

Barna Emília és Katona Noémi

A magyarországi szexkamera-iparág

Digitális technológia, platformkapitalizmus
és a szexipar normalizálása

Absztrakt: A tanulmányban a szexkamera-iparág kialakulását és működését elemezzük a platformcégek központi szerepére és az iparágban dolgozók munkájára fókuszálva. Magyarországi példán, az iparágban dolgozókkal folytatott interjúk kutatásunk alapján vizsgáljuk, miként változott a digitalizáció nyomán a szexipar és azon belül a szexkamera-iparág a globális gazdaságban, és hogyan működnek azok a platformcégek, amelyek ennek az átalakulásnak központi szereplői – köztük a magyarországi alapítású *LiveJasmin*. Vizsgáljuk, hogy Magyarország félperifériás pozíciója a kapitalista világrendszerben hogyan határozza meg az itteni szereplők munkakörülményeit, lehetőségeit a globális iparágon belül. Elemzésünkben tehát a platformkapitalizmusban és a digitális munkában megjelenő globális egyenlőtlenségeket mutatjuk be a szexkamera-iparágban magyarországi, félperifériás szereplők szemszögéből, valamint arra is rámutatunk, hogy milyen szerepet játszanak a szexkamera-platformok – mint a *LiveJasmin* – a szexipar normalizálásában.

Kulcsszavak: szexipar, szexkamera-iparág, platformkapitalizmus, digitális munka, streaming, globális áruhánc, genderviszonyok

Bevezetés

A digitális technológia az utóbbi három évtizedben óriási mértékű szerkezeti átalakulásokat hozott többek között a szexiparban is. A digitalizációval jött létre az online szexkameraiparág is, amely mára globális méretű, folyamatosan növekvő iparággá vált. A szexkamerázás erotikus előadások élő online közvetítését jelenti erre specializálódott internetes oldalakon, úgynevezett platformokon keresztül streamingtechnológia segítségével, ahol az előadást jellemzően egy nő, ritkább esetben férfi „modell”, vagy pedig párok tartják. A magyarországi alapítású és fejlesztésű *LiveJasmin* platform az egyik első, és jelenleg is az egyik legnagyobb szexkamerás platform, amely több mint másfél millió modellt foglalkoztat világszerte. Bár a 2000-es évek végére, illetve a 2010-es évekre Magyarország korábbi súlya a globális pornógyártásban jelentősen lecsökkent (lásd jelen lapszámban: Gregor, Csányi és Dés 2020), a szexkamerázáson keresztül a globális szexipar új területén jelent meg.

A tanulmányban a magyarországi szexkameraiparág, elsősorban a *LiveJasmin* példáján, az iparágban dolgozókkal készített interjúkon keresztül azt vizsgáljuk, hogyan változott a digitalizáció nyomán a szexipar és azon belül a szexkameraiparág a globális gazdaságban, és hogyan működnek azok a platformcégek, amelyek ennek az átalakulásnak központi szereplői. Ezen belül pedig elsősorban a magyarországi szexkameraiparág sajátosságaira fókuszálunk, és azt elemezzük, hogy Magyarország félperifériás pozíciója a kapitalista világrendszemben hogyan határozza meg az itteni szereplők munkakörülményeit, lehetőségeit. Elemzésünkben tehát a szexkameraiparágon keresztül vizsgáljuk a platformkapitalizmusban és a digitális munkában megjelenő globális egyenlőtlenségeket magyarországi, félperifériás szereplők szemszögéből.

Tanulmányunkban a tágabb értelemben vett szexipart, azon belül a szexkameraiparágat is a kulturális iparágak részeként értelmezzük, és elemzésünk elsődleges elméleti keretét a platformosodást a kulturális iparágak struktúrája szempontjából vizsgáló munkák adják. A kulturális iparágak körébe azok az intézmények tartoznak, amelyek közvetlen módon vesznek részt a társadalmi jelentés termelésében. „Magját” a reklám és marketing, a rádió és televízió, a filmipar, az „internetipar” (weboldalak, portálok), a zeneipar, a könyv- és lapkiadás, valamint a videó- és számítógépes játékok alkotják (Hesmondhalgh 2007 [2002]: 12). Elemzésünkkel a szexkameraiparág társadalmi jelentéstermelésének felderítéséhez is hozzájárulunk. Rámutatunk, milyen szerepet játszik a szexipar, azon belül is a szexkamerázás a digitális technológiai innovációban, és hogyan marad ugyanakkor ebben a folyamatban rejtve a nők szexiparon keresztüli szexuális kizsákmányolása.

Az elméleti keretünk ismertetését és a módszertani áttekintést követően bemutatjuk a magyarországi szexkameraiparág kialakulását, struktúráját, az iparághoz tartozó főbb szereplőket és munkaköröket, és interjú kutatásunk alapján elemezzük az iparágra Magyarországon jellemző munkakörülményeket, munkaviszonyokat, valamint a szexkameraiparágban végzett munka sajátosságait. Ezt követően globális perspektívába helyezzük a *LiveJasmin*, illetve a szexkameraiparág működését, és bemutatjuk, hogy a szexkameraiparág globális árulánca hogyan erősíti meg az egyenlőtlenségeket az ebben a szektorban végzett platformalapú munka területén. Arra is kitérünk, hogy a 2008-as globális gazdasági válság hogyan kedvezett a platformcégeknek és hogyan járult hozzá helyben, a félperiférián a munkaerő felszívásához. Valamint bemutatjuk, hogy milyen folyamatokon keresztül írható le helyi és globális szinten is az iparági koncentráció, és ennek milyen hatásai vannak

a munkára, illetve a digitális szexipar egészére. Ezt követően az utóbbi tíz évben az iparágban jelentősen megnövekedett globális piaci verseny hatásait elemezzük, elsősorban a modellek és az operátorok munkája szempontjából. Végül az utolsó fejezetben áttekintjük, hogy a szexkamera-iparág és a technológiai fejlesztés összefonódása milyen módokon járul hozzá a szexkamerázás, és ezen keresztül a szexipar normalizálásához.

Szakirodalmi áttekintés és elméleti háttér

Platformkapitalizmus és digitális munka a kulturális iparágakban

Tanulmányunkban a szexkamerás oldalak elterjedését, valamint az ezekhez kapcsolódóan végzett munka sajátosságait a digitális platformok elterjedésének tágabb kontextusában értelmezzük, különös tekintettel a kulturális iparágak „platformosodására”. A kulturális iparágak, illetve a kulturális munka digitális átalakulásával foglalkozó elemzések jelentős részében láthatatlanok maradnak a platformok működésének sajátosságai, előretörésük kontextusa, valamint a tőkekoncentrációban játszott szerepük, legalábbis nem képezik kritikai elemzés tárgyát. Ahogy Langley és Leyshon fogalmaznak¹ (2017: 5), a platformosodásra vonatkozó „elterjedt magyarázatok a digitális gazdasági körforgásokat a felhasználók közötti horizontális, hálózatos cserekapcsolatokként írják le, amelyek a közvetítőt kiiktató, kollaboratív, sőt demokratizáló jellegükből adódóan újak és a korábbiaktól eltérőek”.² A következőkben a gyakori értelmezésekkel szemben bemutatjuk a platformosodás jelentőségét a jelentéstermelés decentralizációjában és a tőkekoncentráció kialakításában, ami együtt jár a digitális munka nagymértékű prekarizációjával. Ez a kulturális iparágak területén elemzett folyamat a szex-, illetve pornóipar digitális átalakulását nagyban meghatározza.

A digitális és internetes technológia korai szakaszában, azaz az 1990-es években a jelentéstermelés decentralizációja irányába hatott – ez a folyamat a szakirodalomban a zeneipar kapcsán a legalaposabban dokumentált. Az mp3 formátum és az úgynevezett *peer-to-peer* technológia által lehetővé tett fájlcsere és a technooptimista oldalon a demokratizáció, a decentralizációval együtt járó hozzáférés, kulturális sokszínűség és a „szabad kultúra” mítoszait erősítette. Ezek a mítoszok összefonódtak a „dotcombuborékot” kísérő úgynevezett „kaliforniai ideológiával” (Barbrook és Cameron 1996), azaz azzal a reményteljes technológiai determinista ideológiával, amely a szilícium-völgyi technológiai cégeknek az átalakulásban betöltött vezető szerepét támasztotta alá. A kulturális iparágak gazdaságából ideiglenesen és részben kiesett hagyományos közvetítő szereplők helyére, illetve mellé hamarosan új közvetítők léptek be: az olyan digitális platformok, mint az *iTunes*, a *Netflix*, a *YouTube* és a *Spotify*. Más szóval az ideiglenes *dezintermediációt* *reintermediációs* folyamatok követték, aminek köszönhetően a tőke újból a monopóliumra törekvő, a digitális technológiai fejlesztésekre és az adatok kinyerésére és felhasználására építő nagyvállalatok kezében összpontosult.

1 Az angol nyelvű forrásokból átvett idézetek saját fordításaink – B. E. és K. N.

2 Langley és Leyshon (2017: 5) összefoglalása alapján idesorolhatók az olyan fogalmi keretek, mint a „ko-produkció” (például Prahalad és Ramaswamy 2004; Thomke 2003); a „prosumption” (a „production” – gyártás – és a „consumption” – fogyasztás – szavak összevonásából; például Ritzer és Jurgensen 2010), a „produktív nyilvánosságok” (Arvidsson és Peitersen 2013), valamint a „peer-to-peer” (Oram 2001).

Az internetes platform egy olyan új, digitális technológiára épülő üzleti modellnek tekinthető, amely hatalmas mennyiségű adat kivonására és ellenőrzésére képes, és amely a nagyméretű, monopolisztikus cégek előretörését vonta magával (Srnicsek 2017: 12). „A kapitalizmus”, írja Srnicsek, „megköveteli, hogy a vállalatok folyamatosan új utakat találjanak a profit számára, azaz új piacokat, új árucikkeket és a kizsákmányolás új formáit” (9), amelynek egyik lehetséges útja a folyamatos technológiai fejlesztés (17), a szabadalmak létrehozása (Wallerstein 2010 [2004]: 57–58), illetve az ezekhez kapcsolódó branding. Más szóval a technológiai innováció hajtóereje a kapitalista gazdasági rendszer, és ez a folyamat magyarázza a platformcégek előretörését is. Amellett, hogy a platformok elterjedése jelentős változásokat hozott a munka területén, ezeket alapvetően meghatározzák a korábban kialakult globális struktúrák. Ahogyan azt Srnicsek (2007: 15–32) részletesen bemutatja, a kapitalista rendszer 1970-es években induló „hosszú lejtmene” (Brenner 2006), az 1990-es évekbeli „dotcombuborék”, majd a 2008-as globális gazdasági válság mind megágyazott az „új digitális gazdaságnak” és meghatározta fejlődési irányát (Srnicsek 2007: 13). A platformkapitalizmus tehát annak a történeti folyamatnak az eredményére utal, amely során a tőke adaptálta a digitális és online technológiát, méghozzá az *adatot* sajátos nyersanyagként felhasználva (42).

A platformokat Srnicsek (2007) olyan új típusú vállalatokként definiálja, amelyek infrastruktúrát biztosítanak a különböző felhasználói csoportok közötti közvetítéshez. Jellemzi őket az úgynevezett hálózateffektus (azaz, hogy minél nagyobb számú felhasználó van jelen a platformon, annál értékesebb mindenki számára [46]) által hajtott monopolisztikus tendencia; a különböző felhasználói csoportok megszerzésére irányuló keresztfinszírozás alkalmazása; valamint, hogy olyan központi dizájnarchitektúrával rendelkezik, amely megszabja és uralja az interakciós lehetőségeket (49). Casilli szintén kiemeli a platformok közvetítő funkcióját, a koordinációs mechanizmusokat, egyúttal kitér arra a tágabb „ökoszisztémára” is, amelyben a termelés folyamata és a munka értelmezendő:

A platformok nem csupán digitalizált nagyvállalatok, hanem koordinációs mechanizmusok, melyek algoritmikusan kötik össze a keresletet és a kínálatot [...]. Összehangolják több érdekcsoport érdekeit (fogyasztók, termelők, beszállítók, közönségek...) [...], és így valahol a piacok és a cégek között félúton elhelyezkedő közvetítő szervezetként működnek: önálló és független szereplőket hangolnak össze, mint a piacok; azonban a cégekhez hasonlóan tőkére és munkára van szükségük az értékelsajátításhoz és a kockázatcsökkentéshez. A termelőfolyamat nem csak a cégen belül zajlik, hanem tágabb ökoszisztémákban, ahol formális szervezetek startupokkal, alvállalkozókkal, elosztási hálózatokkal, innovációs központokkal és az „erőltetetten bevont” felhasználók és fogyasztók közösségeivel lépnek kapcsolatba [...] (Casilli 2018 [2016]: 126).

A kulturális iparágakban végzett munkát számos szerző a munka digitális és a „rugalmas specializációra” épülő posztfordianus átalakulásának ideáltípusú képviselőjeként írta le (lásd például Gill és Pratt 2008). E felfogás szerint a digitálisplatform-alapú gazdaság más területekre is kiterjeszt olyan jellegzetességeket, amelyek a kulturális, kreatív vagy művészeti munka jellemzői: ezek közé tartozik a „rugalmas” munkavégzés, a táv-, illetve otthoni munka, a munkaidő és szabadidő határainak elmosódása, a munkás autonómiája a munkavégzésben (a munka kreativitása), ami a másik oldalról együtt jár az egyéni felelősségvállalással és kockázatviseléssel (McRobbie 2002), a pénzügyi értelemben is vett kiszámíthatatlansággal és rövid távú tervezhetőséggel, a „projektről projektre”, megbízásról megbízásra élés mintázatával,

azaz a prekár léttel (például Gill és Pratt 2008; Brophy és de Peuter 2007). A szakirodalom ennek leírására használja a „hagnigazdaság” („gig economy”) kifejezést (a zeneiparból származó terminus maga is a kulturális iparágakra jellemző munka további szektorokra történő kiterjedésére utal). A hagnigazdaságban a munkaidőt a megbízások strukturálják – az úgynevezett „kollaboratív” platformok, mint például az *Uber* vagy Magyarországon a *NetPincér Go*, erre épülnek. A hagnigazdaság továbbá munkavállalói oldalról az egyéni vállalkozást követeli meg, amelyhez a digitális eszközök biztosítanak lehetőséget, az ideológiai szinten pedig a vállalkozói lét neoliberalis attitűdje nyújt ehhez támogatást.

A digitális platformok segítségével a jelentéstermelők – művészek, alkotók, vagy a szexkamera-iparágban a „modellek” – látszólag „közvetlenül” (lásd például Breen 2004), valójában a platformok mint láthatatlan szereplők közvetítésével juthatnak el közönségükhöz, a felhasználókhoz. A platformok nem is pozicionálják magukat munkáltatóként, csak közvetítőként³ – a munkások ebben a struktúrában nem alkalmazottak, hanem szabadúszók, ami nem kedvez sem a biztonságnak, sem a kollektív érdekérvényesítésnek (Casilli 2018 [2016]: 134–135). Az autonóm, szabad vállalkozó narratívája ellenére ugyanis a munkarend, amelyben a digitális munkások dolgoznak, korántsem „szabad”: a szabályozatlan munkaidő és a jellemző darabbéralapú fizetés miatt jellemzően hosszúra nyúlnak a munkaórák, megfeszített a munkatempó, a munkavállalók kevesebb szünetet tartanak, nincsenek, vagy nincsenek elegendő mennyiségben szabadnapok.⁴

A platformok által jellemzően alkalmazott felhasználói, illetve algoritmusalapú értékelési és rangsorolási rendszerek, az ezek által kiélezett versenyhelyzet ráadásul fokozza a nyomást a munkavállalókon. Ahogyan Velthuis és Van Doorn megállapítják a szexkameraplatformokkal kapcsolatban: „a rangsorolás erőteljes *winner-takes-it all* [a győztes mindent visz] dinamikát teremt, a már egyébként is keresőket helyezve jobban kereső pozíciókba” (Velthuis és Van Doorn 2020: 2–3).

A digitális munka, illetve a hagnigazdaság feminista szempontú szakirodalma jellemzően azt vizsgálja, hogy hogyan reprodukálják a platformok a genderviszonyokat (például Drahokoupil és Piasna 2017; Maclean, Marks és Chillias 2017), vagy hoznak létre akár ezen túlmenően új egyenlőtlenségeket is, éppen azokhoz a jellegzetességekhez – az informalitáshoz, autonómiához és a rugalmassághoz – kapcsolódóan (Gill 2002), amelyeket más szerzők a pozitív oldalón emelnek ki. Ezek a tanulmányok jellemzően a munkaerőpiaci részvételre fókuszálnak – például a nők alacsony arányára az IT-szektorban, különösen annak nagyobb presztízszű területein –, valamint az egyes iparágakban, illetve munkakörökben érvényesülő nemi alapú hierarchiákra, illetve diszkriminációra, végül a digitális, illetve a kreatív munka feminizációjára (McRobbie 1998; Taylor 2015).

