Agnieszka Nowotka

KLIENCI „PRACOWNIC SEKSBIZNESU” NA PODSTAWIE PRZEPROWADZONYCH BADAŃ

We współczesnym świecie prostytucja jest wielkim biznesem, który stanowi skutek uboczny rozwoju aglomeracji miejskich. Ogromny przepływ ludności i jej konsumpcyjny tryb życia sprzyjają jego rozrostowi. Ulice, przydrożne zarośla oraz „salony masażu” są jego siedzibami. Handlarze ludźmi, stręczyciele, sutenerzy i kuplerzy stanowią jego kadrę zarządzającą. Natomiast ciężkie warunki ekonomiczne, rozwiązłość seksualna oraz obojętność społeczna to czynniki sprzyjające jego panowaniu i rozkwitowi.

W seksbiznesie ciało ludzkie sprowadzone zostało do roli użytecznego przedmiotu. Seks nie ma tu nic wspólnego z miłością. Jest drogą do uprzedmiotowienia i upodlenia jednostki ludzkiej, która staje się jedynie środkiem wyładowania popędu seksualnego. Wartość kobiety oceniana jest przez pryzmat jej ciała. Ciało zaś ma wyłącznie funkcję użytecznościowo-finansową. Jest narzędziem, za pomocą którego prostytutka uzyskuje korzyść materialną.

W tym miejscu należy wyraźnie zaznaczyć, że przemysł seksualny określony jest przez potrzebę, którą zaspokaja klient, kupując konkretną usługę cielesną. To właśnie klienci stanowią najcenniejszy zasób, podstawę istnienia i główne źródło dochodu seksbiznesu. Niewątpliwie ogromną odpowiedzialność za rozwój prostytucji ponoszą mężczyźni. Dlatego też w opracowaniu to im poświęcono najwięcej uwagi. Pominięto zjawisko męskiej prostytucji, której klientelę stanowią kobiety, ponieważ proceder ten ma charakter incydentalny.

Wiemy bardzo dużo o społecznych i psychologicznych aspektach skłaniających kobiety do wyboru drogi „sprzedajnego seksu” i uczynienia z niej podstawy swojej egzystencji, ale prawie nic o klientach korzystających z ich usług. Kim są kupujący ciała młodych kobiet? Co skłania klientów do płacenia za przyjemność seksualną? Jakie jest zdanie mężczyzn na temat legalizacji prostytucji? Próbę odpowiedzi na powyższe pytania podjęto w niniejszym artykule.

By móc w pełni odpowiedzieć na postawione pytania, w okresie od 1 stycznia do 28 lutego 2009 roku przeprowadzono na terenie Warszawy i Olsztyna anonimową ankietę składającą się z 19 pytań o charakterze zamkniętym i półotwartym.

W niektórych pytaniach celowo pominięto odpowiedzi neutralne, aby wymusić na badanych przedstawienie ich skłonności przemawiających za lub przeciw poruszanemu zagadnieniu. Badaniem objęto 200-osobową grupę losowo wybranych mężczyzn.

Z otrzymanej analizy wynika, że 50 ankietowanych korzystało z usług „pracownic seksbiznesu". Zaskakujące jest to, że 50% mężczyzn, którzy nie mieli kontaktu z prostytutką, za główny powód takiego stanu rzeczy uznało zbyt wysoką cenę usługi seksualnej. Można zatem przyjąć, że spadek cen usług może spowodować wzrost liczby klientów. Tylko 4% badanych brak kontaktu z osobą prostytuującą się uzasadniło szacunkiem i miłością do swojej partnerki. Szczegółowe dane przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Przyczyny odmowy korzystania z usług seksualnych (N=150, wg liczby wskazań).

Lp.	Dlaczego nie korzysta Pan z usług prostytutek	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Kocham i szanuję swoją partnerkę, dlatego nie chcę sprawić jej zawodu	6	4
2	Boję się zarażenia chorobami wenerycznymi i HIV	54	36
3	Brzydzę się takich kobiet	15	10
4	Z powodu zbyt wysokich cen usług seksualnych	75	50
5	Inne	0	0
Razem		**150**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Tabela 2. Struktura wiekowa respondentów (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Wiek badanych	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	16 – 20 lat	2	4
2	21 – 30 lat	5	10
3	31 – 40 lat	9	18
4	41 – 50 lat	19	38
5	51 – 60 lat	13	26
6	61 i więcej	2	4
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Jak wskazują dalsze wyniki badań, klientami seksbiznesu są najczęściej mężczyźni w wieku 41-50 lat. Zasadniczo im wyższy wiek – tym częstsze wskazanie korzystania z usług prostytutek. Znaczący spadek zainteresowania tego typu rozrywkami możemy zauważyć u mężczyzn w wieku 61 lat i więcej (tabela 2).

