

VESZELSZKI ÁGNES – ACZÉL PETRA

Erotikus és pornóinfluenzerek, különös tekintettel az OnlyFans portálra¹

Erotic and porn influencers, with a special focus on the OnlyFans portal

Absztrakt

A média- és kommunikációelméleti fókuszú áttekintő tanulmány célja, hogy az eddig elvégzett médiakutatások alapján kommunikációs, internetbiztonsági, pénzügyi és gyermekvédelmi szempontból tárgyalja az erotikus influenzerek és az online szexmunkások tevékenységének változását, a szelfialapú marketing szexualizálódásának folyamatát és a camming (azaz webkamerázás) jelenségét, végül pedig bemutassa a legismertebb, hétköznapi felhasználók által is generált erotikus/pornótartalmakat közlétező oldal, az OnlyFans létrejöttét, jellegzetességeit és megítélését, kitérve a potenciális hatásokra is. A leíró-elemző tanulmány következtetése, hogy a mainstream online médiában megjelenő képpel ellentétben a pornóinfluenzerei aktivitás: 1. nehéz, lelkiileg és fizikailag is megterhelő online tevékenység, amely a követői bázis felépítése és fenntartása miatt heti hétnapos elfoglaltságot jelent, és egy-két kivételtől eltekintve csupán az eredetileg is nagy ismertségű személyek tudnak kiemelkedően magas jövedelemre szert tenni; 2. az online szexmunkásokat is érinti a cyberbullying, a zaklatás, az online, sőt offline stalking jelensége; 3. a stigmatizáció valós veszély, amely az adott személy teljes egzisztenciáját ellehetetlenítheti, családi-baráti-munkatársi kapcsolatait tönkretetheti.

Kulcsszavak: influenszermarketing, online pornográfia, erotikus influenzerek, gyermekvédelem, OnlyFans

Abstract

The media- and communication-oriented research review article introduces the most recent common findings on the changing activities of erotic influencers and online sex workers from the perspectives of communication, internet safety, financial issues and child protection, describes the process of sexualisation of selfie-based marketing and the phenomenon of camming, and finally discusses the creation, characteristics and perception of the most well-known ero-

¹ A szerzők köszönik a támogatást a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatudományi Intézetének.

tic/porn content site titled OnlyFans, with regard to its potential impacts. The study concludes that, contrary to the mainstream online media image, pornographic (influencer) activity is: 1. a difficult, mentally and physically demanding online activity, which is a seven-day-a-week occupation to build and maintain a follower base, and, with some exceptions, only those with a high profile can earn a high income; 2. online sex workers are also affected by cyberbullying, harassment, online and even offline stalking; 3. stigmatisation is a real threat that can undermine a person's entire existence and destroy their family-friend-worker relationships.

Keywords: influencer marketing, online pornography, sexualisation, erotic influencers, child protection, OnlyFans

1. Bevezető

Imádják az OnlyFansen azt a fiatal nőt (tízezernél is több OnlyFans feliratkozóval rendelkezik), akinek az egyik melle kétszer nagyobb a másiknál. Korábban felajánlottak neki egy korrekciós műtétet, ám a hírek szerint a fiatal lány elfogadta önmagát, „azóta pedig nyitott egy OnlyFans fiókot is, ahová mindenféle pikáns fotót tölt fel követőinek, a siker pedig nem maradt el”.²

Egy anya és lánya együtt indított OnlyFans-oldalt, amelyen meztelen fotókat osztanak meg magukról, és ezzel havonta közel nyolcezer forintot, azaz négy millió forintot is megkeresnek. Ugyan anyagilag sikeresek, ám sokan betegesnek és perverznek tartják őket.³

Elbocsátották az iskolájából – nem helyénvaló fotók közzététele miatt – azt az Indiana állambeli tanárnőt, aki egyedül neveli ikergyermekeit, és az OnlyFans-oldalon próbálta kiegészíteni a jövedelmét. A fotókat egy blogger kapcsolta össze a nő elérhetőségével, és küldte el az iskola vezetésének is. A tanár azt állította, hogy valóban eladott képeket magáról, de soha nem pornózott.⁴

Így szólt három hír 2022 őszéről az erotikus és pornójellegű tartalmairól elhíresült OnlyFans oldalról a magyar online sajtóból. E sajtóbeszámolók alapján úgy tűnhet, hogy a meztelen, erotikus fotók és videók közzététele a társadalmi megítélés szempontjából rizikós, ám izgalmas, érdekes, ki-

² Bazsó 2022b.

