, составляя свой рабочий график на следующую неделю, поскольку на ближайшие дни клиенты уже были расписаны.

Из протокола наблюдения

Среди опрошенных были представлены ЖКС в том числе самого «низкого уровня» — 11 девушек, работающих на трассе, причем многие из них употребляют наркотики. Часть девушек, обслуживающих дальнотранспортников и случайных клиентов, то есть близких по модели работы к «трассовым» ЖКС, «выходят на работу» в кафе/бары при мотелях вдоль окружных дорог и на выезде из городов.

В целом, как сами девушки, так и работодатели характеризуют трассу как самое неблагополучное из всех возможных мест работы. Это касается как безопасности девушек и возможностей гигиены, так и потенциальных заработков. Ведь стоимость одних и тех же сексуальных услуг, оказанных на трассе, и в более комфортных условиях (на квартире, в гостинице или сауне) может отличаться в разы. Девушек, работающих на трассе, участники исследования, как правило, характеризовали как самых «опустившихся» из всех ЖКС. Там же нередко «дебютируют» новички в секс-бизнесе.

Также значительно отличаются способы поиска клиентов, что определяется не только местом предоставления услуг, а и наличием/отсутствием у ЖКС работодателя. Больше всего усилий для поиска клиентов приходится прикладывать девушкам-индивидуалкам, предоставляющим услуги на квартире. Именно эта группа ЖКС наиболее активно использует для расширения клиентской базы возможности Интернета. Большинство из них зарегистрированы на нескольких сайтах знакомств в категории «знакомство для секса» либо «секс на одну ночь» и регулярно общаются с пользователями этих сайтов. При этом специализированных сайтов девушки стараются избегать, поскольку «там много извращенцев».

Большинство девушек также активно пользуются помощью своих постоянных клиентов для расширения клиентской базы. Так, давний «проверенный» клиент может пореко-

мендовать ЖКС своего друга, которого она встретит гораздо приветливее, чем просто мужчину со стороны. Очень активно этим способом пользуются ЖКС-индивидуалки, особенно те, что предоставляют услуги на квартире. В частности некоторые из них утверждают, что они ищут новых клиентов исключительно таким способом и не принимают новых клиентов без рекомендации старых.

«Он (первый клиент) мне сказал: «Ты сейчас без работы, что ты будешь по рынкам подрабатывать. Давай я тебе несколько своих приятелей, в которых я уверен, порекомендую, и они тебе будут помогать»... Потом цепочка пошла и от приятелей тоже, которые рекомендовали своим» (ЖКС, г. Киев).

«Если посторонний человек подойдет, я пальцем у виска покручу и скажу «Ты что, дурак?» (ЖКС, г. Донецк).

3.2. Забота о своей внешности

По результатам заполнения бланка типичного рабочего дня ЖКС, на «приведение себя в порядок» и подготовку к работе они тратят от 1 до 3 часов в день. Сюда могут входить гигиенические процедуры (ванна, душ), создание имиджа (прическа, наложение макияжа, маникюр, а также подбор одежды для работы). Кроме этого, опрошенные ЖКС в это время могут посещать косметолога, парикмахера на дому или идут в салон, чтобы пройти косметические процедуры, сделать прическу, маникюр, педикюр и т.п.

Забота о своей внешности является важным аспектом жизни ЖКС, поскольку внешний вид является одним из «рабочих инструментов» и сказывается на заработках. Прак-

тически все девушки уделяют внимание этому вопросу, однако количество потраченных на собственную красоту денег, времени и усилий возрастает пропорционально повышению профессионального статуса ЖКС.

3.3. Семейные и другие обязанности

34 опрошенных ЖКС сказали о том, что они ежедневно занимаются традиционной «женской» домашней работой — приготовлением еды, стиркой, уборкой, закупкой продуктов в магазинах и на рынках. Те, кто живут в частном доме, занимаются и обустройством придомовой территории, огородом, садом, домашним хозяйством (содержат птицу или скот). В среднем на такие виды деятельности опрошенные тратят ежедневно 4,6 часов (от 1 до 9 часов). Большинство ЖКС в своем графике отводят этой работе от 2 до 4 часов ежедневно.

Наличие у респондентки мужа/сожителя или детей либо совместное проживание с другими родственниками (как правило, родителями), требующими ее заботы, приводит к значительному увеличению в структуре дня доли времени, которое тратится на быт и семейные обязанности. В частности 14 ЖКС отметили в своем графике ежедневные занятия с детьми — прогулки, совместное выполнение домашних заданий, игра, специальные занятия (рисование,

лепка, арт-терапия и т.п.). В среднем на это уходит 3,5 часа (от 2 до 5 часов в день).

