

SEX TOURISM – A FUNCTION OR A DYSFUNCTION OF THE CONTEMPORARY TRAVEL SECTOR?

Sex tourism

GRZEGORZ GODLEWSKI, MARIA WERESZCZUK

*The Josef Pilsudski University of Physical Education in Warsaw,
Faculty of Physical Education in Białą Podlaska, Tourism Department*

Mailing address: Grzegorz Godlewski, Faculty of Physical Education, Tourism Department,
2 Akademicka Street, 21-500 Białą Podlaska, tel.: +48 83 3428719, mob.: +48 607303301,
fax: +48 83 3428800, e-mail: godlewskig@wp.pl

Abstract: Tourism is a phenomenon of interdisciplinary nature and combines almost all the motives that accompany the travellers. One of them may include entering into sexual contacts of a commercial nature, in relation to the communities visited – namely sex tourism. Undoubtedly, this form of travel is one of the most controversial in today's market. Therefore, the aim of this study is to attempt to characterise the sex tourism market in the context of the function and dysfunction, which accompanies the consumption of its specific products. The article focuses primarily on the socio-economic effects arising from the existence of this segment of travel. The authors, analysing the available literature in this context, prepared an account of both positive and negative aspects associated with that form of tourist migrations.

Key words: sex tourism, functions, dysfunctions, social and economic effects

Introduction

The tourism market is very competitive. Tourist operators encourage customers to take advantage of their offers, trying to provide them with better offers than their competitors, creating ever richer deals and lowering their prices. Customers expect tourist operators to provide travel products that are not only attractive tourist wise, but also offering emotional benefits. Consumers want their trip to be an extraordinary adventure – some of them want to soak up the tropical sun, while others expect adrenaline and fun. Tourism meets all these expectations – it is an interdisciplinary phenomenon and, along with its permanent development, new and innovative forms of leisure emerge [1]. However, the appearance on the market of any new product requires a diagnosis of possible socio-economic impacts that may occur after its introduction into the market. The diagnosis should involve tests such as impact of this product on: family [2], the reference groups and opinion leaders, the status of social roles and positions, classes and social strata, which is reflected in purchasing decisions [3], exemplary spending patterns [4] and social norms [5].

Objectives and themes accompanying the consumption of tourism can be very different [6, 7, 8, 9]. It is worthwhile noting that service providers rarely offer their services to tourist groups characterised by only one selected travel motivation.

The above factors are forcing producers to undertake activities that differentiate the market of potential customers and lead to diversification of demand for tourism, which enforces various reactions of sellers (market segmentation according to certain variables) [10]. For this reaction to be effective (i.e. provide the expected benefits) the segments should meet certain criteria, namely: be measurable, profitable, accessible and

homogeneous [11]. Such activities often require conducting of marketing research, which, because of the difficulties in organising such research and the costs thereof, can be an important obstacle for individual companies. Therefore, small tourism businesses operating in niche segments (undoubtedly sex tourism is one of them) rarely decide to implement the strategies of segmentation.

The aim of this study is to describe the development of the sex tourism market in the context of its functions and dysfunctions that accompany the consumption of its specific products. The article primarily focuses on the socio-economic effects arising from the existence of this travel segment.

Sex tourism in literature

Sex-tourism is one of the most controversial aspects of modern international tourism. According to the World Tourism Organization (UNWTO), the term “sex tourism” is used to describe trips organised by travel agents of the tourism or entities operating outside of the travel sector, whose main goal is to provide tourists with an opportunity to engage into sexual relations of a commercial nature with representatives of the visited communities in tourist reception areas [1]. Additional motivation is also implied by Lew-Starowicz [12], who indicates that fulfilment of these needs can be for various reasons, difficult or impossible in their own country. Usually sex tourism involves prostitution, paedophilia and homosexuality. Nowadays, it is a well developed form of sex industry.

Very similarly sex tourism is described in the Internet sources. According to one dictionary, it is a journey, mostly foreign, usually taken in order to satisfy sexual needs (and

sometimes unusual, including paraphilia). It mostly involves the use of heterosexual prostitution, and less frequently homosexual child prostitution. This phenomenon involves travel to selected countries in Asia, South America, Africa, and Eastern Europe. Participants of such tourism are mainly from travel highly developed countries of Western Europe and North America [13]. This view is also presented by Lobożewicz [14], who treats it as a kind of dysfunction, while defining it as a new form of organised trips through travel agents, for tourists to engage into heterosexual or homosexual relations (the destinations primarily include Thailand, the Philippines and India).

The sex industry was built on solid foundations. Women have been treated as a tradable commodity for a long time. In the nineteenth century, during the rapid commercialisation of the Asian economies, this product has gained a market value. The first sale took place when Chinese women were exported to brothels in Malaya, Singapore and Thailand to provide sexual services to migrating Chinese workers, who were unmarried or travelled without their wives. For the same reason they were also sent up to the United States. After World War II the sex industry has grown in strength. Three factors were of key importance. The first and most important was the economic development. In the old, feudal, rural and poor Asia, there was no mass prostitution. Women were sexually exploited as a commodity, but this was happening in the form of cohabitation or sexual relations of land owners with peasant girls. As a result of industrial development, few women were able to earn a living, but there was a growing number of men earning much more than before. A large proportion of relatively wealthy men used their earnings to purchase sexual services. Free sexual relations with women, previously reserved for the most powerful, became available to a lot of men in Asia.

The second factor in the development of the sex industry has proved to be the expansion of prostitution for the use of soldiers. Girls often accompanied armies departing for wars, and in the ancient Asia behind the fence of each major military garrison districts, district of brothels would pop up, which in many cases have remained to this day. After World War II the strongest incentive for the development of prostitution was the arrival of American soldiers to Korea, and later to Vietnam, who in the sixties and early seventies, while stationed in Vietnam, travelled to Thailand for R & R – i.e. Rest and Recreation, and more specifically for I & I – Intercourse and Intoxication. Delivering services to military personnel, the huge and profitable sector of the sex industry was enjoying a boost. Similar things were happening everywhere where soldiers were stationed, in Korea and in the Philippines [3]. Currently, for example, Thailand has more than 200 000 commercial sex workers. Some even estimate that this number is as high as one million. In 2003 the entertainment industry, in which they are working, accounted for as much 3% of the Thai economy. Even if the number of Westerners coming to this country as “sex tourists” seems to be huge, they account only for 10% of the demand for prostitution, which is mainly created by the Japanese and the Chinese [15].