A jóval kisebb számú globális perspektívájú elemzés ugyanakkor arra is rámutat, hogy a digitális gazdaság és technológia a globális árutermelési láncokon (*global commodity chain*

3 Ahogyan arra Magaudda (2020: 35; Gillespie [2010: 359] nyomán) felhívja a figyelmet, a *platform* terminus semleges, hanem részét képezi a digitális vállalatok nemcsak abbéli erőfeszítéseinek, hogy eladjanak, meggyőzzenek, rábeszéljenek, győzedelmeskedjenek vagy elítéljenek, hanem hogy mindezek mellett arról is állításokat tegyenek, hogy mik ezek a technológiák és mik nem, illetve, hogy mi várható el tőlük és mi nem – „maguk alakítva ki a kritériumokat is, amelyek mentén megítélik őket, amelyek már azokba a terminusokba is beleépültek, amelyek mentén megismerjük őket”.

4 Magyarországi, illetve kelet-európai fókuszú empirikus kutatásokhoz lásd: Meszmann (2018); Sedláková (2018).

[Hopkins és Wallerstein 1977; Bair 2005]) keresztül világrendszer szinten az olcsóvá tett, tipikusan a globális periférián rabszolgamunka keretében vagy majdnem rabszolgamunka-jellegű körülmények között végzett női és gyermekmunkára, illetve bevándorlók, azon belül is többnyire bevándorló nők által végzett munkaerő kizsákmányolására épül (Fuchs 2014). Más szóval a digitális nagyvállalatok folytatják a gyártás 1970-es években megkezdett centrumból történő kiszervezését (Srniec 2017; Drahoukoupil és Piasna 2017), például Kínába – a szoftvermérnöki, illetve a digitális szolgáltatómunka (ügyfélszolgálatok, call centerek) esetében például jellemzően Indiába és a Fülöp-szigetekre (Bryson 2007; Dicken 2015; Lambregts, Beerepoot és Kloosterman 2016, hivatkozva Drahoukoupil és Piasna 2017). Casilli megfogalmazásában: a „fejlődő és feltörekvő országokban” a formális munkaviszonyok alacsony aránya együtt jár a digitális munka terjedésével (Casilli 2018 [2016]: 123). Ezzel kapcsolatban Graham, Hjorth és Lehdonvirta (2017) úgy fogalmaznak, hogy „a digitális munka felemelkedése azt jelenti, hogy nemcsak a tőke, hanem a munka is globális piacon tud versenyezni” – de valójában ez a folyamat végigkíséri a hosszú lejtmenetet, és csupán felerősödik a platformkapitalizmussal.⁵ Az ily módon kialakuló „globális digitális kizsákmányoló üzem” (*global digital sweatshop*) (138) munkafolyamatai Casilli szerint „sokban hasonlítanak az olyan alacsony státuszú munkákra, mint a szexmunka, a gyorséttermi munka vagy a mezőgazdasági és farmermunka” (138). Azzal azonban nem foglalkozik sem Casilli, sem általában a digitális platformgazdaság kritikai irodalma, hogy a „szexmunka”, illetve a szex kommodifikációja hogyan van jelen ebben az egyenlőtlen globális viszonyrendszerben. Ezzel szemben a jelen tanulmány fókuszsa szempontjából fontosnak tartjuk hangsúlyozni, hogy a platformkapitalizmus és a digitális munka jellegzetességeit magyarázó történetileg kialakult struktúrák magyarázzák nem csupán az osztályviszonyokat, hanem a kapitalista világrendszer által adaptált patriarchális viszonyokat is.

A globális, digitális szexipar

Bár tanulmányunk kifejezetten a szexkamera-ipárral foglalkozik, az abban megjelenő tendenciák és azok társadalmi hatásainak megértéséhez elengedhetetlen maga a szexipar, és ezen belül is a pornó digitális átalakulásának rövid bemutatása, mivel ezeknek az iparágaknak a globális kialakulása nemcsak sok hasonlóságot mutat, de szorosan össze is fonódik egymással. Míg a szexipar magába foglalja az összes olyan iparágat, ami a szexualitás áruba bocsátására épül, a pornóipar a szexualitás különböző ábrázolásainak áruvá tételét jelenti. A szexkamera-iparág a pornó és az online sztriptíz keveréke, amelyben „modellek” – ahogy a szakirodalom és az iparág nevezi őket – közvetítenek élő online videoshow-kat, amelyekben általában szexuális aktust végeznek, miközben folyamatos interaktív kapcsolatban vannak a nézőkkel. Az iparág internet előtti előzményének tekinthető a szextelefon, amely, bár vizuális ingerekkel nem járt együtt, szintén a fogyasztókkal való interaktív távkapcsolaton keresztüli szexuális szolgáltatásra épült.

⁵ Egyik szélsőséges példája a perifériára kiszervezett repetitív, a kreativitástól igen távol álló digitális munkának a „klikkfarmgazdaság”, amely „az értékek és adatok a globális Délről a globális Északra történő transzferén nyugszik”, és amelyet Casilli neokolonialis rendszerként értelmez (Graham, Hjorth és Lehdonvirta 2017). Ugyanakkor az ehhez hasonló, úgynevezett mikromunkát a centrumországokban is marginális pozícióban lévő munkások látják el, például börtönmunkaprogramok részeként (Casilli 2018 [2016]: 137).

A szexkamera-iparág globális elterjedése szorosan köthető az online pornóipar átalakulásához az ingyenes pornóoldalakon történő hirdetések révén, amelyeken keresztül a szexkamerás oldalak valójában az amatőr pornó elterjedését finanszírozzák. Az „ökoszisztémán” belüli keresztfinanszírozás (Snircek 2017: 49, lásd fent) tehát a digitális szexiparban is jellemző, amelyben a platformok központi szerepet töltenek be. A pornóipar átalakulása során az online szexkameraoldalak mellett egyfelől az ingyenes elérést biztosító, úgynevezett „tube” típusú oldalak váltak sikeres üzleti modellé, amelyek a 2000-es évek második felétől terjedtek el, és azóta a legtöbb pornográf tartalmat közvetítik. Ezek között jelenleg a három legnagyobb a *Pornhub*, a *RedTube* és a *YouPorn*, melyek jelenleg egy cég, a *Mindgeek* tulajdonában vannak, ami ezek révén egy több milliárd dolláros globális monopóliumot épített ki (Forrester 2016). Ezek a *YouTube*-hoz hasonló működésű platformok részben a felhasználók által megosztott tartalmakra épülnek, így a fogyasztók és a gyártók nem élesen elválaszthatók, és összemosódnak az „amatőr” és a „professzionális” tartalom határai is (Paasonen 2010; Nayar 2017). A tartalomgyártás nagy részének működése az online pornóban a hagnigazdaság más területeihez hasonlóan szerződés nélküli, alkalmi, prekár digitális munkára épül (Ruberg 2016; Van Doorn és Velthuis 2018).

Ugyanez a tendencia jellemzi a szexkamera-iparágat, ami a felhasználókkal való interaktív kommunikációra alapul és ez határozza meg piacát az online pornóval szemben.

A webkamerás platformok nemcsak egyedülálló fogyasztói élményt nyújtanak, ami egyszerre élő és interaktív, hanem ugyanakkor le is csökkentik a tranzakciós költségeket azáltal, hogy sikeresen összekapcsolják a szexuális szolgáltatásokra irányuló keresletet és kínálatot, miközben lejjebb viszik a piacra való belépés küszöbét (Velthuis és Van Doorn 2020: 4).

Az online pornóba való könnyebb bekapcsolódási lehetőség egyfelől hozzájárult a pornóipar nagymértékű elterjedéséhez (Cronin és Davenport 2006), másfelől az újonnan bekapcsolódó hatalmas mennyiségű olcsó munkaerő olcsóbbá tette a tartalomgyártást. Az iparágban lévő hatalmas profit elsősorban a platformoknál jelentkezik, melyek centrumországokban működnek és nagyrészt a globális városokban koncentrálnak (Jacobs 2007: 30). Ezzel szemben kevés kivételt leszámítva a pornográf felvételeket gyártó modellek nem tesznek szert nagy bevételre, nem beszélve a gyártásban alkalmazott más szereplőkről (Sullivan és McKee 2015). A platformok bevétele jórészt az adatforgalom és a reklámfelületek árusításából származik, amit más fizetős pornóoldalak osztanak itt meg, többek között a szexkamera-iparág szereplői.

Az online pornó folyamatos globális növekedésében nagy szerepe van annak, hogy a pornóipar a technológiai fejlődés motorjaként aktívan formálta, fejlesztette a digitális környezetünket. A pornográfia nagyban hozzájárult a CD-ROM, az online fizetést lehetővé tevő pénzügyi ellenőrző szoftverek, az elektronikus kereskedelem pénzügyi rendszerei és a videokonferencia-szoftverek fejlesztéséhez, valamint a technológiai fejlesztéseken túl a pornóipar hozzájárult számos más internetes cég fenntartásához és működéséhez (Perdue 2004: 260–289; hivatkozza Sullivan és McKee 2015: 67). Mindezek a tendenciák, mint a platformgazdaság kialakulása és az azzal együtt járó olcsósított, globális kiterjedésű tartalomgyártás, valamint a technológiai fejlődésben betöltött kulcsszerep alapvetően jellemzik a szexkamera-iparágat is. Az online pornó és a szexkamerázás nemcsak a reklámfelületek értékesítése révén állnak szoros gazdasági összefüggésben, hanem úgy is, hogy mindkét iparág alapvetően a szexualitás globális, online áruba bocsátására épül, és annak digitális fejlesztések

révén való terjesztésével termel egyre növekvő profitot. Így a két iparág globális növekedése kölcsönösen erősíti egymást, továbbá magával vonja a pénzért vásárolt szexualitás általános gazdasági és társadalmi elfogadottságának, beágyazottságának növekedését. A szexipar üzleti modelljei, marketingje, működésmódja révén egyre inkább úgy pozicionálja magát, mint egy konvencionális iparág, miközben a társadalmi, kulturális attitűdöket egyre nagyobb mértékben mozdítja el olyan irányba, ami legitimként és elfogadhatóként tünteti fel az elnyomó patriarchális rendszert és a nők testét árucikként kezelő férfi szexualitást (Brents és Sanders 2010: 43–44).

Mára a pornóipar a digitális környezetben az egyik legjövődmezőbb, az internetes adatforgalom jelentős részét kitevő iparág. A kapitalista, versengésre alapuló piaci logika alapján működő iparban egyre szélsőségesebb tartalmakra van szükség ahhoz, hogy figyelmet kapjon egy „termék” és profitot tudjon termelni, ami a korábbi szélsőséges tartalmak és gyakorlatok normalizációjához és egyre extrémebb és erőszakosabb tartalmak megjelenéséhez vezet (lásd jelen lapszámban Gregor, Csányi és Dés 2020). A pornó gazdasági és társadalmi súlyának megnövekedése tehát együtt járt magában a pornóban közvetített tartalom agresszívebbé és erőszakosabbá válásával (Sarikakis és Shaukat 2008). Ahogy a későbbiekben bemutatjuk, ugyanez a tendencia megjelenik a szexkamera-iparágon belüli egyenlőtlenségekben is.

A szexkamera-iparág

Az első élő, online webkamerás erotikus előadások az USA-ban már az 1990-es évek közepén megjelentek, manapság pedig naponta több ezer nő és – kisebb arányban – férfi modell közvetít szexuális előadásokat nézők millióinak. Az erotikus kamerás oldalak a 2000-es évek elején terjedtek el⁶, és bár mára világszerte több száz webkameraoldal működik, a piacot valójában néhány cég oligopóliuma uralja. Ezek egyike a *LiveJasmin*, amely több mint ötvenmillió felhasználóval és másfél millió regisztrált modellel rendelkezik, akik közül négyszázezer aktív (Richtel 2013; Jacobs 2015; Rabouin 2016, hivatkozva Velthuis és Van Doorn 2020: 4). Bár a platformok üzleti modelljei között vannak jelentősebb eltérések, alapvető struktúrájuk megegyezik. Az oldalra modellek és felhasználók regisztrálnak, és a felhasználók által fizetett összegből a platformok részesedést kapnak. Ennek a részesedésnek a mértéke változó, de nagyjából 25–50% között mozog. Emellett az oldalaknak jelentős bevétele van még a hirdetésekéből, amelyek nagyrészt a szexipar más szereplőitől származnak.

Annak ellenére, hogy a szexkamerázás egy globális, kompetitív iparággá vált, jelenleg ki-mondottan alulkutatott. A legtöbb vonatkozó tanulmány a modellek munkájával foglalkozik és a tőlük származó információkon alapul. A diskurzus alapvetően a prostitúció-szexmunka vitát⁷ folytatva azt járja körül, hogy milyen körülmények között, milyen motivációval dolgoznak modellek, és hogyan élik meg ezt. A legrészletesebb és legtöbbet hivatkozott – tehát

6 A *Flirt4Free* 1996-ban indult, a *Cams* 1996-ban, az *iFriends* 1998-ban, a *Streamate* 1999-ben, a *LiveJasmin* 2001-ben, az *ImLive* 2002-ben, a *MyFreeCams* 2004-ben, a *CAM4* 2007-ben, a *Chaturbate* 2011-ben.

7 A szexipar, illetve a prostitúció megítéléséről és jogi szabályozásáról több évtizedes, erősen polarizált vita zajlik mind a közéletben, mind az akadémiai közegben, amelynek kiterjedt nemzetközi és hazai szakirodalma van. A prostitúciót mint a nők elleni erőszak egyik formáját felszámolni akaró abolicionista feministákkal szemben a szexmunkapárti mozgalom célja a szexipar destigmatizálása. A diskurzus és a különböző feminista elméleti pozíciók eltérő megközelítésű elemzéséről például lásd Ekman (2013: 1–124); Sanders et al. (2009); Scoular (2004).

a diskurzust nagyban befolyásoló – elemzések részben olyan szerzőktől származnak, akik maguk is dolgoztak a szexiparban (Jones 2016, 2020; Senft 2008). A szexkamerázást a „szexmunka” más formáihoz viszonyítva azt hangsúlyozzák, hogy a modellkedés „empowermentet” jelent, illetve saját szexuális vágyaik, örömeik megélését az ezt végzők (nagyrészt nők) számára, akik ezt szabad akaratukból folytatják. Jones egyértelműen elhatárolódik az áldozati diskurzustól és az ezt képviselő feminista nézőponttól. A szexkamerázást a szexipar részeként az „emberi” szexualitás, intimitás és öröm utáni vágy pénzre váltásaként írja le (2020: 1), teljességgel negligálva a nemi viszonyokat és a férfi szexualitást, amire az egész szexipar alapul és amit felerősít.

A szexkamera-iparággal foglalkozó tanulmányok többsége a centrumországokból származó, magasabb társadalmi státuszú, az iparban már régebb óta jelenlévő, tehát „sikerebb” modellek helyzetére fókuszál, miközben az egyenlőtlenségekre alapuló globális iparág más helyszínei, szereplői messze alulkutattottak. A kelet-európai régió, ami szintén meghatározó jelentőségű az iparágban – nemcsak a *LiveJasmin* miatt –, alulreprezentált a szakirodalomban, ahogy a szintén nagy arányban jelenlévő Fülöp-szigeteken dolgozó modellek helyzetét, munkakörülményeit is csupán néhány tanulmány elemzi (Mathews 2015, 2017). A centrumországokra fókuszáló szerzők elemzéseivel szemben Mathews (2017) leírja, hogy a Fülöp-szigeteken – ahol 2017-ben becslése szerint nagyjából harmincezer szexkameramodell dolgozott – a modellek jellemzően nagyon rossz állapotú stúdiókban dolgoznak a stúdiótulajdonos alkalmazásában, aki regisztrálja és kezeli a profiljukat az online szexkameraplatformokon. Egyúttal rámutat arra, hogy a stúdiók által alkalmazott bevételarányú fizetési rendszer (*pay-rate system*) a piac változásainak összes rizikóját a munkavállalóra terheli – ahogy történik ez a platformkapitalizmus más szegmenseiben is. Ennek következtében a modellek gyakran eladósodnak, mert többet kell fizetniük az infrastruktúra használatáért, mint amennyit keresnek. Az egyértelműen jelentős mértékű kizsákmányolás ellenére Mathews egy korábbi tanulmányában (2015) mégis azt emeli ki, hogy a szexkameramodellek megkérdőjelezik a szexmunkáról és a cselekvőképességről alkotott általános elképzeléseket, mivel a munkájukat nem prostitúcióként azonosítják és nem emberkereskedelem áldozatai.