Należy dodać, że najmłodszy z klientów miał 18 lat, najstarszy zaś 65 lat. Wskazuje to na znaczną rozpiętość wiekową mężczyzn, którzy decydują się na korzystanie z płatnych usług seksualnych.

W badanej grupie najwięcej jest mężczyzn stanu wolnego (68%), osoby pozostające w związku małżeńskim stanowią 20% ankietowanych. Liczba osób pozostających w konkubinacie wynosi 12%. Wykaz danych przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Stan cywilny ankietowanych (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Stan cywilny badanych	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Kawaler	13	26
2	Żonaty	10	20
3	Konkubent	6	12
4	Rozwiedziony	19	38
5	Wdowiec	2	4
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Obserwuje się tu bardzo interesującą tendencję – w grupie mężczyzn stanu wolnego znajduje się więcej rozwiedzionych (38%) niż kawalerów (26%) i wdowców (4%). Istotne znaczenie może mieć tutaj poczucie niechęci do zawierania nowych związków panujące wśród rozwodników, co ich zdaniem może usprawiedliwiać poszukiwanie niezobowiązujących kontaktów z prostytutkami. Teorię tę może potwierdzać również fakt, że mężczyźni rozwiedzeni częściej korzystają z usług osób prostytuujących się niż pozostali respondenci (tabela 4).

Tabela 4. Stan cywilny badanych, a częstotliwość korzystania z usług seksualnych (N=50, wg liczby wskazań).

Częstotliwość korzystania z usług seksualnych	Stan cywilny badanych Ogółem					Ogółem	
	Kawaler	Żonaty	Konkubent	Rozwiedziony	Wdowiec	L	%
Mniej więcej raz w tygodniu	0	0	0	0	0	0	0
Kilka razy w tygodniu	0	0	0	0	0	0	0
Mniej więcej raz w miesiącu	1	0	1	1	0	3	6
Kilka razy w miesiącu	1	0	0	1	0	2	4
Mniej więcej raz w roku	4	2	1	5	0	12	24
Kilka razy w roku	6	6	4	11	1	28	56
Rzadziej niż raz w roku	1	2	0	1	1	5	10
						50	**100%**

Źródło: badanie własne.

Analiza wyników badań dotyczących stanu cywilnego dostarcza jeszcze jednego ważnego spostrzeżenia. Większość ankietowanych nawiązało po raz pierwszy kontakt z prostytutką w trakcie związku małżeńskiego. Wobec powyższego można przypuszczać, że kontakty te miały negatywny wpływ na relację z partnerką i prowadziły do rozpadu małżeństwa. Twierdzenie to zdaje się potwierdzać statystyka rozwodów w Polsce. Zdrada jest na drugim miejscu wśród najczęściej podawanych przyczyn rozpadu związków małżeńskich i wynosi około wszystkich rozwodów.[1]

Z dalszych danych wynika, że klienci „pracownic seksbiznesu" najczęściej mają jedno (36%) lub dwoje dzieci (32%). Potomstwa nie posiada 22% respondentów. Tylko 10% badanych posiada troje lub więcej dzieci (tabela 5).

[1] Por. *Podstawowe informacje o rozwoju demograficznym Polski do 2008 roku*. Notatka informacyjna Głównego Urzędu Statystycznego, Warszawa 2009.

Tabela 5. Dzieci badanych mężczyzn (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Liczba posiadanych dzieci	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	1 dziecko	18	36
2	2 dzieci	16	32
3	3 i więcej dzieci	5	10
4	Bezdzietny	11	22
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Interesującym faktem jest to, że wyłącznie ojcowie posiadający jedno dziecko zadeklarowali kontakty z prostytutkami kilka razy w miesiącu, bezdzietni natomiast raz w roku bądź rzadziej.

Dane dotyczące wykształcenia mężczyzn kupujących usługi seksualne przedstawia tabela 6.

