

# Teknologi och pornografi – om porr på nätet

SVEN-AXEL MÅNSSON & PEDER SÖDERLIND

*Mer än 800 000 svenskar porrsurfar på nätet. Idag använder sig pornografins aktörer av de nya mediernas tekniska förutsättningar för att marknadsföra och sälja sina tjänster och produkter. Stora summor är i omlopp, men hur ser verksamheten ut bakom kulisserna? Författarna analyserar innehållet i pornografin på nätet. De visar också hur nya grupper – inte minst ungdomar – involveras i de pornografiska nätverken. Avslutningsvis diskuteras hur man kan tolka och förstå analysens resultat i ett större samhällsligt perspektiv.*

## Bakgrund och syfte

I ett historiskt perspektiv har teknikutveckling och pornografi länge stått i ett intres-

---

Sven-Axel Månsson är professor i socialt arbete vid Malmö högskola och leder sedan flera år ett forskningsprogram om kön, sexualitet och socialt arbete, i vilket ingår forskning om Internetsexualitetens innebörder och konsekvenser.

Peder Söderlind arbetar som researcher med särskild inriktning mot tekniska och sociala aspekter av Internetanvändning. Han har en filosofie kandidatexamen i journalistik, och är också utbildad inom medieteknik.

sant och komplext förhållande till varandra. Pornografins predikament i de flesta samhällen har handlat om att balansera på gränsen mellan det tillåtna och otillåtna.<sup>1</sup> Men alldeles oavsett om det handlat om underjordisk verksamhet i slutna sällskap eller öppna och »skamlösa« utmaningar av den offentliga moralen, så har intresset och beredskapen att pröva och utnyttja ny

---

1 En analys av det historiska förhållandet mellan pornografi, juridik och sexualpolitik finns bl.a. i Kimmel (2005), s. 75-83.

teknik för framställning och spridning av pornografiskt text- och bildmaterial varit stor. Tekniker, som kan garantera användarens och köparens anonymitet, har hela tiden utgjort en viktig förutsättning för ett framgångsrikt entreprenörskap på området. Videoinspelningar med pornografiskt innehåll levereras sedan länge via posten under förespeglning att det handlar om någonting annat än pornografi. Diskretion är ordet. Också när det gäller själva konsumtionen har man behovet av avskildhet att ta hänsyn till. Privat är ordet. Jakten på tekniker för att pornografin skall kunna konsumeras i avskildhet har hela tiden funnits där.

Frederick S. Lane som studerat *Pornography in the Cyber Age* (2001) hävdar att det är först med Internet och den ökade möjligheten att ladda ner pornografi i den egna datorn i hemmets relativa avskildhet som den sista barriären för privat porrkonsumtion försvunnit. Tidigare tvingades brukaren visa upp sin »skamliga last«, mer eller mindre offentligt, genom att besöka porr- och videobutiker. Företaget Nielsen Netratings, som varje månad analyserar och mäter svenska folkets Internetvanor konstaterar att intresset för de s.k. sexsidorna på nätet bara växer. Enligt företagets mätningar fördubblades antalet svenskar som surfar efter pornografi på Internet under perioden januari år 2002 till oktober år 2003, från 395 000 till 820 000 personer, varav den stora majoriteten är män (Göteborgs-Posten, 2003-12-07).

Mot denna bakgrund är det inte svårt att förstå intresset för den affärsmässiga potentialen i denna verksamhet. Den amerikanske Internetforskaren Al Cooper (1998) har sammanfattat Internets mänskliga och affärsmässiga attraktionskraft med

begreppen *anonymity* (anonymitet), *accessibility* (tillgänglighet) och *affordability* (låga kostnader). King (1999) har lagt till ett fjärde »a«, *acceptability* (accepterande) och Tikkanen och Ross (2000) ett femte, *approximation*, som betecknar steget mellan fantasi och verklighet och som avser möjligheten att experimentera med nya och annorlunda sexuella handlingar och identiteter på nätet. I kombination med varandra och själva tekniken kan dessa begrepp och vad de står för sägas utgöra själva »motorn« bakom Internets utbredning och genomslagskraft. Fenomenet pornografi på nätet kan ses som ett exempel på detta. Grovt sett brukar man urskilja tre typer av samspel mellan teknologi och pornografi på nätet (Hearn & Jyrkinen 2005). För det första används nätet som marknadsförings-, försäljnings- och distributionskanal för pornografins produkter. För det andra medverkar nya teknologiska innovationer till att skapa nya typer av sexuella tjänster, t.ex. interaktiv pornografi med hjälp av webkameror och tredje generationens mobiltelefoner. Och för det tredje kan man säga att pornografins kommersiella potential stimulerar teknologin till nya uppfinningar, som kan fånga in nya kunder och göra de gamla ännu mer intresserade; innovationer som förvisso också är kommersiellt gångbara på områden utanför sexindustrin.

I denna artikel görs inte anspråk på en heltäckande analys av samtliga dessa aspekter av samspelet mellan teknologi och pornografi i en svensk kontext. Vårt syfte är mer blygsamt och avgränsat. Avsikten är att analysera ett antal delaspekter av fenomenet pornografi på Internet. För det första handlar det om att med några exempel visa hur

verksamheten är organiserad, innehållsmässigt och tekniskt. Vi frågar oss vilken typ av pornografiskt material som finns på nätet samt hur flödet av bildmaterial och pengar ser ut. Syftet är också att visa hur nya grupper involveras i de pornografiska nätverken på Internet, inte minst ungdomar. Detta ser vi som ett led i att tekniken har blivit både billig och enkel, vilket medfört en allt hårdare konkurrens och en hårdare press på de kommersiella aktörerna att skapa nya sensationer och påverka efterfrågan. Avslutningsvis diskuterar vi implikationerna av analysens resultat i ett större samhällligt perspektiv, dels med hänsyn till sexualiteten i samhället, dels med hänsyn till frågan om hur olika friheter på nätet bör balanseras mot varandra.<sup>2</sup>

## Metod – »pornografi på svenska«

En grundläggande analys av pornografi på

---

2 Studien, vars resultat presenteras här, ingår i ett större forskningsprojekt om sex på Internet som under perioden 2002-2004 bedrevs vid Institutionen för socialt arbete vid Göteborgs universitet samt vid Enheten för socialt arbete vid Malmö Högskola. Projektet finansierades med forskningsmedel från Forskningsrådet för Arbetsliv och Socialvetenskap. Medarbetare i projektet var professor Sven-Axel Månsson (vetenskapligt ansvarig), universitetslektor Ronny Tikkanen, universitetslektor Lotta Löfgren-Mårtenson, doktorand Kristian Daneback samt Peder Söderlind, journalist och medietekniker. Utländska samarbetspartners var professor Michel W. Ross vid School of Public Health, University of Texas och framlidne dr. Al Cooper, San Jose Marital and Sexuality Centre.

nätet förutsätter en ansats som kombinerar olika vetenskapliga perspektiv. Forskningen måste helt enkelt anpassa sig till den verksamhet som skall studeras. I vårt fall möts ett medietekniskt och ett sociologiskt kunnande. Inte minst av utrymmesskäl väljer vi dock i det här sammanhanget att framför allt koncentrera oss på de medietekniska inslagen och att beröra de sociologiska aspekterna något mer översiktligt i den avslutande diskussionen.