A modellekkel folytatott interjúk kutatásokban a modellek visszatérően hangsúlyozzák, hogy a szexkamerázás nem prostitúció, mert nincsen benne közvetlen szexuális kontaktus. Ez a hangsúlyozott elhatárolódás, ami beágyazódik az „empowerment” narratívába, egyfajta destigmatizációs törekvést takar, ami meghatározza a jellemzően középosztálybeli szereplők perspektíváját (Jones 2020: 8). A szexkamerás modellkedést Jones – Bernstein (2007) prostitúcióra alkalmazott „korlátozott autentikusság” (*bounded authenticity*) fogalmára alapozva – a „megtestesített autentikusság” (*embodied authenticity*) fogalmával írja le. Ezzel az új terminussal azt próbálja kiemelni, hogy a modellkedésben kifejezetten fontos a fogyasztókkal való intim kapcsolat, és hogy a modellek az online térben, saját otthonukból dolgozva sokkal inkább önmaguk tudnak lenni. Ez a leírás azonban ellentmond a szexkamera-iparág magyarországi munkakörülményeinek, ahol jellemzően stúdiókban dolgozó csetoperátorok közvetítenek a fogyasztók és a modellek között – ahogy azt a későbbiek kifejtiük.

A szexkamera-iparágra fókuszáló elemzések leginkább a modellekre, illetve a modellek és a felhasználók közötti viszonyra szorítkoznak, és nem foglalkoznak, egyrészt, az iparág többi szereplőjével, beleértve a többi dolgozót, a stúdiókat, valamint a platformok szerepét és működését. Ez az elfogultság részben az uralkodó centrumperspektívából is adódik, ahol

például a modell és a felhasználó között is kevesebb szereplő, dolgozó közvetít (amint azt a későbbiekben látni fogjuk). Másrészt nem foglalkoznak a szexkamera-iparág és a digitális pornóipar, valamint a tágabb értelemben vett szexipar közötti viszonyrendszerrel, sem pedig az egyéb szektorokkal – mint például az információs, illetve digitális technológiai szektorral – való összefonódásával. Harmadrészt pedig nem vizsgálják szerepét a pornókultúra normalizálásában, mainstreaimesítésében. Jelen tanulmányban ezeket a szempontokat helyezzük előtérbe. Bár a modellek szemszögéből vizsgálódva több tanulmány kitér a kapitalista logika, illetve a piaci versengés szerepére, hiányzik az iparág működését átfogóan elemző, a többi szereplő munkájára, a platformok és stúdiók működésére is kitérő politikai gazdaságtani, feminista, valamint globális szempontú kritikai elemzés. Tanulmányunkkal ehhez szeretnénk hozzájárulni, valamint rámutatni arra, hogy a szexkamera-iparág alakulása hogyan illeszkedik bele a szexipar normalizálódásának folyamatába.

Módszertan

Elemzésünk részben a magyarországi szexkamera-iparágban dolgozókkal készített interjúkon alapul, részben elsődleges online források elemzésén: ezek közé tartoznak az újságcikkek, imázsvideók, illetve a platformok megjelenése és struktúrája. Az interjúkat feltáró jelleggel készítettük, tehát nem fedik le teljeskörűen az iparág dolgozóit, szereplőit, ugyanakkor az egyenként egy-másfél órás beszélgetések különböző perspektívákból nyújtanak betekintést az iparág és az abban részt vevő cégek működésébe, illetve a szexiparban végzett munkába. Ezáltal képet adnak a magyarországi szexkamerázás eddigi történetének fontosabb változásairól is az elmúlt majdnem húsz évben. Mindemellett olyan iparági szereplőket, dolgozókat is megszólaltatunk, akikkel a meglévő szakirodalom nem foglalkozik, akik munkája és szerepe ugyanakkor éppen a magyar félperifériás sajátosságokra és a szexiparágban megjelenő társadalmi különbségekre is rávilágít: ilyenek többek között a közvetlenül a kamera-modellek mellett dolgozó csetoperátorok. Nyolc interjút készítettünk; az interjúalanyok egy része kisebb vagy nagyobb platformcégnél, másik része úgynevezett stúdiók⁸ alkalmazásában dolgozott, illetve volt olyan is, aki különböző időkben mindkettőnél. Az interjúalanyok között volt egykori stúdiótulajdonos, egykori modell, csetoperátorok, ügyfélszolgálatosok, illetve úgynevezett kockázatmenedzser a platformcégnél. Az iparágban eltöltött időszak a tizennégy évtől az összesen négy hétig váltakozott, ahogyan változatos volt az iparágban végzett munka szubjektív megítélése is, a kimondottan negatív tapasztalatoktól a kimondottan pozitív megítélésig. Az alanyok fele férfi, fele nő; egy részük vidéki, illetve határon túli származású, de abban az időszakban, amikor a szexkamera-iparágban dolgoztak, mindannyian Budapesten éltek.

A szexkamera-iparág, illetve általában véve a szexipar feltárásánál módszertani szempontból nehézséget jelent, hogy az iparágban dolgozók sok esetben nem vállalják nyíltan a munkájukat, illetve nem szívesen beszélnek annak (egyres) részleteiről, vagy akár titoktartási megállapodások értelmében nem is beszélhetnek róla. Ugyanakkor azok az alanyok, akiket e feltáró szakaszban elértünk, nyíltan és szívesen osztották meg tapasztalataikat.

⁸ Ahogyan azt a későbbiekben bemutatjuk, a stúdiók szobákat és infrastruktúrát bocsátanak a modellek rendelkezésére, és szorosabb vagy lazább kapcsolatban állnak a platformokkal.

LiveJasmin: a magyarországi szexkamera-iparág kialakulása, struktúrája és munkaviszonyai

Magyarországon a szexkameraüzlet globális viszonylatban is korán, a Gattyán György által 2001-ben alapított *LiveJasmin* céggel indult, amely rövid időn belül világszinten az egyik vezető szexkameraplatformmá vált, és az *Alexa Web Analytica* adatai szerint jelenleg is a legnagyobb forgalmat bonyolító szexkameraoldal (Jones 2020: 67). A cég az információtechnológiai fejlesztést a szexipari profillal kombinálja. A 2000-es évek eleji vállalkozásból nőtt ki a Gattyán által 2008-ban alapított Docler Holding – folyamatosan bővülő portfólióval rendelkező, de alapvetően IT-fókuszú – cégcsoport is, amely 2014-ben és 2015-ben Gattyánt Magyarország leggazdagabb emberévé tette. 2013-ban a Docler Luxemburgba költözött (a költözést megelőző időszakban körülbelül hétszáz embert foglalkoztatott közvetlenül, a modelleket, stúdióalkalmazottakat, webmestereket – lásd lentebb – nem számítva), de továbbra is működtet irodát Budapesten is.

Az egyéni *modellek* – az iparági megnevezésben gyakran *performerek* – mellett *stúdiók* is regisztrálhatnak az oldalra. Magyarországon a 2000-es évek második felében, illetve a 2010-es évek elején számos, modelleket és úgynevezett *operátorokat* foglalkoztató stúdió működött mind Budapesten, mind vidéken (az interjúalanyaink jellemzően négy, öt vagy hat nagyobb stúdiót emlegettek). Jelenleg a számuk kevesebb, de minimum kilenc stúdió hirdeti magát az interneten. A stúdiók részben független vállalkozásokként működnek és működtek, egy részük viszont kötődik (jelenleg is) a Doclerhez formálisan vagy informálisan. Sőt egy interjúalanyunk elmondása szerint Gattyán egy időben, a *LiveJasmin* (a továbbiakban: LJ) korai éveiben saját stúdióval is rendelkezett (I2⁹). Egy másik interjúalanyunk ettől némiképp eltérően, a következőképpen írta le ezt a viszonyt:

A Jasminnak közvetlenül sosem volt stúdiója, de eleinte pénzelt stúdiókat, hogy legyen tartalom az oldalra. Azt hallottam, hogy ez a stúdió [ahol dolgoztam] is úgy alakult, hogy a [Gattyán] Gyuri adott pénzt, hogy induljon [...] de közvetlenül az üzemeltetésben nem vett részt. Csak a létrehozását segítette, hogy legyen elég lány minden műszakban, a nap minden órájában, hogy legyen tartalom az oldalon, hogyha reklámot vesz rá, meg jönnek emberek, akkor lássák, hogy vannak lányok rajta, van mit nézni, van mit költeni (I7).

Jellemző volt, hogy a LJ-t, illetve a Doclert otthagyo dolgozók kezdenek önálló kisvállalkozásba, például egy operátor – aki egyben akár webmester is lehet – és egy modell összefogásával. A kisebb stúdióknál egy-három modell dolgozott, a nagyobbaknál műszakonként öt-tíz is, jellemzően három műszakban. A stúdiókban betanítás is folyt, illetve az egyik alanyunk elmondása szerint a LJ-hez jelenleg is tartozik egy „modelltoborzó bázis”, ahol az érdeklődőknek „professzionális modellek” bevonásával tréninget tartanak (I5). Az egyéni modellregisztrációk és a stúdiók mellett a harmadik típusú regisztráció a *webmestereké*, akik „csak veszi a hirdetést, jutalékot kap minden pornópercért” (I8).¹⁰

A LJ két alapvető típusú szexkamerás platformból azt a Velthuis és Van Doorn (2020) által „prémiumnak” nevezett működési modellt követi, amelyben a modelleket ingyenesen is lehet látni, de másort csak fizetős privát csetben adnak, az ingyenes felületen meztelenség,

9 Az anonimizált interjúinkra a szövegben kódrendszer segítségével (I1–I8) hivatkozunk.

10 Lásd: <https://www.awempire.com/>

félmeztelenség nem látható. A platformnak, és így a modelleknek és az adott esetben velük dolgozó operátoroknak az a célja, hogy minél több felhasználót sikerüljön privát csetbe „csábítani”, és ott minél több időt töltsenek el, mivel a műsorért percalapon kell fizetni. A *Chaturbate* és a hasonló „freemium” oldalakon ezzel szemben a felhasználók ingyenesen tudják nézni az erotikus előadásokat, amikért önkéntesen tudnak pénzt adni a modelleknek, ha szeretnének. Ez utóbbi oldalnak sokkal nagyobb a forgalmuk, viszont a felhasználóknak csak kisebb része fizet (Velthuis és Van Doorn 2020; Figueira 2015).

Az interjúalanyok elmondása szerint a stúdiókban legalábbis a modellek egyszerre számos, öt-tíz, akár tizenöt-húsz oldalra is dolgozhatnak, ami azt jelenti, hogy egyszerre akár több felhasználó is nézheti őket privát csetben is. Az operátor komplex feladatot lát el: kezeli a kamerát, ő csetel idegen, legtöbbször angol nyelven az ügyfelekkel (így a modelleknek nem kell feltétlenül angolul tudniuk), az ügyfelek kéréseinek megfelelően instruálja a modellt, valamint segít a modellnek menedzselni azokat a situációkat, amikor egyszerre több ügyfél különböző, akár egymásnak ellentmondó kérését kell teljesíteni.

Volt az ingyenes rész, amikor csak táncoltak a lányok, és az volt a lényeg, hogy be kellett őket csalogatni privátba, mert az után jött a fizetés. És az volt ciki, ha több ember volt privátban, fizettek érte, és mást kértek, és akkor voltak ilyen kommentárok, hogy de hát nem ezt kértem. Nem sikerült ezt minden esetben megoldani (I4).

Illetve, ahogy egy volt stúdiótulajdonos mesélte:

Erre a munkára nem mindenki alkalmas. Ugyanis egyszerre rengeteg mindenre kell figyelni, pörögni kell, mint az őrült. Van, hogy vagy tizenöt emberrel beszélgetnek egyszerre. Nagyon oda kell figyelni, hogy a tizenöt-húsz oldal[ból, amire] dolgozik, nehogy az egyikben egy picit többet mutasson a kamera, mert akkor konkrét pénzbüntetést alkalmaznak az oldalak a modellekkel szemben meg a stúdióval szemben. [...] Ráadásul ők azok, akik eladják ezt az egész sztorit (I5).

Az operátor emellett komoly érzelmi munkát lát el azzal, hogy „megszűri” a modellek felé érkező, sokszor negatív üzeneteket, illetve általában menedzseli az interakciókat:

Azt az állásinterjú során is kérdezték, hogy mennyire bírom a trollokat, hogyan kezelem, ha nagyon durván elküld satöbbi, és nagyon kemény mennyiségű trágárság ömlik ezeken a csatornákon, amit tudni kell kezelni. Ha valaki ezt nagyon magára veszi vagy érzékenyebb lelkű, akkor ebbe nagyon hamar meg lehet roppanni. A trágárság azt jelenti, hogy szándékosan rosszindulatú (I3).

Ilyen tekintetben a munkájuk a közösségimédia-platformok tartalommoderátorainak munkájához is hasonlítható, amely szintén a háttérben történik, így láthatatlan, jellemzően a félperifériára vagy perifériára kiszervezett, és alacsony státuszú munkások végzik (Roberts 2014). Egyes stúdiók férfi operátorokat alkalmaztak – a fent idézett alanyunk szerint vélhetően épp azért, mert ők jobban tudják kezelni az említett trágárságot –, más stúdiók kizárólag női operátorokat, részben az autentikusság látszatának könnyebb fenntartása érdekében. Az operátor interjúalanyaink egyszerre csak egy modellel dolgoztak, de egy egykor a Doclernél dolgozó alany szerint jellemző volt az is, hogy egy operátor akár négy *performerrel* dolgozik egyszerre (I8). Bár egyes alanyaink szerint a technológia fejlődése, egyszerűbb kezelése miatt ma már kevesebb operátor dolgozik – és ezzel együtt a stúdiók jelentősége is csökkent –, a kutatás idején futó stúdióhirdetések a modellek mellett operátorokat is keresnek, tehát

Magyarországon nem tűnt el ez a rendszer – miközben a szexkamerázás szakirodalma említés szintjén sem foglalkozik ezzel a munkakörrel. Ez alapján feltételezhető, hogy nemcsak az USA-ban ismeretlen az operátori munkakör, például Romániában is az jellemző, hogy a stúdiók a modelleket tanítják angolul a betanítás részeként (Jones 2020: 76).

A platform részéről az ügyfélszolgálatos, illetve a *content menedzser* munkatársak, akik szintén lehetnek nők vagy férfiak, kísérik figyelemmel, hogy mi történik az oldalon, de egy kisebb platformnál dolgozó alanyunk arról számolt be, hogy mindenki női nevet használt arra hivatkozva, hogy a – túlnyomórészt férfi – ügyfelek nagyobb bizalommal, illetve jóindulattal fordulnak a női ügyfélszolgálatosok felé. Az ügyfélszolgálatosok ellenőrzik a regisztráló – a világ különböző tájairól érkező, beleértve Kelet-Európát (Románia, Ukrajna) és a Fülöp-szigeteket – modellek személyi igazolványát, hogy elmúltak-e már 18 évesek, illetve „olyan neműek-e, mint amilyennek kiadják magukat” (I1). Az ügyfelek regisztrációjánál pedig elsősorban a kártyacsalásokra kell odafigyelniük. Egyszerre nekik is számos modellt kell figyelemmel kísérni – például oda kell figyelniük arra, hogy ha a modell privát műsort ad, akkor privátra legyen állítva a felületen, illetve, hogy ne történjen semmi szabálytalanság, például ne jelenjen meg gyerek vagy állat a képernyőn.

Párhuzamosan változó, hogy hány modellt láttam a képernyőn, tíz-húsz-harminc, néha negyven vagy ötven, körülbelül, attól függ, hogy milyen napszak volt. Mindenkit láttam, tudtam egyenként váltani a kameraképére vagy beszélgetni velük, közben jöttek be a pénzügyi tranzakciók, ha felhasználó fizetett vagy kreditet vásárolt, milyen IP-címről jött a vásárlás, eddig milyen IP-címről vásárolt, a lányok [modellek] is írhattak szupport cseten, a fiúk [felhasználók] is írhattak szupport cseten, azokkal is kommunikálhattam párhuzamosan, ha jött be új regisztráció, azokat is egyenként ellenőriztem. Volt technikai szupport, hogyha elfelejtette a jelszavát [...] (I1).

Az operátoréhoz hasonlóan tehát ez is összetett munkakör, amelybe jelentős érzelmi munka is beletartozik, ilyen az ügyfelektől érkező panaszok – például a modellekre vonatkozóan – kezelése:

Sokan kértek kártérítést, hogy hiába fizetett, ezt nem csinálta meg, pedig azt mondta, meg fogja – akkor visszakeresni, hogy kinek volt igaza. Ha elindított valaki egy privát show-t, azt általában végig kellett nézni, egyszerre mindet nem lehetett, de azokra kellett nagyon figyelni, hogy tényleg megkapja az ügyfél, amit akar (I1).