Каждая четвертая из опрошенных ЖКС имеет дополнительную «официальную работу», которая занимает от 5 до 9 часов в день. Работают эти ЖКС в салоне, на рынке, в ателье, а так же занимаются шитьем на дому. Таким образом, эти женщины имеют фактически двойную или даже тройную ежедневную нагрузку — на работе и дома. И именно у них остается мало времени на отдых и восстановление (сохранение) здоровья.

3.4. Отдых и досуг

На сон у опрошенных ЖКС уходит от 2 до 10 часов. Среднее время, которое ЖКС отводят себе на сон, составляет 6 часов. Однако немало опрошенных спят меньше, чем 6 часов.

Особенности отдыха и досуга девушек в значительной степени определяются их профессиональным статусом. Хотя большинство из них, включая трассовых девушек, работают не каждый день, однако только девушки более высокого уровня могут позволить себе еще и «отпуск», в течение которого они едут отдыхать либо просто не выходят на работу. Низкооплачиваемые девушки, в частности, работающие на трассе и потребляющие наркотики, не могут позволить себе длительных перерывов в работе.

4. СОЦИАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ ЖКС

Для того чтобы определить состав ближнего и дальнего окружения ЖКС, а также взаимодействие между их представителями, девушкам было предложено заполнить специальный бланк. На нем респондентки при помощи специальных символов рисовали представителей своего социального окружения и обозначали при помощи линий отношения с ними. Первый круг, который обрамляет «Я», означает ближайшее окружение, все остальные круги — более отдаленное.

4.1. Родственники

Социальное окружение большинства ЖКС достаточно многочисленное. В большинстве случаев отношения респонденток с ближайшими родственниками (родителями, бабушками/дедушками, сестрами/братьями, мужем/сожителем) складываются довольно непросто. Если они знают о сфере занятости девушки, это чревато частыми конфликтами и плохой атмосферой в семье, если нет — психологическим дискомфортом и напряженностью для девушек, вынужденных постоянно контролировать свое поведение, выкручиваться и лгать, чтобы скрыть свой истинный источник дохода.

«Я думаю, что они о чем-то догадываются, но в открытую меня никто ни о чем не спрашивает. Они думают, что я работаю в гостинице администратором. Истинных моих доходов они тоже не знают. Когда я иду к ним в гости, то одеваюсь соответственно так, как могла бы одеться администратор средней гостиницы» (ЖКС, г. Киев).

Особенно пугает респонденток перспектива, что о роде их деятельности сейчас или в будущем узнают их дети. Несмотря на это большинство девушек (36 из 45) отнесли членов своей семьи к самому близкому кругу своего социального окружения. Так 25 ЖКС изобразили в своем самом ближнем окружении детей (причем 17 женщин имеют 1 ребенка, 7 — 2 детей, 1 — 3 детей), 10 — мужей/сожителей, 8 человек — маму, 4 ЖКС — папу, 15 респонденток — братьев, сестер, бабушек и пр. (рис. 2).

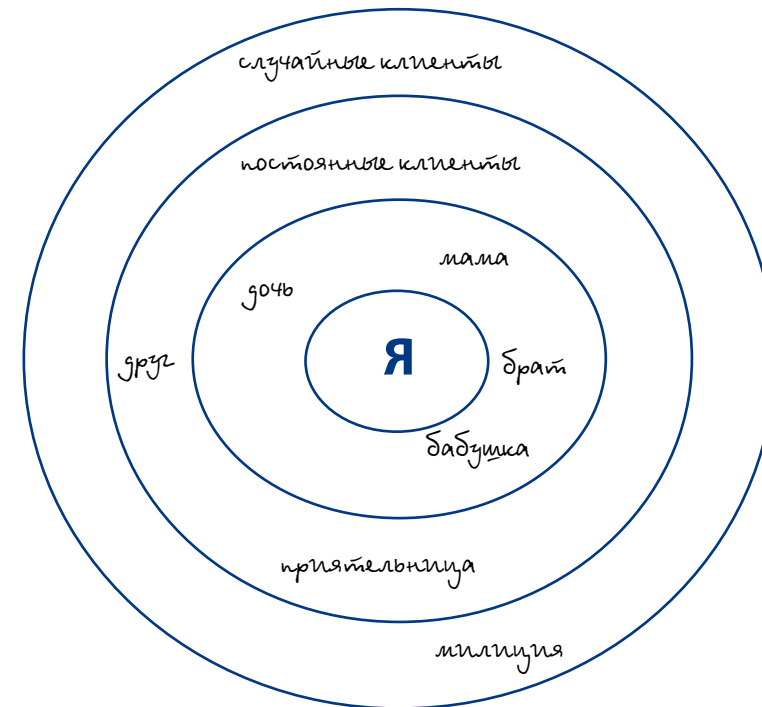


Рис. 2. Пример заполнения бланка социального окружения

Исключения из этого правила составляют только девушки, которые происходят из крайне проблемных семей. В частности у 8 ЖКС изображение собственной матери находилось в самом дальнем круге от изображения самой ЖКС и соединялось пунктирной стрелкой. 9 человек таким же образом расположили своих ближайших родственников (братьев, сестер, бабушек и т.п.), а еще 2 опрошенных — детей.