När vi närmat oss fenomenet, har det första steget varit att övervinna den omedelbara känslan av oöverskådlighet, som ofta drabbar den utomstående betraktaren av Internet. Med den analysmetod vi använt (se nedan) har vi emellertid velat visa att det går att sortera och »ordna upp i hyllorna«. Vi har velat visa att det är fullt möjligt att urskilja aktörerna och att analysera relationer och flöden av bilder, varor och pengar. Det är komplicerat men inte omöjligt så länge vi accepterar att den traditionella bilden av pornografin är överspelad. Det handlar inte längre bara om någon som tar bilder, vilka sedan publiceras i en tidning för att slutligen nå konsumenten. På webben är verkligheten en annan. Jämfört med tidigare uppenbarar sig här helt nya grupper av aktörer, som påverkar, styr och kontrollerar pornografins förutsättningar, innehåll och utbredning. Dessa aktörer använder sig av mediets tekniska förutsättningar för att marknadsföra och sälja sina tjänster och produkter.

Redan tidigt förstod vi att en av de mest inkomstbringande verksamheterna består i att generera och styra trafik på nätet. Trafik är pengar. Ju längre tid användaren befinner sig på nätet, desto större summor till

tele- och Internetbolag genom de trafikavgifter som genereras. Och ju mer effektivt man kan förmå användaren att förflytta sig mellan olika sidor på nätet, desto effektivare marknadsföring av de produkter man gör reklam för.

Själva ansatsen för att studera detta utgår från det välkända: En vanlig metod för att hitta information via Internet är, som de flesta vet, att användaren skriver in ett ord i en sökmotor. En lista med träffar presenteras och användaren väljer den träff som verkar mest intressant för just henne. Vi har simulerat detta agerande. Genom att välja ett ord som är förknippat och väl använt inom pornografien, nämligen ordet »porr«, och göra en sökning på detta i de mest använda sökmotorerna får vi en »träffbild« att utgå ifrån.

Nästa steg har varit att utifrån de pornografiska sidorna gå vidare via länkar till andra pornografiska webbplatser. På detta sätt betraktar vi nischen på nätet, det vill säga webbplatser som riktar sig till en svensktalande publik och innehåller pornografiskt material. Paradoxalt nog har vi alltså stor nytta av det svenska språkets mycket begränsade utbredning i världen, inte minst på Internet. Man skulle t.o.m. kunna säga att det är denna begränsning som gör att projektet överhuvudtaget blir genomförbart. Ordet »porr« har en specifik svensk innebörd. Rätt stavat leder det främst till svenska webbsidor. Ordet »sex« hade medfört stora problem, det skulle givit enorma mängder träffar. Dessutom har ordet flera olika betydelser och används i många olika språk. I stort sett gäller samma för ordet »prostitution«.

För att få en rättvis träffbild har vi alltså

använt de sex, av svenskar, mest använda sökmotorerna Altavista.se, Google.com, Yahoo.se, Evreka.com, Spray.se/Lycos och Microsoft MSN. Även om vi rör oss inom den begränsade svenska språkfamiljen ger ordet »porr« ändå tusentals träffar. Exempel: Altavista.se drygt 50 000, Google.com drygt 236 000, osv. De hundra första träffarna som vi fått genom respektive sökmotor har granskats systematiskt. Webbadressen (URL) till de webbsidor som innehåller pornografiskt material har registrerats i en databas.<sup>3</sup> Databasen är konstruerad på ett sådant sätt att en webbadress endast tillåts förekomma en gång.

Nästa steg i undersökningen har varit att systematiskt gå igenom de länkar som finns på webbsidorna, det vill säga de länkar som leder till andra pornografiska sidor. Länkarna har vi sparat i databasen. Det har hänt att en och samma länk återfunnits på en rad webbplatser. I de fall vi missat detta och ändå matat in webbadressen, har databasen förkastat informationen eftersom den inte tillåter samma information två gånger. Snart har ett tillstånd av mättnad inträtt, då det blivit lönlöst att fortsätta, eftersom databasen förkastat nästan alla försök till inmatningar. På detta sätt har vi fångat en nisch eller sfär på nätet som kan kallas »pornografi på svenska«. Detta är vår population.

---

3 Webbadress eller URL – Uniform Resource Locator, system för adresskoder på Internet. Ett exempel är adressen <http://www.gu.se> som leder till Göteborgs universitets webbplats.

## Resultat

Totalt har vi samlat 216 unika webbadresser i databasen. Dessa *representerar* vad den person som »surfar« in på ordet »porr« möter. Nedanstående tablå visar hur materialet har grupperats.

Vi vill understyrka att denna indelning inte är invändningsfri. Den är en bland flera möjliga och har tillkommit av praktiska skäl. Syftet har varit att beskriva och analysera webbsidornas funktion och innehåll. I nästa steg ökar komplexiteten i analysen. Här

ligger betoningen på att åskådliggöra relationer och ekonomiska flöden mellan sexindustrins aktörer. Det skuggade rektangulära fältet i modellen på nästa sida (bild 1.) illustrerar själva datorskärmen och de aktörer som så att säga finns inne i webben, dvs. den verksamhet som Internetpornografin direkt och uppenbart består av. Därifrån löper i vissa fall pilar till aktörer som befinner sig på »utsidan« men som styr, påverkar eller tjänar pengar på det som sker på »insidan«. Enligt vår uppfattning är samtliga aktörer en del av sexindustrin på nätet.