De az interjúalanyunk tapasztalata szerint idetartozott a modellek és a cég közötti feszültségek kezelése is, amelyek egy pénzügyi válsághelyzetben felerősödnek:

Nagyon durván kezelték minket a modellek, sokszor kiakadtak, kiabáltak, anyáztak, elküldtek bennünket mindenhova, pláne a végén ezekkel a likviditási gondokkal. Felemelték az utolsó pár hónapban a fizetésünket, hogy ne hagyjuk el a süllyedő hajót, és azt hallgattuk egész nap a cseten, hogy rohadjunk meg mindenestül. Az sem volt túl felemelő. Ránk bízták ezt a válságkezelést, hogy valahogy kommunikáljuk le nekik (I1).

Emellett az interjúalany arról is beszámolt, hogy mennyire megterhelő volt számára a szexuális munka, a privát show-k tartalma:

Mínt hogyha az lenne a munkád, hogy tíz órában hardcore pornót nézel. Amiket ott a kamerákon látott az ember, azt szerintem soha nem felejtí el (I1).

A platformcég alkalmazásában álló *kockázatmenedzser* alanyunk – akinek elsődleges feladata az volt, hogy ellenőrizze, történt-e bankkártyacsalás, illetve, hogy milyen helyeken hirdet a cég és az a cég számára vállalható-e – szintén jelentős érzelmi terhekről számolt be:

Képzelték el, hogy egy pornóbrandnél, mint a *Jasmin*, mi az, ami már annak sem vállalható, és hogy mit finanszírozunk igazából a hirdetési pénzünkkel. Az nagyon megterhelő [...] (I8).

A szexuális tartalmak mellett az ügyfelekkel, illetve az ügyfelek környezetével való kommunikáció is terhelő volt számára.

Legtipikusabb ügyem, hogy csávó felhív, hogy nem is én voltam, honnan van ez az 1200 euró terhelés a számlámon. És akkor utána kell nézni, hogy de, ő volt, bebaszott, és elköltötte. De ezt nem mondhatod meg neki, hogy bebasztál és elköltötted, hanem be van tekerve egy gyíkember nyelvbe, hogy hát, az adataink alapján azt látjuk ... hol is lakik, melyik város, ezeket a tranzakciókat engedélyeztük ... És az ügyfél amikor felhív, az még oké, de van, hogy a feleség telefonál. És a feleségnek nem mondhatod el, hogy a férje mivel tölti el az idejét. A nőnek is ezt kell mondani, hogy ezeket a tranzakciókat engedélyeztük, és hát lehet, hogy most maszturbálta el a csávó a lakáshitelt. Ez jön dömpingben [...] mindenki tudja [a cég dolgozói közül], hogy mi van, de senki nem mer róla beszélni, ezért mindenki alkohol- vagy drogfüggő lesz (I8).

A felhasználók – „*members*” – között az alanyaink elmondása szerint többségben voltak a nyugati centrumországból regisztráltak, jellemzően az Egyesült Államokból, de Németországból is. A modelleket az adott országban elvileg nem látják a felhasználók, a platformok ezzel ígérnek biztonságot a modelleknek. Azonban ez a gyakorlatban nem teljesült mindig, sőt zaklatásos esetek is előfordultak, ahogy több interjúalanyunk utalt rá. A modellek a becsapások alapján jellemzően fiatalok voltak, a húszas éveik elején jártak; sokaknak a stúdió első munkahelyük volt. A legtöbben tapasztalatlanok voltak az iparágban, bár idősebb, prostituáltként és sztriptíztáncosként is dolgozó modellekre is volt példa. Nem volt jellemző a magas iskolai végzettség, de előfordult, mint ahogy a felsőoktatás melletti munkavállalás is. Mind a modellek, mind az operátorok körében, de általában a LJ alkalmazottai körében is nagy volt a fluktuáció. A stúdiók jórészt szerződés nélkül alkalmazták a dolgozókat a 2000-es évek második felében. Az általunk megkérdezett operátorok egy része nem is tudta, hogy kinek dolgozik. Az egyik alanyunk szerint azonban ma már több az adóellenőrzés, és emiatt is csökkent a stúdiók száma (amellett, hogy a streaminghez szükséges technológiai infrastruktúra is fejlődött és elérhetőbbé vált, egyszerűsítve az egyéni belépést).

A stúdiók egy része – ez feltételezhetően a kezdeti időszakra, a 2000-es évekre jellemzőbb volt – fixen fizet mind az operátornak, mind a modellnek, de a modell a „teljesítmény”, azaz a privát műsorok után bónuszt kap, ami nyomást helyez rá és az operátorára, hogy minél több privát csetet teljesítsenek. Az egyik alanyunk említette, hogy volt néhány „lehúzó” stúdió, ahol „bizonyos dolgokat meg kellett csinálni a kamerán” a bónuszért, és amelyeket „pillanatokon belül ott kell hagyni a francba” (I6). Más stúdiókban, illetve a kezdeti éveket követő időszakban a modellek kizárólag teljesítmény után, gyakorlatilag darabérendszerben (Mathews 2015) kapták, illetve kapják a fizetésüket. Egy egykori operátor így emlékezett vissza:

Amikor elkezdtem [a stúdióban] dolgozni [2005 végén], akkor úgy vettek fel, hogy nekem 4000 Ft naponta és a modelleknek 8000 Ft naponta. Függetlenül attól, hogy mennyit kerestek. [...] Aztán áttértek, mert a lányok többsége csak úgy volt hajlandó ott maradni, [...] hogy akkor százalékos alapon, hogy a forgalomból százalék alapon kapjon, ne fix összeget, attól függően, hogy mennyit keres (I7).

Annak ellenére, hogy a fenti esetben a modellek „harcolták ki” a teljesítményalapú fizetést, egy egykori modell a fix fizetést emeli ki a stúdiómunka előnye között:

Fix fizetést kaptam a stúdiótól, ezért is választottam a stúdiómunkát, mert nem kellett azon agódnom, hogy teljesítményért kapom a pénzt, mert fixen már föl volt ajánlva olyan mennyiség, ami sokkal-sokkal több volt, mint amit sima munkával kereshetnék. Azzal én már meg voltam elégedve, és a plusz teljesítményre, ha jól dolgoztál és hoztál plusz pénzt a stúdiónak, még külön bónuszokat kaptunk (I6).

Egy volt operátor így emlékszik vissza a jutalékos rendszerre:

A modell lányoknak jutalékos volt, így ők rosszabbul jártak, ha nem volt forgalom – azért is volt, hogy őket rugdosták kifelé, hogyha nem ment nekik. Elküldték őket, ha nem csináltak jó forgalmat (I4).

A nagy fluktuációhoz tehát ez a rendszer is hozzájárult. Ahogyan Mathews a Fülöp-szigeteki modellek darabbérialapú munkájával kapcsolatban megállapítja: „bár világos, hogy bizonyos internetes oldalak, valamint a felnőttkamera-modellek főnökeinek egy része is profitál, az továbbra is problematikus, hogy vajon hogyan profitálnak maguk a modellek abból a darabbérialapú rendszerből, amelyben dolgoznak” (Mathews 2015: 64). Ez a rendszer a termelés kockázatát a munkásra hárítja át (57). Más esetekben azonban nem a stúdió fizetett a modelleknek, hanem a fodrászüzletekhez hasonló üzleti modellben a platformoknál egyénileg regisztrált modellek fizettek a stúdiónak a szobáért.

Végül a szexkamera-iparág részét képezik az iparágra specializálódott pénzügyi szolgáltatók is, amelyeknek gazdasági értelemben nemcsak a stúdiók, de az egyéni munkások is kiszolgáltattak:

És elég sok dolog sújtotta ezt az iparágat mostanában, kifizetési módok, ahogy a lányok megkapták a pénzüket, akik otthonról dolgoztak, ezek e-wallet rendszerű pénzügyi megoldások, tehát virtuális oldalokról megkapja a pénzt, és ehhez kap egy kártyát, amivel bemegy a bankba és akkor a dollárban lévő pénzt forintban kiveszi. És mindenki ugyanazt a szolgáltatót használta, és egyik pillanatról a másik becsődölt. De ilyenből már három eset is volt, és nagyon sok érintettnek, globális szinten, beragadt a pénzüik és azt kábé elvesztették. [...] Az a prognózis világszinten [...], hogy ezek a pénzügyi megoldások, amikre ezek a stúdiók ki lettek alakítva, ezeket próbálják valószínűleg a nagy bankok direkt kinyomni, kiszorítani, tönkretenni (I5).

Részben az ilyen kiszolgáltatósság kivédésére, valamint, hogy minél nagyobb mértékben az iparágon belül maradjon a profit, a platformok érdekeltek abban, hogy saját pénzügyi rendszert fejlesszenek – mint ahogy a Docler is tette.

A LiveJasmin és a szexkamera-iparág globális piaca

A szexkamera-iparág globális árutermelési lánc

A szexkamera-iparág globális árulancán keresztül a centrumon kívül a félperifériát és a perifériát is bekapcsolja, de egyenlőtlen feltételekkel és munkakörülmények között, munkamegosztást hozva létre. Ahogy egyik interjúalanyunk fogalmazott: „[n]agyon egyszerű üzleti modell – a kelet-európai, délkelet-ázsiai nők olcsók, nyugaton pedig az embereknek sok pénzük van, ők a vásárlók. A Docler modellje, hogy a New York-i zsebekből átirányítja a tőke egy részét abba, hogy befektet Romániában” (I8). A modellek jelentős része származik Romániából, Ukrajnából, illetve Oroszországból, valamint Kolumbiából és – amint említettük – a Fülöp-szigetektől. A centrumban, az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban is dolgoznak modellek; szinte kivétel nélkül otthonról, és jelentős arányban egyedül, egyéni vállalkozóként (lásd például Jones 2020). Ezzel szemben a félperiférián és a periférián még mindig jelentős a stúdiókban (Magyarország, Románia) vagy otthoni környezetben, de stúdiótulajdonos és futtató alatt dolgozók aránya. A Fülöp-szigeteken a „főnök”, azaz a stúdiótulajdonos állítja össze a modellek portfólióját, regisztrálja őket az oldalakra, csatornázza be hozzájuk a fizetésüket, és stúdiót, illetve eszközöket biztosít (Mathews 2017: 4). A magyarországi, platformoknál dolgozó alanyaink is rendszeresen említették a Fülöp-szigeteki modellek belépését a piacra, valamint a kelet-európai modellek nagy arányát:

Világviszonylatra visszatérve, a Fülöp-szigeteken nagyon nagy a modellek száma, ott nagy a munkanélküliség, és nekik nagyon jó dollárban kapni a pénzt, mert az náluk nagyon sokat ér. [...] Meg Dél-Afrikában például nagyon nőtt a modellek száma, ott is valami hasonló okokra tudok gondolni. [...] De aki a pálmát viszi, az Románia és Oroszország. Ebből a két országból az elejétől kezdve sokan voltak és egyre többen, egyre nagyobb része a lakosságnak csinálja ezt (I5).

A periférián uralkodó munkakörülményeket és -környezetet plasztikusan jellemezte az egyik ügyfélszolgálatban dolgozó interjúalanyunk: „Olyan putrikat láttam adminként, ahonnan feljöttek ... tehát széles sávú internete van, de nincs levakolva a fal mögötte. Meg csak földön fekszik egy párnán meg egy takarón” (I1). Az egyes országok a szabályozás tekintetében is különböznek egymástól: Oroszországban vagy a Fülöp-szigeteken a szexkamerázás illegális, ami eleve kiszolgáltatottabb helyzetbe helyezi az iparágban dolgozókat. Ugyanakkor a stúdiók Magyarországon is jellemzően informális körülmények között működnek, a formális munkaviszony leginkább a Docler közvetlen alkalmazottjaira érvényes. Ráadásul a platformcégek egy része egyenlőtlenül is fizeti a különböző térségekből regisztráló modelleket: „[p]éldául az egyik legnagyobb szolgáltatón, a *Streamate*-en nagyon sokáig volt olyan szabály, lehet, hogy most is van, hogy kelet-európai régióból 5%-kal kevesebb pénzt kaptak a *performerek*” (I2).

A 2008-as globális gazdasági válság és a magyarországi szexkamera-iparág

Az interjúalanyaink narratíváiban fontos hivatkozási pontként jelent meg a 2008-as pénzügyi és világgazdasági válság, jellemzően olyan kontextusban, hogy tapasztalataik szerint

közvetlenül a válságot követően nehéz volt munkát találni, ami a szexipar felé tolta a munkavállalókat – beleértve a modell és az egyéb munkaköröket is.

És még nagyon fontos, hogy amikor volt a gazdasági világválság, 2008, akkor ez volt az egyik olyan iparág, amit nem befolyásolt a világválság, sőt mivel sokan elvesztették a munkájukat, még többen beültek a kamera elé és elkezdtek így pénzt keresni. [...] [akkoriban] a *LiveJasmin*-nál dolgoztam mint modellfejlesztő, én akkor láttam azt, hogy a világ minden részén nőtt a modellek száma – magyar részen is, de nem olyan látványosan (15).

A platformcégek, és nyomukban a stúdiók, tehát inkább profitáltak a válságból, erőforrásként használva az oktatásból frissen kikerülő, munkanélküliség sújtotta fiatal munkavállalói réteget – amit jól mutat a Docler ekkori növekedése. Ahogy az egyik alanyunk fogalmazott: „[a] pornó nagyon válságálló iparág. Nagyon sok horrorisztikus példát el tudok mondani, hogy miért válságálló iparág, de a lényeg, hogy mindig dől a lé” (18). A LJ, illetve a Docler alkalmazottai a válságot követő években abból a rétegből kerültek ki, amit néhány évvel később elsősorban a centrumból kiszervezett SSC-k (*shared service center*), azaz a multinacionális vállalatok szolgáltatóközpontjai tudnak felszívni: „[a]kkor nem voltak még SSC cégek, amik felszívták volna ezt a réteget” (18). Ez a „féhérgalléros munkásság [jelenleg – azaz 7-8 évvel később] nagyjából 46 000 főre tehető, akik zömmel 25–35 éves, diplomával rendelkező budapesti (és néhány más nagyvárosban élő) lakosok (HIPA 2017)” (Czirfusz et al. 2019: 153). A Docler más szektorokkal összevetve e fellendülő időszakában magasabb bért tudott fizetni az alkalmazottainak, ami komoly vonzerőt jelentett a válság nyomán anyagi gondokkal, hiteltörlesztéssel küszködőknek:

Amilyen túlélési stratégiákat láttam, azok, akik igazi anyagi deprivaltságból jönnek, azoknak komoly volt [az elhatározás, hogy maradjanak a cégnél], mert akkoriban ugye elvárás [volt], hogy a felnőttipar fizessen másfélszeresét a többi piaci állásnak, ez anno volt így, ma már nem így van [...] A primer anyagi előrelépés, ami bent tartja őket, erre fókuszálnak, elidegenítik maguktól a munkát, hogy igen, ez csak egy meló, nem kell ezzel foglalkozni. [...] Csomó embernek kellett stabil munkahely, családot akartak alapítani, vagy mert adósságot kell törleszteni a válság után. És amikor a nagy terhekké végeztek, akkor lelépnek. [...] Sokféle ember volt, de többségében az ott dolgozók a szétszakadt, leszakadó középosztály tagjai (18).

A fenti idézet arra is rámutat, hogy a szexiparban való munkavállaláshoz, különösen, ha az hosszabb távú (a „védekezés” sok esetben a kilépés néhány hét, hónap elteltével), a munkások részéről szükséges egyfajta szándékos távolítás, elidegenítés: az iparág alapját képező szexuális kizsákmányolás tudomásul nem vétele. Fontos azonban, hogy a megnevezett lehetőségek – a hasonló munkahelyekkel összehasonlítva magasabb bér, az előrejutás lehetősége, amelynek bár megvan az ára – csak a formálisan alkalmazottakra vonatkoznak. Mint említettük, a stúdiókban dolgozó modellek, illetve operátorok jellemzően informális körülmények között, bármilyen szerződés nélkül dolgoztak – cégnevet sem tudtak mondani –, a feletteseiknek kiszolgáltatta: „[v]icces volt, mert az első fizetésemet nagyon nehezen kaptam meg, mert aki a felettésünk volt, elkaszinózta a pénzt, és aztán valahogy nagyon körülmenyesen behajtották tőle” (14). A volt stúdiótulajdonos alanyunk is arról számolt be, hogy – a 2010-es évek első felében legalábbis – a stúdiók jellemzően nem voltak sehoh bejegyezve, nem legális keretek között működtek (12).