Главной причиной такого положения вещей является разрыв взаимоотношений между опрошенными ЖКС и их родственниками вследствие острых конфликтов. Отвечая на вопрос о том, навещают ли они своих родителей, других родственников, общаются ли с ними, такие девушки, как правило говорили, что им «там нечего делать», их «никто не ждет», поэтому виделись/общались с родственниками они давно. Отдаленность проживания родственников играет существенно меньшую роль.

4.2. Подруги и коллеги по работе

22 человека отнесли к своему ближайшему окружению друзей/подруг. В большинстве случаев подругами подразумевались те из них, кто вместе с респонденткой работает в секс-бизнесе.

«У меня единственные подруги — это мои коллеги по работе, других друзей у меня нет» (ЖКС, г. Киев).

Отношения респонденток с коллегами по работе обычно складываются довольно хорошо. У большинства девушек

индивидуалок есть одна или несколько подруг, которые также предоставляют секс-услуги. Среди ЖКС, работающих на точке, как правило, формируются небольшие группки, которые включают по 2-3 близких подруги, а остальные девушки поддерживают между собой нейтральные, сугубо рабочие отношения. Некоторые респондентки рассказывали о том, что в начале их работы на определенной точке или вообще в сфере секс-бизнеса более опытные ЖКС существенно им помогали, делились опытом и подсказывая как действовать в определенных ситуациях.

Конфликты между ЖКС возникают, как правило, по бытовым причинам или из-за «несовместимости характеров» и заканчиваются довольно быстро без каких-либо деструктивных последствий. Клиентов девушки стараются не делить. Исключение составляют трассовые девушки, среди которых конфликты из-за клиентов, в том числе попытки сбить цену случаются чаще.

«Новеньких мы стараемся отогнать (с точки), потому что конкуренция» (ЖКС, г. Одесса).

«В зависимости от конкуренции: или девочки могут пьяные быть, или уколотые, кого-то перехватить... Одна подошла, не договорилась, другая подошла начали вдвоем друг друга перебивать, договариваться. Иногда цены сбивают» (работодатель, г. Донецк).

При этом, по словам девушек, если одну из них обижает кто-то другой (клиент, работодатель, милиция) они забывают былые обиды и пытаются, по возможности, помочь коллеге.

4.3. Клиенты

Уровень «загруженности» ЖКС существенно варьирует: 20 опрошенных сказали, что они в среднем обслуживают до 10 клиентов в неделю. Однако, по словам «мамочек», некоторые респондентки старались приукрасить действительность, в частности, существенно приуменьшая количество клиентов. У остальных ЖКС среднее количество клиентов составляет 11-20 человек в неделю (11 ЖКС) и даже превышает эту отметку (12 ЖКС). В частности две девушки сказали, что они обслуживают 30-35 клиентов в неделю.

При этом не прослеживается четкой зависимости количества клиентов от места предоставления услуг ЖКС (квартира, трасса, гостиница), а также от того, есть ли у нее другой источник дохода, кроме работы в секс-бизнесе.

Практически у всех девушек независимо от места их работы есть постоянные клиенты, некоторые — со значительным стажем «секс-общения», чем девушки очень гордятся. Некоторые девушки, особенно из числа индивидуалок, давно работающих в сфере секс-бизнеса, указывали на то, что они стараются работать исключительно с постоянными клиентами, принимая новых, только если их порекомендует кто-то из постоянных.

У большинства девушек есть от 1 до 3-4 постоянных клиентов-друзей, которые могут оказать (и оказывают) им поддержку в сложной ситуации. Именно таких клиентов 10 девушек расположили в первом круге своего социального окружения.

«Появились люди, которые могут защитить от той же милиции, вытянуть и так далее. Это — клиенты, которые хорошо относятся ко мне» (ЖКС, г. Львов).

Отношения между девушкой и такими клиентами — достаточно доверительные и дружеские, они много знают друг о друге. Как правило, секс как таковой является только одним из аспектов этих отношений. Не менее важным является общение, эмоциональная поддержка и помощь в психологической разгрузке, которую могут предоставить девушки таким клиентам, поэтому последние иногда приезжают к ним «просто поговорить».