Trafficking of women for the purpose of forcing them into prostitution is a global phenomenon. In Asia, similarly as it is the case in South and Central America, child prostitution is particularly an egregious and severe problem. It can not be explained solely by the demand of Western paedophiles and their trips to Asian countries in order to purchase this type of service. In large parts of Asia, girls are starting to sell her bodies as early as in their childhood. Most sought after are those between the ages of thirteen to sixteen years, while virgins are a luxury, for which customers pay high prices.

The level of use of prostitution in the societies of Asia is similar to that reported in the West at the time when sexuality

was under stricter control than it is the case at present, and the sexuality of women was subject to strict controls. Social reformer Owen [opp. cit. 16], estimated that in the thirties of the nineteenth century, half of adult New Yorkers visited prostitutes on a regular basis. Kinsey Report of 1948 on sexual behaviour suggested that 60 percent of men at least once in their lives used the services of prostitutes [17]. The research indicates that in these days in the West a smaller percentage of men use the services of prostitutes than it used to be the case. For obvious reasons, the estimates differ. According to one report drawn up in the U.S., in 1993 sexual services were purchased by about 20 percent of men [18]. On the other hand a study carried out in 1997 by the Middlesex University showed that in London 80 thousand men bought sexual services once a week [15]. This would mean that 10 percent of adult Londoners use the services of prostitutes. These data may raise doubts, but it certainly shows that prostitution is less popular in societies where there is greater sexual freedom, and there are more opportunities to satisfy sexual needs outside of marriage.

Sex tourism has been growing rapidly. Every year about 300 people travel from Poland to hotels offering strong sex experiences. A special network of such facilities is operating in Jamaica. Two weeks of sex vacation is expense of about 3 thousand dollars. Also, some cities in Poland intends to encourage foreign tourists with nightlife attractions. For the British, Austrians, Germans and Italians the go-go clubs, preparing special campaigns such as the main attraction of the Łódź – the “Magnet” with strippers dancing on a long bar counter, who can be rewarded by faked one hundred dollar notes, handed to guest at the entrance by security guards. Only a year ago this place was virtually empty, but ever since cheap airfares from the UK appeared in the market, the situation has changed dramatically. “When Manufaktura was being built, the French and Italians used to come to us in flocks. Now we have the British. But we want more. A foreign guest is a windfall for the club. He can spend up to 200 euro in one night” – says a club manager. Entry fee to the club is PLN 50, a small beer costs PLN 9, while champagne prices soar to as much as PLN 1 500. For an additional fee you can also order a dance on the table. This idea is very much liked by the English. “They are great clients. Our prices are ridiculous for them, six times lower than in the Isles” – said the owner of the “Magnes” club [19].

Although sex tourism in Poland is a new phenomenon, many cities have had an opportunity to get to know it. It enjoys the success of its visitors, mainly foreigners, but often meets with reluctance of the local communities.

Functions and dysfunctions of sex tourism

Sex tourism industry produces a lot of negative effects, especially in the reception countries. It is linked to increase in sexual crime (prostitution, pimping, demoralisation of minors, paedophilia), breaching of social behaviour norms and spread of sexually transmitted diseases.

Sex tourism is a complex problem. International institutions and authorities in developed countries define it as a clearly negative phenomenon. Wide-ranging activities are being conducted by such organisations as the United Nations, the European Parliament, UNWTO, as well as some international tour operators (TUI) and airlines (British Airways). They are aimed at limiting the extent of the pathology, particularly child sex tourism. On the other hand, in areas where it is growing, sometimes it is perceived by prominent individuals as something positive and profitable [1].

As mentioned earlier, Asia is a continent where sex tourism is growing very rapidly. On the other hand, is portrayed as a continent, which cultivates traditional family values and

respect the conservative morality in sexual life. Fidelity is considered to be one of the most important requirements of marriage. From the perspective of the western countries we can see an enormous gulf between the exposed role of family in Asian societies, and the actual sexual preferences of Asians. In Asia, women are sold as sex slaves. In orphanages unwanted daughters are being killed, millions of women just disappear with silent approval of the society, the female half of the society is systematically discriminated against. Research on trafficking in women and sexual slavery in Asia brings important discoveries and offers an insight into the mechanisms of society. The view from a barred window of a closed brothel is radically different from the cheerful image of the happy sexual freedom, advocated by the Asians.

The Japanese are commonly perceived as a disciplined society with impeccable manners. So how do we explain the smuggled press reports of Thai and Filipino women about their suffering while working in the sex industry in Japan? Why is there a striking similarity between their stories and those of Nepali women working in brothels in India? The final explanation is the fact that trafficking in women and prostitution are a global industry. In Asia this secretive market – to the extent to which we can research it – is growing very rapidly. Commercialisation of sex is very much widespread there. Most probably it has become more common than in the West. The difference is that in Asia sex business has been growing in a very discreet manner. In the West, however, it is very much apparent. Female sexuality is used here to sell all possible products, sexual services can be purchased in the street, in brothels, massage salons, nightclubs and through advertising.

Today, prostitution is, in most countries, officially illegal, and “sex-shows” can take place almost exclusively at places designated for that purpose. Currently, here is an open war being run by “sex workers” for recognition of their status and better working conditions. A volunteer of the Empower Foundation, who fights for respect of the rights of “sex workers” in Thailand, describes the situation in the following manner: “I do not care how the society looks at me, I am indifferent. I am doing my job, that is all. I do not want a star from the sky, I would just like to be treated decently at work, and have more than just one day off per month, and have access to insu-

rance ...” [15]. Final compromise on this issue, even in tolerant societies is still very far away.