Operátori, illetve ügyfélszolgálatos munkakörbe jellemzően felsőoktatásban szerzett végzettséggel rendelkező fiatal munkavállalók jelentkeztek, a munkakör elsősorban jó idegen nyelv-tudást (angol, illetve német) igényelt: „[p]ont akkor volt a gazdasági válság, nagyon nem lehetett munkát találni, igazából azért kényszeredtem erre” (14). Aki nem közvetlenül a válságot követően került be az iparágba operátorként vagy ügyfélszolgálatosként, az is jellemzően a munkakeresés nehézségeire hivatkozott: „[e]gyetem után nagyon kerestem munkát, már egyetem alatt is dolgoztam, utána égető volt nyolcórás állást találni [...] pályakezdőnek nem túl jó, de elfogadható fizetést kínáltak [egy kisebb webkamerás oldalnál], lehetett otthonról dolgozni” (11). Illetve: „[n]émileg kényszerhelyzetben voltam, mert Erdélyből származom, és még nem voltam magyar állampolgár, és nem akartak felvenni engem sehova. És ez itt [a stúdiónál] lényegében feketén történt” (17).

A tanulmány írásával egy időben a koronavírus-járványhoz kapcsolódóan kibontakozó gazdasági válság nyomán arra lehet számítani, hogy a romló gazdasági körülmények, munkanélküliség, megnövekedett reprodukív terhek következtében növekedhet Magyarországon és másutt is a pénzkereset céljából újonnan belépő modellek száma. Valószínűsíthető, hogy a 2008-ashoz képest a jelenlegi válsághelyzet tovább erősíti a szexkamerázás területén már meglévő tendenciákat, beleértve a modellek számának további növekedését, ami földrajzi értelemben is bővülést, a centrumtól a periféria felé történő mozgást jelent. Ez a bővülés elsősorban az online platformcégeknek kedvez, a modellek kereseti lehetőségeinek és munkakörülményeinek viszont már kevésbé (vö. Drolet és O’Neill 2020). Várhatóan tovább erősödnek a modellek közötti, a centrum-periféria logika mentén strukturálódó egyenlőtlenségek is.

Iparági koncentráció

A globális szexkamera-iparágat jelenleg kisszámú vállalat uralja. Helyben ugyanígy megfigyelhető az a folyamat, hogy bár a LJ indulása nyomán nagyszámú, valamilyen módon a szexkamerázásra fókuszáló kisvállalkozás – stúdió, kisebb platform – indul, és néhány hosszabb távon is elboldogul, a profit egyértelműen a nagy cég kezében összpontosul. Ez egyrészt a LJ monopóliumra törekvő stratégiájának köszönhető, amelynek fontos eszköze az „agresszív reklámozás”, azaz a jó hirdetési lehetőségek – leginkább a leglátogatottabb ingyenes pornóoldalak – „lefoglalása”, miután a platformok itt érik el legjobban potenciális fizető közönségüket.

És akkor összeálltak, és elindítottak egy oldalt, és hívtak, hogy menjek oda, hogy az ügyfélszolgálatot vezessem. Hamar kiderült, hogy kevés pénzből nem lehetett messzire jutni. A *LiveJasmin*nak a stratégiája, hogy agresszívan reklámoz. [...] Hogyha az embernek nincs elég pénze reklámra, vagy forgalmat venni, akkor nem fog menni. És ez aztán másfél év alatt kifutott, még próbáltak befektetőket keresni, de nem igazán sikerült (17).

Illetve:

[...] ha ma megkérdezné valaki, hogy indítson-e webkamerás oldalt, akkor lebeszelném róla. Annyira felhígult, olyan sok van, és annyira látszik, hogy a kis oldalak nem tudnak labdába rúgni. [...] Ez, hogy nézőket veszünk, úgy történik leginkább, hogy a mindenféle ingyenes pornóoldalnál reklámfelületeken ott lesz, hogy oké, te most egy offline tartalmat nézel, tehát valószínűleg egy pornófilmből egy részletet nézel, de tudtad, hogy tudnád ezt [élőben] online is

nézni, vagy tudtad, hogy akár elmondhatod a speciális kéréseidet a lánynak, és ő teljesíti? Tehát vannak ezek a reklámok, és onnan irányítódnak el a *userek* a webkamerás oldalakra. [...] De mivel ezek a jó *traffic*- [forgalom-] források, ahol tők jó reklámok lehet venni, ezeket mind lefoglalta magának ez a négy-öt ilyen nagy oldal. És a kisebbek azért nem tudnak labdába rúgni, mert bekerülni ezekre a helyekre és normális forgalmat vásárolni kábé lehetetlen (15).

Az ingyenesen elérhető pornóartalom, ami a fizetős pornófelvételeket közvetítő oldalak részére hatalmas bevételkiesést okoz, a szexkamera-iparág számára tehát nem riválist jelent, nem szűkíti, hanem éppen szélesíti a piacát. Másfelől nézve, az ingyenes pornóoldalakat valószínűleg a webkamerás platformcégek által ezeken elköltött hatalmas mennyiségű pénz tartja fenn: „[a]zért van ennyi ingyenpornó, mert a Docler az a tőkekoncentrációs egység, ami ezt lehetővé teszi [...] A webcam, ami finanszírozza [...] az egész ingyenpornó-ökoszisztémát” (18) – ahogy egyik interjúalanyunk fogalmazott.

A streamingtechnológiával kapcsolatos egy további stratégia, amely előnyt biztosít a nagy oldalaknak. Mivel egy-egy oldalon adott pillanatban a felhasználók számára átláthatatlan számban szerepelnek modellek, a rangsorolás – hogy ki látható fent és kihez kell hosszasan legörgetni – kulcsfontosságú a láthatóságot tekintve. Ugyanakkor a rangsorolásba beleszámít, hogy a modell egyszerre hány oldalon van jelen, és ha csökkenteni kell, akkor a kisebb forgalmú oldalakat hagyják el a modellek a nagyobb platformok javára:

Menet közben nagyon sok új oldal született, és [...] próbálják úgy felépíteni az oldalukat, hogy akkor sorolják előre a lányokat a saját oldalukon, hogyha nincs leterhelve a gépe. Annak pedig feltétele, hogy ne legyen túl sok oldalon feltéve, mert [úgy] még egy nagyon erős számítógép is belassul, és maga a sávszélesség nem bírja, hogy ugyanazt a kameraképet sok helyen sugározza. Úgyhogy kevés helyen vannak a lányok és a nagy mamut oldalak, amik eljutottak így az elmúlt tíz-tizenöt év alatt olyan szintre, hogy nagyon megnöttek és nagyon jól megy nekik, ők mind erre rendezkedtek be. Hogy csak az [a modell] kapja meg a teljes támogatást és a teljes forgalmat, [aki] csak náluk vagy [...] maximum még egy-két másik oldalon [van] fent (15).

A platformcégeknek kedvező koncentrációs folyamatnak közvetlen következményei vannak a munkára nézve, hiszen felerősödik a platformoknak való kiszolgáltatottság. Az algoritmuslogikának való kitettség mellett a platformok jellemzően a munkavállalókra, azaz a modellekre, illetve bizonyos mértékben a stúdiókra terhelik a kockázatot:

[...] szerintem nagyon méltánytalan helyzet, hogy az oldalak az erőfőlényük miatt brutális módon kihasználják a modelleket is és a stúdiókat is. [...] Neked meg kellett bíznod abban, hogy milyen elszámolást nyújt az oldal, nem tudtál semmit leellenőrizni, hogyha valami kétség volt. [...] Mindig azon próbáltak ügyködni, hogy hogy lehet valamilyen módon, valami mondacsinalt üggyel pénzt levonni a *performertől*. Ez a *Jasminra* is [jellemző volt] abszolút, de nem a *Jasmin* volt a legmocskosabb. [...] A *chargeback* az, amikor egy jogosulatlan felhasználó másvalakinek a kártyájával fizet műsorért, és utána, amikor a tulajdonos erre rájön, akkor visszavonja a banktól. Ez persze egy lopott hitelkártya esetén érthető, de a modellnek meg elment az ideje és ő leadta a show-t, amire nem kapott semmit. De lehet, hogy elment egyórás műsora. [...] Ezzel csak a modell szívott. [És] a problémám nekem az, hogy nagyon sokszor ezek a *chargebackek* valójában nem voltak azok (12).

Ezeket az iparági folyamatokat és körülményeket a verseny folyamatos erősödése kíséri, ami szintén közvetlenül kihathat az iparágban dolgozók munkájára is. A következő fejezetben erre térünk rá.

Verseny a globális szexkamera-iparágban – magyarországi perspektívából

A szexkameraplatformok közötti globális verseny felerősödése a 2010-es évek elejére tehető. Ennek egyik oka, hogy ekkorra már a széles sávú internet elterjedése révén félperifériás és perifériás országok is – mint például Fülöp-szigetek, Kolumbia, Dél-Afrikai Köztársaság – bekapcsolódtak a tartalomgyártásba, így ezekben az országokban is dolgoztak modellek. A másik oka pedig az újabb típusú platformok megjelenése: 2011-ben indult a *Chaturbate* és erősödött meg a hozzá hasonló, már említett, *Valthuis* és *Van Doorn* (2020) által „freemium”-nak hívott oldalak jelenléte a szexkamera-iparágon belül. A globálissá vált, egyre nagyobb profitot termelő iparágban felerősödő verseny alakította a platformok működését és a munkaviszonyokat. Ez az átalakulás a *LiveJasmin* is nagyban meghatározta, ami egyfelől az olcsó, flexibilis munkaerő nagyobb mértékű kizsákmányolásában, a modellek egymással való versenyztetésében nyilvánult meg, másfelől pedig a szexuális szolgáltatások átalakulásában. Az alábbiakban ezeket tekintjük át.

A növekvő piaci verseny hatása a modellekre

Az erősödő piaci verseny a fizető fogyasztókért, illetve profitért folyó harcot jelenti, összefügg azonban az olcsón, nagyobb profitot termelő munkaerő megszerzésével és megtartásával is, miután – ahogy bemutattuk – a modellek jellemzően több platform számára dolgoznak, illetve gyorsan tudnak váltani egyik platformról a másikra. Míg a *LiveJasmin* a 2000-es évek elején még arra fókuszált, hogy legyen elég tartalom, azaz kellő számú modell az oldalon, a 2010-es évektől a termelés globálissá válásával sokkal nagyobb számú modell kezdett el dolgozni világszerte, így ebben az időszakban a platform már a modellek versenyztetésén és a technológiai fejlesztés kiszervezésén keresztüli profitmaximalizálásra törekedett.

A modellek versenyztetését a minél nagyobb profit érdekében a „minőségfejlesztés” keretében szervezték meg. Egyik interjúalanyunk ebben az időszakban, a 2010-es évek elején dolgozott a *LJ* akkoriban kiépített, sok főből álló „minőségfejlesztő” részlegében. A „minőségfejlesztés” a modellek körében végezték, és egyfelől jelentett egy teljesen technikai jellegű fejlesztési elvárást, másfelől pedig magának az előadásnak, a szolgáltatásnak a „fejlesztésére” vonatkozott. A technikai jellegű minőségfejlesztés elsősorban a képminőség javítását jelentette, ami szorosan összefüggött a webkamerás piac technológiai fejlesztésével. A minőségfejlesztő részleg monitorozta a világszerte dolgozó modellek oldalait:

[...] nagyon sok modell lett konkrétan a *LiveJasminon*, mert ugye nőtt a regisztráló modellek száma, akik ezt akarták csinálni a világ minden részéről. Úgyhogy muszáj volt egyre inkább a minőségre helyezni a hangsúlyt, mert konkurens oldalaknál ugyanez elindult. [...] [M]uszáj volt [a modelleket] oktatni, hogy hogyan tudják ezt csinálni, hogy ruházz be jobb internetre, tedd szebbé a háttér-det (15).

A digitális technológia fejlődése egyszerre ad lehetőségeket a szexkamera-iparág – és általában véve az internetes szexipar – szereplőinek kezébe és könnyíti meg a belépést az iparágba, illetve járul hozzá a társadalmi egyenlőtlenségek fenntartásához az egyenlőtlen hozzáférés mentén. Erre utal az alábbi idézet, amely illusztrálja, hogy egy új eszköznek, egy bizonyos típusú *Logitech* webkamerának mekkora jelentősége volt az iparágban helyi szinten is:

Régen, amikor én kezdtem, igazi régi VHS videokamerával történt a felvétel. Azóta már például a *Logitech* cégnek nagyon szuper webkamerái vannak, pici webkamera, és nagyon jó HD minőségben tud sugározni. Illetve egy jó számítógépet beszerezni magunknak az már nem egy nagy kihívás (15).

Az utolsó mondat a technológiai infrastruktúra hozzáférhetőségének időbeli változására utal, amely a kisvállalkozások, illetve az egyéni modellek arányának növekedése irányába hat. Hasonló ez a folyamat a jóval részletesebben dokumentált zeneipari átalakuláshoz, amely során a relatíve olcsón elérhető otthoni stúdiótechnika és az online terjesztés infrastruktúrája a független, egyéni, illetve otthonról menedzselte zenei gyártás felé tolta el a termelést, ami azonban új közvetítők, a platformok belépésével és súlyuk megnövekedésével járt együtt (lásd például Collins és Young 2014). Az utóbbira – az egyenlőtlenségek megerősítésére – példa globális viszonylatban, hogy az induláshoz szükséges infrastruktúrát és tőkét a technológia folyamatos fejlődése és olcsóbbá válása ellenére a centrumon kívül az egyéni szereplők kevésbé tudják biztosítani, ezért szükség van olyan vállalkozásokra, mint a stúdiók. Az oldalon való „sikeres” szerepléshez például az iparági szereplők szerint profi fotókra van szükség, ami kezdeti pénzbefektetést igényel – ezt a stúdió tudja nyújtani a belépő modelleknek. Az iparágon belül ezzel magyarázzák, hogy a centrumban, például az Egyesült Államokban nem jellemzők a stúdiók, míg Magyarországon vagy Romániában, vagy éppen Kolumbiában (Jones 2020: 70) igen. Ugyanakkor a technológia – beleértve a széles sávú internetet – olcsóbbá, elérhetőbbé válása itt is hozzájárul a stúdiók arányának csökkenéséhez az otthonról dolgozáshoz képest.

Tehát igazából nagyon sokan vagy maguktól egyedül elkezdik – felüti az internetet a modell és le van írva minden, be tud otthon magának rendezni egy kis kuckót. Egy háttérrel, ami izléses, ami figyelemfelhívó, elmegy egy profi fotóshoz, hogy csináljon róla képeket, ez is megoldható. A stúdióknak van saját fotósa ugye erre a célra. Úgyhogy eléggé átalakult a piac, de még mindig a stúdiók is nagyon népszerűek. Én úgy mondanám, hogy keleten nagyon népszerű a stúdiózás. Amerikában egy lány nem fog stúdióból dolgozni. Magyarországon ez ilyen vegyes, de inkább már Magyarországon is afelé hajlik, hogy egyre többen otthonról csinálják (15).

Ez ugyanakkor az iparági viszonyokat, a gazdasági hatalom eloszlását tekintve nemcsak, vagy nem elsősorban a modellek pozícióját és mozgásterét erősíti, hanem a platformokét, amelyeken keresztül a modellek dolgozni tudnak – azaz a platformalapú hagnigazdaság rendszerét.

A „minőségfejlesztés” a LJ tudatos stratégiája a kapitalista piaci versenyben, ami mentén szintén a prekár helyzetben lévő modellekre terheli rá a költségeket. A technikai felszereltség – webkamera és az internetkapcsolat – fejlesztése mellett a képfejlesztés része volt még a háttérkép javítása, valamint a modellek kinézete is – ahogy egy másik, ügyfélszolgálaton és stúdiókban operátorként is dolgozó interjúalanyunk elmondta:

Az igények is megváltoztak a tartalomszolgáltató szempontjából, hogy igényesnek, hogy jól kinézőnek, hogy csilivilinek kellett lenni [egy modellnek]. Hogy olyan képet kellett mutatni. A háttérre sokkal többet kell adni. Nem is vettek fel lányokat, ha nem nézett ki elég jól, vagy nem volt elég minőségi a kameraképe akár (17).

Mind a technikai feltételek, mind a környezet, a modellek kinézetére vonatkozó elvárások a globális erőviszonyok mentén erősítették fel az egyenlőtlenségeket az iparágon belül.

De volt az a szegmens, aki viszont kihullott, mert nem volt hajlandó elmenni például egy profi fotóshoz, hogy csináltasson portfólióképeket. Vagy anyagilag úgy gondolta, hogy ő nem fog beruházni egy új kamerára, amikor ott a régi (15).