На самой дальней «орбите» взаимоотношений опрошенные ЖКС расположили также клиентов (32 ЖКС), друзей, приятелей и знакомых (23 респондентки), представителей милиции (11 опрошенных), сутенеров/мамочек (9 человек), соседей (6 ЖКС), работников НПО (5 ЖКС), охрану (4 человека), медиков (3 человека), наркодилера (1 ЖКС). Несмотря на физическую «удаленность» данных представителей окружения ЖКС между ними есть достаточно регулярные и тесные взаимосвязи. Однако, расположив их на рисунке таким образом, опрошенные ЖКС отразили более слабую значимость этих людей и отношений с ними для себя.

4.4. Работодатели

Лишь 12 опрошенных сказали, что у них есть работодатели, остальные — якобы работают сами. Правда, рассказывая о своем окружении, несколько девушек описали кого-то, кто фактически выполняет функции сутенера/мамочки, хотя они и не считают этого человека своим работодателем. В целом все девушки очень неохотно рассказывали об отношениях со своими работодателями, интервьюерам приходилось буквально «вытягивать» из них каждую крупную информацию на эту тему.

Отношения девушек со своими работодателями существенно отличаются в зависимости от профессионального статуса ЖКС. Более дорогих девушек их работодатели достаточно активно опекают, помогая решать множество проблем (например, с получением медицинской помощи, при контактах с милицией) и обеспечивая комфортные условия работы для ЖКС (снимают квартиру, предоставляют охрану, ищут клиентов). Девушки, которые уже давно сотрудничают с этим работодателем, как правило, могут рассчитывать на его помощь при возникновении каких-либо жизненных проблем (например, серьезного заболевания девушки, не связанного с профессиональной деятельностью, либо болезнью кого-то из членов ее семьи). Работодатели трассовых девушек ничего подобного не делают, хотя деньги со своих «подопечных» собирают исправно.

4.5. Милиция

Многие девушки имеют опыт взаимодействия с милицией, при чем далеко не всегда это было связано с предоставлением секс-услуг. Для девушек-ПИН гораздо большей проблемой является задержание по статьям, связанным с хранением и сбытом наркотиков. Некоторые респондентки описывали случаи, когда в процессе взаимодействия с милицией их права серьезно нарушались, в частности несколько девушек имеют опыт участия в «субботниках». Однако большинство девушек высказывались в таком духе, что если сама девушка не будет провоцировать милиционеров (в частности, хамить, грубить и т.п.), то ничего плохого они ей не сделают. Правда, под понятием «не провоцировать» многие респондентки подразумевали необходимость давать взятки правоохранителям либо «добровольно» участвовать в «субботниках».

4.6. НПО

32 из 45 респонденток были рекрутированы при помощи НПО. Однако большинство девушек крайне скупос освещали свои отношения с сотрудниками НПО, односложно отвечая на соответствующие вопросы, что всеми полученными услугами они удовлетворены и ни в какой другой помощи не нуждаются.

Девушки, которые не являются клиентками НПО, а также их работодатели в ходе интервью в один голос утверждали, что сотрудничать с НПО они не хотят и не будут. Главными аргументами при этом было дефицит у девушек времени (им-де некогда ходить по НПО) и отсутствие у НПО возможностей предложить им что-то действительно нужное. Немаловажную роль играет недоверие, как самих девушек, так и работодателей к НПО и нежелание лишней раз «светиться».

«Здесь не читальный зал, чтобы они читали какие-то там брошюры, как передается какая-то там ВИЧ-инфекция. Это все знают. Сейчас у любой Интернет есть в телефоне... А презервативы, не стоят они столько денег, чтобы я ради них какую-то курицу сюда пускала или еще кого-то... Я забочусь о своих девочках прекрасно. Не надо мне больше заботы. У нас все-все есть! Девочкам жить есть где, кушать есть что. Работают. Медицина — пожалуйста. Такси — пожалуйста. Охранник — пожалуйста. Общественные организации... Ха!» (работодатель, г. Львов).

5. ОСОБЕННОСТИ СЕКСУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

5.1. Сексуальные практики с коммерческими партнерами

Большинство девушек практикуют классический и оральный секс. 9 ЖКС сказали, что они также предоставляют услуги анального секса, 4 — секс с элементами садо-мазо. Однако вполне возможно, что далеко не все респондентки, практикующие рискованные виды секса, признались в этом во время интервью.