Tabela 6. Poziom wykształcenia badanych mężczyzn (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Wykształcenie badanych	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Niepełne podstawowe	0	0
2	Podstawowe	0	0
3	Zawodowe	21	42
4	Średnie (liceum, technikum)	13	26
5	Pomaturalne/Policealne	5	10
6	Niepełne wyższe	0	0
7	Licencjat	4	8
8	Wyższe	7	14
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Wśród ankietowanych najliczniejszą grupę stanowią osoby z wykształceniem zawodowym (42%) i średnim (26%). Wykształceniem wyższym legitymowało się 14% mężczyzn. Respondenci z wykształceniem niepełnym podstawowym, podstawowym i niepełnym wyższym nie brały udziału w badaniu.

Następną cechą charakteryzującą klientów seksbiznesu, która została zbadana za pomocą analizowanej ankiety, był rodzaj wykonywanego zawodu. Celem tego pytania było znalezienie kolejnego czynnika charakteryzującego profil mężczyzny nabywającego usługi seksualne, jak również sprawdzenie, w jaki sposób zdobywa środki finansowe na tego typu rozrywki.

Na podstawie udzielonych odpowiedzi, można stwierdzić, iż klienci prostytutek są z zawodu przeważnie robotnikami (40%), wśród których znaleźli się przede wszystkim pracownicy budowlani i drogowi. Kolejną znaczącą grupę reprezentują rzemieślnicy (22%), do których zaliczono m.in. fryzjera, fotografa, zegarmistrza i cukiernika. 4% próby stanowią rolnicy, a 12% osoby pracujące umysłowo. Siedmiu mężczyzn wykonuje zawód nie należący do żadnego ze wskazanych wyżej rodzajów: 3 – kierowcy, 2 – ekspedienta i 1 – marynarza. 8% respondentów nie posiada żadnego zawodu (tabela 7).

Tabela 7. Zawód ankietowanych (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Zawód badanych	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Robotnik	20	40
2	Rolnik	2	4
3	Rzemieślnik	11	22
4	Pracownik umysłowy	6	12
5	Inny	7	14
6	Bez zawodu	4	8
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Dominującą grupą wśród ankietowanych są mężczyźni mający stałe zatrudnienie (48%) lub utrzymujący się z prac dorywczych (28%). Liczba osób bezrobotnych wynosi 12%. Sześciu mężczyzn nie nawiązało stosunku pracy ze względu na wiek (emeryt) i dalszą naukę (uczniowie i studenci). Dane te potwierdza tabela 8.

Tabela 8. Struktura zatrudnienia badanych mężczyzn (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Zatrudnienie badanych	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Stałe zatrudnienie	24	48
2	Praca dorywcza	14	28
3	Uczeń / Student	4	8
4	Bezrobotny	6	12
5	Rencista / Emeryt	2	4
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że większość badanych (64%) postrzega swoją sytuację materialną jako bardzo dobrą, 26% ankietowanych uznaje ją za dobrą. Tylko 10% mężczyzn ocenia ją negatywnie.

Z całą pewnością zatrudnienie i wysokość wynagrodzenia ma wpływ na większe zainteresowanie usługami seksualnymi. Mężczyzna o stałych dochodach ma większe szanse na kontakt z osobą prostytuującą się niż bezrobotny. Ponadto sytuacja materialna odgrywa ogromne znaczenie przy wyborze prostytutki i miejsca świadczenia płatnego seksu.

Należy pamiętać, że ceny usług seksualnych bywają bardzo zróżnicowane. Średnio wycenione są od 50 złotych za seks oralny do 150 złotych za pełny stosunek. W luksusowych agencjach towarzyskich klient musi zapłacić za usługę 200-300 złotych. Najdroższą ofertą jest stosunek seksualny w domu klienta, zwany w slangu „nocą". Mogą sobie na niego pozwolić tylko zamożni mężczyźni, gdyż koszt wizyty waha się od 300 do 1000 złotych.[2]

Powyższe obserwacje potwierdzają rezultaty badań, z których wynika, że zdecydowana większość mężczyzn – 62% (w tym pięciu bezrobotnych) korzystało z usług najtańszych prostytutek tzw. tirówek. 22% respondentów było klientami agencji towarzyskich. Co dziesiąty ankietowany przyznał się do kontaktu z prostytutką uliczną. Tylko trzech mężczyzn gościło prostytutkę we własnym domu. Rozkład odpowiedzi prezentuje tabela 9.

