

## Definiowanie pracy seksualnej i popytu na usługi seksualne w kontekście eliminowania handlu ludźmi

*Esmah Lahlah, Conny Rijken, Maria Shaidrova*

### Holistyczne podejście do konceptualizacji popytu na usługi seksualne

#### Wprowadzenie

Naszym celem jest poinformowanie Czytelników o aktualnej sytuacji związanej z popytem na usługi seksualne, który może zwiększać wykorzystywanie seksualne. Skupiamy uwagę na zagadnieniu popytu na usługi seksualne oraz znaczeniu wykorzystywania seksualnego w tym kontekście.

Wezwanie do „przeciwdziałania powstawaniu zapotrzebowania sprzyjającego wszelkim formom wykorzystania osób, w szczególności kobiet i dzieci”, zawarte w art. 9 ust. 5 protokołu z Palermo (2000), było aktywnie wspierane przez decydentów po przyjęciu protokołu. Jednak analiza popytu w kontekście wykorzystywania seksualnego wiąże się z wieloma problemami, m.in. z tym, jak zdefiniujemy „popyt” i „wykorzystywanie”. Szczególnie kontrowersyjnym pytaniem jest to, czy wykorzystywanie seksualne jako takie spełnia określone warunki popytu.

Brak konceptualizacji popytu doprowadził do błędnych interpretacji oraz rozbieżności w zakresie wyników badań dotyczących popytu na usługi seksualne. Terminologia rynkowa często jest używana niekonsekwentnie i bez uwzględnienia ekonomii, z której się wywodzi. Tymczasem stosowanie terminologii z zakresu ekonomii (takiej jak popyt i podaż) wymaga uważnej analizy rynku usług seksualnych. Należy dokładnie zidentyfikować powiązane usługi i uczestników. Jest to kluczowe dla zrozumienia, w jaki sposób uczestnicy dokonują oceny kosztów i korzyści na rynku usług seksualnych. Na przykład decyzja klienta o skorzystaniu z usług seksualnych może mieć podstawy biologiczne i psychologiczne, może być związana z normami społecznymi lub przepisami prawnymi. Zatem mamy do czynienia z czterema wymiarami tej decyzji: biologicznym, psychologicznym, społecznym i prawnym.

W związku z tym zalecamy przyjęcie w analizie przemysłu seksualnego **holistycznego** podejścia. Polega ono na dokonaniu identyfikacji różnych rynków, ich uczestników i czynników wpływających na decyzje jednostkowe oraz rozpoznaniu

ich wzajemnych relacji. Co więcej, zalecamy przeprowadzenie analizy tego, w jaki sposób uczestnicy i rynki są osadzeni w bardziej rozbudowanych strukturach społecznych. Przyjęcie takiego podejścia (1) pomoże uzyskać pełny obraz przemysłu seksualnego, w którym może pojawiać się wykorzystywanie seksualne; (2) pozwoli mapować relacje pomiędzy różnymi rynkami w przemyśle seksualnym; (3) zapewni solidną podstawę dla badań i propozycji przepisów dotyczących zapobiegania handlowi ludźmi w kontekście przemysłu seksualnego oraz (4) przyczyni się do skuteczniejszej współpracy pomiędzy ustawodawcami i badaczami w walce z wykorzystywaniem seksualnym.

W związku z dynamicznym rozwojem technologicznym przemysł seksualny i powiązane z nim rynki gwałtownie się zmieniają. Uczestnicy biorą udział w tworzeniu innowacji w przemyśle seksualnym i ciągle się do nich dostosowują. Aby zrozumieć działania rynków przemysłu seksualnego, należy uwzględnić bieżące trendy.

## Czym są popyt i podaż

Ekonomiści definiują popyt jako „chęć i możliwość nabycia dóbr lub usług”, a podaż jako „chęć i możliwość sprzedaży dóbr lub usług” (Mankiw 2014). Pojęcia popytu i podaży opisują relację pomiędzy kupującymi a sprzedającymi. W tej relacji kupujący i sprzedający są w ciągłej interakcji i wpływają na siebie i swoje zachowania.

Koncepcja popytu w ekonomii dotyczy towarów i usług końcowych, a nie osób, które je wytwarzają. W przemyśle seksualnym (niezależnie od tego, czy uznawany jest za przestępstwo, czy nie) klienci oczekują usług seksualnych, a nie pracowników seksualnych, jako towaru końcowego. Z kolei właściciele domów publicznych domagają się pracowników seksualnych. Jednocześnie pracownicy seksualni mogą domagać się usług w zakresie zarządzania od osób trzecich.