³ Bazsó 2022a.

⁴ W1.

emelkedő népszerűséget lehetővé tévő, ezáltal jelentős anyagi hasznot hozó tevékenység, amely akár „karrier- és kitörési lehetőséget” is jelenthet azoknak, akik (időlegesen) anyagi nehézségekkel küzdenek.

A tanulmány a médiatérben megjelenő erotikusinfluenzser-jelenségbe kíván betekintést nyújtani, tekintettel arra, hogy az erről a jelenségről szóló populáris vagy hírműfajú médiatartalmak a tevékenységet hajlamossá új, anyagilag sikeres foglalkozásformaként is értelmezni. A tanulmányunk célja tehát, hogy a vonatkozó szakirodalom alapján kommunikációelméleti és gyakorlati szempontból áttekintse az influenzerekre épülő (marketing)aktivitásokat, különös tekintettel az erotikus influenzerekre, bemutassa a nyilvános kommunikációs arénában megjelenő, szelfialapú piacositás szexualizálódásának folyamatát és a camming (azaz webkamerázás) jelenségét, végül pedig összegezze a legismertebb, hétköznapi felhasználók által generált erotikus/pornótartalmakat közlétező oldal, az OnlyFans létrejöttét, jellegzetességeit és megítélését, kitérve a potenciális hatásokra is. Mivel ez az első, általános betekintést nyújtó kommunikációtudományi metakutatás a témában magyar nyelven,⁵ így a témafelvetéssel és megközelítésmódok változatosságával célunk a további, erre az áttekintésre építő empirikus kutatások ösztönzése, a jelenséghez kapcsolódó tudományos-szakmai diskurzusok élénkítése.

2. Az influenzserjelenség

A közösségi médiában sokak által követett (mikro)celebritások véleményformálóként (*opinion leader*) is működnek⁶ – ami pedig anyagi haszonnal is járhat számukra: a marketingesek egyre gyakrabban keresnek meg online véleményvezéreket, hogy anyagi támogatásért vagy termék(minták)ért szubtilis vagy nyíltabb módon hivatkozzanak egy-egy árucikkre, szolgáltatásra (*influencer marketing*). Az influenzerek olyan sajátos, különleges viszony kialakítására képesek a közönségükkel, amelynek elérésére a márkáknak nincsen lehetőségük a hagyományos hirdetési eszközökkel. Az elérés hatóköre szerint megkülönböztethetőek a kisebb közönséghez szóló nano- és mikroinfluenzerek a világméretű tömegeket elérő cele-

5 A cikk első változata 2022 novemberében készült.

6 Vö. Marwick–Boyd 2010; Senft 2008.

bektől.⁷ Az influenzerek rendszerint magas követő/követett számaránnyal rendelkeznek, vagyis sok (számukra ismeretlen) ember kapcsolódik követőként az oldalukhoz, míg ők viszonylag kis számú felhasználót követnek.

Rojek⁸ hármas modelljében a híresség három forrását különíti el egymástól: 1. örökölt (*ascribed*): az ismertséget örökölte a személy híres szülőktől, rokonoktól, mint például a királyi családok tagjai vagy ismert szülők gyerekei; 2. elért (*achieved*): eredmények vagy tehetség révén szerzett híresség, például sportolók, politikusok vagy tudósok esetén; 3. hozzárendelt (*attributed*): iparági szereplők által, bizonyos igények kielégítésére megteremtett nyilvános perszóna.⁹ Az influenzerek e három kategória bármelyikébe tartozhatnak: elképzelhető, hogy más híres személy ismertségére építenek (például ismert férfi feleségeként mediakarrierbe kezdenek); vagy sportolói karrier után fitness- vagy életmódtémákban tanácsadást és termékajánlást vállalnak; esetleg egy valóságshow szereplőiként megszerzett ismertségüket váltják készpénzre a közösségi média segítségével.