---

2 Por. P. Kudzia, G. Pawelczyk, *Seks City*, Wprost 2002, nr 31, s. 20; K. Janicki, *Wszystko na sprzedaż*, Detektyw – dodatek specjalny 1997, nr 2, s. 59, a także A. Fandrzejewska, J. Krajewski, J. Machowiak, J. Szmidt, A. Szymborska, *Miłość w hurcie i detalu*, Businessman Magazine 1996, nr 5, s. 22.

Tabela 9. Wybór prostytutek (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Z czyich usług seksualnych korzysta Pan najczęściej?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	„Tirówek”	31	62
2	„Prostytutek ulicznych”	5	10
3	Agencji towarzyskich	11	22
4	Prostytutek świadczących usługi w miejscu zamieszkania klienta	3	6
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Z deklaracji badanych wynika, że większość z nich (56%) nabywa usługi seksualne kilka razy w roku. 24% ankietowanych określa swój kontakt z osobą prostytuującą się jako nieco rzadszy, a więc następujący mniej więcej raz w roku. Przynajmniej raz w miesiącu za usługi seksualne płaci 6% badanych. Jednostkowo wystąpiły przypadki korzystania z tego typu usług kilka razy w miesiącu (4%). Respondentów, którzy mieli kontakt sporadyczny z prostytutkami, czyli rzadszy niż raz w roku, było 10%. Warto odnotować, że żaden badany nie korzystał z ofert przemysłu seksualnego częściej niż kilka razy w miesiącu (tabela 10).

Tabela 10. Częstotliwość korzystania z usług seksualnych. (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Jak często korzysta Pan z usług seksualnych prostytutek?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Mniej więcej raz w tygodniu	0	0
2	Kilka razy w tygodniu	0	0
3	Mniej więcej raz w miesiącu	3	6
4	Kilka razy w miesiącu	2	4
5	Mniej więcej raz w roku	12	24
6	Kilka razy w roku	28	56
7	Rzadziej niż raz w roku	5	10
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Z analizy zebranego materiału wynika ponadto, że większość klientów (36%) ma za sobą od 6 do 10 kontaktów seksualnych z prostytutką, a co piąty od 11

do 30. 10% mężczyzn przyznało się do skorzystania z ponad 50 płatnych usług seksualnych. Tylko sześciu ankietowanych miało jednorazowe spotkanie z osobą prostytuującą się. Dokładne dane przedstawia tabela 11.

Tabela 11. Liczba kontaktów seksualnych badanych mężczyzn z prostytutkami (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Jak często korzystał Pan z usług seksualnych prostytutek?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Raz	6	12
2	2 - 5 razy	4	8
3	6 - 10 razy	18	36
4	11 - 30 razy	10	20
5	31 - 50 razy	7	14
6	51 - 80 razy	3	6
7	80 - 100 razy	2	4
8	Powyżej 100 razy	0	0
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Na podstawie powyższych danych można stwierdzić, że skłonność mężczyzn do kupowania usług seksualnych jest wysoka. Niewątpliwe jest również to, że prostytutki odgrywają ogromną rolę w życiu seksualnym ankietowanych.

Wśród najczęściej wymienianych przyczyn skłaniających klientów do korzystania z płatnych usług seksualnych pojawiają się odpowiedzi: „chęć doznania nowych doświadczeń seksualnych" (46%) lub „brak partnerki życiowej" (22%). Blisko 16% ankietowanych usprawiedliwia swoje kontakty z prostytutkami nieudanym pożyciem seksualnym ze stałą partnerką oraz zwiększonym popędem płciowym (10%). Trzech badanych skorzystało z płatnej usługi erotycznej w celu odbycia inicjacji seksualnej. Zestawienie powyższych wyników przedstawia tabela 12.

Tabela 12. Przyczyny korzystania z usług seksualnych (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Co skłoniło Pana do korzystania z usług seksualnych prostytutek?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Brak partnerki życiowej	11	22
2	Chęć doznania nowych doświadczeń seksualnych	23	46
3	Nieudane pożycie seksualne z partnerką życiową	8	16
4	Zwiększony popęd płciowy	5	10
5	Inne	3	6
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Jak wynika z powyższych danych odprężenie i urozmaicenie seksualne stanowi podstawową funkcję prostytucji. Klienci seksbiznesu za określoną kwotę pieniędzy zapewniają sobie rozładowanie popędu seksualnego.

