



Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1, 2016 г.
Кръгла маса *Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи*
Agricultural University – Plovdiv, Scientific Works, vol. LX, book 1, 2016
Round table *Special forms of tourism – challenges and prospects*



**СЕКС ТУРИЗМЪТ –
ОТ САНТИМЕНТА ДО ДЪЛГА
SEX TOURISM –
FROM SENTIMENT TO DUTY**

**Венцислав Статев*, Иван Марков
Ventsislav Statev*, Ivan Markov**

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Turnovo

* E-mail: vstatev@hotmail.com

Abstract

Certain kinds of tourism in Bulgaria cease to be „taboo”. The aim of the publication is the identification of the main reasons for the demand and supply of sex tourism in its certain segment, outlined by following two films – *My Boyfriend The Sex Tourist – Real Stories* and *Doku Sextourismus in Afrika Itere Frauen und ihre jungen Lover*. Literary analysis, analytical and inductive methods are used in the publication.

It can be concluded that among the people seeking for sex, there is a specific target group sex tourists who look for genuine, true feelings, shared sexual intimacy and even love in the most trivial understanding of this spiritual state. As for the providers, the main conclusion is that the purely human duty that the individual feels a need for financial support for friends and relatives is fundamental.

Unlike inanimate material production, the economic tourist activity corresponding to different centers of the human spirit can turn out to be slow and/or hard refundable.

Key words: sex tourism, target group, need / motive, demand, supply.

ВЪВЕДЕНИЕ

Доскоро, определени съвременни видове туризъм не бяха обект на масов научен интерес. Причините за това могат да се търсят в различни направления. Едно от тях се свързва с така нареченото „табу” или с други думи казано, неписана забрана за „проява на интерес”. Динамичният живот, на практика неограниченият достъп до разнообразен жанр тематика по интернет и други фактори дадоха резултат в постепенно „разкрепостяване” на една голяма част от българите. Този качествен скок предоставя възможност на българските учени да навлязат аналитично и да открият

много повече завесата за същността на съвременни видове туризъм, свързани с определени табута.

Вид туризъм – табу е секс туризъмът, макар че в научната литература зачестиха публикациите, свързани с неговата специфика, особености и характеристики. Като всяко едно „ново“ и сравнително „непознато“ нещо, секс туризъмът извиква асоциации в определен човек по-скоро на база негови представи за потенциална същност на един такъв вид туризъм, отколкото неговото схващане да почива на една реална представа за спецификата на потребността и мотивите, които правят възможно зараждането и развитието на секс туризма от една страна и от друга, икономическият интерес на пряко или косвено предлагащите секс туризъм.

По традиция думата туризъм предизвиква по-скоро положителни асоциации в човека, основно поради причината, че именно туризъмът се е утвърдил като основен елемент на така нареченото „свободно време“. Водени от схващането, че няма само положителен аспект (*особено пък формиран на база пожелателни очаквания*) от развитието на определен вид туризъм, а се наблюдава и отрицателен, бе формулирана и **целта** на настоящата публикация, а именно: идентификация на основните мотиви за търсене и предлагане на секс туризъм. Една такава цел, сама по себе си, е доста обхватна и обширна. С оглед обема на публикацията, обхватът на изследването е ограничен в анализа на два филма, достъпни в интернет машината за търсене „You Tube“. В този смисъл, **обект** на настоящата публикация са филмът „*My Boyfriend The Sex Tourist – Real Stories*“ (*Моето гадже секс туризъм*) (<https://www.youtube.com/watch?v=JWX1Kty4b0>) от поредицата „*Real Stories*“ (*Истински истории*) с продуцент/директор Monica Garnsey (за краткост **филм „М“**) и филмът „*Doku Sextourismus in Afrika Itere Frauen und ihre jungen Lover*“ (*Секс туризъм в Африка – Възрастни дами и младите им любовници*) (<https://www.youtube.com/watch?v=YO44SZePtrU>) – една документална продукция на немския телевизионен канал ZDF (за краткост **филм „Ж“**).

Предмет на настоящата публикация е анализ и тълкуване на основните мотиви (и в частност потребността) за търсене и предлагане на секс туризъм.

В статията основно са използвани: литературен анализ, аналитичният и индуктивният метод.

СЕКС ТУРИЗЪТ КАТО ПОНЯТИЙНА РАМКА

Наричайки го още „*розов туризъм*“, Hristova (2011: 111) определя секс туризма като организиране на пътувания в рамките на туристическия сектор, с намерение да бъде осъществена сексуална връзка между туриста и живеещите на мястото, до което той пътува, с цел печалба. Главната цел на секс туризма, според Hristova (2011: 111), е участието в развлечения със сексуален характер.

