

Sponsoring a prostytutcja

– dwa odrębne czy niczym nieróżniące się zjawiska?

Cel badań:

Naszym celem było zbadanie wiedzy dotyczącej zjawiska sponsoringu i prostytutki wśród studentów. Wyniki owych prac badawczych okazały się bardzo interesujące i z całą pewnością zwróciły uwagę na problem, jakim jest sponsoring i prostytutcja.

Badanie:

Badanie na temat świadomości tego zagadnienia wśród młodych osób zostało przeprowadzone przez studentki trzeciego roku kryminologii Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego - Wiktorię Czerwińską, Oliwię Szafrąską i Weronikę Wąsikowską - w ramach przedmiotu Prostitution prowadzonego z dr hab. prof. nadzw. Radosławem Krajewskim.

Miało ono miejsce w dniach 22.10.2021 – 25.10.2021 poprzez internetową ankietę składającą się z 14 pytań, opracowaną na platformie Google.

Metryczka:

W badaniu wzięło udział 355 osób, z czego większość stanowiły kobiety, bo aż 299 respondentów (84,2%), 52 ankietowanych to mężczyźni (14,6%) oraz 4 osoby zaznaczyły odpowiedź inne (1,2%). Respondentami byli studenci różnych kierunków, m.in.: kryminologii, prawa, psychologii, pedagogiki, administracji, ekonomii, zarządzania, logopedii, fizjoterapii, geografii czy filologii. Największa część osób, które odpowiedziały w ankiecie, zamieszkuje na wsi (29,6%), następnie w mieście do 50 tysięcy mieszkańców

(19,4%), kolejno w mieście powyżej 300 tysięcy mieszkańców (17,2%). Pojawili się również ankietowani z miast powyżej 50, 200 i 500 tysięcy mieszkańców.

Respondenci wykazali się dużym zaangażowaniem w wypełnianiu naszej ankiety. Według badań sponsoring kojarzy się im z prostytutką, pieniędzmi, usługami seksualnymi w zamian za dobra materialne oraz płatnością za spotkania i różnorakie usługi. Zdania dotyczące tego, czy między sponsoringiem a prostytutką jest duża granica były bardzo podzielone. Ankietowani uznali, że sponsoring różni się od prostytutki przede wszystkim ilością partnerów seksualnych. Zauważali, iż w przypadku sponsoringu występuje zazwyczaj jeden klient, natomiast w przypadku prostytutki jest ich kilku.

Dodatkowo różnicą, którą wymieniali było to, że sponsoring charakteryzuje się zazwyczaj długotrwałym układem, w przeciwieństwie do prostytutki, w przypadku której klienci pojawiają się nawet jednorazowo. Pojawiały się także odpowiedzi, iż różni się zakresem usług, ponieważ w prostytutce są to usługi seksualne, natomiast w przypadku sponsoringu relacja nie musi się opierać jedynie na nich, może równie dobrze polegać na zwykłych spotkaniach towarzyskich, nieuwzględniających relacji seksualnej.

Prawie 40% respondentów przyznało, że spotkało się ze zjawiskiem sponsoringu osobiście lub zna osobę, która się z nim spotkała. Ponadto ok. 24% osób biorących udział w badaniu ujawniło, że ktoś proponował im dobra materialne w zamian za świadczenie usług seksualnych. Natomiast jedynie 11% ankietowanych spotkało się ze zjawiskiem sponsoringu w środowisku akademickim. Większość uznała także, że sponsoring wcale nie oznacza jednego klienta, jak mogłoby się wydawać. Na pytanie dotyczące miejsca, w którym można szukać sponsora respondenci jednogłośnie wybrali Internet. Pojawiały się też takie odpowiedzi jak galerie handlowe, parki, uniwersytety, kościoły czy dworce autobusowe lub kolejowe. Jeżeli chodzi o sfery, jakich może dotyczyć sponsoring najczęściej odpowiedzi padło na: odzież, dodatki, elektronika (346 głosów), następnie pieniądze (331 głosów), później mieszkanie (317 głosów), edukacja (np. opłata czesnego na studiach) (250 głosów). Respondenci wpisywali również własne odpowiedzi, tj. narkotyki, wycieczki, wakacje, samochód, biżuteria, zabiegi medyczne oraz częstą odpowiedzią było, iż sponsoring może dotyczyć tak naprawdę każdej możliwej sfery.

Zjawisko sponsoringu z pewnością można uznać za wyrafinowaną i ekskluzywną formę prostytucji wśród współczesnych patologii społecznych. Rozwojowi tego zjawiska sprzyja coraz większa liberalizacja życia codziennego, a co za tym idzie większe przyzwolenie społeczne oraz promowanie w mediach postawy konsumpcyjnej i pogoni za rzeczami materialnymi. Warto więc, aby każdy, a w szczególności osoby młode, miały świadomość problemu, jakim jest sponsoring i prostytucja.