One should bear in mind that sex tourism industry provides above average income for the organisers. According to the owner of a company offering sex tourist trips (www.garotas.pl) purchasing such a package costs between 1.5 to 4 thousand euro. The price depends on the selected options, the timing and the rate of exchange in the country of destination, for instance Polish packages include: accommodation in luxury hotels, transportation, sightseeing, optional excursions and services of a Polish tour guide and a local guide. The costs related “entertainment” are paid by the participants themselves, while the guide act merely as middlemen. This is understandable and reasonable conduct on the part of companies, because in most countries of destination such actions are inconsistent with prevailing law (often treated as a crime). Sex tourism also includes general sightseeing – identification with the culture and traditions, visiting interesting sights and tasting regional dishes at the places of destination. Sex is often only an exclusive addition to the entire package.

Poland is considered to be hardly tolerant a country – people are conservative and try to adhere to the rules and are afraid of changes. According to the report of Public Opinion Polling Centre of April 2001, 41% of respondents considered homosexuality to be abnormal, which could not be tolerated [20]. Comparing the results obtained in Poland with those of Western Europe, it is noted that the reactions to homosexuality in our country do not give any chance for any outlook compromise. The same goes for sex tourism. “Love for money” is something controversial for the average Pole. People hiding in their homes, are trying to hide a lot of things from coming into the daylight. Often they do not talk about their needs or problems with family or friends. It is difficult to admit to something that is not widely tolerated. Therefore, the sex tourism market in Poland will always be a small and an exclusive niche, aimed at a specific target market.

Table 1 shows the basic socio-economic functions and dysfunctions accompanying travel for sexual purposes, analyzed by the authors of this article. It must be however remembered that some of these aspects should not be treated explicitly. The divergence of outlook resulting from the traditions, penetration

Table 1. Functions and dysfunctions of sex tourism

| Effects | <i>Functions</i> | <i>Dysfunctions</i> |
|-----------------|--|---|
| Social | Acceptance of sex without commitments in the reception countries. Method for integrating of social and professional groups. Possibility of sexual initiation for the timid or socially maladjusted people. Important meaning of the “sexual sphere” for each individual. Cognitive (sightseeing) motives accompanying the trips. | Devastating impact of the advertisements of sex tourism products. Formation of social pathologies: sexual offenses, pimping, demoralisation of minors, paedophilia, trafficking in women. Sex addiction and treating it as the only way to spend leisure time. Loosening of emotional ties of people still living in formal relationships. Progressive marginalisation of ethical norms in the functioning of modern societies. Spread of sexually transmitted diseases. |
| Economic | Motivation to create, standardise or adapt the legal standards relating to the provision of services. Provision of revenue for companies offering packages of such products; Profit for tourism operators. Source of tax revenue for government budgets in the reception countries. Tax proceeds for local and central budgets. Consumption of products and services accompanying sex tourism travel. | Commercialisation of sex. Spending of funds by consumers on services and products that are not socially acceptable Differentiation of access to the services according to the price levels. Monoculture in the tourism industry in the field of sex tourism offers. Treating of sex tourism as the only way to lessen the effects of unemployment and poverty in developing countries. |

of cultures, increasing globalisation and the patterns of expenditure can significantly affect the perception of this complex problem. Something that is absolutely acceptable for one person, can be perceived as fully pathological for another.

Summary

Most of the issues raised in this article are universal, but little known. Exposure of the problem therefore seems appropriate and fully justified because low level of knowledge of the functioning of the market for sex tourism services, may force the central and local institutions to take regulatory actions, arising primarily from the numerous social and economic dysfunctions. Therefore, some final conclusions have been formed resulting from the continuous observation of phenomena and analysis of the facts, which may constitute a basis for assessing the issues raised.

1. Sex education of young people at school is still a major social problem. The lack of trained teaching staff and the "awkward theme" should motivate people to take a more widespread, which will lead to both, overcoming of the fears and social animosities.
2. The progressive processes of globalization and the consequent confluence of cultures must eventually lead to an increase in interest in sex tourism as a form of leisure and business in the travel services sector.
3. The attempt to describe the sex tourism market in the context of its functions and dysfunctions is not easy. One needs to keep in mind that the motives underlying sex tourism travel also include cognitive or cultural aspects. Therefore, it contributes to the development of many other functions and should not be associated solely with negative phenomena. However, in light of the presented facts, the most important question should be: whether the social cost of sex tourism are or are not higher than the benefits of its existence in the market? The list of dysfunctions is longer than that of the functions and the benefits are problematic.