W związku z tym definiujemy **popyt na usługi** jako „chęć i możliwość skorzystania z usług”, a **podaż** jako „chęć i możliwość świadczenia usług”. Skupienie się na usługach pozwoli nam zidentyfikować właściwe rynki i ich uczestników<sup>1</sup>.

W języku ekonomii istnieją dwa rodzaje popytu – popyt pierwotny i popyt wtórny (pochodny): (1) popyt pierwotny to popyt na produkt końcowy, w tym przypadku chodzi o popyt klientów na usługi seksualne; (2) popyt wtórny to rezultat popytu pierwotnego, np. w celu świadczenia usług pracownicy seksualni muszą wynająć pokój, kupić jakieś produkty, założyć stronę internetową itp.

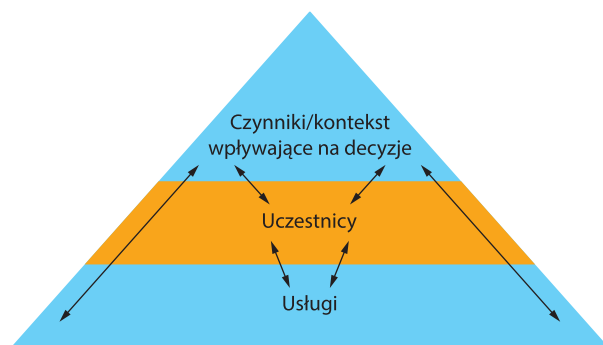
Wobec tego popyt w kontekście usług seksualnych proponujemy analizować w ramach dość rozbudowanej struktury społecznej, która wpływa na indywidualne decyzje. Co więcej, proponujemy uwzględnić fakt, że ludzie podejmują decyzje

---

<sup>1</sup> Podmioty podejmujące decyzje motywowane ekonomicznie.

w oparciu o rozliczne okoliczności (czynniki): indywidualne i społeczne. W konsekwencji zdecydowaliśmy się omówić popyt na usługi seksualne i ich podaż przy zastosowaniu holistycznego podejścia, pokonując tym samym ograniczenia metody czysto ekonomicznej.

Rycina 1 obrazuje złożoność sytuacji, podkreślając wzajemną zależność i wpływ zaangażowanych elementów: popytu na usługi w przemyśle seksualnym i ich podaży<sup>2</sup>, uczestników przemysłu seksualnego<sup>3</sup> oraz czynników, które wpływają na decyzje podejmowane przez uczestników<sup>4</sup>.



**Rycina 1.** Złożoność popytu i podaży na rynku usług seksualnych

Źródło: opracowanie własne.

## Identyfikacja rynków w przemyśle seksualnym

Rynki w przemyśle seksualnym stanowią rozbudowany i powiązany system składający się z popytu pierwotnego i wtórnego oraz podaży. Aby pokazać zakresy pojęć popytu i podaży, wyróżniłyśmy usługi, na które istnieje popyt, usługi świadczone oraz uczestników. Podział ten może zostać jeszcze bardziej doprecyzowany i dopasowany do analizowanej sytuacji.

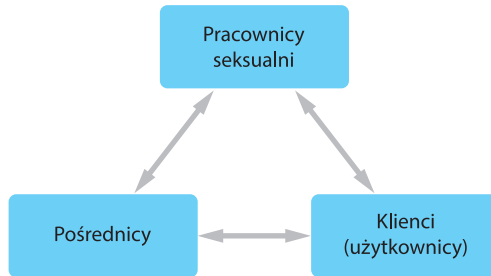
Jak pokazuje ryc. 2, w przemyśle seksualnym można zidentyfikować trzy grupy uczestników: pracowników seksualnych, klientów i pośredników. Wszystkie one uczestniczą zarówno w popycie pierwotnym, jak i wtórnym oraz w podaży. Przykładowo, pracownicy seksualni mogą oczekiwać bezpiecznych warunków pracy, a pośrednicy mogą im je obiecać. Jednocześnie klienci oczekują usług seksualnych, a pracownicy seksualni im je dostarczają. Wszyscy uczestnicy są ze sobą powiązani. Zrozumienie podstawowych relacji pomiędzy pośrednikami, klientami

<sup>2</sup> Zob. podrozdział *Identyfikacja rynków w przemyśle seksualnym*.

<sup>3</sup> Zob. podrozdziały *Określenie uczestników przemysłu seksualnego* i *Wzajemne relacje między uczestnikami rynku*.

<sup>4</sup> Zob. podrozdział *Czynniki wpływające na decyzje podejmowane przez uczestników*.

i pracownikami seksualnymi pomoże nam w dalszej identyfikacji rynków stanowiących część przemysłu seksualnego.