### Tablå.

*Webbsidornas antal, innehåll och funktion*

Gruppenamn	Antal	Kriterier
Länksida	32	Webbplats som saknar eget material men som länkar till andra pornografisidor; ofta en automatisk, teknisk konstruktion
Betsida	43	Webbplats där en eller flera tjänster erbjuds. Användaren behöver logga in, registrera sig och betala i direkt valuta för att ta del av materialet
Butik	50	Webbplats som säljer fysiskt material till exempel DVD, video, sexleksaker, underkläder, etc., s.k. webbutik
Forum/Community	4	Webbplats för renodlade nätgemenskaper
Presentationssida	23	Webbplats som endast är marknadsföringsplats för en produkt, ett företag eller organisation, t.ex. porrklubb, swingersklubb, programvara eller sexwebbhotell
Portalsida	3	Webbplats för olika tjänster och typer av information. Redaktionellt arbete sker löpande. Sexportalen består av en rad olika element/moduler
Ungdomssida, s.k. fjortis	3	Webbplats som riktar sig till ungdomar
Privatsida	28	Webbplats där en eller flera privatpersoner beskriver och visar upp sig själva
Kontaktsida	9	Webbplats med annonser för sexkontakter
Novellsida	8	Webbplats för erotiska noveller med möjlighet att publicera egna eller läsa andras.
Prostitutionssida	13	Webbplats där främst kvinnor men även män erbjuder sex mot betalning.

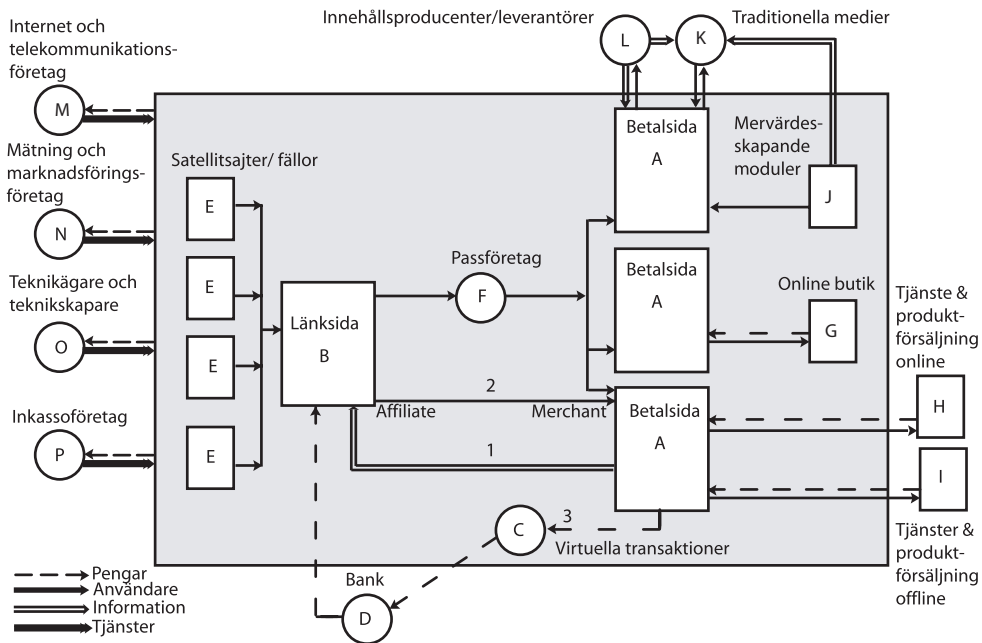
Modeller är förenklade representationer av verkligheten, så också i det här fallet. Vår modell visar en rad viktiga »element« inom sexindustrin på nätet. Bakom dessa står aktörer. Mellan aktörerna finns relationer och ett utbyte av pengar, tjänster och information. I verkligheten är det emellertid inte så enkelt, att en webbplats endast består av ett element eller att en aktör endast sysslar med en sak. Men under förutsättning att modellen och verkligheten tillräckligt liknar varandra i relevanta avseenden kan man genom att studera modellen även lära känna det verkliga fenomenet. Att konstruera en abstrakt modell för ett fenomen är

alltså i stort sett detsamma som att ställa upp en teori om fenomenet. I vårt fall har teorin ett praktiskt syfte. När vi rör oss i det pornografiska nätlandskapet skall det, med modellens hjälp, vara möjligt att förstå vad det är för slags webbplats vi befinner oss på samt vilken roll den spelar i ett större sammanhang. Modellen är även ett stöd när vi besöker en webbplats. Vi har lärt oss att se hur webbplatsen består av olika element eller delar och hur dessa fyller olika funktioner.

Utrymmet här medger inte att vi går in på detaljer i modellen, men låt oss ändå titta närmare på några intressanta exem-

**Bild 1.**

*Modell av relationer och ekonomiska flöden mellan sexindustrins aktörer*



pel.<sup>4</sup> Vi har tidigare sagt att trafik på Internet är pengar. Ju mer effektivt man kan förmå användarna att förflytta sig mellan olika sidor på nätet, desto effektivare marknadsföring och mer pengar till ägarna. Ett tydligt exempel på detta är de s.k. länksidorna (32 till antalet i vår databas, se boxen Länksida B till vänster i modellen).

## Trafik, trafik, trafik

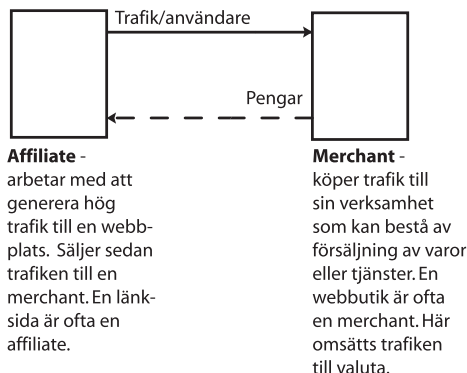
Det intressanta med länksidan är att den inte innehåller något eget pornografiskt material. Dess funktion är att förmedla kontakt till andra sajter via länkar och *banners*, dvs. reklamskyltar.<sup>5</sup> Syftet är att tjäna pengar på surfare vilket kan göras på flera sätt. En webbplats med låg trafik kan ha ett par besökare om dagen medan en sida med hög trafik kan ha tiotusen besökare per dag. Det som främst lockar till hög trafik är utfästelser om »gratis porr«. Att så är fallet visar den stora mängden sidor som just är länksamlingar med koppling till andra webbsidor med pornografi. Hur omvandlas då trafiken till intäkter?