Należy zgodzić się ze stanowiskiem Kazimierza Imielińskiego, prekursora polskiej seksuologii, że mężczyźni oczekują od prostytutki: „różnych odmian pogłębiania wiedzy seksualnej: jedni chcą się nauczyć podstawowych technik seksualnych, inni pragną rozbudowywać sposoby, które mogą uczynić seks bardziej ekscytującym, jeszcze inni nabyć doświadczeń, które sprawią, że ich reakcje będą swobodniejsze i atrakcyjniejsze, niektórzy poszukują okazji do praktykowania skłonności, które są zakazane i objęte społecznym tabu, niektórzy zaś oczekują odprężenia psychicznego, które czasem pojawia się w następstwie intensywnych doświadczeń seksualnych. Wszyscy poszukujący przygód chcą, aby prostytutka przejawiała entuzjazm i miała chęć do kontaktów seksualnych oraz pokazywała im sposoby seksualnego zaspokojenia”.[3]

Słowa te odnajdują potwierdzenie w odpowiedziach ankietowanych, z których wynika, że większość badanych od prostytutek oczekuje przede wszystkim dobrej „techniki seksualnej” (40%), uległości (24%) i fizycznej atrakcyjności (18%). Tylko nieliczni zwracają uwagę na takie szczegóły jak: kolor włosów (2%), prowadzoną rozmowę (4%), seksowne ubranie (6%) czy wielkość biustu (6%) - tabela 13.

3 K. Imieliński, *Manowce seksu – prostytucja*, Łódź 1990, s. 155.

Tabela 13. Preferencje klientów przy wyborze prostytutki (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Czym kieruje się Pan przy wyborze prostytutki?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Dobrą „techniką seksualną"	20	40
2	Uległością osoby prostytuującej się	12	24
3	Fizyczną atrakcyjnością	9	18
4	Seksownym ubraniem	3	6
5	Kolorem włosów	1	2
6	Prowadzoną rozmową	2	4
7	Inne	3	6
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Co skłoniłoby ankietowanych do zrezygnowania z zakupu usług seksualnych? Prawie 38% mężczyzn deklaruje, że poprawa pożycia seksualnego z partnerkami życiowymi. Dla 32% badanych argumentem przeciwko nabywaniu tego typu usług byłaby wiedza, że są one zabronione przez prawo. 12% respondentów zrezygnowałoby z kontaktu z prostytutkami po zapoznaniu właściwej partnerki. Pięciu mężczyzn zniechęciłby wzrost cen usług. Tylko 8% ankietowanych uważa, że nikt i nic nie jest w stanie powstrzymać ich przed kupnem usług seksualnych. Wykaz danych przedstawia tabela 14.

Tabela 14. Przyczyny rezygnacji z usług seksualnych (N=50, wg liczby wskazań).

Lp.	Co skłoniłoby Pana do rezygnacji z nabywania usług seksualnych?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Poprawa pożycia seksualnego z partnerką życiową	19	38
2	Prawny zakaz świadczenia i nabywania usług seksualnych	16	32
3	Wzrost cen usług seksualnych	5	10
4	Poznanie właściwej partnerki życiowej	6	12
5	Inne	0	0
6	Nic i nikt nie jest w stanie powstrzymać mnie od kupowania usług seksualnych	4	8
Razem		**50**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Ostatnie trzy pytania ankiety dotyczące oceny dostępności usług seksualnych i legalizacji prostytucji skierowano do wszystkich mężczyzn biorących udział w badaniu. Z uzyskanych informacji wynika, że dla 66% respondentów dostęp do usług seksualnych w Polsce jest „zbyt łatwy". 29% badanych określa go jako: „ani łatwy - ani trudny". Zaledwie sześciu ankietowanych twierdzi, że dostęp do osób prostytuujących się jest „zbyt trudny" (tabela 15). Co ciekawe, pogląd ten głoszą wyłącznie mężczyźni deklarujący brak kontaktów z prostytutkami.

Tabela 15. Dostępność usług seksualnych w Polsce (N=200, wg liczby wskazań).

Lp.	Czy w Polsce, Pana zdaniem, dostęp do osób świadczących usługi seksualne jest:	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Ani łatwy, ani trudny	58	29
2	Zbyt łatwy	132	66
3	Zbyt trudny	6	4
4	Trudno powiedzieć	4	2
Razem		**200**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Zarówno badani korzystający z płatnego seksu, jak i ci, którzy nie mają nic wspólnego z tego typu rozrywkami, w jednakowym stopniu uznają, że usługi seksualne powinny być dostępne wyłącznie w ściśle określonych miejscach. 6% respondentów opowiada się za dostępnością płatnego seksu w każdym miejscu publicznym. Zdecydowana większość mężczyzn (82%) opowiedziała się za legalizacją prostytucji, tylko 15% ankietowanych było przeciwnych takim rozwiązaniom prawnym. 6 respondentów nie miało zdania na ten temat (tabela 16).