Literature

1. Kurek W. (red.) (2007) *Tourism*. PWN, Warszawa, 18-20. [in Polish]
2. Garbarski L. (1994) *Understanding the Buyer*. PWE, Warszawa, 33. [in Polish]
3. Nowak L. (1995) *Non Economic Factors Shaping the Behaviour of Buyers*. Wyd. AE, Poznań, 73. [in Polish]
4. Szulce H. (1999) *The influence of economic and social factors on the behaviour of consumers*. [in]: G. Gołembski (ed.) *Growth of Tourist Services at the Turn of the 21st Century*. Wyd. AE, Poznań, 36. [in Polish]
5. Przeclawski K. (1999) *Sociology of tourism*. [in]: R. Winiarski (ed.) *The Science of Tourism*. AWF, Kraków, 48. [in Polish]
6. Holloway J.Ch., Robinson Ch. (1997) *Tourism Marketing*. PWE, Warszawa, 105-108. [in Polish]
7. Middleton V.T.C. (1996) *Tourism Marketing*. PAPT, Warszawa, 54. [in Polish]
8. Niezgoda A., Zmysłony P. (2003) *Demand for Tourism. Determinants and Perspectives for Growth*. Wyd. AE, Poznań, 113-117. [in Polish]
9. Przeclawski K. (1997) *The Human and the Tourism. An Outline of Tourism Sociology*. ALBIS, Kraków, 40-44. [in Polish]
10. Altkorn J. (1997) *Tourism Marketing*. Wyd. PWN, Warszawa, 71. [in Polish]
11. Bosiacki S., Sikora J. (1999) *The Basics of Marketing in Tourism and Recreation*. AWF, Poznań, 49. [in Polish]
12. Lew-Starowicz Z. (1999) *Encyclopaedia Dictionary: Love and Sex*. Wyd. Europa, Warszawa. [in Polish]
13. http://pl.wikipedia.org/wiki/Turystyka_seksualna. [in Polish]
14. Łobożewicz T. (1997) *Propaedeutics of Tourism*. AWF, Warszawa, 124. [in Polish]
15. www.cafebabel.com/pol/article/23442/seks-turystyka-w-tajlandii.html. [in Polish]
16. Tannahili R. (1992) *Sex in History*. Stein & Day, New York, 357.
17. Kinsey A.C. i wsp. (1948) *Sexual Behavior in the Human Male*. W.B. Saunders, London.
18. Janus S.S., Janus C.L. (1993) *The Janus Report on Sexual Behavior*. John Wiley, New York, 348.
19. www.tur-info.pl/p/ak_id,16305,,lodz,klub_go-go,klub_erotyczny,magnes,pawel_strzechowski,wlasciel,jolanta.html. [in Polish]
20. www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_189_03.PDF. [in Polish]

Submitted: August 24, 2009

Accepted: October 12, 2009

TURYSTYKA EROTYCZNA – FUNKCJA CZY DYSFUNKCJA WSPÓŁCZESNEGO SEKTORA PODRÓŻY?

Turystyka erotyczna

GRZEGORZ GODLEWSKI, MARIA WERESZCZUK

*Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie,
Zamiejscowy Wydział Wychowania Fizycznego w Białej Podlaskiej, Zakład Turystyki*

Adres do korespondencji: Grzegorz Godlewski, Zamiejscowy Wydział Wychowania Fizycznego, Zakład Turystyki, ul. Akademicka 2, 21-500 Biała Podlaska, tel.: 083 3428719, kom.: 607303301, fax: 083 3428800, e-mail: godlewskig@wp.pl

Streszczenie: Turystyka jest zjawiskiem interdyscyplinarnym i łączy w sobie niemal wszystkie motywy, które towarzyszą podróżnym. Jednym z nich może być wchodzenie w kontakty seksualne, o charakterze komercyjnym, w stosunku do społeczności odwiedzanych – czyli turystyka erotyczna. Niewątpliwie jednak taka forma podróży jest jedną z najbardziej kontrowersyjnych na współczesnym rynku. Dlatego też celem opracowania jest próba charakterystyki rynku usług turystyki erotycznej w kontekście funkcji i dysfunkcji, które towarzyszą konsumpcji jego specyficznych produktów. W artykule skupiono się przede wszystkim na skutkach społeczno-ekonomicznych wynikających z istnienia tego segmentu podróży. Autorzy, analizując pod tym kątem dostępną literaturę, dokonali zestawienia zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów związanych z omawianą formą migracji turystycznych.

Słowa kluczowe: turystyka erotyczna, funkcje, dysfunkcje, skutki społeczno-ekonomiczne

Wprowadzenie

Konkurencyjność na rynku turystycznym jest ogromna. Przedsiębiorcy zachęcają klientów do transakcji prześcigając się w tworzeniu coraz bogatszych ofert i obniżając ich ceny. Klienci oczekują od organizatorów podróży produktów nie tylko atrakcyjnych krajoznawczo, ale również przynoszących korzyści emocjonalne. Konsumenci wymagają, aby ich podróż była niezwykłą przygodą – jedni chcą napawać się tropikalnym słońcem, inni zaś oczekują adrenaliny i świetnej zabawy. Turystyka wychodzi naprzeciw tym wszystkim oczekiwaniom – jest zjawiskiem interdyscyplinarnym i wraz z jej permanentnym rozwojem powstają nowatorskie formy spędzania czasu wolnego [1]. Niemniej jednak pojawienie się na rynku każdego nowego produktu wymaga zdiagnozowania ewentualnych skutków społeczno-ekonomicznych, które mogą wystąpić po jego wprowadzeniu na tenże rynek. Diagnoza powinna dotyczyć badania m.in. wpływu tego produktu na: rodzinę [2], grupy odniesienia i liderów opinii, statusie i pełnionych rolach społecznych, klasach i warstwach społecznych, co znajduje odzwierciedlenie w decyzjach nabywczych [3], godne naśladowania wzorce wydatkowania [4] czy normy społeczne [5].

Cele i motywy towarzyszące konsumpcji turystycznej mogą być bardzo różnorodne [6, 7, 8, 9]. Warto podkreślić, że usługodawcy bardzo rzadko oferują swoje usługi grupom turystów charakteryzujących się tylko jedną wybraną motywacją podróży.

Wymienione powyżej czynniki zmuszają producentów do działań, które różnicują rynek potencjalnych odbiorców i prowadzą do dywersyfikacji popytu turystycznego, który wymusza zróżnicowane reakcje sprzedawców (segmentację rynku wg określonych zmiennych) [10]. Aby ta reakcja była skuteczna (dawała oczekiwane korzyści) segmenty powinny spełniać określone warunki, a mianowicie: być mierzalne, opłacalne,

dostępne i homogeniczne [11]. Nierzadko takie działania wymagają przeprowadzenia badań marketingowych, co z racji trudności w ich organizacji oraz ponoszonych kosztów, może być, dla pojedynczych firm istotną przeszkodą. Dlatego też niewielkie przedsiębiorstwa turystyczne, działające w segmentach niszowych (bez wątplenia turystyka erotyczna jest jednym z nich) rzadko decydują się na wdrażanie w życie strategii segmentacji.