Trafikstyrningsintäkterna är ett resultat av att en person eller ett företag får betalt då hemsidan används för att länka över

Internetanvändare till andra webbplatser. Den som vill tjäna pengar på sina webbsidor anmäler sig hos den som vill ha trafik till sina sidor, eller hos ett företag som administrerar så kallade *affiliateprogram*. Det finns en rad tekniska lösningar för att mäta och hålla reda på varifrån trafik kommer och vem som skall betala vem för trafik. Programidén är att någon betalar andra webbplatser för att länka till den egna webbplatsen. Ett sådant företag kallas i det här sammanhanget för *merchant* (sv. köpman). En webbplats som länkar till en merchant kallas *affiliate* (sv. dotterbolag). En affiliate kan vara en privatperson, en organisation eller ett företag. Relationen kan enkelt illustreras på följande sätt:

**Bild 2.**

*Förhållande mellan affiliate och merchant.*



Det finns en rad olika modeller för hur betalning kan ske från annonsören till länksidans ägare. En modell kallas CPM-modellen (*cost per mille*), en viss summa betalas för varje tusental besökare som annonsen har visats för. En annan modell är att annonsören betalar för varje besökare som klickar på annonsen, CPC-modellen (*cost per click*). Ytterligare en modell är CPA-

4 En mer detaljerad redogörelse för modellen, dess konstruktion och de aktörer och funktioner som ingår i den finns i Månsson & Söderlind (2004).

5 *Banner*, annons på Internet, ofta i form av en remsa över webbsidan. Banners är viktiga ur affärssynpunkt eftersom de ger annonsintäkter till sidans innehavare; kallas ibland på svenska för *banderoll*.

modellen (*cost per acquisition*), ägaren till webbplatsen erhåller en stipulerad andel av det som besökaren slutligen spenderar på annonsörens webbplats, s.k. provisionsförsäljning (se relationen mellan länksida och betalsida i modellen).

Trafikstyraren kan välja att arbeta med »frivillig« trafikstyrning, det vill säga användaren *väljer* att klicka på en länk och transporterats då vidare. Trafikstyraren kan även »tvinga« användaren vidare. Den ofrivilliga trafikstyrningen möjliggörs av ett litet JavaScript i HTML-koden på sidan, dvs. en kort programsnutt som säger att när besökaren väljer att lämna webbsidan så skall han istället skickas till en annan webbsida.<sup>6</sup> I branschen kallas detta för »selling exit traffic«, ett fenomen som bland annat förklarar de s.k. pop-ups, som är karakteristiska för pornografin på Internet. Detta lilla script är alltså orsaken till att användarna ibland upplever pornografin på Internet som påtvingad, oöverskådlig och svårgripbar. En länksida skapar med andra ord ett värde för sin ägare, oavsett om användaren gör några aktiva val på sidan eller ej.

När en länksidas ägare lyckas driva upp trafiken i storleksordningen 10 000 besökare per dygn, börjar vi ana den affärsmässiga betydelsen. 10 000 besökare betyder mellan 5 000 och 20 000 kronor per dygn till ägaren. En förutsättning för att få så hög trafik är att det finns en marknad av en viss volym att tillgå – och en sådan finns uppenbarligen.

6 *JavaScript*, skriptspråk framtaget av Netscape. Ett skript eller script är en programmeringsnutt som man bäddar in direkt i HTML-koden på sin hemsida. Det kan användas för att skapa mer interaktiva hemsidor.

År 2000 uppmärksammade skattemyndighetens specialskatterevision i Göteborg ett företag, som under året gått från noll kronor i omsättningen till 22,9 miljoner.<sup>7</sup> Företaget visade en vinst på 7,6 miljoner. Ägaren, en 22-årig man, förklarade att pengarna genererats genom trafikstyrning. När skattemyndigheten tittade närmare på de checkar som skickats till företaget visade sig detta stämma. Genom att styra trafik till främst två andra webbplatser hade summorna genererats. Därutöver fanns en större mängd utbetalningar på mindre belopp från en rad andra företag. På utgiftssidan fanns fakturor från programmeringstjänster, hyra för server (som låg i Kanada), programvaror, trafikstyrning till sidan, marknadsföring och reklam.

Skattemyndighetens experter fann det intressant att en ung man i en tvårumslägenhet belägen i en förort till staden drev ett företag med denna omsättning. Hur utbrett var fenomenet, frågade man sig. Bland checkarna fanns avsändarinformation till andra svenska företag och skattemyndigheten valde att göra en pilotrevision av fem företag i en annan stad. Det visade sig att det även i dessa fall rörde sig om stora summor. Tendensen på senare tid har varit att summorna sjunkit, något som man tror beror på »urvattning«, det vill säga att allt fler aktörer tvingas dela på samma kaka. Å andra sidan har skattemyndighetens möj-

7 Sektionens uppgift är att granska nya företeeselser som är intressanta ur taxeringssynpunkt. Sedan 1998 har affärer via Internet varit ett av undersökningsområdena. Uppgifterna i det aktuella fallet bygger på en intervju med sektionsens experter i mars 2003.



lighet att granska trafikstyrningen minskat på senare tid, vilket bl.a. beror på nya teknologiska landvinningar när det gäller penningtransaktioner på nätet. De s.k. virtuella transaktionerna har etablerat sig, vilket betyder att i samma takt som möjligheten att skicka pengar globalt har ökat, har möjligheterna till insyn i verksamheten försvunnit.

Att betrakta besökarna/användarna som trafikanter, som genomkorsar nätlandskapet, får vissa konsekvenser för vår förståelse av fenomenet. Vi ser framför oss en råvara, trafik, som, precis som vilken annan råvara som helst, kan köpas, säljas, förändras, mätas och »förädlas«. Bilden ger oss en möjlighet att förstå hur pengar kan genereras på Internet. Objekten, trafikanterna, passerar och utmaningen är att omsätta trafiken i affärer och förtjänster: hög trafik, stora pengar. Används CPA-modellen (cost per acquisition) är vinsten av trafikstyrningen kopplad till riktig valuta på ett konkret sätt. Detta innebär att det är endast lönsamt att vända sig till grupper som har egen köpkraft, oftast vuxna personer med egen inkomst. Används CPM-modellen (cost per mille) eller CPC-modellen (cost per click) har det ingen betydelse för trafikstyraren vem trafikanten är, det kan lika gärna vara ett barn utan egen köpkraft. Kostnaden för tjänsten ackumuleras på en räkning som debiteras innehavaren av ett telefonabonnemang. Vi vet att barn och ungdomar snabbt har tagit till sig Internet och är frekventa användare. De utgör en betydande andel av hela Internetpopulationen och när CPM eller CPC-modellen används är deras närvaro lika mycket värd som någon annans.