Tabela 16. Legalizacja prostytucji (N=200, wg liczby wskazań).

Lp.	Czy w Polsce, Pana zdaniem, prostytucja powinna być zalegalizowana?	Liczba osób	Procent w stosunku do całości
1	Tak	164	82
2	Nie	30	15
3	Trudno powiedzieć	4	2
Razem		**200**	**100%**

Źródło: badanie własne.

Warto podkreślić, że wszyscy ankietowani deklarujący kontakty z osobami świadczącymi usługi seksualne jednogłośnie opowiedzieli się za legalizacją prostytucji. Wśród argumentów przemawiających za legalizacją płatnego seksu mężczyźni podnosili, że takie rozwiązanie prawne przyniosłoby znaczne korzyści społeczne. Po pierwsze, umożliwiłoby wnikliwą kontrolę stanu zdrowia prostytutek, co zminimalizowałoby niebezpieczeństwo rozpowszechniania się chorób wenerycznych. Po drugie, legalizacja ułatwiłaby pracę organom ścigania i dała możliwość zwalczania przestępczości związanej z prostytucją. Po trzecie, opodatkowanie seksbiznesu poprawiłoby sytuację ekonomiczną państwa i pozwoliłoby zwalczyć kryzys gospodarczy. Zwolennicy zakazu uprawiania prostytucji najczęściej stwierdzali, że legalizacja doprowadzi do zwiększenia demoralizacji i rozluźnienia więzi społecznych.

Celem niniejszego opracowania było stworzenie dokładnego socjoekonomicznego profilu klienta płatnych usług seksualnych i poznanie zdania mężczyzn na temat legalizacji prostytucji. W wyniku analizy, opartej na przeprowadzonych badaniach, można stwierdzić, że:

1) Klientami „pracownic seksbiznesu" są najczęściej dobrze sytuowani, rozwiedzeni mężczyźni w wieku 41–50 lat, posiadający zawodowe lub średnie wykształcenie.
2) Chęć doznania nowych doświadczeń seksualnych stanowi główną przyczynę korzystania z ofert przemysłu seksualnego.
3) Osobisty kontakt z osobami świadczącymi usługi seksualne wpływa na złagodzenie stanowiska dotyczącego zdelegalizowania prostytucji.
4) Zarówno mężczyźni mający za sobą kontakty z osobami prostytuującymi się, jak i ci, którzy się z nimi nie zetknęli, w jednakowym stopniu uznają, że usługi seksualne w Polsce są zbyt łatwo dostępne.
5) Ankietowani, którzy opowiedzieli się za legalizacją prostytucji, w większości uważają jednak, że usługi seksualne powinny być dostępne tylko w ściśle wyznaczonych miejscach.

Uzyskane dane liczbowe potwierdzają, że prostytucja nie jest zjawiskiem abstrakcyjnym, lecz gorzką prawdą o ludzkim życiu, gdzie główną rolę odgrywa zarówno prostytutka jak i mężczyzna kupujący jej seksualne usługi. Choć powyższa praca nie obejmuje wszystkich konsekwencji, które pojawiają się wraz z kupnem ciała kobiety, ukazuje jednak szeroką gamę wiążących się z tym zagadnieniem problemów. Przytoczone wyniki badań uświadamiają również, że prostytucja stanowi ważną kwestię społeczną i problem kryminologiczny.

LITERATURA

1. Fandrzejewska A., Krajewski J., Machowiak J., Szmidt J., Szymborska A., *Miłość w hurcie i detalu*, Businessman Magazine 1996, nr 5.
2. Imieliński K., *Manowce seksu – prostytucja*, Łódź 1990.
3. Janicki K., *Wszystko na sprzedaż*, Detektyw – dodatek specjalny 1997, nr 2.
4. Kudzia P., Pawelczyk G., *Seks City*, Wprost 2002, nr 31.
5. *Podstawowe informacje o rozwoju demograficznym Polski do 2008 roku.* Notatka informacyjna Głównego Urzędu Statystycznego, Warszawa 2009.