

Секция «Методология социологических исследований»

Реклама сексуальных услуг как элемент культуры потребления в городской среде (а примере города Санкт-Петербурга))

Антон Барсуков Александрович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
Россия

E-mail: barsuk.ru@yandex.ru

В современном мире с увеличением спектра различных товаров и услуг наметилась тенденция к росту разного рода рекламы. В настоящее время на улицах города Санкт-Петербурга появляется все больше рекламы сексуальных услуг. Она размещается на асфальте краской через трафарет, клеится на столбы в виде листовок и в виде картонных табличек. По дорогам и перекресткам ходят распространители и предлагают автомобилистам буклеты уже с цветными фотографиями обнаженных «жриц любви» с их телефонами или с телефонами салонов, которые курируют сексуальные услуги. Как социальная проблема — это явление вызывает вспышки недовольства среди жителей Санкт-Петербурга.

Несмотря ни на какие усилия активной общественности, данная реклама продолжает встречаться на улицах, сливаясь с рекламой прочих услуг и товаров. Жители в своём большинстве не высказывают резко осудительного отношения, молчаливым созерцанием перепоручая работу над данной практикой правоохранительным органам. Актуальным представляется изучение данного социального процесса в условиях формирующейся социальной солидарности, как результата дезорганизационных процессов распада советского союза.

В исследовании были использованы качественные методы, такие как полужформализованное групповое интервью, формализованное уличное интервью, контент-анализ.

Для выявления семантических детерминант восприятия рекламы сексуальных услуг в городской среде предполагается проведение контент-анализа рекламных объявлений, предлагающих сексуальных услуг, размещённых в публичных местах (на асфальте, столбах и т.д.). Полужформализованное групповое интервью проводится в качестве разведывательного исследования, а также с целью разработки инструментария уличного интервью с жителями.

Для выполнения задач, поставленных в программе исследования, был выбран метод формализованного интервью на улицах Центрального района города Санкт-Петербурга. Центральный район был выбран в связи с его социокультурным и пространственным значением как исторического центра города, так и объекта туризма. Этот район часто выбирается жителями и гостями города для проведения досуга, так как в нём большое сосредоточение памятников культурного наследия.

Можно заключить, что данная реклама жителями Санкт-Петербурга хорошо узнаваема и прочно входит в культурный контекст города. Во многом это связано с постоянной повторяемостью её содержания и огромного количества рекламных носителей. В жителях города вырабатываются основные стереотипы поведения при восприятии такого рода рекламы.

По результатам опроса можно уверенно утверждать, что значение данной рекламы понимается всеми Петербуржцами правильно так как все участники опроса (100 респондентов) ответили, что данная реклама предлагает сексуальные услуги.

При том, что данная реклама вызывает отрицательные чувства у большинства опрошенных жителей, никто из участников опроса не обращался с жалобами по данному вопросу в компетентные органы.

В суждениях респондентов также наблюдался некоторый фатализм. Респонденты утверждали, что эта реклама все равно не исчезнет, даже если жаловаться на ее наличие в органы государственной власти.

Наиболее важным наблюдением остается, что при наличии у 80 опрошенных отрицательных чувств - никто никуда не жаловался. И, второе. Никто из опрошенных, при осознании ее пагубного влияния на общественные устои и подрастающее поколение, не предпринимает никаких мер.

В свою очередь рекламные объявления, предлагающие услуги сексуального характера, насыщены явными маркетинговыми приемами.

Таким образом, можно констатировать нулевой уровень активности респондентов касемо данного явления как общественного. Это в особенности интересно, т.к. респонденты в предыдущих вопросах крайне отрицательно отзывались о наличии этой рекламы на улицах города. Именно это может явиться подтверждением вышесказанной гипотезы относительно безучастного отношения к общественной жизни и недостатка информации о влиянии такого рода явлений. Что может свидетельствовать об аномичном состоянии общества.

Слова благодарности

Я благодарен своему научному руководителю.