Некоторые девушки говорят, что готовы предоставлять практически любые виды услуг («лишь бы платили»). Другие, наоборот, готовы пожертвовать возможностью дополнительного заработка, чтобы не рисковать своим здоровьем. Первая модель поведения более характерна для девушек, активно потребляющих наркотики, а также тех, кто работает на трассе, вторая — для ЖКС более высокого класса.

«У меня есть принципы, и я им не изменяю. Я достаточно зарабатываю, предоставляя услуги таким способом (с презервативом)» (ЖКС, г. Киев).

«Нет, на за какие деньги — нет. Для меня здоровье важнее» (ЖКС, г. Львов).

Некоторые девушки пользуются презервативами со всеми без исключения клиентами, а также используют антисептические средства. Другие ЖКС — без проблем соглашаются на незащищенный секс за дополнительную оплату с

любыми клиентами. Однако такие крайние модели поведения встречаются редко. И хотя большинство опрошенных девушек (31 из 45) утверждали, что, обслуживая клиентов, они пользуются презервативами всегда без исключения, однако, по словам работодателей, это не всегда соответствует истине.

«Честно? Если клиент говорит, что секс будет без презерватива, значит, он будет без презерватива. Я со всеми девочками веду диалоги. У меня есть пара девочек, которые для себя решили, что у них будет секс исключительно с презервативом. А есть девочки, которые для себя решили по-другому. Я оставляю в этом отношении право выбора, потому что я знаю, что у меня всегда будут девочки» (работодатель, г. Львов).

Кроме того, в некоторых случаях, говоря о постоянном использовании презерватива, девушки имели в виду вагинальный и анальный секс. Существенно меньше респонденток сказали, что они стараются защищаться также и при оральных контактах. По словам респонденток, клиенты также гораздо хуже реагируют на предложение использовать презерватив при оральном сексе по сравнению с другими видами контактов.

В основном респондентки стараются всегда использовать презерватив со случайными клиентами, иногда отказываясь от него со своими постоянными клиентами, в которых они «уверены». Причиной этого является распространенный стереотип о том, что женатые мужчины — «чистые», поскольку, де, их единственными партнерами являются жена и сама респондентка.

«Постоянные клиенты — семейные люди, и я у них одна... Если бы они пользовались другими девочками, я бы это знала, информация бы дошла» (ЖКС, г. Киев).

«Постоянных своих клиентов я знаю и доверяюсь им. Они в основном все женатые люди» (ЖКС, г. Одесса).

Работодателей, как правило, не интересуют такие нюансы, как использование презерватива во время предоставления услуг. Лишь два работодателя из числа рекрутированных НПО сказали, что они требуют от девушек всегда использовать презерватив, в том числе один из них даже при оральном сексе. Второй работодатель также сказал, что он контролирует соблюдение этого правила как со стороны девушек, так и со стороны клиентов.

Большинство девушек признавались, что ответственное отношение к своему здоровью сформировалось у них постепенно с возрастом, а в юности они просто не задумывались о необходимости как-либо обезопасить себя от ИППП. Некоторые из них на момент начала сексуальной жизни даже не знали, что такое презерватив, а от нежелательной беременности защищались народными средствами, например, соком лимона. При чем это касается как контактов с некоммерческими партнерами (или теми, кого девушки на тот момент не считали коммерческими), так и контактов с партнерами коммерческими (если девушка начала работать в секс-бизнесе довольно рано).

Некоторые девушки пересмотрели свое отношение к презервативу только после перенесенных заболеваний.

«Если клиент доплачивал, то пользовались, но очень редко, а в основном конечно нет... Когда уже заразились, то стали по-другому относиться» (ЖКС, г. Киев).

«Я презервативом стала пользоваться, когда мне было 26-27 лет, потому что были заболевания у меня до этого» (ЖКС, г. Донецк).

По словам девушек, клиенты систематически приходят к ним в состоянии алкогольного опьянения, изредка — наркотического. Большинство респонденток стараются избегать клиентов, которые находятся под воздействием наркотиков, считая их непредсказуемыми и «неуправляемыми», а работу с ними — наиболее рискованной. В то же время обслуживание клиентов, находящихся в состоянии алкогольного опьянения, большинство девушек считают вполне приемлемым. Некоторые из них говорили о том, что секс-услуги — это один из компонентов отдыха клиентов, а отдых без алкоголя невозможен.

«Сауна — это отдых. И алкоголь к этому располагает. Хотя бы пиво, но что-то из спиртного есть, очень мало таких «трезвенников-язвенников», которые вообще ничего не употребляют» (ЖКС, г. Киев).

«С пьяными наоборот весело ездить... Я в большинстве случаев деньги беру вперед и тогда еду. Он выпьет, даст еще сотку и заснет. Я с ним там чуть-чуть побуду и пойду домой» (ЖКС, г. Львов).