Az influenzerek *do-it-yourself* típusú közösségimédia-felhasználók, akik maguk alkotják meg a digitális személyiségüket, a tartalmakat, és építik fel a saját közönségüket.¹⁰ Akkor értékesek egy vállalat vagy márka számára, ha képesek arra, hogy felhívják a figyelmet saját magukra – és az általuk népszerűsített termékekre. A (platformtól függő) követőszám alapján mikro-, makro- és megainfluenszereket szokás egymástól elkülöníteni.¹¹

Theresa Senft¹² a mikrocelebritásokat úgy jellemzi, hogy olyan online viselkedésmódot, stílust képviselnek, amelynek célja, hogy a különböző webes eszközökkel, videóval, blogokkal és a közösségi média használatával a saját népszerűségüket növeljék (megjegyzendő, hogy Ruiz-Gomez¹³ szerint eltér egymástól a mikrocelebritás és a mikroinfluenszer fogalma, mi itt szinonimaként kezeljük). A mikroinfluenszerek a mainstream szórakoz-

7 Pellicer 2018.

8 Rojek 2001.

9 Vö. Ruiz-Gomez 2019.

10 Uo. 15.

11 Uo. 16.

12 Senft 2008, 25.

13 Ruiz-Gomez 2019.

tatóipari celebritásokkal szemben egy szűkebb, ún. niche csoport számára lesznek híresek,¹⁴ ám számukra sokkal hitelesebb perszónát tudnak kialakítani a nagy és elérhetetlennek tűnő sztárokhöz képest.¹⁵ Marwick¹⁶ nyomán, az ő megállapításait kiegészítve azt mondhatjuk, hogy a speciális közönség megszólítása mellett egy sajátos viselkedésmód is társul a mikroinfluenzser-státuszhoz: ezek a személyek a közösségi oldalak transzparenciát idealizáló közegében vannak jelen, ennek figyelembevételével alkotnak tartalmat, miközben a ténylegesen megkapott figyelemtől függetlenül influenzerként, hírességként definiálják magukat, amihez bizonyos fokú exhibicionizmusra is szükség van. A legújabb trendek szerint a fiatalabb fogyasztók megnyerésében a kisebb, de lojalitás kiépítésére képes influenzerek játszanak stratégiai szerepet.¹⁷ Egy kilencezer fős, az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Kanadában, Németországban, Franciaországban és Ausztráliában végzett felmérés¹⁸ szerint a felhasználók 56 százaléka inkább „hétköznapi” embereket szeret követni a közösségi médiában, mint celebritásokat, őket tekintik megbízható tanácsadóknak akár vásárlási kérdésekben is.

Az intimitás és autenticitás – legalábbis annak látszata – a közösségi médiabeli, különösen az instagramos siker egyik titka.¹⁹ Az influenzerek úgy kommunikálnak a követőkkel, mintha barátok lennének: személyes pillanatokat osztanak meg, betekintést adnak az életükbe („a kulisszák mögé”) – vagy ezt az érzést adják a rajongóknak. Alice Marwick²⁰ szerint az ún. *stratégiai intimitás* révén az influenzerek könnyebben el tudják érni közönségüket, és még nagyobb népszerűsége tudnak szert tenni.

A követőbázis az ún. *advertorial* típusú tartalmakkal és a különböző eseményeken való fizetett megjelenésekkel monetizálható. Maga az *advertorial* szó az angol *advertisement* ‘hirdetés’ és *editorial* ‘szerkesztőségi cikk’ vegyítéséből származik, és arra utal, hogy az alkotók kifejezetten személyessé tett, a saját véleményüket hangsúlyozó termékmegjelenítéseket tesznek közzé az oldalukon. A személyes narratíva miatt ezek hatékonyabb-

14 Marwick 2013, 114.

15 Abidin 2016.

16 Marwick 2013, 114.

17 Jacobs 2021.

18 Owen 2021.

19 Simon 2019.

20 Marwick 2015a, b.

nak bizonyulnak a fogyasztók figyelmének felkeltésében, mint a tárgyilagos hirdetések.²¹ Az influenszerhirdetések ára elsősorban a véleményvezér követőszámától, a terméktől és a kampány jellegétől függ, és az ügynökségeknél üzleti titoknak minősül.