## Ungdomssidorna – en del av det pornografiska nätverket

Överhuvudtaget är ungdomarna den strategiskt viktigaste gruppen för alla Internetoperatörer. Förutom att de snabbt tar till sig ny teknik, är de i allmänhet öppna för nyheter, nyfikna, spänningslystna och beredda att tänja gränser. Ungdomarna är helt enkelt framtiden på nätet. I en allt hårdare konkurrens om användarna är det således ingen överraskning att ungdomarna redan är på väg att bli en del av det pornografiska nätverket på Internet.

En intressant illustration till detta är den verksamhet som utvecklats på vissa s.k. ungdomssidor på nätet. Uttrycket »fjortis« är användarnas egen beteckning på dessa sidor, som alltså främst vänder sig till ungdomar i de yngre tonåren. Det är oftast enkelt konstruerade webbplatser, där besökarens uppmärksamhet dras till bilderna som ungdomarna lägger ut av sig själva. En av de mest populära och mest uppmärksammade webbsidorna i Sverige är Snyggast.com. Den är också den mest långlivade i en genre, som annars karaktäriseras av sajter som kommer och går i snabb takt.

Ingångssidan på Snyggast.com är en bildsida, där besökaren kan betrakta, bedöma och rösta på bilder av unga flickor och pojkar. En slumpgenerator bestämmer vilken bild som möter besökaren, men denne kan också själv välja, till exempel från en aktuell topplista, som uppdateras var tionde minut. Dessutom erbjuds besökaren möjlighet att kommentera bilderna. Röstningen sker på en skala från 1 till 10. När vi går in på sidan en dag i februari 2004 under rubriken *När-bilder* finner vi t.ex. att 610 besökare givit

en bild av 17-åriga »BusHanna«, som ligger utsträckt på en obäddad säng iförd stringtrosor och linne, ett medelbetyg på 7,8. Följande är ett axplock av kommentar från manliga besökare/bedömare:

kan ju säga att man missat mycket när man inte sett dej när man e ute på stan  
...pusspuss tjejen! ler

ful som stryk

niice! både vacker och fin body =)  
kan du ge mig din msn ra??

du e så vacker så jag gråter ju

fy fan va porrig, du är lätt en jättestor 10...

Att sidan är väletablerad bland svenska ungdomar går att utläsa av informationsflödet. Under år 2003 hade den drygt 300 000 unika besökare varje månad, vilket gör den till en av Sveriges allra mest populära. Varje dag förnyas bildkavalkaden. »Fräscha« och »oskyldiga« semesterbilder varvas med »sexiga« och utstuderat pornografiska bilder. Under rubriken *Närbilder* exponeras ansikten, förföriska ögon, fuktiga, plutande läppar, halvöppna munnar, piercade navlar, nakna rumpor, rakade kön, tatuerade bröst m.m. Det hela ger ett både avancerat och oskyldigt intryck på en och samma gång. Denna ambivalens understyrks av att besökaren kan växla mellan å ena sidan närbilder på nakna kroppsdelar och å andra sidan bild- och textmaterial under rubriker som »barn«, »kul bilder«, »djur« och »dikt«. Dessutom erbjuds möjligheten att kommunicera med andra besökare i ett chatsystem.

Förvisso genererar ungdomssidorna pengar genom reklam som riktar sig direkt till ungdomar, det kan gälla dataspel och mobiltelefoni. Ur den synvinkeln är dessa sajter webbprodukter, som rent kommersiellt står på egna ben. I modellen har vi kallat dessa sidor *mervärdesskapande moduler* (boxen J i modellens övre högra hörn).

Själva affärsidén går ut på att sidans ägare ställer en arena till användarnas förfogande, där de kan kommunicera med varandra. Om interaktionen når en viss omfattning kan man tala om en *community*. I syfte att öka sidans attraktionskraft och värde för besökarna, kan ägaren välja att skapa olika funktioner som till exempel omröstningar av den typ som finns på Snyggast.com eller andra rent kommersiella verksamheter såsom erbjudanden om fördelaktiga mobilabonnemang. Förhoppningen är förstås att allt fler ungdomar – som i det här fallet – hittar till sidan och finner den intressant.

Uppenbart är att sexindustrin drar nytta av och profiterar på fenomenet. Pornografi är ju en unik mediegenre även ur den aspekten att amatörer värdesätts. Det privata, icke-professionella, har ett värde. Och den ungdomliga oskuldskraften är ett etablerat tema i den pornografiska fantasin och bildberättelsen. Skillnaden mellan sådana berättelser och ungdomssajterna är att aktörerna på de senare är på riktigt; det är inga fantasifigurer utan autentiska ungdomar som visar upp sig själva för varandra i syfte att göra intryck, inte i första hand på vuxna utan på andra ungdomar. Man är »personlig« både i ord och bild, man bjuder in användaren i sin egen värld. Lite förenklat skulle man kunna säga att syftet i första hand är att locka, hetsa och pröva gränser,

men inte att sälja. När man som »BusHanna« får kommentaren »fy fan va porrig, du är lätt en jättestor 10« så uppfattas det förmodligen inte som en förolämpning, utan som en komplimang, ett bevis på att man lyckats i sitt mer eller mindre medvetna uppsåt att bli betraktad som sexig i andras ögon.

Ett sätt för sexindustrin att direkt slå mynt av fjortistemat är att hämta (stjäla) autentiska bilder från ungdomssidorna för att sedan lägga ut dem på en webbsida med direkt pornografiskt innehåll.<sup>8</sup> Genom den kontextuella förskjutningen kan till exempel en förhållandevis »oskyldig« bild från en ungdomssida få en helt annan innebörd. Fallet »Lena« är ett illustrativt exempel på denna omplanteringsverksamhet. En bild av henne lades först ut på Snyggast.com, förmodligen av henne själv. En kort tid därefter återfanns den på porrsidan Pinup.se. Till saken hör att Pinup.se vid tillfället ägdes av Flashback Media Group, som även driver webbplatsen Malmskillnadsgatan.st, som i sin tur förmedlar adresser till prostituerade.