Большинство девушек «среднего» уровня говорили о том, что с физическим или сексуальным насилием со стороны клиентов они, как правило, не сталкиваются либо сталкиваются редко, хотя случаи грубого обращения, хамства, словесных оскорблений время от времени имеют место. Для девушек, работающих на трассе, насилие со стороны клиентов — явление достаточно обыденное.

6. РИСКОВАННЫЕ ПРАКТИКИ И ЗАВИСИМОСТИ

6.1. Употребление алкоголя

Практически все девушки впервые попробовали алкоголь до совершеннолетия, некоторые — довольно рано. Так, 16 респонденток сказали, что это произошло в возрасте 11-14 лет, 27 — в 15-18 лет. В большинстве случаев знакомство с алкоголем у опрошенных происходило в компании сверстников (одноклассников или друзей во дворе). Чаще всего они употребляли вино, в том числе шампанское, и слабоалкогольные напитки (в основном, пиво).

На данный момент практически все девушки в повседневной жизни употребляют алкоголь, причем некоторые в достаточно больших количествах. Лишь единицы опрошенных сказали, что они вообще не пьют. Особенности употребления алкоголя на работе, в частности вместе с клиентами, определяется профессиональным статусом девушки. ЖКС более высокого уровня, как правило, употребляют алкоголь только с постоянными клиентами и в умеренных дозах либо не пьют на работе вообще. Девушки более низкого профессионального статуса, в частности трассовые, могут напиваться перед работой либо вместе с клиентами, в том числе и до потери контроля над собой.

«Я сейчас так: он налил, я бокал в руках подержала и все, поставила в раковину: «Не хочу» (ЖКС, г. Донецк).

«Я отдохну в другом месте с мужчиной. А сюда я выхожу не отдыхать, не кайфовать, а зарабатывать деньги» (ЖКС, г. Львов).

«Пытаюсь все-таки себя контролировать, знаю свою норму выпитого, но бывает такое, что контроль теряется» (ЖКС, г. Киев).

Девушки, которые предпочитают не употреблять алкоголь на работе, как правило, не упоминали о случаях, когда клиенты заставляли их выпивать вместе с ними, в основном, они говорили о том, что клиенты их «угощают», «предлагают», «уговаривают».

Некоторые работодатели терпимо относятся к употреблению своими подопечными алкоголя на работе, если они делают это в меру, другие — считают это непозволительным. Однако, как работодатели, так и ЖКС, которые работают на одной точке или в одном заведении, стараются избавляться от девушек, которые злоупотребляют алкоголем на работе, и вследствие этого неадекватно ведут себя с клиентами.

6.2. Наркоупотребление

Большинство опрошенных ЖКС (32 из 45) имеют опыт употребления наркотиков, при чем только единицы из них попробовали один или несколько раз. Остальные систематически употребляли наркотики в течение довольно длительного времени. Первое знакомство с наркотическими веществами у большинства девушек произошло довольно рано и, как правило, в компании ровесников. В частности 16 девушек впервые попробовали их еще в подростковом возрасте (14-18 лет), 11 респонденток — в возрасте 19-23 года, и только 5 девушек — в более зрелом возрасте.

На данный момент употребляют наркотики 19 девушек: часть употребляют их систематически, тратя на это большую часть своего заработка, другие — от случая к случаю: «под настроение» или когда есть деньги.

«Заработала деньги — пошла, купила, укололась. Потом снова. Бывает, что за мои услуги мне дают дозу» (ЖКС, г. Одесса).

«Могу при случае, чтобы побаловаться, но я не в системе... Вы знаете, когда выпьешь, так хочется покурить (травку). Тебе и так хорошо, а хочется, чтобы было еще лучше» (ЖКС, г. Киев).

При этом некоторые респондентки во время интервью старались утаить факт употребления наркотиков. Довольно часто девушки, употребляющие наркотики раз в 2-3 месяца, а то и несколько раз в месяц говорили, что они не употребляют, а просто «балуются», не считая себя наркозависимыми.

В большинстве случаев работодатели негативно относятся к употреблению ЖКС наркотиков: запрещают употреблять их во время работы и пытаются избавиться от таких девушек. По крайней мере, именно такую позицию озвучили во время интервью все работодатели, рекрутированные при помощи НПО. В то же время, работодатели, не сотрудничающие с общественными организациями, признаются, что не

всегда могут проконтролировать всех своих подопечных, особенно если речь идет о неинъекционных наркотиках и о нерегулярном употреблении.