Marinov (2011: 294) навлиза по-детайлно в понятиен аспект, като разглежда секс туризма в широк и тесен смисъл. Според автора, в широк

смисъл секс туризмът следва да се разглежда като пътуване и пребиване в туристическа дестинация с основна цел осъществяване на полови отношения за задоволяване на полови потребности. Според Marinov е без значение дали половите контакти на туриста са срещу заплащане или безплатно, дали сексуалните отношения са с хора от местното население или други туристи от дестинацията. В тесен смисъл секс туризмът е пътуване и пребиваване в туристическа дестинация с основна цел задоволяване потребности срещу заплащане. Marinov цитира Световната организация по туризъм към ООН, според която секс туризмът се определя като „пътуване, определено от субекти на туристическия сектор или от субекти извън този сектор, но с използване на неговите структури и мрежи и с основна цел осъществяване на търговско сексуално отношение на туриста с местен жител на дестинацията“.

И двамата автори профилират секс туризма на секс туризъм за мъже и секс туризъм за жени, като авторите констатираат различия по предпочитани дестинации и начин на протичане на самото потребление на туристическия продукт. Така например според Hristova (2011: 112), за мъжкия секс туризъм най-популярна е Азия. За жени, направленията са по-различни – това са страните от Южна Европа (основно Италия, Гърция, Турция, Хърватия и Испания), Карибския басейн (Ямайка, Барбадос и Доминиканската република), Гана и Кения в Африка, Бали, Индонезия и най-популярният курорт в Тайланд – Пукет. По-малко популярни, но все така търсени, според Христова са: Непал, Мароко, Фиджи, Еквадор и Коста Рика. Универсални и за двата пола са Тайланд, Доминиканската република и Куба.

На база сексуалната мотивация на секс туристите, Marinov (2011: 296–297) разграничава два подвида на секс туризма, а именно:

- **изключителен секс туризъм** – практикува се от туристи, чиито основен мотив за предприемане на пътуването е ползването на платени услуги в дестинацията;

- **романтичен секс туризъм** – осъществява се от туристи, с цел флиртуване и осъществяване на романтични платонически контакти с представители на местното население, или с други туристи в дестинацията.

Според Hristova (2011: 124), благоденстващите европейки на зряла възраст все по-често търсят вълнения и нежности в страните от Третия свят. Секс туризмът за жени генерира рекорди на туристическия пазар. Все повече възрастни германки пътуват за Кения, Гана, Гамбия и Южна Африка, за да се забавляват със значително по-млади мъже. Според Hristova (2011: 124), дамите добре разбират, че не само тяхната гореща и всеотдайна любов привлича младежите, но въпреки това Hristova (2011; 124–125) акцентира върху факта, че докато мъжете гледат на такъв род забавления по-скоро като спорт, за жените те имат емоционално значение. Такива жени, според авторката, търсят по-скоро романтика, нежност, обожание. Всичко започва като емоционална връзка, заключава авторката.

Така очертаната понятийна рамка ще бъде използвана като отправна точка при анализа на водещият мотив за търсене и съответно предлагане на секс туризъм на база заснетите кадри от филми „М“ и „Ж“.

ТЪРСЕЩИ И ПРЕДЛАГАЩИ СЕКС ТУРИЗЪМ

На пръв поглед между филмите „М“ и „Ж“ има разлики по отношение на потребностите, които карат мъже и жени да търсят продукта на секс туризма. Във филм „М“ предлагането на секс услуги се извършва в специализиран хотел в Латинска Америка, в който туристът има възможност за избор на обект на сексуални контакти, т.е. на преден план, като че ли изпъква просто физическата потребност от секс, а не от потребност за наличие на емоционален оттенък. Във филм „Ж“ няма специализирана настанителна база, има обаче точно определен избор на обект, което напълно кореспондира с написаното от Христова, че докато мъжете гледат на такъв род забавления по-скоро като спорт, за жените те имат емоционално значение. Необходимо е да подчертаем, че и в двата случая не става въпрос за типичната проституция, потреблението на чиито продукт би следвало да е в рамките на определен период (*но не повече от денонощие*). При детайлен анализ на информацията, която споделят търсещите и предлагащите секс (*абстрахирайки се от посредниците, които не са обект на разглеждане в настоящата публикация*), относно потребности и мотиви, констатираме следното:

1. Търсещи секс туризъм мъже:

- харесват участия в еротични спектакли;
- стремят се към реализиране на практика на сексуални фантазии, които трудно биха станали реалност в една среднестатистическа брачна или извънбрачна сексуална връзка;
 - търсят усещането на безгрижност и опиянението на любовта от младежките години;
 - желание за отговорност в чувствата в жената, обект на секс туризъм;
 - търсят наслада от контакта с млада, по техните възприятия добре изглеждаща еротична женска плът;
 - искат да изпитат усещането за любовни отношения между мъж и жена в зряла възраст и тяхното хедонистично и духовно проявление (например посещение на ресторант, посещение на концерт и др.).