Az influenszerjelenség világszerte dollármilliárdos üzletté vált (2020-ban 5-10 milliárd dollárosra becsülték a pénzügyi jelentőségét²²). Az influenszermarketing közvetlen bevételi forrást jelenthet a közösségi médiában aktív véleményvezéreknek, de nem feltétlenül az általuk reklámozó cégeknek. Az influenszereknek a fiatalok nemcsak sokszor jobban hisznek, mint a márkák hivatalos képviselőinek, hanem esetenként ők maguk is fontolgatják az influenszerkarriert: a 2020-as Kárpát-medencei Ifjúságkutatás során megkérdezett 15–29 évesek 8 százaléka tartja valószínűnek, hogy influenszerként, youtuberként fog pénzt keresni néhány éven belül.²³ Egy 2019-es vizsgálat alapján a megkérdezett kétezzer amerikai fiatal 54 százaléka szeretne influenszerré válni, ha lehetőségük adódik rá; miközben 86 százaléuk hajlandó fizetségért cserébe márkákról posztolni, közülük 20 százalék ezt abban az esetben is megtenné, ha egyébként nem szereti a reklámozandó terméket.²⁴

3. A szelfi – mint mediatizált énmegjelenítés – szexualizálódása

Az influenszerek jellemzően a *prosumer* tartalomalkotói szerep képviselői. A Toffler²⁵ nevéhez kötődő *prosumerism* fogalom eredetileg arra utalt, hogy a fogyasztók saját maguk állítják elő azokat a termékeket vagy szolgáltatásokat, amelyeket igénybe vesznek (elkészítik a saját ruhájukat, autójukat, zöldséget termelnek stb.). A kifejezés az online világban új jelentést kapott, mivel a hagyományos, a Gutenberg-galaxishoz köthető szerző-olvasó viszony megváltozott, közvetlenebb és dialogikus lett: a közösségi médiában az olvasó szerzővé is válhat. A web 2.0 lényege az interaktivitás: ezek az

21 Abidin 2016, 7.

22 Drenten et al. 2020, 42.

23 Székely–Veszelszki 2021.

24 W5.

25 Toffler 1980.

online szolgáltatások a közösségre épülnek, a részt vevő online közösség készíti és fogyasztja a tartalmat. A *producer* 'alkotó' és *consumer* 'fogyasztó' angol szavak kontaminációjával *prosumer*nek nevezik az alkotó-fogyasztót.²⁶ A prosumerként működő influenzerek egyúttal személyiségüket, énjüket is a tartalom szerves részévé teszik, tehát saját magukat részben vagy teljesen terméké, szolgáltatássá formálják.

Az influenzerek között domináns a nők szerepe.²⁷ Ők azok, akik meghatározzák, hogy a hétköznapi felhasználók milyen kulturális mintákat követnek,²⁸ például a termékmegjelenítések posztokba integrálásával vagy akár a (női) test megjelenítésének sztenderddé váló mintáival. Abidin²⁹ ún. *szelfialapú marketingről* beszél (*selfie-based marketing*): ez azt jelenti, hogy az influenzerek számára a testük (lefényképezése) az egyik produktum, amellyel termékeket és szolgáltatásokat el tudnak adni a közösségi média, kiemelten az Instagram felületén.

A szelfi Senft és Baym³⁰ szerint egyszerre kulturális artefaktum és társadalmi gyakorlat. A jó szelfi készítésébe beletartozik – amellett, hogy az alkotója képes egy jól keretezett, technikailag megfelelő önportrét megalakítani – az is, hogy oly módon szerkeszti meg a képet, hogy maximalizálja annak a kedvelhetőségét (*likeability*³¹), hiszen a posztra érkező lájkok száma mutatja meg a kép, illetve a készítőjének a népszerűségét (vö. *lájkgazdaság*³²). A felhasználói figyelem a lájkok révén kvantifikálhatóvá, ezáltal monetizálhatóvá vált. Az influenzerek (szemi)professzionális szelfikészítővé képezték ki magukat – hiszen egy-egy jó önfotótól a bevételeik is függenek.³³ Több kutatás³⁴ is foglalkozott azzal, hogy egy nem szexuális témájú szelfi esetén is a női (én)reprezentáció gyakran szexuális jelleget ölt. Ez a fajta kulturális nyomással magyarázható, amely a női szexualitást magasra értékeli, és a figyelemfelkeltés hatékony eszközének tekinti.³⁵ Az

26 Veszelszki 2017.

27 Abidin 2016.

28 Drenten et al. 2020.

29 Abidin 2016, 1.

30 Senft–Baym 2015, 1588–1589.

31 Abidin 2016, 4.

32 Veszelszki 2018.

33 Abidin 2016, 4.

34 Többek között: Carrotte–Prichard–Lim 2017; Hall–West–McIntyre 2012; Kapidzic–Herring 2015; Manago et al. 2008; Ringrose 2011.