Celem opracowania jest charakterystyka rynku usług turystyki erotycznej w kontekście funkcji i dysfunkcji, które towarzyszą konsumpcji jego specyficznych produktów. W artykule skupiono się przede wszystkim na skutkach społeczno-ekonomicznych wynikających z istnienia tego segmentu podróży.

Turystyka erotyczna w literaturze

Turystyka erotyczna – seksualna, określana także jako seksturystyka (ang. sex-tourism), jest jednym z najbardziej kontrowersyjnych aspektów współczesnej turystyki międzynarodowej. Według Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) pojęciem „seksturystyka” określa się podróże organizowane przez podmioty sektora turystycznego bądź działające poza nim, których głównym celem jest wchodzenie w relacje seksualne o charakterze komercyjnym przez turystów w stosunku do przedstawicieli społeczności odwiedzanych na obszarach recepcji turystycznej [1]. Dodatkowe motywacje zakłada także Lew-Starowicz [12], który wskazuje, że zaspokajanie tych potrzeb może być z różnych przyczyn utrudnione lub niemożliwe we własnym kraju. Najczęściej turystyka seksualna dotyczy prostytucji, pedofilii, homoseksualizmu. Obecnie jest to rozwinięta forma przemysłu erotycznego.

Bardzo podobnie turystyka erotyczna jest opisywana w źródłach internetowych. Według jednego ze słowników jest to po-

dróż, w większości zagraniczna, podejmowana głównie w celu zaspakajania potrzeb seksualnych (niekiedy nietypowych, w tym parafilii). Najczęściej polegająca na korzystaniu z heteroseksualnej prostytutki, rzadziej homoseksualnej i dziecięcej. Zjawisko dotyczy wyjazdów do wybranych krajów Azji, Ameryki Południowej, Afryki, także Europy Wschodniej. Uczestnicy podróży pochodzą głównie z krajów wysoko rozwiniętych Europy Zachodniej i Ameryki Północnej [13]. Podobnego zdania jest Łobozewicz [14], który traktuje ją jako rodzaj dysfunkcji, określając jednocześnie jako nową formę wyjazdów zorganizowanych przez biura podróży, dla nawiązania przez turystów kontaktów hetero- lub homoseksualnych (miejsca docelowe to przede wszystkim Tajlandia, Filipiny i Indie).

Przemysł seksualny został zbudowany na solidnych podstawach. Kobiety traktowano jako towar podlegający wymianie handlowej już od dawna. W XIX wieku, w okresie szybkiej komercjalizacji gospodarek Azji, ów towar zyskał wartość rynkową. Pierwsza sprzedaż kobiet objęła Chinki eksportowane do domów publicznych na Malajach, w Singapurze i obecnej Tajlandii w celu zapewnienia usług seksualnych migrującym tam chińskim robotnikom, nieżonatym bądź wyjeżdżającym bez żon. Z tego samego powodu wysyłano je również aż do Stanów Zjednoczonych. Po II Wojnie Światowej przemysł seksualny urosł w potęgę. Kluczowe znaczenie miały trzy czynniki. Pierwszym i najważniejszym był rozwój gospodarczy. W dawnej, feudalnej, wiejskiej i biednej Azji nie istniała masowa prostytutka. Kobiety jako towar wykorzystywano seksualnie, ale odbywało się to w ramach konkubinatu lub współżycia właściciela ziemskiego z chłopskimi dziewczętami. W wyniku rozwoju przemysłu niewiele kobiet zaczęło zarabiać, lecz wzrosła liczba mężczyzn zarabiających znacznie więcej niż dotychczas. Duży odsetek stosunkowo zamożnych mężczyzn przeznaczało pieniądze na zakup usług seksualnych. Swobodne współżycie płciowe z kobietami, wcześniej zastrzeżone dla najpotężniejszych, stało się w Azji dostępne dla bardzo wielu mężczyzn.

Drugim czynnikiem w rozwoju przemysłu seksualnego okazała się ekspansja prostytutki na użytek żołnierzy. Dziewczeta towarzyszyły armiom wyruszającym na wojnę, a w dawnej Azji za ogrodzeniem każdego większego garnizonu wojskowego powstawały dzielnie domów publicznych, w licznych przypadkach zachowane do dziś. Po II Wojnie Światowej najsilniejszym bodźcem rozwoju prostytutki na potrzeby wojska okazało się przybycie do Korei, a później do Wietnamu, żołnierzy amerykańskich, którzy w latach sześćdziesiątych i na początku lat siedemdziesiątych, stacjonując w Wietnamie, podróżowali do Tajlandii po R&R, czyli Rest and Recreation (odpoczynek i rozrywkę), a mówiąc ściślej po I&I, czyli Intercourse and Intoxication (stosunek płciowy i upojenie alkoholowe). Dostarczając usług personelowi wojskowemu, ogromny, dochodowy sektor przemysłu seksualnego przeżywał rozkwit. Podobnie działo się wszędzie tam gdzie stacjonowali żołnierze zarówno w Korei, czy na Filipinach [3]. Obecnie np. Tajlandia liczy ponad 200 000 pracowników seks-biznesu. Niektórzy szacują nawet, że ich liczba dochodzi do miliona. Przemysł rozrywkowy, który ich zatrudnia, stanowił w 2003 roku 3% tajskiej gospodarki. Nawet, jeśli liczba mieszkańców Zachodu przybywających do tego kraju jako „seks-turyści” wydaje się być ogromna, to stanowią oni zaledwie 10% zapotrzebowania na prostytutkę, tworzonego głównie przez Japończyków i Chińczyków [15].

Handel kobietami w celu zmuszania ich do prostytutki jest zjawiskiem globalnym. W Azji, podobnie jak w Ameryce Południowej i Środkowej, szczególnie nabrzmiała jest skandaliczna problem prostytutki dziecięcej. Nie można go tłumaczyć wyłącznie zapotrzebowaniem zachodnich pedofilów i ich wyjazdami do krajów azjatyckich w celu kupowania tego typu usług. W rozległych zakątkach Azji dziewczeta zaczynają sprzedawać swoje ciało już w dzieciństwie. Najbardziej poszukiwane są te w wieku od trzynastu do szesnastu lat, a luksusem

są dziewice, za które klienci płacą wygórowane ceny.