2. Жени, предлагащи себе си на мъже, потребители на продукта на секс туризма в специализирана за целта настанителна база:

- осигуряване на финансова възможност за получаване на адекватно образование;
- осигуряване на финансова възможност за професионална реализация извън сферата на секс сектора;
- осигуряване на средства за водене на собствен личен живот по техен избор;

- *осигуряване на средства за издръжка на своите роднините;*
 - *влагането на чувства при контакта си със секс туристите*
- мъже е по-скоро изключение, отколкото практика;*
- *установяване на по-дългосрочни контакти със секс туристи, с които влиза в краткосрочни интимни отношения с цел издръжка.*

3. Търсеци секс туризъм жени:

- *наблюдение на екзотични спектакли;*
- *чисто човешко обгрижване на секс туристката от страна на мъжа;*
- *доминиране на усещането за интимност в сексуалния контакт;*
- *усещане за зрели, преминали границата на чисто физическото привличане, любовни отношения между мъж и жена;*
- *желание за демонстрация на отговорност в чувствата у мъжа, обект на секс туризъм;*
- *сексуална наслада, доставена им по-скоро от екзотична и разбира се млада, хармонична и еротична мъжка плът.*

4. Мъже, предлагащи себе си на жени, потребители на продукта на секс туризма:

- *целят осигуряване на финансови средства за собствена издръжка;*
- *търсят потенциална възможност за житейска и/или професионална реализация в икономически развити страни;*
- *демонстрацията на чувства при контакта си със секс туристките изглежда много по-искрена и правдоподобна, в сравнение с обратния случай;*
- *предлагащите секс на туристки мъже са по-мотивирани и по-активни в комуникацията с партньора си, в сравнение с обратния случай;*
- *държат инициативата по определяне на програмата по време на престоя на секс туристката;*
- *осигуряват средства за издръжка на своите роднини.*

Макар да има определени нюанси в спецификата на протичане на едно туристическо пътуване с цел секс при жени и мъже, може да бъде констатиран общ мотив на търсеци и предлагащи, който да е валиден за изследвания сегмент от секс туризма.

ОТ ПЕЧАЛБАТА КЪМ ЧОВЕШКАТА ДУША И ОБРАТНО

В днешното забързано, стандартизирано, шаблонизирано, лично обезличено и емоционално осакатено време, човешкият индивид все по-често изпитва нужда, потребност от тип комуникация, която кореспондира със заложените му от природата настройки. Макар в днешно време индивидуализмът и егоизмът да са широко разпространени и на мода, хората са социално настроени същества и изпитват потребност от близост, интимност, споделеност на чувства и емоции. Социално-икономическата реалност, особено в икономически развитите страни и по-скоро нейното материално проявление – по-висок разполагам доход с висок относителен

дъл в него на разходите за финансиране на свободното време (в т. ч. различни видове и форми туризъм), създава илюзия у хората, че с пари може да се купи духовност и неподправени чувства от една страна и от друга, че от духовността и човешките емоции могат да се реализират печалби по същия начин и в същия размер, както от материалното производство.

Основният извод, който авторите правят на база резултатите от анализа на двата филма с тематика секс туризъм и на база индуктивния метод, е, че водещият мотив за мъж или жена – туристи, избиращи дестинация за секс туризъм е търсене на неподправени, истински чувства, споделена сексуална интимност и дори любов във възможно най-тривиалното разбиране за това състояние на човешкия дух. Този извод, като че ли би следвало да внесе нюанс във формулирания от Marinov подвид романтичен секс туризъм или да бъде основа за определяне на нов подвид, който по-пълно да отрази спецификата на този целева група секс туристи. Тези разсъждения са в контекста на търсещите продукти на секс туризма.

Основният извод, който може да бъде направен за мотивите, които подтикат предлагашите услуги в контекста на разглежданата специфика на секс туризма е, че в основата стои чисто човешкият дълг, който личността чувства към своите близки и родственици – пренебрегва собствения си дискомфорт и е в името на финансовото подпомагане на хората, които са го създали и отгледали.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Характерно за туризма като икономическа дейност е, че фази производство и потребление протичат едновременно. Спйката им, в контекста на определен сегмент от секс туризма, на практика за съжаление е между потребност от неподправени чувства за търсещите и неудоволствие от извършване на рутинна работа от предлагашите, чиито основен мотив е финансова издръжка на себе си и по-скоро на рода си. За разлика от неодоушевеното материалното производство, икономическа туристическа дейност, кореспондираща с различни центрове в душевността на човека често може да се окаже трудно възвръщаема или губеща.

REFERENCES

- Hristova, V.*, 2011. Prostituciia i rozov turizym. S.: Skala print.
Marinov, S., 2011. Syvremenni vidove turizym. Varna: Nauka i ikonomika.