35 David 2009, 84; Veszelszki 2011, 132; Daniels 2016.

online közegben a szexualitás gyakorta összekapcsolódik az ún. pornósikkel (*porn chic*³⁶). Ez egy olyan (főként a nyugati világban), nagyjából az ezredforduló környékén kezdődött és még jelenleg is zajló kulturális változásra utal, amelynek során a pornográf (hatású) testbemutató stílus lesz a meghatározó a divatban és a populáris kultúrában. Eszerint „a bujaság lett a menő” („*raunch became the new cool*”³⁷). A szakirodalom pornifikációként (*pornification*) ír e folyamatról, amelynek során „a pornó kilép a rejtett és sok esetben hivatalosan is tiltott szubkulturájellegéből és a populáris kultúra területére beszivároghatva láthatóbbá és normaalkotó erejűvé válik”³⁸, és e normalizáló folyamat során a pornó a populáris kultúra részévé válik, és hatással lesz az emberi kapcsolatokról, a szexualitásról és az intimitásról alkotott elképzelésekre is.³⁹ A „szexiség” egyre inkább elvárás a nőekkel szemben az online térben, ezzel egy időben pedig a pornografizált képek váltak a „szexi” normájává.⁴⁰ Ez a másutt pornografizálódásnak nevezett jelenség (*pornographication*⁴¹) többféle formában manifesztálódik: a bulvármédiában, marketingkampányokban, filmen, illetve jellemzően közösségimédia-posztokban és szelfikben.

Drenten és munkatársai⁴² közösségi médiába feltöltött női influenszerszelfik elemzése során öt szereptípust különítettek el az önmagukat árucikké tévő influenszerek esetén (1. ábra). Az önkommodifikációs (*self-commodification*) kontinuum a nem monetizált és alacsony figyelmet generáló gyakorlatoktól a monetizált és magas figyelmet elérő gyakorlatokig terjed. Az öt kategória a következő: reménykedők (*hopefuls*), hengegők (*boasters*), elköteleződők (*engagers*), ösztönzők (*boosters*) és előadók (*performers*).⁴³

36 Lynch 2012.

37 Uo.

38 Gregor et al. 2020, 55.

39 Paasonen et al. 2007; Csányi et al. 2022, 3.

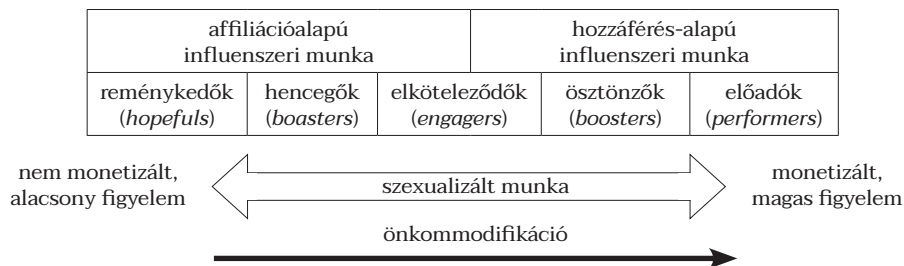
40 Daniels 2016; van Oosten et al. 2015; van Oosten–Vandenbosch 2017.

41 Drenten et al. 2020, 42.

42 Uo.

43 Uo. 42.

1. ábra: A szexualizált (influenzseri) énmegjelenítés fokozatai (Drenten et al.⁴⁴ ábrájának újraserkesztése magyar fordítással)



A reménykedők (*hopefuls*) feltörekvő influenzereknek tekinthetők, akik pénzbeli ellenszolgáltatás nélkül posztolnak márkákhoz kötődő tartalmakat, abban reménykedve, hogy különböző cégek felfedezik őket. A szexualizált pózokat, gesztusokat, stílust (bizonyos testrészeket megmutató beállítások, szűk és rövid ruhák, haj meghúzása, szétnyílt ajkak megérintése, vetkőzés szimulálása), vagyis a pornósikk-esztétika reprodukálását abból a célból alkalmazzák, hogy elnyerjék a követők és a potenciális márkapartnernek figyelmét.⁴⁵