Även om aktiviteterna på en webbsida som Snyggast.com till allra största delen kan betraktas som uttryck för ungdomars bekräftelsebehov, utan kommersiella baktankar, finns också tecken på motsatsen. Under senare tid har vi kunnat se ett nytt fenomen ta fart på sidan: unga kvinnor berättar att deras »favoritsysselsättning« är att »visa upp sig«. Man informerar om att

8 Det är inte ovanligt att det motsatta sker, nämligen att användarna hämtar bilder från »riktiga« porrsajter som sedan läggs in i bildgallerierna på ungdomssidorna under förespejling att bilderna är privata, självmant utlagda av den person (oftast flicka) vars namn eller »nick« (alias) förekommer på sidan.

man nu har en egen hemsida med »massor med bilder«. Besökaren klickar på en webbadress och hamnar på en sida med bilder på en flicka som säger sig vara 17 år. Hon är naken, men ansikte och könsorgan är maskerade. Besökaren erbjuds att beställa bilderna direkt till mobiltelefonen, utan maskering. »Om du vill ha massor av bilder på mig skriv ett sms till nummer 72666 (fingerat) med texten: yo Eva17 B1 (fingerat), det kostar 5 kr för en men köp flera, om du tycker jag är värd det alltså«. Vidare efterforskningar leder till webbplatsen YO.se, som beskriver sina tjänster på följande sätt:

#### *Vad är Yo.se?*

Yo.se är en mötesplats, forum och teknisk plattform där du som vill tjäna pengar på SMS-tjänster kan skapa och träffa likasinnade. Yo.se är främst riktad till dig över 16 år och handlar, till skillnad från andra communitys, inte bara om lek. Här har du möjlighet att skapa egna avancerade SMS-tjänster och själv vara den som bestämmer hur de skall se ut. Vad SMS-tjänsterna innehåller och hur de kommer att fungera är helt upp till dig som medlem.

#### *Vad tjänar jag?*

På yo.se tror vi på att dela lika. Därför delar vi alltid minst 50/50 på samtliga inkomster från våra SMS-tjänster. Om yo.se (som står för den tråkiga biten som hårdvara, avtal, administration etc) tjänar 5 kronor på ett SMS så tjänar medlemmen (som skapat och lanserat tjänsten) också minst 5 kronor.

Ha det så kul och lycka till!

Webbplatsen startade sin verksamhet på senhösten 2003 och hade i början av 2004 över 6000 medlemmar. Hur många av dessa som använder tjänsten för att sälja pornografiska bilder av sig själva går inte att säga. Fenomenet visar dock hur snabbt ungdomar tar till sig den nya tekniken. Under till exempel en vecka i februari 2004 fann vi efter en enkel kontroll åtta flickor/unga kvinnor som klädde av sig framför en s.k. webbkamera mot sms-betalning. Genom att studera webbplatsens egna topplistor, kan vi konstatera att pornografitjänsterna tillhör de affärsmässigt mest framgångsrika för företaget.

Pornografi är, som vi sagt, en unik mediegenre i den bemärkelsen att amatörerna värdesätts, ibland mer än de professionella. Den stilbildande amerikanska tidskriften *Playboys* stora kommersiella framgång i mitten av förra seklet byggde bland annat på temat »the girl next door«, flickan i huset bredvid. Konceptet gick ut på att appellera till det bekanta, till betraktarens närhetskänsla, inte till det exotiska. Budskapet var att detta är en alldeles vanlig, om än ovanligt vacker, flicka eller kvinna. Hon kunde vara din granne, och det är tillåtet att fantasera om henne. Det fanns också en klar voyeuristisk dimension i det hela. Beträktaren skulle uppleva att han tittade utan att objektet var medveten om det.

»Fjortis« är Internets svar på och vidareutveckling av detta tema i pornografin. Skillnaden är att vi idag befinner oss i en situation där vi de facto *kan* betrakta flickan i huset bredvid. Vi erbjuds att »kika in« i ett riktigt flickrum och se vad som händer där, hur det ser ut; vi kan till och med läsa om objektets innersta tankar.

Samtidigt vet hon inte om att vi är där, hon känner inte vår närvaro. Skillnaden mellan fjortistemat och the girl next door är att det förra direkt anspelar på det barnsliga, det är barnet snarare än den unga kvinnan som är föremålet för betraktarens intresse.

## Teknikens påverkan

En annan aspekt av det nya, som Internet medfört, är det vi skulle kunna kalla DIY (do it yourself), ungefär gör-det-självpornografi. Detta är särskilt vanligt förekommande på de s.k. kontaktsidorna (se tabblån), som blivit en slags samlingsplatser för personer som lägger ut nakenbilder och/eller samlagsbilder på sig själva och sina partners. Även detta är amatörernas marknad. Tekniken är billig och enkel.

Att tekniken har blivit billig och enkel har naturligtvis medfört en allt hårdare konkurrens, vilket sätter press på de kommersiella aktörerna att skapa nya sensationer och påverka efterfrågan. Vår analys visar att det sker en ökad differentiering inom pornografin. Nya genrer med allt mer specifika inriktningar dyker ideligen upp. Samtidigt bygger den försäljningsmässiga framgången på att just »min sida« erbjuder allt »du någonsin kan tänka dig«, allra helst också sådant som »du« inte ens visste existerade. Att på en och samma pornografiska webbsida finna avdelningar för fisting, djursex, tjocka personer, dvärgar, havande kvinnor, smisk, håriga personer, fotfetischism, transvestism, kiss och bajs, m.m. är inte ovanligt. Allt fler genrer omfattas numera av begreppet mainstream-pornografi. Och teknikens påverkan på pornogra-

fin i samtliga led är tydlig, det gäller såväl produktion, distribution som konsumtion.

## ***Produktion***

Teknik för att producera media blir allt billigare och enklare att hantera, både när det gäller utrustning för professionellt bruk och för amatörer. En digital videokamera med de tekniska kvaliteter som behövs för att producera information för TV-produktion kostar idag runt 30 000 kr. Till detta kommer kostnader för dator och program. Det är möjligt att för en summa under 100 000 kr skaffa all utrustning som behövs för att arbeta professionellt med produktion av media. Också för en betydligt lägre summa är det möjligt att få fram en gångbar produkt. Om kunskapen finns, går det att nå en potentiell, global marknad till en kostnad av några tusenlappar.

## ***Distribution***

Det blir allt enklare och billigare att publicera information på webben. Vår studie visar att det finns en rad tjänster och programvaror som direkt riktar sig till personer som önskar publicera pornografi på nätet. Det krävs inte längre några större tekniska kunskaper för att komma igång med en kommersiell verksamhet. Distributionen är oberoende av tid och rum. Det medför i princip inga extra kostnader att distribuera globalt. Produkten kan säljas dygnet runt över hela världen. I jämförelse med traditionell pornografi, som är beroende av fysisk transport, är detta en stor

förändring. I princip kan ett oändligt antal visningar utföras utan extra kostnad.