Poziom korzystania z prostytutki w społeczeństwach Azji podobny jest do tego, który odnotowano na Zachodzie w okresie, gdy seksualność była tam znacznie bardziej represjonowana niż obecnie, a seksualność kobiet podlegała ściślejszej kontroli. Reformator społeczny Owen [cyt. za 16], oszacował, że w latach trzydziestych XIX wieku połowa dorosłych nowojorków stale odwiedzała prostytutkę. Raport Kinseya z 1948 roku na temat zachowań seksualnych sugerował, że 60 proc. mężczyzn przynajmniej raz w życiu skorzystało z usług prostitutek [17]. Badania wskazują, że obecnie na Zachodzie robi to mniejszy niż kiedyś procent mężczyzn. Ze zrozumiałych względów szacunki różnią się między sobą. Według jednego z raportów, sporządzonych w USA w 1993 roku, usługi seksualne kupuje około 20 procent mężczyzn [18]. Z kolei badanie przeprowadzone w 1997 roku przez Middlesex University wykazało, że w Londynie raz w tygodniu kupuje usługi seksualne 80 tysięcy mężczyzn [15]. Oznaczałoby to, że 10 procent dorosłych londyńczyków korzysta z usług prostitutek. Te dane mogą budzić wątpliwości, ale z pewnością dowodzą, że prostytutka jest mniej popularna w społeczeństwach, w których panuje większa swoboda seksualna i istnieje więcej możliwości zaspokajania potrzeb seksualnych poza małżeństwem.

Turystyka erotyczna rozwija się prężnie. Co roku z Polski wyjeżdża ok. 300 osób do hoteli, oferujących silne doznania erotyczne. Specjalna sieć takich obiektów działa na Jamajce. Dwa tygodnie erotycznych wakacji to wydatek rządu 3 tys. dolarów. Także niektóre miasta w Polsce zamierzają zachęcić turystów zagranicznych atrakcjami nocnego życia. Dla Anglików, Austriaków, Niemców i Włochów kluby go-go przygotowują specjalne kampanie reklamowe np. główną atrakcją łódzkiego klubu „Magnes”, są tańczące na długim barze striptizerki, które można nagrodzić fałszywymi studolarówkami rozdawanymi przy wejściu przez ochroniarzy. Zaledwie rok temu lokal ten „świecił pustkami”, jednak odkąd w mieście pojawiły się tanie połączenia lotnicze z Wielkiej Brytanii, sytuacja zmieniła się diametralnie. „Kiedy budowała się Manufaktura, przychodzili do nas tłumnie Francuzi i Włosi. Teraz mamy Anglików. Ale chcemy jeszcze więcej. Zagraniczny gość to dla klubu gratka. „Potrafi wydać nawet 200 euro w jeden wieczór” – twierdzi menedżerka klubu. Wstęp do lokalu kosztuje 50 zł, małe piwo 9 zł, natomiast ceny szampana sięgają nawet 1.500 zł. Za dodatkową opłatą można także zamówić taniec na stole. Pomysł ten bardzo się spodobał Anglikom. „To świetni klienci. Nasze ceny są dla nich śmieszne, sześć razy niższe, niż na Wyspach” – oświadczył właściciel „Magnesu” [19].

Pomimo że turystyka erotyczna w Polsce to nowe zjawisko, już wiele miast miało okazję się z nią spotkać. Cieszy się ona powodzeniem ze strony odwiedzających, przede wszystkim obcokrajowców, ale często spotyka się z niechęcią lokalnych społeczności.

Funkcje i dysfunkcje turystyki erotycznej

Turystyka seksualna wywołuje dużo negatywnych skutków, zwłaszcza w krajach recepcyjnych. Wiąże się ze wzrostem przestępczości na tle seksualnym (prostitucja, stręczycielstwo, demoralizacja nieletnich, pedofilia), łamaniem społecznych norm obyczajowych czy rozprzestrzenianiem chorób przenoszonych drogą płciową.

Turystyka erotyczna to problem złożony. Instytucje międzynarodowe oraz władze krajów rozwiniętych określają ją jako zjawisko jednoznacznie negatywne. Prowadzone są szeroko zakrojone działania, w które włączają się m.in. ONZ, Parlament Europejski, UNWTO, a także niektórzy międzynarodowi organizatorzy turystyki (TUI), linie lotnicze (British Airways). Mają one na celu ograniczanie rozmiarów patologii, szczególnie

seksurstyki dziecięcej. Na obszarach natomiast, gdzie rozwija się, bywa, że przez niektórych prominentów jest postrzegana jako coś korzystnego – przynoszącego zyski [1].

Jak wcześniej wspomniano, Azja jest kontynentem, na którym turystyka seksualna rozwija się bardzo pręźnie. Z drugiej strony jest przedstawiana jako kontynent, na którym kulturuje się zdrowe wartości rodzinne, a w życiu seksualnym przestrzega się konserwatywnej moralności. Wierność uznaje się za jeden z najważniejszych wymogów małżeństwa. Z perspektywy krajów zachodnich widać ogromną przepaść między ekspozowaną w społeczeństwach azjatyckich rolą rodziny, a faktycznymi seksualnymi preferencjami Azjatów. W Azji kobiety sprzedaje się jako niewolnice seksualne. W „umieralnicach”, znajdujących się w sierocińcach, pozbawia się życia niechciane córki, dopuszcza do „zaginięcia” milionów kobiet i systematycznie dyskryminuje się żeńską połowę społeczeństwa. Badania nad handlem kobietami i niewolnictwem seksualnym w Azji przynoszą ważne odkrycia i dają wgląd w mechanizmy funkcjonowania społeczeństwa. Widok z okratowanego okna zamkniętego domu publicznego jest radykalnie odmienny od radosnego wizerunku uszczęśliwiającej swobody seksualnej, propagowanej przez Azjatów.