A hencegők (*boasters*) olyan influenzerek, akik informális kapcsolatban állnak a márkákkal, és a termékajánlói munkát rendszerint pénzbeli kompenzáció nélkül vagy alacsony fizetség ellenében végzik. Fizetés helyett gyakran ingyenes ajándékokat, termékmintákat, kuponkódokat kapnak ellenszolgáltatás gyanánt. A pornósikk-kinézet reprodukálása (gugolás, a lábszárra való támaszkodás, a lábak közé helyezett kéz) során a termékeket leginkább feltűnő kellékként használják (például a Drenten és munkatársai⁴⁶ által elemzett egyik fotón a női influenzser egy hajtermék csomagolását használja kellékként a fotóhoz, finoman a nyitott szájához támasztva azt, miközben azonban a kép fókusza nem a hajára, nem is a termékre, hanem a nő melleire irányul). Leggyakrabban ruházati és divattermékek, táplálékkiegészítők, bőr- és szépségápolási árucikkek hirdetésekor jelenik meg ez az influenzsertípus. A szerzők elemezték a posztokhoz érkező kommenteket is, és azt figyelték meg, hogy az előző csoporthoz képest

44 Uo. 50.

45 Harvey–Robinson 2007; Drenten et al. 2020, 51.

46 Drenten et al. 2020, 52–53.

növekedett a szexuális zaklató (agresszív és tárgyiasító) hozzászólások aránya. Az influenszerek feltehetőleg azért nem törlik ezeket a kommenteket az oldalukról, mert az Instagram algoritmus a magas felhasználói aktivitást – a posztra érkező lájkokat és különösen a kommenteket – még nagyobb eléréssel „jutalmazza”.

Az elköteleződők (*engagers*) formálisan is kötődnek bizonyos márkákhoz, pénzügyi ellenszolgáltatásért cserébe készítik a szexualitásra is alapozó tartalmaikat, és építik a saját személyalapú márkájukat (*person-based brand*).⁴⁷ Az erősen koreografált és megrendezett pornósikkos gesztusokat, pózokat, öltözékeket implicit módon arra használják, hogy meggyőzzék a követőiket arról, hogy azok a posztokban szereplő termékek megvásárlásával az influenszerekéhez hasonló, ún. *jet-setting*, azaz gazdag és divatos, kedvtelésből gyakran utazgató luxuséletmódot érhetnek el. Például a szétnyílt ajkakat mutató, csípőjüket kiemelő pózokat nagy dekoltázsú, rendszerint fehér fürdőruhában jelenítik meg egy csillogó luxusnyaraláson, amit összekötnek egy kozmetikai márkával. A képeik őszintének tűnnek, de valójában nagyon is megtervezettek és professzionálisan készültek (ezt *tervezett spontaneitásnak* nevezzük). A kutatók⁴⁸ az agresszivitás, a zaklatás és a tárgyiasítás (például szexuális felkérés, fizikai fenyegetés) az előző csoporthoz képest további növekedését rögzítették a kommentekben.

Az ösztönzők (*boosters*) a saját maguk által forgalmazott termékeket (fürdőruhákat, ruhákat, sminktermékeket, napszemüvegeket, fitnesztermékeket) népszerűsítik a sexualizált munka során. Női influenszerként legfőképpen a saját márkájuk arcaiként szerepelnek. A pornósikk explicittebb elemeit jelenítik meg, amihez saját termékeiket használják kellékként.⁴⁹ Gyakran posztolnak képeket és videókat magukról az edzőteremben, aktívan bemutatva azt a munkát, amit a kinézetük elérése érdekében végeznek, miközben egyúttal az eladásra szánt produktumot (például a fitneszterméket) is népszerűsítik. Az elemzett fotókon olyan pornótrópusokra is támaszkodnak, mint a feneket a figyelem középpontjába állító gugoló póz vagy a fenék megfogására való explicit utalás (például homokos kézlenyomat a pózoló nő fenekén). A korábbiakhoz képest még magasabb a szexuálisan zaklató kommentek száma az esetükben.