Bár interjúalanyunk úgy fogalmazott, hogy voltak modellek, akik „úgy gondolták”, hogy nem ruháznak be a technikai újításokba, valójában az igényes háttér és képminőség egy anyagi szűrőt jelent a modellek közötti egyenlőtlen helyzetben, ahol centrumországbeli modellek versenyeznek a kelet-európai vagy éppen Fülöp-szigeteki modellekkel, akik más gazdasági és társadalmi háttérrel rendelkeznek, és épp ezért más körülmények között dolgoznak – ahogy az Mathews (2015, 2017) elemzéseiből és interjúalanyaink elmondásából is kiderül. A modellek közötti egyenlőtlenségek a globális piacon nemcsak a technikai, környezeti fejlesztések anyagi költségei miatt voltak meghatározóak, hanem a modell kinézetére vonatkozó elvárások is alapvetően a centrumországbeli nőkre voltak szabva. Ahogy egy másik interjúalanyunk kifejtette, míg a kellőképpen „jó megjelenésű” egyesült államokbeli modellek azzal is sokkal több bevételt kaptak, ha fehérneműben cseteltek a képernyő előtt, a kelet-európai modelleknek extrémebb szexuális aktusokat kellett előadniuk kevesebb pénzért.

A fokozódó piaci verseny miatt tehát a LJ nem csak ráterheli a modellekre a verseny kockázatait, költségeit és egyenlőtlenségeit, hanem közvetlen nyomást gyakorol a kinézetük, környezetük formálására is, amit alapvetően szankciók bevezetésével tudott elérni. A szankciók az oldalon való hátrébsoroláshoz vezetnek, amire először csak figyelmeztetik a modelleket, de ha nem teljesítik az elvárásokat, be is vezetnek azokat. E fegyvelmezés mint munka leginkább az operátorokra és ügyfélszolgálatosokra terhelődött.

[Modellnek] bárki jelentkezhettek, de próbáltuk mi is szűrni, de annyira szubjektív volt, hogy most hogy mondd meg neki, hogy öltözz már fel vagy mosakodj már meg, ezt így nem lehetett lekommunikálni, ilyenkor próbáltuk figyelmeztetni, beleírtuk a szabályzatba, hogy elvárható bizonyos aktivitás vagy formai követelmény, és nekünk kellett eldönteni, hogy belefér vagy nem. [...] Akik olyanok voltak, amilyenek, azokat próbáltuk baszogatni, húztuk a határaikat [...] hogy mit csinál, ne unottan feküdjön, hanem próbáljon valamit, válaszoljasson szépen, próbáltuk az elején mindig szépen a lányokat terelgetni ilyen irányba, ha nem ment, akkor kapott hivatalos figyelmeztetést, hogy ha nem megy, akkor ki lesz zárva a programból, és akkor talán kezdett magával valamit, nemcsak azért ült ott, hogy online legyen nyolc órát és közben meg aludjon (11).

Az oldalról való letiltás egy szélsőséges szankciót jelent, aminél sokkal gyakoribb volt a „hátrásorolás” alkalmazása. Ahogyan arra korábban utaltunk, a „nyertes visz mindent” logika (Velthuis és Van Doorn 2020: 2) alapján a platformon való rangsorolás alapvetően meghatározó abban, hogy egy szexkamerás modell hogyan tud keresni, mennyien látják az oldalt – hasonlóan a más kulturális iparágakban működő platformok működéséhez. Az algoritmusokkal szabályozott besorolás tehát „nemcsak alapvető motorja a platformon belüli versengésnek, nélküle el sem tudna kezdődni a versengés” (3). Ugyanakkor az algoritmus működéséről a platformok nem osztanak meg információt a modellekkel, hogy ne tudják ezeket „kijátszani”. Ezzel lényegében folyamatos bizonytalanságban tartják őket, akik gyakran maguk sem tudják, mitől szerepelnek előrébb vagy hátrébb az oldalon, ami folyamatos frusztrációt jelent számukra (3).

A centrum-periféria megkülönböztetések mentén konstruálódó elvárások révén a modelleket érő szimbolikus erőszak tehát minőségbiztosítási protokollként vált a rendszer részévé, az ezt érvényesítő fegyvelmező munka pedig az iparágban az ügyfélszolgálatos, illetve

operátor munkatársakra terhelődik. A rendszer tovább erősíti az egyenlőtlenségeket a globális piacon lévő versenyben, növeli a modellek kiszolgáltatottságát és szélsőségesebb tevékenységekre kényszeríti őket. Így akárcsak a pornóiparban, a piac kiszélesedése és kompetitívebbé válása a szexkamera-iparágban is sokkal nehezebb munkafeltételeket hozott létre a benne dolgozó modelleknek és az egyéb munkakörben dolgozóknak is. Ahogy egy korábban modellként dolgozó interjúalanyunk megfogalmazta:

(...) az ipar megy lefelé, mert egyre többen találták meg ezt a formációt és túl sok lett a konkurencia, most már újabb pornósztárok is fent vannak ezen az oldalon, nagyon nehéz fenntartani azt a mennyiségű pénzt, amit anno tizenöt évvel ezelőtt fenntartottunk magunknak, amikor ez még nem volt annyira elterjedt (I6).

A szexkamerázás átalakulása az iparágban lévő versengés révén

A felerősödő piaci verseny átalakította azt is, hogy a modellek hogyan dolgoznak, illetve, hogy mi válik áruvá a szexkamera-iparágban. Interjúalanyaink elmondása szerint már 2005 és 2010 között, az iparág jóval korábbi fázisában is meghatározó volt, hogy a modelleknek alapvetően a visszajáró, rendszeres kliensek jelentik a stabil jövedelemforrást, nem az egy-szeri felhasználók. Ahogy egy ügyfélszolgálaton és operátorként dolgozó interjúalanyunk elmondta:

[...] ezeket a vásárlókat meg kell tartani hosszú távon, és azok hozták a legtöbb bevételt, akik érzelmileg is kötődtek a lányhoz, valószínűleg szerelmesek is lesznek ezekbe a lányokba. És nem az, aki öt-tíz perc keretében bejön és maszturbál, és aztán kilép. Mert az bevételben is kevés (I5).

Ez a fajta dinamika, a szexuális szolgáltatás melletti érzelmi munka, az intimitás illúziójának létrehozása a felhasználókkal a prostitúcióban is ismert, sokat kutatott jelenség (lásd Bernstein 2007). A szexkamerázásban, ami bár online kommunikációt takar, ugyanez megfigyelhető – közvetlenül következik a percalapú fizetés struktúrájából is, ami „időhúzásra” készíti a modellt, illetve az operátort:

Például ezek az időhúzások, amiket mindig erőltettünk, ezek arra vezették rá az embereket, akik fizettek, hogy az a lány is ember, ő is érdeklődik [...] és sokan ezért jöttek vissza, hogy elmeséljék, hogy milyen napjuk volt. Ami tök érdekes, nyilván nem ezt gondolná az ember, de ki lehet alakítani, és annyira meglepődik és annyira jólesik neki, hogy emiatt jön vissza. És persze attól még lemegy a műsor és öt-tíz perc alatt kielégíti magát, de még ott van harminc-negyven percet vagy egy órát, hogy megkérdezze, hogy hogy van a kutya, akiről tegnap beszéltünk, és a múlt héten fogorvosnál voltál, minden rendben. Ilyen hétköznapi dolgokról, mert egyszerűen nincsen, akinek elmondja. [...] Nyilván el akarja hinni, hogy ez egy szívből jövő figyelem, és azt hiszi, hogy megtalálta a lelki társát (I7).

A percalapú üzleti struktúrával szoros összefüggésben tehát a szexkamera-iparágban már a kezdetektől a megjelent az erotikus előadás mellett az intim viszony illúziójának kialakítása is, ami azonban folyamatosan változott az iparág és a digitális környezet átalakulásával.

Az intimitás illúziójának meghatározó szerepéhez kapcsolódik az autentikusság látszatát keltő „amatőrizmus” is, ami az iparág jellemző karakterjegye (Brasseur és Finez 2020: 16–17). Jones (2020) a szexkamerázásban a szexuális örömet és a megtestesített autentikusság

központi jelentőségét emeli ki, azonban ezeket nem tudatos stratégiaként, „brandingként” írja le, hanem mint a munkára jellemző valós sajátosságokat. Miközben ennek az autentikus „amatőrizmusnak” a performálása valójában többféle készséget igényel – amit egy korábban ügyfélszolgálatosként dolgozó interjúalanyunk éppen hogy profizmusként jellemez. Ez a „profizmus” azonban, amire az iparági verseny kényszeríti rá a modelleket, az egyéni készségeken keresztül szorosan összefügg a modell – valamint az operátor – társadalmi, gazdasági, nyelvi háttérével, hogy mennyire tud ezeknek az elvárásoknak megfelelni. Ez az összefüggés viszont még jobban felerősíti az egyenlőtlenségeket a globális piacon. Ennek megfelelően a „profizmus” is jellemzően centrum-periféria, valamint osztályviszonyok mentén oszlik el, ahogy interjúalanyunk a Fülöp-szigeteki modellek kapcsán kifejtette:

Én láttam, hogy valaki [műsorok között] három órán keresztül zokog. Voltak meghatóbb dolgok is. Na ők voltak a nem profik. Profi előadók szinte csak Európából jöttek, volt egy szlovák lány, aki nagyon ügyes volt, meg egy-két román, akik biztosítottak egy izléses háttérrel, tudták, hogy kell beszélni az emberekkel, voltak állandó vásárlók, akik visszajöttek hozzájuk, akik szinte barátnőztek velük, nekik nyilván jobban ment (I1).

A kliensekkel való intim kapcsolat és az érzelmi munka egyfelől általánossá válik a szexkamerázásban, amit az is mutat, hogy sok modell hirdeti magát „pszichológusként”, jó hallgatóságként a LJ-es profiloldalán. („A camgirlök azért vannak, hogy beszéljessenek a tagokkal, ha úgy tetszik, szexi terapeuták vagyunk” – nyilatkozta a *Nők Lapja Café*nek a Sophie Lust nevű modell [Ország 2019]). Másfelől ez az érzelmi viszony a magukat „prémium” szolgáltatásnak hívó oldalak védjegye is, ami elkülöníti a csupán szexuális igényeket kielégítő performanzsoktól, ahogy ezt egy brazil származású szexkamerázás modell *New Camming Perspective*¹¹ (új webkamerázás irányzat) nevű kutatási és jogvédő projektje is állítja. Az iparág különböző online és offline fórumain megjelenő, a projektet kitaláló, magát társadalomtudósként bemutató Priscilla Magossi azt hangsúlyozza, hogy a szexkamerázás nem a szexről, hanem az intimitásról szól. A projekt célja a szexkamerázás „mainstreamesítése” az iparág társadalmi beágyazottságának és a benne megjelenő társadalmi gyakorlatoknak az elemzésén keresztül. Bár ez egy konkrét, korlátozott hatású kezdeményezés, jól tükrözi azt az alapvető tendenciát, ahogy a szexkamera-iparág normalizálódik és összekapcsolódik a szolgáltató szektor más területeivel.

Az iparágra jellemző, a normalizációt elősegítő másik tendencia a modellek „brandingjének” növekvő jelentősége. A piacon lévő verseny miatt a modellek egyre inkább arra kényszerülnek, hogy egy saját profil, „brand” segítségével hívják fel magukra a figyelmet; ahogy Brassuer és Finez (2020) fogalmaz, hogy egy tágabb online imázst, egy esztétikai identitást konstruáljanak. Valamint elvárás az is, hogy minél intenzívebben tartsák a kapcsolatot a modellek a felhasználókkal. Ez utóbbit a platformok is támogatják „fanklubok” létrehozásának lehetőségével, valamint azzal, hogy arra biztatják a modelleket, hogy amíg nincsenek online, addig is osszanak meg magukról fotókat, szövegeket és mindenféle tartalmat, amivel fenntartják a figyelmet. Ennek eszköze a platformokon kívül a saját honlap létrehozása, valamint a közösségimédia-platformok használata (például *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*), amin keresztül tehát egyfelől személyes szinten összefonódik a modellek magánélete a munkájukkal, másfelől maga a szexkamera-iparág, illetve a szexipar összekapcsolódik

11 Lásd: <https://www.newcammingperspective.com>

a digitális médiaökoszisztéma más szegmenseivel. A „sikeres” branding azonban ugyanúgy magasabb társadalmi tőkét és nyelvtudást igényel, ami szintén hozzájárul a modellek közötti egyenlőtlenségek felerősítéséhez. Maga a branding és a szexkamerázás profilalapú közösségimédia-felületeken való megjelenítése is sokkal gyakoribb a centrumországbeli – például egyesült államokbeli vagy kanadai – modelleknél. Ezzel szemben Kelet-Európában vagy a Fülöp-szigeten nem jellemző, amiben nagy szerepe van annak is, hogy – ahogy már kifejtettük – az itteni modellek gyakran operátorral dolgoznak, vagy egy stúdióon vagy futtatón keresztül vannak regisztrálva.

Technológiai fejlesztés és a szexkamerázás normalizálása

Az alábbiakban Magyarországra fókuszálva áttekintjük, hogy mely tényezők és stratégiák járulnak hozzá a szexkamera-iparág, továbbá általánosabban is a szexipar, illetve azon keresztül a nők szexuális kizsákmányolásán alapuló pornókultúra normalizálásához és legitímációjához. Ebben a folyamatban alapvető jelentőségű a LiveJasmin technológiához fűződő viszonya, az információs, illetve digitális technológiaiparba való beágyazottsága.

Az egyik kiindulópontunk lehet Gattyán György személyének és vállalkozásainak nyilvánosságbeli reprezentációja, amely szoros összefüggésben áll a LiveJasmin szexkamerás platform legitímációjával. Gattyán és a Docler önprezentációja kapcsán alapvetően kettős stratégiát figyelhetünk meg: egyrészt hangsúlyt kap a szexkamera-iparág és a Docler működésének legalitása, „tisztá üzlet” volta. Például az addig a médianyilvánosságtól tartózkodó Gattyán az első nagy, 2013-as, Friderikusz Sándornak adott interjújában az Andrássy úton nyílt luxusáruházával kapcsolatos pénzmosásvádakra így válaszol: „[n]agyon érdekes a pénzmosási kérdés ... pénzt úgy lehet, gondolom, mosni, hogy befolyik valahogy a pénz feketén. [...] Nekünk az a szerencsénk, hogy nagyon átlátható a cégünk, nekem nem is jutna eszembe, hogy ennek köze lehet a pénzmosáshoz” (Friderikusz-show: Gattyán György 2013). E kijelentés egyrészt azt implikálja, hogy ami legalísan működik, azzal kapcsolatban nem is merülhet fel aggály. Ehhez szorosan társul Gattyán – az interjú során Friderikusz által erősen megtámogatott – imázsa mint „self-made man”, mint tiszta kapitalista vállalkozó („ő az az ember, aki a saját erejéből lett az, aki lett”, „átlagos magyar család az önké” [Friderikusz-show: Gattyán György 2013]), aki a politikusoktól, az Orbán-rezsimtől távol tudta magát tartani, tehát autonóm módon – önjogán – keresztül válhatott Magyarország (egyik) leggazdagabb emberévé. Ezzel szemben a Docler legalis működése valójában a tágabb, globális szexkamera-iparág informális gazdaságát fedi el, ami lehetővé teszi a platform működését – beleértve a stúdiók fekete működését Magyarországon is, vagy éppen a stúdiók és modellek nagyszámú csatlakozását a platformhoz olyan országokból, ahol a szexkamerázás illegális, amely körülmények a munkavállalókat többszörösen kiszolgáltatott és kockázatos helyzetbe kényszerítik. Ahogyan egy, korábban a Docler által alkalmazott interjúalanyunk megfogalmazta:

Amikor csesztettük [Gattyánt mint főnököt], hogy társadalmi felelősségvállalás, meg mi nem kapunk eleget, akkor mindig azt mondta, hogy örüljete, hogy fehéren vagytok alkalmazva. De a hétszáz fő, aki fehéren volt alkalmazva, az csak minimális – a performerhálózat egy globális adóoptimalizációs feketegazdaságos hálózatban van, a nagyja abból van (18).

Ami tehát láthatatlan marad a „tisztá vállalkozó”, „legális vállalkozás” reprezentációjában, az az a globális áruhánc, amelybe a cég beágyazott, ami kiszolgáltatottabb társadalmi helyzetben lévők kizsákmányolásán alapul. Hasonlóan ahhoz, ahogy a globális kapitalizmus rendszerében általában is rejtve marad a bér munka rendszerét támogató, fenntarthatóvá tévő informális, nők és más marginális társadalmi pozícióban lévő csoportok által végzett ingyenes vagy olcsóvá tett munka (Dunaway 2018 [2012]).