Vidare kan vi se hur själva bytandet och lagrandet av pornografi är en företeelse som har eskalerat i stor skala i samband med framväxten av nätverken. Först genom s.k. elektroniska anslagstavlor (BBS), sedan genom nätgrupper (Usenets) och nu senast genom s.k. fildelningsprogram i P2P-nätverk. Det har förvisso alltid kostat att distribuera information. Det gör det också idag. Och vinsterna för denna verksamhet tillfaller främst tele- och Internetbolagen.

Distributionen är anonym. Visserligen mäts våra användarvanor (det är en del av kommersen). Det finns också tekniska möjligheter att kontrollera det vi gör på nätet. För den som önskar spåra en viss aktivitet och har befogenhet att göra det, så är det en förhållandevis enkel operation. I de allra flesta fall måste dock Internet fortfarande i allt väsentligt betraktas som ett »anonymt« medium, som ger möjlighet att ta del av information utan att någon närstående får reda på det.

## ***Konsumtion***

Priset på teknik sjunker ständigt, överföringshastighet och prestanda ökar i samma takt. Och tjänsterna förändras i takt med att tekniken och överföringshastigheten blir bättre. Pornografi riktar sig främst till öga och öra och datorn är därför speciellt intressant som gränssnitt mot konsumenten. Datorskärmar har i allmänhet en bättre visningskvalitet än TV och en dator kan återge ljud med samma kvalitet som vilken annan ljudanläggning som helst.

Det är uppenbart att Internet, själva digitaliseringstekniken och datorn i alla tre leden – produktion, distribution och konsumtion – är extremt »lämplig« för pornografi. Samtidigt råder ingen tvekan om att spelförutsättningarna snabbt kan förändras i takt med nya inslag i själva tekniken, vilket i sin tur får betydelse för hur och vem som kommer att tjäna pengar på pornografi på nätet i framtiden. Exemplet med fildelningsprogrammen i de s.k. P2P nätverken är bestickande. Diskussionerna kring dessa har hittills främst rört upphovsmannarätten i samband med musikdistribution. I princip gäller samma problematik för pornografibranschen, det vill säga varor kopieras och delas utan att producenten, upphovsmannen, får betalt. Användarna föredrar helt enkelt gratis porr framför betalporr. Detta kan bli en kritisk punkt för pornografiaktörerna i framtiden. Och vad kommer att hända i nästa fas? Hur kommer pornografin att etablera sig i 3G nätet och inom mobiltelefonin, för att ta ett exempel på en växande teknik, och vad kommer det att få för konsekvenser för de redan etablerade aktörerna i branschen? På samma sätt som Internet har gett upphov till nya pornografiska samarbeten, aktörer och genrer, kommer det inom telefonin att skapas nya företeelser som konvergerar med företeelser som traditionellt ligger utanför pornografin, exempelvis ungdomskulturer eller kontaktmarknad. Skillnaden mellan vad som är och inte är pornografi kan därmed komma att bli ännu otydligare i framtiden.

## Avslutande kommentarer

Som vi sade inledningsvis har teknik och pornografi alltid stått i ett intressant och komplext förhållande till varandra. Idag använder sig pornografins aktörer av de nya mediernas tekniska förutsättningar för att marknadsföra och sälja sina tjänster och produkter i en omfattning som aldrig tidigare. Med eftertyck har vår studie visat att den kanske mest inkomstbringande verksamheten består i att generera och styra trafiken av porrsurfare på nätet. Detta är vad Sproull och Kiesler (1991) skulle kalla *first-level effects* av den nya teknologin; alltså effekter som avser kostnadsbesparingar och effektivitet. Men de talar också om effekter på en annan nivå, *second-level effects*. Härmed avses bl.a. oförutsedda sociala konsekvenser av den nya tekniken. Sproull och Kiesler menar helt enkelt att den nya tekniken inte bara tillåter att gamla saker görs på ett nytt och kanske mer effektivt sätt, utan också att nya saker görs; saker som inte var möjliga med den gamla tekniken. När det gäller sexualitet har t.ex. Internet möjliggjort cybersex, dvs. interaktivt sex på nätet. Beteckningen innefattar alla typer av virtuellt utbyte av textmässiga meddelanden och bilder med sexuell innehåll (inklusive pornografi), mellan två eller flera personer (Månsson et al. 2003). Kanske skulle man också kunna tala om effekter på ytterligare en nivå, en slags *third-level effect*. Ross (2005) diskuterar denna möjlighet. Han avser då de socio-kulturella konsekvenserna av den nya teknologin och vad den representerar på en mer övergripande strukturell nivå.

Hur ska man då tolka och förstå de

resultat som framkommit av vår studie på en sådan mer övergripande nivå? Vad betyder den ökade tillgängligheten av porr och prostitution på nätet? För sexindustrin betyder den tillgång till en ny och närmast obegränsad marknad, men vad betyder den för användarna och för samhället i stort? När vi frågar oss detta är det viktigt att hålla i minnet att nätet förvisso inte bara är ett reklamfönster och en marknadsplats för sexindustrins tjänster och produkter; här erbjuds också mängder av andra sexuella kontaktmöjligheter med möjligheter att söka, matcha och pröva sig fram och utveckla relationer på olika områden. Man kan också, mer eller mindre anonymt, experimentera med olika sexuella stilar och uttrycksformer. Inte bara sådant som är accepterat, utan också sådant som bryter mot eller utmanar de etablerade sexuella scripten. Sproull och Kiesler (1991, s. 2) benämner ett sådant resultat av teknologiska förändringar för *deviance amplification*.

Vi föredrar begreppet *normalisering*. Kanske kan man helt enkelt betrakta dessa förändringar som ett led i normaliseringen av delar av sexualiteten, som tidigare skedde mer i det fördolda eller var direkt förbjudna. Detta gäller också konsumtionen av pornografi. Ju fler som använder den, desto mer normalt. Och från att ha varit något man talat tyst om och kanske i vissa fall skämts för, kan en viss tendens till avdramatisering och, ja just, normalisering skönjas. Kanske kan avdramatiseringen av det skamfyllda och förbjudna paradoxalt nog resultera i pornografins »död« eller åtminstone leda till en viss sanering av de värsta avarterna när det gäller utnyttjande

och förnedring, som uppenbarligen finns. Detta skulle kunna vara det »positiva« scenariot.