47 Uo.

48 Uo.

49 Uo. 57.

Az előadók (*performers*) saját magukat kínálják árucikként: számukra az Instagram (továbbá a Twitter és a Reddit is) a közönségépítés és a követők más platformokra való átirányításának az eszköze.⁵⁰ A profilon hiperlinkkel vagy a poszt alatt leírással megadott külső, szexmunka-specifikus csatornákon (saját weboldalon, Snapchaten vagy az OnlyFans oldalon) az ún. vaníliaoldalaknál nyíltabb szexuális tartalmakat terjesztenek, amelyek prémium előfizetéssel érhetőek el.⁵¹ Az előadók (felnőtt előadók, szexmunkások, modellek) közzétett képei és videói explicit módon pornográf jellegűek: a szereplők a képeken kevés ruhát viselnek, a tartalmak jellemzően privát, intim helyszíneken (például hálószobában) készülnek, és leginkább egy-egy testrészre (fenék, mell) összpontosítanak. A profilleírásukban és a posztok alatt közmegegyezéssel emojik is egyértelművé teszik, hogy a szereplők teste vagy szexuális jellegű szolgáltatásai pénzért kaphatók: a viyorgó arc a flörtölés, a barack a fenék, a padlizsán a pénisz, a három vízcsepp pedig az orgazmus szimbóluma. Ezek az emojik félreérthetetlen szexuális célzasként működnek az online platformokon. Az előadók kiemelten sok szexuálisan agresszív megjegyzést kapnak a követőiktől.⁵²

Drenten et al.⁵³ konklúziója szerint az önkomodifikációs kontinuum végén a nyíltabb szexuális tárgyiasítás és pornografizálódás nagyobb valószínűséggel társul intenzívebb szexuális zaklatással, illetve szexuálisan agresszív megjegyzésekkel. A vizsgálatuk szerint a pornósikk korlátozza a női „szexiség” mintáit a közösségimédia-influenszerek körében, ezáltal ugyanazok a gyakorlatok viszonylag monoton módon ismétlődnek a tartalmakban.

50 Lykousas et al. 2020.

51 Vö. Patella-Rey 2021, 45.

52 Drenten et al. 2020.

53 Uo.

4. A mediatisált szex- és erotikus tartalmak változó előállítása és platformjai

Az utóbbi bő két évtizedben a pornóiparban (is) bekövetkezett gazdasági, technológiai és társadalmi változások radikálisan átalakították a pornósztárszínészek munkáját.⁵⁴ Többek között a kalóztartalmak (online) elterjedése, a közösségimédia-platformok megjelenése és további technológiai változások miatt a hagyományos stúdiórendszer szerepe egyre inkább csökken a pornóiparban. A pornósztárszínészeknek a megélhetésük érdekében – mivel a nagy stúdiók már nem képesek stabil jövedelmet biztosítani számukra – egyre inkább önállósodniuk kellett, alkalmazkodniuk kellett a változásokhoz. Az előadók ma már sokkal inkább vállalkozóként, Pezzutto⁵⁵ kifejezésével pornóvállalkozóként (*pornpreneurs*) gondolkodnak, akik a közösségi médiát használják arra, hogy alaposan kidolgozott személyes márkát építve, erotikus és szexuális szolgáltatások széles skáláját kínálva jövedelemre tegyenek szert.⁵⁶ A stúdióban gyártott pornó mellett az előadók manapság egyedileg előállított klipek értékesítéséből, reklámforgatásokból, webkamerázásból (*webcamming*), fizetett kísérésből (*escorting*), sztriptízből, go-go táncból, telefonszexből, szextingből, szexuális tartalmat kínáló, előfizetéses közösségimédia-platformokon keresztül (mint az OnlyFans és a Snapchat Premium) nyújtott szolgáltatásokból, „sugar daddy-vel” való randizásból, hivatásos dominamunkából vagy akár fehérneműik eladásából jutnak bevételhez.⁵⁷ Az OnlyFanshez hasonló monetizált platformokból származó bevétel sok előadó számára meghaladja a stúdióban gyártott pornóból származó jövedelmet.⁵⁸ A különböző, fizetős online platformokon keresztül történő saját tartalomgyártás hatására még inkább elmosódott a határvonal előadó és producer között.⁵⁹

Az előadók egyrészt marketingeszközként az általuk értékesített tartalmak és szolgáltatások promóciójára használják a közösségimédia-platformokat, másrészt pedig az életükbe való bepillantás révén egyfajta emocionális kapcsolódást is itt építenek fel a rajongóikkal, akik az érzelmi