Znany jest również wizerunek Japończyków jako zdyscyplinowanego społeczeństwa o nienaganych manierach. Jak zatem wytłumaczyć przemycane do prasy relacje Tajek i Filipinek na temat wielkich krzywd, jakich doznały, pracując w przemyśle seksualnym w Japonii? Dlaczego tak uderzające podobieństwa łączą ich historie z historiami Nepalek zatrudnionych w domach publicznych w Indiach? Ostateczne wyjaśnienie znajduje się w fakcie, że handel kobietami i prostytucja są sektorami globalnego przemysłu. W Azji ten zakonspirowany rynek – w takim stopniu, w jakim udaje się go poznać – rozwija się bardzo pręźnie. Komercjalizacja seksu jest tam szeroko rozpowszechniona. Prawdopodobnie stała się bardziej pospolita niż na Zachodzie. Różnica polega na tym, że w Azji, seksbiznes rozwija się w sposób nader dyskretny. Na Zachodzie natomiast, łatwo rzuca się w oczy. Żeńską seksualność wykorzystuje się tu do sprzedaży wszelkich możliwych produktów, a usługi seksualne kupuje na ulicy, w domach publicz-

nych, salonach masażu, klubach i za pośrednictwem reklam.

Dziś prostytucja jest, w większości krajów, oficjalnie nielegalna, a „sex-shows” mogą się odbywać prawie wyłącznie w miejscach przewidzianych do tego celu. Obecnie toczy się otwarta wojna „pracowników seksu” o uznanie ich statusu i o lepsze warunki pracy. Wolontariuszka fundacji Empower, która walczy o szacunek dla praw „pracowników erotycznych” w Tajlandii, tak przedstawia sytuację: „To, jak patrzy na mnie społeczeństwo, jest mi obojętne. Wykonuję swoją pracę, to wszystko. Nie chcę gwiazdki z nieba, chciałabym tylko, aby mnie traktowano w pracy przyzwoicie, żebym dysponowała więcej niż tylko jednym dniem wolnym na miesiąc i miała dostęp do ubezpieczenia...” [15]. Do ostatecznego kompromisu w tej kwestii, nawet w społeczeństwach tolerancyjnych, jest jeszcze bardzo daleko.

Trzeba bezwzględnie pamiętać, że przemysł turystyki erotycznej to ponadprzeciętne dochody dla organizatorów. Według właściciela jednej z firm proponujących podróże turystyczne w celach erotycznych (www.garotas.pl) zakup takiego pakietu usług to kwota wahająca się w przedziale od 1,5 do 4 tysięcy euro. Cena zależy od wybranych opcji, terminu i przede wszystkim kursu waluty kraju docelowego np. w polskich pakietach znajdują się: zakwaterowanie w luksusowych hotelach, transport, zwiedzanie, wycieczki fakultatywne oraz usługi polskiego pilota i miejscowego przewodnika. Koszt związany „z rozrywką” opłaca sam uczestnik, a przewodnik wyłącznie w nim pośredniczy. To są zrozumiałe i uzasadnione posunięcia firm, gdyż w większości krajów destynacji takie działania są niezgodne z obowiązującym stanem prawnym (często traktowane jako przestępstwo). Turystyka erotyczna to także szeroko pojęte krajoznawstwo – utożsamianie się z kulturą i zwyczajami, zwiedzanie ciekawych zabytków i kosztowanie regionalnych potraw w miejscach docelowych. Seks to często tylko ekskluzywny dodatek do całego pakietu.

Polska uchodzi za kraj mało tolerancyjny – ludzie są konserwatywni, starają się trzymać zasad i boją się zmian. Według raportu Centrum Badań Opinii Społecznej z kwietnia 2001 r. 41% ankietowanych uznało homoseksualizm za rzecz nienormalną, której nie można tolerować [20]. Porównując wyniki

Tabela 1. Funkcje i dysfunkcje turystyki erotycznej

| Skutki | Funkcje | Dysfunkcje |
|--------------------|--|--|
| Społeczne | Przyzwolenie na seks bez zobowiązań w krajach recepcyjnych. Sposób na integrację grup społecznych i zawodowych. Możliwość inicjacji seksualnej dla osób nieśmiałych lub społecznie niedostosowanych. Istotne znaczenie spraw „sfery erotycznej” dla każdej jednostki. Motywy poznawcze (krajoznawcze) towarzyszące wyjazdom. | Destrukcyjny wpływ reklam produktów turystyki seksualnej. Powstawanie patologii społecznych: przestępstwa na tle seksualnym, stręczycielstwo, demoralizacja nieletnich, pedofilia, handel kobietami. Uzależnienie od seksu i traktowanie go jako jedynego sposobu na spędzenie czasu wolnego. Rozluźnienie więzi emocjonalnych osób pozostających w związkach formalnych. Postępująca marginalizacja norm etycznych w funkcjonowaniu współczesnych społeczeństw. Rozprzestrzenianie chorób przenoszonych drogą płciową. |
| Ekonomiczne | Motywacja do tworzenia, ujednolicenia lub dostosowania norm prawnych w zakresie świadczenia usług. Dostarczanie przychodów firmom oferującym podobne pakiety produktów. Zysk dla firm turystycznych. Źródło zmniejszania deficytu budżetowego państw recepcyjnych. Wpływy podatkowe do budżetów lokalnych i centralnych. Konsumpcja produktów i usług towarzyszących migracjom turystycznym w celach seksualnych. | Komercjalizacja seksu. Wydatkowanie środków finansowych konsumentów na usługi, produkty społecznie nieakceptowalne. Różnicowanie dostępu do usług ze względu na wysokość cen. Monokultura w branży turystycznej w zakresie ofert turystyki erotycznej. Traktowanie turystyki erotycznej jako jedynego sposobu na zmniejszanie skutków bezrobocia i ubóstwa w krajach rozwijających się. |

otrzymane w Polsce z danymi z krajów Europy Zachodniej zauważa się, że reakcje na homoseksualizm w naszym kraju nie dają szans na żaden kompromis światopoglądowy. Podobnie jest z turystyką erotyczną. „Miłość za pieniądze” to coś kontrowersyjnego dla przeciętnego Polaka. Ludzie zamykając się w swoich domach chcą wiele spraw ukryć przed światłem dziennym. Często nie rozmawiają o swoich potrzebach i problemach z rodziną czy przyjaciółmi. Trudno przyznać się do czegoś, co nie jest powszechnie tolerowane. Dlatego też rynek turystyki erotycznej w Polsce zawsze będzie niszą ekskluzywną, niewielką i skierowaną do specyficznej grupy odbiorców.