«Не исключаю такие моменты, что могут и травку покурить. Это все зависит от клиента, с которым она общается. Если она его знает, то может. Если человек первый раз, то она, конечно, курить с ним не будет» (работодатель, г. Киев).

«Я не могу всех проконтролировать. Я знаю, что употребляют, знаю, что это такое, но я им не мама, которая будет их по попе шлепать за то, что они делают, хотя я против того, чтобы они это делали» (работодатель, г. Львов).

6.3. Кальян

Часть девушек, которые предоставляют услуги на квартире, рассказали, что у них есть кальян, который они могут курить вместе с клиентами. При этом мундштук, как правило, используется один и тот же. Это же подтвердили и работодатели.

Однако в целом информации о практике употребления кальяна оказалось недостаточно для достоверных выводов.

7. КОНТРОЛЬ И СОХРАНЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ

Отношение девушек к своему здоровью очень сильно варьируется в зависимости от таких факторов, как профессиональный статус ЖКС и опыт употребления наркотиков. Большинство девушек посещают врачей и/или сдают анализы на наличие ИППП достаточно регулярно: от нескольких раз в месяц до 1 раза в полгода. Работодатели в большинстве случаев также контролируют этот вопрос. У некоторых работодателей даже есть свои врачи, и девушки обязаны посещать только их. Таким образом, сутенеры могут получать достоверную информацию о здоровье своих подопечных.

«Каждые полгода я посещаю гинеколога. Это обязательно. Мне бабушка еще с детства внушила, что как только начну жить с мужчинами, то каждые полгода надо делать визит к гинекологу» (ЖКС, г. Киев).

Однако это не касается девушек самого низкого уровня (работающих на трассе и регулярно употребляющих наркотики). В этом случае наплевать относятся к своему здоровью, как сами девушки, так и их работодатели.

«Мне по... Хоть поживу напоследок, а там все равно» (ЖКС, г. Киев).

«Не слежу, ибо они должны следить за своим здоровьем сами» (работодатель, г. Донецк).

Большинству девушек в течение жизни приходилось лечить те или иные ИППП, а некоторым респонденткам даже неоднократно. Довольно часто инфицирование имело место на старте их работы в секс-бизнесе либо вообще было не связано с коммерческими партнерами. Чаще всего речь шла о гонорее (10 девушек) и сифилисе (7 девушек). В большинстве случаев, респондентки признавали, что в инфицировании была определенная доля их вины, поскольку они были «молодые и глупые» и не уделяли достаточно внимания вопросам защиты от ИППП. Для части девушек перенесенное заболевание стало стимулом «стать умнее» и всегда использовать презерватив в дальнейшем.

Кроме того, 14 девушек признались, что они ВИЧ-инфицированы. При этом они продолжают работать, но стараются обезопасить клиентов, используя презерватив. Однако не всегда клиенты соглашались на использование презерватива, ведь они, как правило, не знают о статусе девушки. В случае невозможности переубедить клиента некоторые девушки, по их словам, отказываются от предоставления услуг, другие — соглашались на незащищенный секс и таким образом создают реальную угрозу инфицирования для своих клиентов.

«Отказываюсь. Я знаю о своей болезни, поэтому не хочу проблем ни себе, ни людям» (ЖКС, г. Одесса).

«Использую. Если клиент не хочет с презервативом, а такое случается часто, то у меня для таких случаев есть специальная мазь» (ЖКС, г. Одесса).

РЕКОМЕНДАЦИИ

Поскольку уровень распространенности определенных рискованных практик, а также устойчивость мотивации к менее рискованному поведению среди ЖКС разного профессионального статуса существенно отличается, профилактическая работа с разными группами ЖКС должна строиться с учетом этих особенностей.

Наиболее уязвимыми в плане инфицирования ВИЧ и другими ИППП являются ЖКС-ПИН, работающие на трассе. Именно представительницы этой группы ЖКС наиболее безопасно относятся к своему здоровью, часто соглашаясь на незащищенный секс со случайными клиентами за дополнительную оплату. Они же чаще всего сталкиваются с насилием со стороны клиентов. Ситуация усугубляется и тем, что такие девушки часто употребляют алкоголь/наркотики до или во время работы, в том числе вместе с клиентом. Профилактическая работа с данной группой ЖКС должна охватывать, как минимум, три основных направления.

1. Разъяснительная работа о последствиях рискованного сексуального поведения, включая:

- развенчание «выгодности» предоставления сексуальных услуг без использования презерватива на основе сопоставления размеров «доплаты» и стоимости лечения возможных ИППП и их последствий;
- акцент на возможных проблемах для девушки, если она заразит ИППП кого-то из своих клиентов;
- мотивирование к отказу/сокращению употребления алкоголя, наркотиков до и во время работы;

- формирование у девушек грамотного подхода к пост-контактной профилактике, в частности мотивирование к использованию с этой целью определенных антисептических средств и обеспечение девушек этими средствами.