A legitimációs stratégia további fontos eleme, hogy Gattyán nyilvános reprezentációjában a 2010-es évek folyamán egyre erősödött a társadalmi szerepvállalás, illetve különféle, olyan szerepekben való megjelenés, amely nem kapcsolódik a szexiparhoz: többek között mint a Prima Primissima Alapítvány társalapítója, mint sportesemények és -csapatok szponzora, hackathon események támogatója, a Hozleiter Fanny, azaz Mosolyka életét feldolgozó film finanszírozója (Szentgyörgyi 2019), vagy éppen a koronavírus-járvány idején „titokban” adományozó (Nlc.hu 2020). 2020 februárjában pedig a székesfehérvári Kodolányi János Egyetem fenntartójává vált (Spirk 2020). Ez a stratégia nagyon hasonló a pornóipar 1970-es évektől folytatott – a dohánylobbi mintájára szervezett – lobbitevékenységéhez, amely részeként a pornóipari cégek többek között karitatív kampányokba szálltak be (lásd jelen lapszámban Gregor, Csányi és Dés 2020: 58).

Egy további, a fentiekkel párhuzamos stratégia a *LiveJasmin* – mint név és vele együtt a szexkamerázás mint profil – „elrejtése”, többek között a 2008-ban alapított Docleren keresztül. Ennek része a Docler kommunikációs stratégiája: a Docler oldalán nem szerepel utalás a LJ-re, és a cég neve hallatán – egy ideig legalábbis – kevesen asszociáltak a szexkamera-iparágra: „amikor én odakerültem [2009-ben], akkor, amikor én rákerestem, akkor nem tudtam, hogy mivel foglalkozik, én az interjún tudtam meg” – mesélte egy interjúalanyunk (I8). Jellemzően IT-vállalkozásként vagy – például egy a luxemburgi irodát reklámozó imázsvideóban – „multinacionális e-commerce cég”-ként („Docler Holding in Luxembourg” 2017) definiálja magát, a róla szóló híradások pedig különféle IT-fejlesztésekről, -befektetésekről szólnak, amelyek – mint például az elektronikus aláírás (*Netlock*) vagy a filmproducer cég – többnyire csak távolítanak a szexkamerás asszociációtól. „A Docler Holding története”, írja egy a cég honlapján publikált cikk, „döbbenetes hasonlóságot mutat az óriás IT-mogul, a Microsoft múltjával” (*Luxembourg Trade and Invest* 2018). Illetve: „[a] Docler Holdingot mindig is a fiatal és lelkes vállalkozók ötletei és víziói vitték előre”, nyilatkozza Fülöp Márton, a luxemburgi iroda operatív igazgatója; „[a] cég kezdettől fogva alacsony várakozási idejű élő streamingplatformok fejlesztésére és működtetésére specializálódott, de ma már különféle eszközökhöz (számítógépek, tabletek, okostelefonok stb.) is nyújtunk [technológiai] támogatást” (uo.). Mindezen megnyilvánulások elrejtik a LJ és a magyarországi szexkamerás stúdiók egy része közötti szoros együttműködést, vagy a jelenleg is folyó modelltorzást, amelynek helyszíne a Gattyán tulajdonában lévő Normafa Hotel (I5).

Ez a távolító stratégia párhuzamba állítható a *Pornhub*, *Redtube* és *YouPorn* platformokat, valamint pornógyártó cégeket tulajdonló *Mindgeek* óriásvállalatával, amelynek honlapján szintén nem szerepel utalás a pornóiparra, csupán az információs technológiai fókuszra – ahogy arra interjúalanyunk is felhívta a figyelmet – azzal együtt, hogy ez a fajta távolítás nem csak a külső, de a belső kommunikációra is jellemző a vállalatnál:

Az első körben nem is mondták el, hogy mivel foglalkozik a cég. Ott kezdődik ez a fajta távolítás, hogy azt mondod a dolgozóknak, hogy ez egy IT-szolgáltató, ami egy szórakoztató weboldalt

lát el. Van egy nyelvezeti különbség, az egésznek az operatív nyelvezete, ami egy folyamatos különbségtételt és távolságtartást indít el. Ez meg is figyelhető abban, ahogy a Gattyán brandeli magát. Ő IT-vállalkozónak tartja magát [...]; a *Mindgeek*kel is volt egy interjú, és ők is IT-soknak tartják magukat (I8).

Ahogy arra korábban utaltunk, a digitális platformokra általában is jellemző, hogy azok a különböző vállalkozások, illetve munkavállalók vagy szolgáltatók és ügyfelek közötti közvetítőként, továbbá kommunikációhoz, szolgáltatáshoz, tranzakciókhoz szükséges technológiai háttérrel biztosító, semleges felületekként prezentálják önmagukat („[j]obban szeretünk a háttérben dolgozni” [„Docler Holding in Luxembourg” 2017]). Ezáltal láthatatlanná teszik a szerepüket és hatalmukat a jelentéstermelő iparágakban. A szexipari platformok esetében azonban ez összefonódik a szexuális kizsákmányolás láthatatlanná tételével is.

A Docler jó példája annak, hogy az – elsődlegesen az internetes streaminghez kapcsolódó – technológiai fejlesztés, amely „innovációként” prezentálva a cég elsődlegesen hangsúlyozott profilja, miképpen áll a platformizált szexmunka szolgálatába. („Az innováció kulcsfontosságú aspektusa fejlesztéseinknek, és ez az, ami hajt bennünket előre” – Fülöp Márton, a Docler Holding Luxembourg operatív igazgatója; *Luxembourg Trade and Invest* 2018). A LJ történetében például hangsúlyos a HD-s vagy 3D-s streamingtechnológia fejlesztése, ami a felhasználói élményt hivatott fokozni. További példák – csak 2014-ből – a (*streamelt* videós tartalomra optimalizált) *Docler Browser* böngészőprogram, a *Docler Remote* kontrollerapplikáció („Docler Holding Press Release” 2014), vagy a mobileszközről HD minőségben közvetlenül weboldalra *streamelést* lehetővé tévő *Docler Cam* („Discover the New Applications ...” 2014). Ehhez hasonlóan Van Doorn és Velthuis a *Chaturbate* platformmal kapcsolatosan írják le, hogy a platform hogyan bocsát harmadik felek rendelkezésére számítógépes infrastruktúrát applikációk fejlesztésére, javítására és futtatására (Van Doorn és Velthuis 2018: 4). De idesorolható a *token* típusú szexkamerás platformokon az ügyfelek által „bedobált” tokenek által működtetett vibrátor is, amelyet kifejezetten e platformokra fejlesztettek (I5 [vö. Jones 2020: 58–60]).

A szexkamera-iparág normalizációjának egy további, indirektebb aspektusa a *Docler*ben megszerzett tudás tőkésítése „mainstream” iparágakban. Ez részben az egyéni professzionális karrierutakon keresztül történik:

Iparágak, amikre nem gondolsz: mobil fizetés, [amely keretében] weboldalon tudsz mobillal fizetni, a Doclernél X ember magára szedte az összes csínját-bínját, hogy ezt hogy kell csinálni. Kétféle van, van, aki bent marad az iparágban és akkor a többi iparági szereplőnek árulja ezt a *know-how*-t, vagy pedig aki csinál egy független céget és megpróbálja a mainstream iparágakban ezt valahogy eladni. Ezek mind technikai *know-how*-k: [...] hogy néz ki egy professzionális ügyfélszolgálati rendszer, milyen szoftver kell hozzá [...] hogyan működik, például fizetési rendszerek, marketing, *streaming* – a *streaming* a legjobban jövedelmező, webfejlesztés, SEO [search engine optimization; keresőoptimalizálás] (I8).

A Doclerben megszerzett tudás mainstream területeken történő tőkésítése összefügg más magyar technológiai, úgynevezett *startup* cégek a LJ-nel egy időben – a 2008-as válság nyomán – való felfutásával, nemzetközivé válásával is, amelyek elsősorban a streamingtechnológián keresztül kapcsolódnak a Doclerhez: „nem véletlen, hogy a két másik nagy magyar *startup* mindkettő streamingben utazik. Az egyik a *Ustream* [...], a másik a *Prezi*, aminek szintén nagy igénye van a streamre. Meg a *LogMeIn*, ami szintén ugyanabból a körből indult ki” (I8).

Egy a *Digikult.hu* oldalon publikált interjúban a *Ustream* egykori fejlesztési vezetője, aki azelőtt a LJ-nél dolgozott, számol be a LJ és a többi *tech startup* közötti IT-szakértelem-áramlásról:

Megkeresett Fehér Gyula egy barátomon keresztül, aki a *Ustream* egyik társalapítója volt. Katona Ádámmal sokat beszélgettem korábban a *Jasmin*ról, aki szeretett volna kezdeni valamit ezzel a technológiával, de nem felnőtt tartalom terén. [...] Eleinte a streaming technika volt az, ami gyenge lábakon állt és emiatt átcsábítottak pár fejlesztőt a *Jasmin*tól. Amikor ez a rész kezdett jól működni, akkor következett a weboldal rendberakása, és itt jöttem én a képbe (Seres 2019).

Az internet tőkésítéséért folyó verseny korai szakaszát – a „dotcombuborék” idejét – jellemző technooptimista diskurzus a 2008-as válság után a korábbinál is erőteljesebben fonódott össze az egyrészt (pszichológiai nyelvezetre alapozó) business- és menedzsment-szakirodalomból, másrészt a posztindusztriális városfejlesztés területéről eredő „kreativitásdoktrínával”¹² (Hesmondhalgh és Baker 2011: 3–6). Ennek nyomán a *kreativitás* egy mindent átfogó vágyott jellemzővé, normává vált a centrumgazdaságokban, a félperiférián ezzel párhuzamosan pedig a „felzárkózás” fontos szimbolikus elemévé. Ahogyan Szabó (2016) elemzése rámutat, Magyarországon ez legtisztább formában az olyan, nemzetközi sikereket elérő „*tech startupok*” körüli diskurzusban volt megfigyelhető, mint a *Prezi*, a *LogMeIn* és a *Ustream*. Ezek a magukat a morális értelemben vett „Nyugathoz” való felzárkózás és a „tisztá” vállalkozás ügynökeiként pozicionáló cégek (uo.) és a LiveJasmin gyakorlatilag egy időben indultak – „kicsiből”, a Docler hivatalos kommunikációjában is emlegetett mitikus „garázsból” (*Luxembourg Trade and Invest* [2018]) – és futottak fel, ugyanazon munkaerő és tudástöke felhasználásával, személyi átfedésekkel. A szexkamera-ipárból kinövő, más területeken is hasznosuló technológiai fejlesztések és a LJ-t, illetve Doclert más cégekkel, vállalkozásokkal összekötő szakmai *networkök* diskurzív kontextusa tehát az a 2008-as válságot követően felerősödő, az „okos” („*smart*”) technológiai megoldások és a „kreatív iparágak” fejlesztésével összekapcsolódó, professzionalizmust, szakértelmet, „nyugati” fejlettséget hangsúlyozó technooptimizmus, amely a félperiférián a centrumhoz való felzárkózás útjaként jelenik meg (Szabó 2016).¹³ Ebben a diskurzusban a szexkamerázás genderviszonyai, a nők szexuális kizsákmányolása és ennek globális viszonyrendszerben értelmezhető aspektusai teljes mértékben rejtettek maradnak.

Konklúziók

Tanulmányunkban a szexkamera-iparág kialakulását és működését elemeztük a platformcégek központi szerepére és az iparágban dolgozók munkájára fókuszálva. Magyarországi szereplőkkel folytatott interjúkon keresztül bemutattuk az iparág globális áruláncában megjelenő egyenlőtlenségeket, valamint a szexkamera-platformok – mint a *LiveJasmin* – szerepét

12 Ennek legjellemzőbb példái közé tartozik Richard Florida (2002) egy időben óriási népszerűsége szert tevő elmélete a „kreatív osztály” felemelkedéséről, valamint Pratt (2004) elmélete a „kreatív klaszterekről”, amelyek a városok gazdasági és társadalmi fejlődésének hajtóerejét képezik.

13 Ebben a diskurzusban egy sokat hivatkozott példa Észtország és a *Skype* vállalat, amely egyébként, bár ez kevésbé közismert, szintén indított a webkamerára optimalizált alvállalkozást is *Skype Private* néven 2013-ban (Jones 2020: 55).

a szexipar normalizálásában. A szexkamera-iparág kutatásához, illetve ezen túl a szexipar digitalizációja hatásainak vizsgálatához új szempontokkal, valamint a szexkamera-iparág-gal foglalkozó kutatásokból eddig hiányzó félperifériás perspektívával járulunk hozzá. Az elemzés alapvető újdonsága egyfelől az olyan szereplők megszólaltatásában és munkájának elemzésében áll, akik eddig rejtve maradtak a korábbi kutatásokban. Másfelől a szexkamera-iparágnak a platformkapitalizmus elméleti keretében történő vizsgálata új lehetőségeket ad az iparág globális áruháncának és az ebben megjelenő és felerősödő egyenlőtlenségeknek a feltárására, amelyre tanulmányunkban első kísérletet tettünk.

A szex-, illetve pornóipar digitális átalakulása más kulturális iparágakhoz hasonlóan a platformosodás logikája mentén megy végbe, amelynek megfelelően a tőke a 21. század első két évtizedében megerősödött kisszámú vállalat kezében koncentrálódik, köztük a magyarországi alapítású *LiveJasmin*-nél. A digitális platformosodás egyrészt hozzájárul a piac bővítéséhez: az egyre szélesebb körben hozzáférhető technikai infrastruktúra megkönnyíti a modellek és más szereplők – webmesterek, stúdiók – belépését a szexkamera-iparágba. Ez a folyamat hasonlít a *YouTube* vagy más ingyenesen hozzáférhető, közösségi jellegű tartalommegosztó felületek kapcsán leírt folyamathoz, amelyet a szakirodalom az amatőr és a professzionális tartalomgyártás, valamint a gyártók és a felhasználók közötti határok elmosódása („*prosumer*” vagy „*produsage*” jelenség) mentén ír le, gyakran demokratizációs folyamatként keretezve azt (például Bruns 2008; Shirky 2008). Ugyanakkor, a munkakörülményeket a szexkamera-iparág globális áruhánc mentén vizsgálva, e „demokratizációs” keretezéssel szemben azt láttuk, hogy a meglévő globális egyenlőtlenségeket a platformosodás folyamata valójában tovább erősíti. Az új belépők sokasága, valamint a platformok által alkalmazott, algoritmusokkal támogatott rangsorolás rendszere folyamatos és szüntelenül élesedő versenyhelyzetet tart fent, ami nemcsak a modellek munkájára nyomja rá a bélyegét. Bár a szexkamerázással foglalkozó korábbi kutatások az operátorok, ügyfélszolgálatosok munkájával egyáltalán nem foglalkoztak, a „minőségbiztosítás” címen végzett fegyvelmező munkát a félperiférián nagyrészt az e feladatkörökben dolgozók végzik, miközben a platformok a kockázatot – például az online fizetési rendszerek bizonytalanságaiból adódóakat – is rájuk, a modellekre és a félperiférián és periférián informális és többnyire illegális körülmények között működő stúdiókra terhelik. Az áruhánc csúcán a platformok közvetlen alkalmazottai – akik az eddigi kutatásokban láthatóbbak voltak – bár legális és hangsúlyozottan professzionális keretek között dolgoznak, a szexiparban benne rejlő, genderviszonyok mentén történő szexuális kizsákmányolás az áruhánc minden pontján mentális és érzelmi terheket helyez a dolgozókra.

Eközben a szexkamera-iparág szexuálisan kizsákmányoló jellegét beazonosítható diskurzív mechanizmusok aktivizálása, működtetése fedi el, mind befelé, a vállalat alkalmazottai felé történő kommunikációban, mind kifelé: a *LiveJasmin* esetében a vállalat és Gattyán György személyének (ön)reprezentációjában. E diskurzív mechanizmusok Magyarországon is aktívan hozzájárulnak ahhoz, hogy a technológiai fejlesztés mögött megbúvó globális, egyrészt a genderviszonyok mentén, másrészt a kapitalista világrendszer centrum-periféria viszonyai mentén strukturált, a nagy gazdasági mozgásoknak – beleértve a válságokat – kitett kizsákmányoló viszonyok láthatatlanok maradjanak, és a technológiai fejlesztés tiszta, legitim útjaként tűnjön fel a félperifériás felzárkózásnak. Mindezt ugyancsak segíti a platformokról szóló domináns diskurzus, amely e vállalatokat csak közvetítőkként, nem pedig aktív ágensként, az egyenlőtlenségek elmélyítőjeként és fenntartójaként tünteti

fel. Az elemzésünk végül arra is rámutatott, hogy a digitális technológia nem csupán há-
tóerő, ami prekár helyzetű egyéni vállalkozókat vagy munkavállalókat a félperiferián is a
szexipar felé mozgat, valamint földrajzi különbségeket és munkamegosztást tart fenn, ha-
nem terméke is a szexiparnak, amit jól mutat a *LiveJasmin* magyarországi példája.