W Tabeli 1 przedstawiono przeanalizowane przez autorów niniejszego artykułu podstawowe funkcje i dysfunkcje społeczno-ekonomiczne towarzyszące podróżom w celach seksualnych. Trzeba jednak pamiętać, że niektórych z wymienionych aspektów nie należy traktować jednoznacznie. Rozbieżność światopoglądowa wynikająca z tradycji, przenikania kultur, postępującej globalizacji czy wzorców wydatkowania może znacząco wpływać na sposób postrzegania tego złożonego problemu. To, co dla określonej jednostki jest do zaakceptowania, dla innej może oznaczać zachowania w pełni patologiczne.

Podsumowanie

Większość poruszonych w artykule kwestii jest powszechna, lecz mało znana. Naświetlenie problemu wydaje się więc w pełni celowe i uzasadnione bowiem niewielka świadomość ludzi w zakresie funkcjonowania rynku usług turystyki erotycznej może wymuszać na instytucjach centralnych i lokalnych podejmowanie działań regulujących istniejącą sytuację wynikających przede wszystkim z licznych dysfunkcji społecznych i gospodarczych. Dlatego też, sprecyzowano kilka konkluzji końcowych wynikających z ciągłych obserwacji zjawisk i analizy faktów, które mogą stanowić podstawę do oceny poruszanych zagadnień.

1. Edukacja seksualna młodych ludzi podczas zajęć szkolnych to wciąż istotny problem społeczny. Brak wykształconej kadry pedagogicznej oraz „niewygodna tematyka” powinny motywować do podjęcia działań zakrojonych na szerszą skalę, które prowadzić będą jednocześnie do przewyciężania lęków i animozji społecznych.
2. Postępujące procesy globalizacji i w konsekwencji przenikanie się kultur muszą doprowadzić w końcu do zwiększenia zainteresowania turystyką erotyczną jako jedną z form spędzania czasu wolnego oraz prowadzenia działalności gospodarczej w sektorze usług turystycznych.
3. Próba charakterystyki rynku usług turystyki erotycznej w kontekście funkcji i dysfunkcji nie jest łatwa. Należy pamiętać, że w turystyce seksualnej motywem podróży są także aspekty poznawcze, bądź kulturowe. Przyczynia się, więc ona do rozwoju wielu funkcji i nie powinna być kojarzona wyłącznie ze zjawiskami negatywnymi. Jednakże w świetle przedstawionych faktów najważniejszym pytaniem powinno być: czy koszt społeczny dysfunkcji turystyki erotycznej nie jest wyższy od korzyści związanych z jej istnieniem na rynku? Lista dysfunkcji jest dłuższa niż funkcji, a korzyści problematyczne.

Piśmiennictwo

1. Kurek W. (red.) (2007) Turystyka. PWN, Warszawa, 18-20.
2. Garbarski L. (1994) Zrozumieć nabywcę. PWE, Warszawa, 33.
3. Nowak L. (1995) Pozaekonomiczne determinanty postępowania nabywców. Wyd. AE, Poznań, 73.
4. Szulce H. (1999) Wpływ czynników ekonomiczno-społecznych na zachowania konsumentów. [w]: G. Gołembski (red.) Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku. Wyd. AE, Poznań, 36.
5. Przeclawski K. (1999) Socjologia turystyki. [w]: R. Winiarski (red.) Nauki o turystyce. AWF, Kraków, 48.
6. Holloway J.Ch., Robinson Ch. (1997) Marketing w turystyce. PWE, Warszawa, 105-108.
7. Middleton V.T.C. (1996) Marketing w turystyce. PAPT, Warszawa, 54.
8. Niezgodna A., Zmysłony P. (2003) Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju. Wyd. AE, Poznań, 113-117.
9. Przeclawski K. (1997) Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki. ALBIS, Kraków, 40-44.
10. Altkorn J. (1997) Marketing w turystyce. Wyd. PWN, Warszawa, 71.
11. Bosiacki S., Sikora J. (1999) Podstawy marketingu w turystyce i rekreacji. AWF, Poznań, 49.
12. Lew-Starowicz Z. (1999) Słownik Encyklopedyczny: Miłość i Seks. Wyd. Europa, Warszawa.
13. http://pl.wikipedia.org/wiki/Turystyka_seksualna
14. Łobożewicz T. (1997) Propedeutyka turystyki. AWF, Warszawa, 124.
15. www.cafebabel.com/pol/article/23442/seks-turystyka-w-tajlandii.html
16. Tannahili R. (1992) Sex in History. Stein & Day, New York, 357.
17. Kinsey A.C. i wsp. (1948) Sexual Behavior in the Human Male. W.B. Saunders, London.
18. Janus S.S., Janus C.L. (1993) The Janus Report on Sexual Behavior. John Wiley, New York, 348.
19. www.tur-info.pl/p/ak_id,16305,,lodz,klub_go-go,klub_erotyczny,magnes,pawel_strzechowski,wlasciciel,jolanta.html
20. www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_189_03.PDF

Otrzymano: 24.08.2009

Przyjęto: 12.10.2009