Именно для трассовых ЖКС является наиболее актуальной задачей бесплатных презервативов и антисептических средств, поэтому эту практику необходимо продолжать.

2. Работа по уменьшению вреда от употребления наркотиков. Такая работа должна включать и самые простые вмешательства в виде обмена шприцов, а также мотивирование клиенток к отказу от употребления наркотиков. Например, это можно осуществлять путем предоставления квалифицированной наркологической помощи со стороны привлеченных в проекты врачей-наркологов, мотивирования ЖКС-ПИН к переходу на заместительную поддерживающую терапию (ЗПТ) и содействия в ее получении и т.п.

3. Формирование у девушек более ответственного отношения к своему здоровью, которое, кроме регулярного тестирования на ВИЧ/ИППП и посещения гинеколога/дерматовенеролога для прохождения профилактических медосмотров, должно также включать выполнение рекомендаций врача в случае выявления тех или иных заболеваний. Ведь при наличии мобильной амбулатории и врача, который выезжает с ней в места предоставления услуг, мотивировать девушек пройти тестирование и осмотр у врача несложно, гораздо сложнее, как показывают результаты исследования, убедить их лечиться в случае необходимости.

При работе с этой целевой группой следует учитывать, что время их работы не ограничивается только ночными часами. Как показали результаты исследования, на многих «точках» ЖКС появляются, как минимум, после 17:00-18:00.

Еще одна группа ЖКС, которая требует внимания НПО и особого подхода — девушки, работающие в кафе/ барах при мотелях на трассах. В силу особенностей работы (значительная доля случайных клиентов, предоставление сексуальных услуг в совершенно не приспособленных для этого местах: в кустах, посадках, туалетах кафе, машинах клиентов) эти девушки, подобно трассовым ЖКС, относятся к группе высокого риска инфицирования ВИЧ/ИППП. Поскольку, обслужив одного клиента, такие девушки всегда возвращаются в кафе, где ожидают следующего, то работу с ними целесообразно проводить именно в кафе в перерывах между клиентами, которые могут составлять от 15-30 минут до нескольких часов. Поскольку персонал кафе (официанты, бармены) не только знают этих девушек, но и во многих случаях выступают в качестве связующего звена между ЖКС и клиентами, возможно, социальным работникам НПО следует попытаться наладить контакты с потенциальными клиентками именно при помощи работников кафе.

При работе с ЖКС «среднего класса» нужно учитывать, что они соглашаются на незащищенный секс преимущественно со своими постоянными партнерами, причем делают это не столько из-за денег, сколько в силу определенных дружеских доверительных отношений, которые сложились у них с этими клиентами. Поэтому при работе с этой целевой группой необходимо уделять особое внимание опровержению распространенного среди девушек стереотипа о том, что женатые клиенты — «чистые», поскольку не имеют сексуальных контактов ни с кем, кроме жены и самой девушки, ведь именно это часто служит причиной отказа от презерватива с такими клиентами. Для этого следует делать акцент на том, что у любого самого «проверенного» клиента, а также у его жены могли быть случайные сексуальные контакты, в результате чего человек может быть инфицирован и даже не подозревать об этом.

Поскольку такие девушки активно пользуются возможностями Интернета, в частности регистрируются и регулярно посещают сайты знакомств, социальную рекламу, пропагандирующую безопасное сексуальное поведение, целесообразно размещать на подобных сайтах.

При работе со всеми без исключения ЖКС, необходимо уделять внимание следующим аспектам:

- необходимость придерживаться правил безопасного секса не только на работе, но и с некоммерческими партнерами, включая мужей/ сожителей и других случайных и постоянных партнеров;
- обучение техникам «умения договориться с клиентом»;
- необходимость использовать презерватив во время любых проникающих сексуальных контактов, включая оральные, ведь как показали результаты исследования, как сами девушки, так и клиенты гораздо чаще игнорируют презерватив во время орального секса, считая его «безопасным».

Наиболее реалистичным способом пропаганды безопасного сексуального поведения среди клиентов ЖКС является информационно-просветительская работа, направленная на общее население. При этом социальная реклама должна содержать определенный «образ», в котором мужчины-клиенты ЖКС могли бы узнать себя. Также необходимо учитывать, что наряду с молодежью значительный процент клиентуры ЖКС составляют мужчины среднего и старшего возраста, поэтому информационная кампания должна содержать несколько рекламных роликов, ориентированных на разные возрастные группы.