Det »negativa« eller problematiska skulle vara att pornografin på nätet legitimerar och befäster en konservativ och fördomsfull syn på sexualiteten. Exempel på en sådan syn är inte svåra att finna, snarare skulle man kunna säga att de utgör det mest dominerande inslaget. Även om det pornografiska bildmaterialet i stor utsträckning koncentrerar uppmärksamheten till den nakna kvinnokroppen, är det i själva verket den manliga sexualiteten som står i fokus. Med få undantag uttrycker pornografin på nätet (liksom i de flesta andra sammanhang) de traditionella könsrollernas sexuella innebörder och myter; pornografin på nätet skulle kunna karaktäriseras som de traditionella könsrollernas mikrokosmos.

En annan aspekt är den kommersiellt drivna sexualiseringen av mellanmänniska relationer. Enligt Zygmunt Bauman (2003) har den »konsumtiska« aspekten av partnerval och sexuella relationer blivit ett av Internets främsta karakteristika. I den meningen »passar« Internet som hand i handske med det senmoderna samhällets flyktiga och flytande (liquid) tankesätt och mellanmänniska relationsmönster, ett samhälle där tillfredsställelse mäts i pengar. *Homo sexualis* har blivit *homo consumens*, säger Bauman. Till yttermera visso har sex blivit en episod – »what is done is not important, simply that it happens« (ibid, s. 54). »Fördelen« med dejting på Internet är att det bara är att trycka på delete-knappen om det inte passar.

Orsaken till denna utveckling kan inte lastas Internet, menar Bauman. Mycket

annat har hänt på vägen mot detta flytande, individualiserade samhälle. Men Internet driver på utvecklingen, är Baumans pessimistiska slutsats och pornografin på Internet bidrar till den alltmer ökade exponeringen och exploateringen av sexualiteten i det offentliga rummet, »treating other humans as objects of consumption« (ibid, s. 66). Det talas ibland om »pornofieringen« av barn- och ungdomsvärlden. På nätet ser vi också en rörelse i andra riktningen, dvs. hur vuxenvärlden exploaterar barntemat för pornografiska och kommersiella syften. Kanske kan, som sagt, detta också betraktas som ett led i en normaliseringsprocess eller snarare i en tillvänjningsprocess, en önskad sådan.

Två olika scenarier alltså, sida vid sida; ett önskvärt och ett mindre önskvärt. Båda ställer också frågan om frihet och integritet på nätet på sin spets. Internet har inte sällan fått tjäna som symbol för individers

och grupperns möjligheter att agera fritt i en globaliserad värld. Exemplet med porr på nätet ger upphov till frågor om hur olika friheter skall balanseras mot varandra i denna värld. Hur skall till exempel friheten att tjäna pengar vägas och bedömas mot friheten för den enskilde att använda nätet utan att bli invaderad av olustiga och kränkande upplevelser? Och hur skall den enes frihet att få känna sexuell upphetsning vägas och bedömas mot den andres frihet att få slippa utnyttjande och förnedring? Dessa frågor har hittills knappast berörts vare sig i forskningen eller i den offentliga debatten om Internet, inte minst därför att det saknats grundläggande kunskap på området. Vår förhoppning är att vår analys av pornografin på nätet skall ge en grund att stå på, både för fortsatt forskning och för en bred diskussion om den kommersialiserade sexualitetens innebörder och konsekvenser på nätet.

## Referenser

- Bauman, Z. (2003) *Liquid Love*. Cambridge: Polity Press.
- Cooper, A. (1998) »Sexuality and the Internet: Surfing into the new millennium«, *CyberPsychology & Behavior*, vol 1, s. 187-193.
- Göteborgs-Posten* 7 december 2003
- Hearn, J. & Jyrkinen, M. (2005) *Research Project »Television-Internet Media Companies' Policies and Practices, Young People and Pornographisation«*. NIKK Research Programme »Young people, gender and pornography in the Nordic countries«, Copenhagen, 15-16 September, 2005.
- Kimmel, M. (2005) *The Gender of Desire. Essays on Male Sexuality*. New York: State University of New York Press.
- King, S. A. (1999): »Internet gambling and pornography. Illustrative examples of the psychological consequences of communication anarchy«. *CyberPsychology & Behavior*, vol 2, s. 175-193.
- Lane III, F. S. (2001) *Obscene Profits. The Entrepreneurs of Pornography in the Cyber Age*. New



- York: Routledge.
- Månsson S-A, Daneback K, Tikkanen R & Löfgren-Mårtenson L (2003) *Kärlek och sex på internet*. Nätsexprojektet 2003:1. Göteborg och Malmö: Institutionen för socialt arbete och Enheten för socialt arbete.
- Månsson, S-A. & Söderlind, P. (2004) *Sexindustrin på nätet. Aktörer, innehåll, relationer och ekonomiska flöden*. Stockholm: Égalité.
- Ross, M. W. (2005) »Typing, doing and being: Sexuality and the Internet«. *Journal of Sex Research*, vol 42 (under tryckning).
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1991) *Connections. New ways of working in the networked organizations*. Cambridge MA: MIT Press.
- Tikkanen, R. & Ross, M. (2000) »Looking for sexual compatibility. Experiences among Swedish men visiting Internet gay chat rooms«. *CyberPsychology & Behavior*, vol 3, s. 605-616.

## Summary

### *Technology and pornography – about porno on the Internet*

The purpose of the article is to analyse certain aspects of the complex interplay between technology and pornography on the Internet. What kind of pornographic material is available on the Internet, how is it distributed and sold, and what are the economic relationships between the different actors in the industry? An additional focus of the article is on the strategies used to include young people in the pornographic networks on the Internet. Also, the implications of the analysis on a more general societal level are discussed, especially with regard to the commodification of sexuality in late modern society.

Our study shows that the most profitable activity is to generate and direct the traffic of porno-surfers on the Internet. The traffic itself is the key to the success of the business. Young people are the main target group of this business, as they are the ones

who most quickly adapt to new technological innovations in their daily activities. In the light of this development of the Internet as a sexual marketplace, the question is: what future scenarios can be expected? In the final discussion we outline two scenarios, one "positive" and one "negative". The positive scenario is that the growing accessibility of pornographic images through the Internet can lead to a de-dramatization and normalization of sexual behaviours that used to be impregnated by stigma and shame. The negative scenario is that pornography on the Internet legitimizes and reproduces a conservative and prejudiced view of sexuality. With few exceptions, pornography on the Internet, in its present and most dominant form, expresses the content and mythologies of traditional gender roles.