Hivatkozott irodalom

- Arvidsson, Adam és Nicolai Peitersen (2013): *The Ethical Economy: Rebuilding Value After the Crisis*. New York: Columbia University Press.
- Bair, Jennifer (2005): Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward. *Competition & Change* 9(2): 153–180. DOI: <https://doi.org/10.1179/102452905X45382>
- Barbrook, Richard és Andy Cameron (1996): The Californian Ideology. *Science as Culture* 6(1): 44–72. DOI: <https://doi.org/10.1080/09505439609526455>
- Bernstein, Elisabeth (2007): *Temporarily Yours. Intimacy, Authenticity, and the Commerce of Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brasseur, Pierre és Jean Finez (2020): Performing Amateurism: A Study of Camgirls' Work. In *The Social Meaning of Extra Money*. Sidonie Naulin és Anne Jourdain (szerk.). Interneten: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02276740> (letöltve: 2020 május 29.).
- Breen, Marcus (2004): The Music Industry, Technology and Utopia – An Exchange between Marcus Breen and Eamonn Forde. *Popular Music* 23(1): 79–89. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0261143004000054>
- Brenner, Robert (2006): *The Economics of Global Turbulence: The Advanced Capitalist Economies from Long Boom to Long Downturn, 1945–2005*. London és New York: Verso.
- Brents, Barbara G. és Teela Sanders (2010): Mainstreaming the Sex Industry: Economic Inclusion and Social Ambivalence. *Journal of Law and Society* 37(1): 40–60. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6478.2010.00494.x>
- Brophy, Enda és Greig de Peuter (2007): Immaterial Labour, Precarity, and Recomposition. In *Knowledge Workers in the Information Society*. Catherine McKercher és Vincent Mosco (szerk.). Lanham: Lexington Books, 177–191.
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage*. New York: Peter Lang.
- Bryson, John R. (2007): The Second Global Shift: The Offshoring or Global Sourcing of Corporate Services and the Rise of Distanced Emotional Labour. *Geografiska Annaler: Series B Human Geography* 89(1): 31–43. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2007.00258.x>
- Casilli, Antonio A. (2018 [2016]): Létezik-e digitális munkakultúra? A munka marginalizációja, globális egyenlőtlenségek és kolonialitás. *Fordulat* (23): 122–153.
- Collins, Steve és Sherman Young (2014): *Beyond 2.0. The Future of Music*. Sheffield és Bristol, CT: Equinox.
- Cronin, Blaise és Elisabeth Davenport (2006 [2001]): E-Rogenous Zones: Positioning Pornography in the Digital Economy. *The Information Society* (17): 33–48. DOI: <https://doi.org/10.1080/019722401750067414>
- Czirfusz Márton, Ivanics Zsófia, Kovai Cecília és Meszmann T. Tibor (2019): A magyarországi munkásság a hosszú lejáratban. *Fordulat* (26): 142–170.
- Dicken, Peter (2015 [1986]): *Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy*. London: Sage.
- „Discover the New Applications of Docler Holding” (2014): *Itone.lu* (április 23.). Interneten: <https://www.itone.lu/actualites/discover-new-applications-docler-holding> (letöltve: 2020 május 29.).
- „Docler Holding in Luxembourg – 50+ Reasons to Work Here” (2017): *YouTube.com* (március 27.). Interneten: <https://www.youtube.com/watch?v=DHBVICaliz4> (letöltve: 2020 május 29.).
- „Docler Holding Press Release” (2014): *Doclerholding.com* (április 23.). Interneten: https://www.doclerholding.com/static/mail/press/press_release_docler_holding_20140423.pdf (letöltve: 2020 május 29.).
- Doorn, Niels van és Olav Velthuis (2018): A Good Hustle: The Moral Economy of Market Competition in Adult Webcam Modeling. *Journal of Cultural Economy* 11(3): 177–192. DOI: <https://doi.org/10.1080/17530350.2018.1446183>
- Drahokoupil, Jan és Agnieszka Piasna (2017): Work in the Platform Economy: Beyond Lower Transaction Costs. *Intereconomics* 52(6): 335–340. DOI: <http://doi.org/10.1007/s10272-017-0700-9>
- Drolet, Gabrielle és Shane O'Neill (2020): Sex Work Comes Home. *The New York Times* (április 10.). Interneten: <https://www.nytimes.com/2020/04/10/style/camsoda-onlyfans-streaming-sex-coronavirus.html> (letöltve: 2020 május 29.).

- Dunaway, Wilma A. (2018 [2012]): A félproletár háztartás a modern vilárendszer *longue durée*-je folyamán. *For-dulat* (23): 53–87.
- Ekman, Kajsa. E. (2013): *Being and Being Bought: Prostitution, Surrogacy and the Split Self*. Melbourne: Spinifex Press.
- Figueira, Janaina Moreira (2015): *Global Affective Network: An Analysis of Paid Live Adult Cams*. (Doktori disz-szertáció.) Melbourne: University of Melbourne.
- Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Perseus Book Group.
- Forrester, Katrina (2016): Making Sense of Modern Pornography. *The New Yorker* (szeptember 19.). Interneten: <http://www.newyorker.com/magazine/2016/09/26/making-sense-of-modern-pornography> (letöltve: 2020 má-jus 29.).
- Friderikusz show: Gattyán György (2013): *YouTube.com* (október 10.). Interneten: <https://www.youtube.com/watch?v=yqKHAzoiQY&t=1728s> (letöltve: 2020 május 29.).
- Fuchs, Christian (2014): *Digital Labour and Karl Marx*. New York és London: Routledge.
- Gillespie, Tarleton (2010): The Politics of „Platforms”. *New Media & Society* 12(3): 347–364.
- Gill, Rosalind (2002): Cool, Creative and Egalitarian? Exploring Gender in Project-Base New Media Work in Euro-pe. *Information, Communication & Society* 5(1): 70–89.
- Gill, Rosalind és Andy C. Pratt (2008): Precarity and Cultural Work in the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. *Theory, Culture & Society* 25(7–8): 1–30. DOI: <https://doi.org/10.1177/0263276408097794>
- Gregor Anikó, Csányi Gergely és Dész Fanni (2020) „Pest megér egy testet” – A magyarországi pornóipar a hosz-szú kilencvenes években mint a világgazdaságba való reintegráció egy patriarchális formája. *Replika* (117–118): 53–91. DOI: <https://doi.org/10.32564/117-118.3>
- Hesmondhalgh, David (2007 [2002]): *The Cultural Industries*. Los Angeles, London, Új-Delhi, Szingapúr és Wa-shington, DC: Sage.
- Hesmondhalgh, David és Sarah Baker (2011): *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. London és New York: Routledge.
- Hopkins, Terence K. és Immanuel Wallerstein (1977): Patterns of Development of the Modern World-System. *Review* 1(2): 111–145.
- Jacobs, Emma (2015): Porn's New Marketing Tactics. The Adult Industry is Building its Brands in an Effort to Counter Digital Disruption. *Financial Times* (június 23.). Interneten: <https://www.ft.com/content/7bce6750-1408-11e5-9bc5-00144feabd0> (letöltve: 2020 május 29.).
- Jones, Angela (2016): “I Get Paid to Have Orgasms”: Adult Webcam Models’ Negotiation of Pleasure and Danger. *Journal of Women in Culture and Society* 42(1): 227–256. DOI: <https://doi.org/10.1086/686758>
- Jones, Angela (2020) *Camming: Money, Power, and Pleasure in the Sex Work Industry*. New York: New York Uni-versity Press.
- Kingsley, Sara Constance, Mary L. Gray és Siddharth Suri (2015): Accounting for Market Frictions and Power Asymmetries in Online Labor Markets. *Policy & Internet* 7(4): 383–400. DOI: <https://doi.org/10.1002/poi3.111>
- Langlely, Paul és Andrew Leyshon (2017): Platform Capitalism: The Intermediation and Capitalisation of Digital Economic Circulation. *Finance and Society* 3(1): 11–31. DOI: <https://doi.org/10.2218/finsoc.v3i1.1936>
- Lambregts, Bart, Niels Beerepoot és Robert C. Kloosterman (2016): *The Local Impact of Globalization in South and Southeast Asia: Offshore business processes in services industries*. London – New York: Routledge.
- Luxembourg Trade and Invest* (2018) Docler Holding, from a Garage to the Whole World. (Május 7.) Interneten: <https://www.tradeandinvest.lu/news/docler-holding-from-a-garage-to-the-whole-world/> (letöltve: 2020 május 29.).
- Macleane, Gavin, Abigail Marks és Shiona Chillas (2017): Women, Work and Technology: Examining the Under-representation of Women in ICT. In *The New Digital Workplace: How New Technologies Revolutionise Work*. Kendra Briken, Shiona Chillas, Martin Krzywdzinski és Abigail Marks (szerk.). London: Palgrave Macmillan, 177–194.
- Magaudda, Paolo (2020): Music Scenes as Infrastructures: From Live Venues to Algorithmic Data. In *Popular Mu-sic, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream*. Tófalvy Tamás és Barna Emilia (szerk.). Cham: Palgrave Macmillan, 23–41.
- Martin, David, Jacki O’Neill, Neha Gupta és Benjamin V. Hanrahan (2016): Turking in a Global Labour Market. *Computer Supported Cooperative Work* 25(1): 39–77. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10606-015-9241-6>
- Mathews, Paul Willams (2015): Piece-Rates as Inherently Exploitative: Adult/Asian Cam Models as Illustrative. *New Proposals: Journal of Marxism and Interdisciplinary Inquiry* 7(2): 56–73.
- Mathews, Paul Willams (2017): Cam Models, Sex Work, and Job Immobility in the Philippines. *Feminist Economics* 23(3): 160–183. DOI: <https://doi.org/10.1080/13545701.2017.1293835>

- McRobbie, Angela (1998): *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* Hove: Psychology Press.
- McRobbie, Angela (2002): From Holloway to Hollywood: Happiness At Work in the Cultural Economy. In *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. Paul Du Gay és Michael Pryke (szerk.) London: Sage, 97–114.
- Meszmann T. Tibor (2018): Industrial Relations and Social Dialogue in the Age of Collaborative Economy. National Report Hungary. *CELSI Research Report No. 27*. Interneten: https://celsi.sk/media/research_reports/RR27.pdf (letöltve: 2020 május 29.).
- Nayar, Kavita Iлона (2017): Working it: the professionalization of amateurism in Digital Adult Entertainment. *Feminist Media Studies* 17(3): 473–488. DOI: <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1303622>
- Nlc.hu (2020): Százmillió forinttal és maszkokkal, titokban segít a harcban Gattyán György. *Nlc.hu* (április 3.). Interneten: <https://nlc.hu/ezvan/20200403/gattyan-gyorgy-koronavirus-adomanyok/> (letöltve: 2020 május 29.).
- Oram, Andy (2001): *Peer-to-Peer: Harnessing the Power of Disruptive Technologies*. Sebastopol: O'Reilly.
- Országh Kitti (2019): „Ezt mégsem érzem szexmunkának” – Sophie Lust mesél a webcammodellek világáról. *Nlc.hu* (május 21.). Interneten: <https://nlc.hu/ezvan/20190521/sophie-lust-webcam-modell-interju> (letöltve: 2020 május 29.).
- Paasonen, Susanna (2010): Labors of Love: Netporn, Web 2.0 and the Meanings of Amateurism. *New Media Society* 12(8): 1297–1312. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810362853>
- Perdue, Lewis (2004): *EroticaBiz: How Sex Shaped the Internet*. *Net.sexxx: Readings on Sex, Pornography and the Internet*. Sonoma, CA: IdeaWox.
- Piasna, Agnieszka és Jan Drahokoupil (2017): Gender Inequalities in the New World of Work. *Transfer: European Review of Labour and Research* 23(3): 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1177/1024258917713839>
- Prahalad, C. K. és Venkat Ramaswamy (2004): *The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers*. Boston: Harvard Business School Press.
- Pratt, Andy C. (2004): Creative Clusters: Towards the Governance of the Creative Industries Production System? *Media International Australia* 112(1): 50–66. DOI: <https://doi.org/10.1177/1329878X0411200106>
- Rabouin, Dion (2016) Camming Gives Internet Porn Fans a Personal Touch. *Newsweek* (január 16.). Interneten: <http://europe.newsweek.com/camming-internet-porn-personal-touch-416577?rm=eu> (letöltve: 2020 május 29.).
- Ritzer, George és Nathan Jurgenson (2010): Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital „Prosumer”. *Journal of Consumer Culture* 10(13): 13–36. DOI: <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Ruberg, Bonnie (2016): Doing it for Free: Digital Labour and the Fantasy of Amateur Online Pornography. *Porn Studies* 3(2): 147–159. DOI: <https://doi.org/10.1080/23268743.2016.1184477>
- Richtel, Matt (2013): Intimacy on the Web, with a Crowd. *New York Times* (szeptember 21.). Interneten: http://www.nytimes.com/2013/09/22/technology/intimacy-on-the-web-with-a-crowd.html?pagewanted=all&_r=2& (letöltve: 2020 május 29.).
- Roberts, Sarah T. (2014): *Behind the Screen: The Hidden Digital Labor of Commercial Content Moderation*. (Doktori disszertáció.) University of Illinois.
- Sanders, Theela, Maggie O'Neill és Jane Pitcher (2009): *Prostitution: Sex Work, Policy and Politics*. Sage Publications.
- Sarikakis, Katharine és Zeena Shaukat (2008): The Global Structures and Cultures of Pornography: The Global Brothel. In *Feminist Interventions in International Communication. Minding the Gap*. Katharine Sarikakis és Leslie Regan Shade (szerk.). Lanham, Boulder, New York, Toronto és Plymouth: Rowman & Littlefield, 106–126.
- Sedláková, Mária (2018): Industrial Relations and Social Dialogue in the Age of Collaborative Economy (IRSDACE), National Report: Slovakia. *CELSI Research Report 28*. Interneten: <https://ideas.repec.org/p/cel/report/28.html> (letöltve: 2020 május 29.).
- Senft, Theresa M. (2008): *Camgirls. Celebrity and Community in the Age of Social Networks*. New York: Peter Lang.
- Seres Szilvia (2019): „Azt gondolom, hogy fejlesztőként nem az a dolgunk, hogy kódot írjunk, hanem hogy értéket teremtünk...” *Digikult.hu* (március 6.). Interneten: <http://www.digikult.hu/2019/03/06/felho/> (letöltve: 2020 május 29.).
- Scoular, Jane (2004): The „Subject” of Prostitution: Interpreting the Discursive, Symbolic and Material Position of Sex/Work in Feminist Theory. *Feminist Theory* 5(3): 343–355. <https://doi.org/10.1177/1464700104046983>
- Shirky, Clay (2008): *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. London: Penguin.
- Spirk József (2020): Gattyán György „megvette” a Kodolányi János egyetemet. *24.hu* (március 26.). Interneten: <https://24.hu/belfold/2020/03/26/gattyan-gyorgy-kodolanyi-janos-egyetem/> (letöltve: 2020 május 29.).
- Srnicek, Nick (2017): *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity.
- Sullivan, Rebecca és Alan McKee (2015): *Pornography: Structures, Agency and Performance*. Cambridge: Polity.
- Szabó Natasa (2016): A magyar startupok és a kapitalizmus szelleme. A morális és gazdasági felzárkózás stratégiája

- a félperiférián. *Replika* (99): 109–125.
- Szentgyörgyi Rita (2019) Hozleiter Fanny Mosolyka: Nem akarom senkivel elhítni, hogy mindig boldog vagyok. *Hvg.hu* (december 27.). Interneten: https://hvg.hu/élet/20191227_Hozleiter_Fanny_Mosolyka_Nem_akarom_senkivel_elhítni_hogy_mindig_boldog_vagyok (letöltve: 2020 május 29.).
- Taylor, Stephanie (2015): A New Mystique? Working for Yourself in the Neoliberal Economy. *The Sociological Review* 63(1): 174–187. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-954x.12248>
- Thomke, Stefan H. (2003): *Experimentation Matters: Unlocking the Potential of New Technologies for Innovation*. Brighton, MA: Harvard Business School Press.
- Velthuis, Olav és Niels van Doorn (2020): Weathering Winner-Take-All. How Rankings Constitute Competition on Webcam Sex Platforms, and What Performers Can Do About It. In *The Performance Complex: Competitions and Valuations in Social Life*. David Stark (szerk.). Oxford: Oxford University Press (megjelenés alatt).
- Wallerstein, Immanuel (2010 [2004]). *Bevezetés a világregndszer-elméletbe*. Budapest: L'Harmattan. Interneten: <http://www.eszmelet.hu/wp-content/uploads/2014/05/Wallerstein-%C3%BAj.pdf> (letöltve: 2020 május 29.).

Barna Émília

Szociológus, Helyzet Műhely (Budapest); egyetemi adjunktus, BME Szociológia és Kommunikáció Tanszék (Budapest)

Katona Noémi

Szociálintropológus, Helyzet Műhely (Budapest); fiatal kutató, Társadalomtudományi Kutatóközpont, Szociológiai Intézet (Budapest)