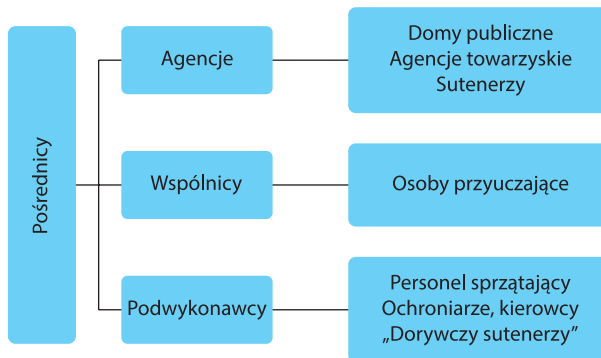
**Rycina 2.** Uczestnicy rynku usług seksualnych

Źródło: opracowanie własne.

## Określenie uczestników przemysłu seksualnego

Podmioty uczestniczące w przemyśle seksualnym można podzielić na trzy grupy: pracowników seksualnych, pośredników i klientów. Ponieważ będzie o tym obszernie mowa dalej, tu jedynie sygnalizujemy tę kwestię.

1. **Pośrednicy.** Chris Bruckert i Tuulia Law (2013) zaproponowały podzielenie pośredników na trzy kategorie: (1) agencje; (2) wspólnicy; (3) podwykonawcy (ryc. 3). W zależności od przepisów prawnych oraz wiedzy pośredników do tej ostatniej grupy mogą zostać zaliczone osoby odpowiedzialne za transport.



**Rycina 3.** Pośrednicy usług seksualnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bruckert, Law 2013.

2. **Pracownicy seksualni** to osoby świadczące usługi seksualne za pieniądze (lub inne korzyści niepieniężne). Usługi seksualne nie ograniczają się tylko do bezpośredniego stosunku, ale obejmują również inne czynności seksualne (masturbacja przed kamerką, taniec erotyczny). Choć przepisy najczęściej odnoszą się

do kobiet, to pracownikami seksualnymi mogą być również mężczyźni oraz osoby transpłciowe.

3. **Klientami pracowników seksualnych (użytkownikami)** mogą być zarówno kobiety, jak i mężczyźni o różnych preferencjach i orientacjach seksualnych. Choć większość klientów stanowią mężczyźni i to właśnie ich dotyczą najczęściej badania oraz przepisy, kobiety także korzystają z usług seksualnych. Powody korzystania z usług seksualnych oraz poglądy na temat klientów płci męskiej i żeńskiej znacznie się różnią. W rzadkich przypadkach klientami pracowników seksualnych mogą być również pary.

## Wzajemne relacje między uczestnikami rynku

Obecne podejście do popytu i podaży w kontekście usług seksualnych nie odzwierciedla wzajemnych relacji między uczestnikami tego specyficznego rynku. Popyt i podaż są często postrzegane wyłącznie z perspektywy klientów oczekujących usług seksualnych, w związku z czym pomija się potrzeby pracowników seksualnych i pośredników związane z identyfikacją klientów. Analiza literatury wykazała, że w rozbudowanej strukturze rynkowej działania i decyzje uczestników mają na siebie wzajemny wpływ i mogą być korzystne dla obu stron. Proponujemy przyjrzeć się następującym przykładom wzajemnych powiązań między uczestnikami:

- W niektórych przypadkach nie tylko pośrednicy są zainteresowani pozyskaniem nowych pracowników, ale także potencjalni pracownicy seksualni są gotowi do współpracy z nimi. Bruckert i Law (2013) wskazały następujące zalety współpracy z agencjami towarzyskimi: (1) komfortowe warunki pracy; (2) ochrona; (3) solidarność pracowników zamiast rywalizacji; (4) zasady i procedury w zakresie negocjacji z klientami.
- Aby zwrócić uwagę klientów, agencje/pracownicy seksualni identyfikują i próbują przyciągać określone typy klientów: ekskluzywne agencje towarzyskie często wykorzystują luksusowe zdjęcia na stronach internetowych skierowanych do zamożnych klientów. Mniej ambitne agencje towarzyskie oferują stosunkowo niskie ceny, dzięki czemu ich usługi są „niedrogie i dostępne dla każdego”.
- Starannie wybierane jest również miejsce świadczenia usług: autostrada, specjalna dzielnica. Niektóre dzielnice czerwonych latarni stają się nawet atrakcjami turystycznymi, jak np. w Amsterdamie. Podobne strategie są stosowane w reklamach internetowych: pracownicy seksualni i pośrednicy dostosowują je pod kątem pozycjonowania, umieszczają reklamy na stronach pornograficznych i forach dyskusyjnych.
- Strategie marketingowe stosowane przez pracowników seksualnych i pośredników mogą być powiązane z wybraną płcią (tj. inne strony internetowe skierowane do klientów, a inne do klientek).