

Исследование мотивации лиц, вовлеченных в секс- бизнес

**Кочеткова С.А.,
Тайшева Л.А.,
Кузнецова Ю.В.**

**Цель данного исследования –
выявление содержания и структуры
мотивации людей, занятых в секс-
бизнесе**

Респонденты:

Лица, занятые в секс-бизнесе г. Казани

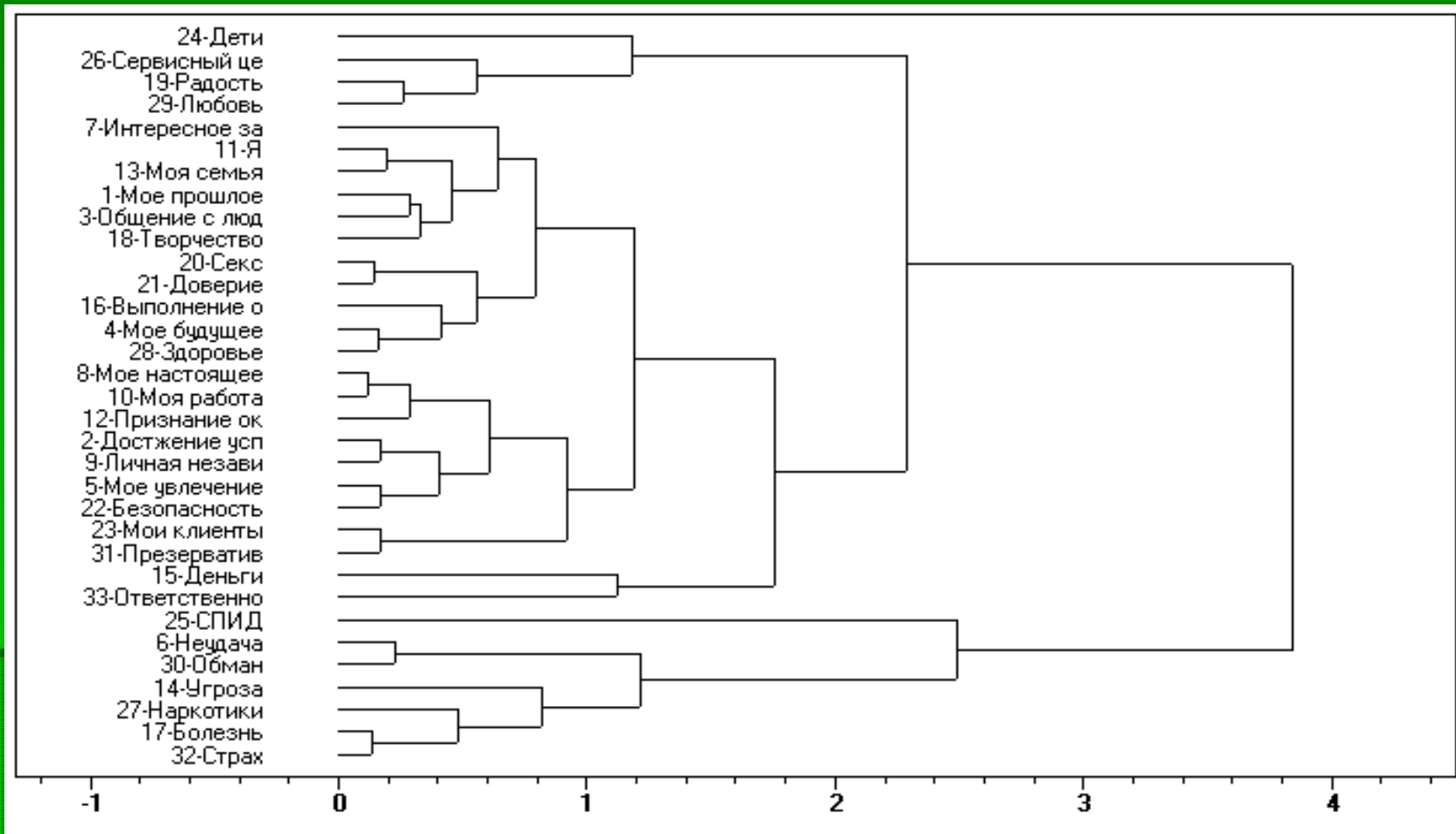
- 66 человек: 54 женщины и 12 мужчин.
- Возраст: от 17 до 42 лет.
- Статус: 33 из агентств, 33 – уличные

Метод исследования:

Метод семантического дифференциала
Ч.Осгуда, модифицированный
И.С.Соломиным

1 - Мое прошлое
2 - Достижение успеха
3 - Общение с людьми
4 - Мое будущее
5 - Мое увлечение
6 – Неудача
7 - Интересное занятие
8 - Мое настоящее
9 - Личная независимость
10 - Моя работа
11 – Я
12 - Признание окружающими
13 - Моя семья
14 – Угроза
15 – Деньги
16 - Выполнение
обязанностей

17 – Болезнь
18 – Творчество
19 – Радость
20 – Секс
21 – Доверие
22 – Безопасность
23 - Мои клиенты
24 – Дети
25 – СПИД
26 - Сервисный центр
"СИМОНА«
27 – Наркотики
28 – Здоровье
29 – Любовь
30 – Обман
31 – Презерватив
32 – Страх
33 - Ответственность



Содержание мотивации у КСР

Базовые потребности:	Признание окружающими, выполнение обязанностей, личная независимость, доверие, достижение успеха, семья, здоровье, безопасность, любовь, радость, творчество, общение с людьми
Удовлетворенность	Удовлетворены
Актуальные потребности	-
Мотивированная деятельность	Секс, Общение с людьми, творчество, сервисный центр «СИМОНА»
Вытесненные понятия	СПИД, Дети, Деньги
Источники стресса	Наркотики, неудача, обман, болезнь

Сравнение содержания мотивации у досуговых КСР и уличных КСР

	КСР- агентства	КСР - улица
Базовые потребности:	Общение с людьми, радость, дети	Достижение успеха, личная независимость, здоровье, доверие, общение с людьми, безопасность, секс
Удовлетворенность	Не удовлетворены	Не удовлетворены
Актуальные потребности	Выполнение обязанностей, безопасность, признание окружающими, достижение успеха, семья, работа, секс.	Ответственность, работа, клиенты, выполнение обязанностей, признание окружающими.
Мотивированная деятельность	Общение с людьми, сервисный центр «СИМОНА»	Общение с людьми, секс
Вытесненные понятия	СПИД, клиенты	СПИД, Деньги
Источники стресса	Обман, неудача, наркотики, болезнь	Обман, неудача, наркотики, болезнь

Сравнение содержания мотивации у мужчин и женщин

	КСР- мужчины	КСР - женщины
Базовые потребности:	Творчество, признание окружающими, общение, радость	Достижение успеха, личная независимость, выполнение обязанностей, семья, здоровье, доверие, общение с людьми, безопасность, секс
Удовлетворенность	Удовлетворены	Не удовлетворены
Актуальные потребности	-	Работа, клиенты
Мотивированная деятельность	Творчество	Выполнение обязанностей, секс
Вытесненные понятия	СПИД, Неудача, Дети	Клиенты
Источники стресса	Обман, неудача, наркотики, Клиенты, Презерватив, выполнение обязанностей	Обман, неудача, наркотики, болезнь

Отношение к понятиям

Понятия	Общая выборка	Мужчины	Женщины	Агентства	Улица
СПИД	Вытеснено	Вытеснено	Вытеснено	Вытеснено	Вытеснено
Секс	Базовые потребности	Любовь, безопасность, здоровье	Базовые потребности	Актуальные потребности	Базовые потребности
Клиенты	Связано с работой		Базовые потребности	Вытеснено	Актуальные потребности
Наркотики	Стресс	Стресс	Стресс	Стресс	Стресс
Здоровье	Базовые потребности	Семья, безопасность, любовь, секс	Базовые потребности	Деньги, любовь, независимость	Базовые потребности
Презерватив	Базовые потребности	Страх, выполнение обязанностей	Базовые потребности	Базовые потребности	Базовые потребности
Сервисный центр «СИМОНА»	Базовые потребности	Базовые потребности	Базовые потребности	Базовые потребности	Базовые потребности

Выводы:

1. Использовать в посланиях КСР понятия, означающие их базовые ценности;
2. Высока вероятность привлечения КСР в качестве добровольцев как к возможности удовлетворения базовых потребностей (общение, реализация творческого потенциала);
3. Важно более глубоко изучить причины вытеснения понятий «СПИД», «Дети»;

Частные выводы:

1. При работе с КСР из агентств делать акцент на понятиях «Общение с людьми», «Радость», «Дети». С уличными КСР на понятиях «Достижение успеха», «Личная независимость», «Здоровье», «Доверие», «Безопасность»;
2. Для усиления мотивации к обращению за медико-психологической помощью у КСР использовать ассоциации с детьми;
3. Мотивацию у КСР мужчин можно повысить, привлекая понятия «Творчество», «Признание окружающих», «Общение с людьми».