54 Pezzutto 2019, 31.

55 Uo. 42.

56 Uo. 30.

57 Uo. 42; Bernstein 2019; Alptraum 2018.

58 Bernstein 2019.

59 Pezzutto 2019, 44.

involváltság révén anyagilag is elkezdik az előadókat támogatni: megvásárolják a videóikat, feliratkoznak a prémium platformokra, ajándékokat vesznek nekik az Amazon kívánságlistájukról vagy egyszerűen pénzt küldenek nekik.⁶⁰ A követők száma a pornóiparban is a hírnév és a státusz mérőeszközzé vált: a magas követőszám nemcsak több eladással, hűségesebb rajongókkal jár együtt, hanem abban is döntő lehet, hogy ki kaphat egy filmért magasabb fizetést, ki kapja a pornóvideó-borítókön a kiemeltnek számító középső pozíciót. A közösségimédia-oldalak tehát portfólióként és önéletrajzként is funkcionálnak az előadók számára, specialitásaikat és (el)ismertségi szintjüket is prezentálva egyúttal.⁶¹

Lykousas és munkatársai⁶² a FanCentro oldalról gyűjtött adatokon végeztek empirikus kutatást. A FanCentro olyan platform, amelyen az előadók a privát közösségimédia-fiókjaikra árulnak előfizetést a rajongói bázisuknak, emellett közvetlenül is értékesíthetnek privát tartalmakat az előfizetőknek. 16 488 felhasználó profilattribútumainak elemzése alapján azt állapították meg, hogy az ott jelen lévő előadók többsége heteroszexuális nőként azonosítja magát; a legnagyobb életkori csoportot a 20 és 25 év közötti korosztály alkotja. A leggyakrabban használt címkék többnyire pornográf kifejezéseket tartalmaznak. A szerzők meglepő következtetése az volt, hogy ezen az oldalon az előadóknak csak igen kis hányada tud bevételre szert tenni – bár véleményünk szerint ez azzal is összefügg, hogy az oldal más felületekhez képest kevésbé ismert, ráadásul a közösségimédia-profilhoz való előfizetés vásárlása kétszeres áttételt jelent a tartalomhoz való hozzáférés kapcsán.

Az Egyesült Államokban 2018-ban bevezetett Stop Enabling Sex Traffickers Act (SESTA) és az Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act (FOSTA) törvénycsomag pontosította a szexkereskedelemre vonatkozó törvényt, miszerint a szexkereskedelemhez való tudatos segítségnyújtás, annak elősegítése, támogatása is illegálisnak minősül.⁶³ Egyúttal módosították azt a rendelkezést, amely a korábbiakban az online szolgáltatásokat mentesítette a felhasználók cselekedetei miatti polgári jogi felelősség alól. A rendelkezés tehát kriminalizálta a szexuális szolgál-

60 Uo. 45; Patella-Rey 2021, 12.

61 Pezzutto 2019, 45.

62 Lykousas et al. 2020.

63 W7, W8.

tatások reklámozását, ezután számos platform proaktív módon eltávolította a szexmunkások fiókjait (annak ellenére is, hogy a posztjaikban a meztelenség mértéke nem feltétlenül haladta meg a nem szexmunkásokét, illetve hogy a pornográfia legális az Egyesült Államokban). Az előadók erre úgy reagáltak, hogy egyre inkább színésznőként, szórakoztató művészként (*entertainer*) vagy modellként hirdették magukat a továbbiakban, és eltávolítottak minden pornográf utalást a fiókjaikból.⁶⁴

Az online pornót ellenző aktivisták – akik szerint a Pornhub és a hasonló oldalak arról hírhedtek, hogy a szexkereskedelmet, illetve számtalan, köztük gyermekkorú áldozat ellen elkövetett szexuális visszaélést monetizálják – 2022 szeptemberében elérték, hogy a Pornhub több mint 13 millió követővel rendelkező oldalát eltávolítsa felületéről az Instagram közösségi platform.⁶⁵ A Pornhub szóvivője szerint ez csupán ideiglenes állapot, és az Instagramot üzemeltető Meta vissza fogja állítani az eredeti oldalt, hiszen a Pornhub ugyan erotikus, szexuális tartalmakat kínál, ám a „*nudity policy*”-nak, vagyis a meztelenséggel kapcsolatos szabályoknak megfelelően az Instagram felületén nem tesz közzé explicit meztelen vagy szexuális fotókat, videókat. A Pornhubbal szemben az utóbbi években egyre több aggály merült fel. 2020-ban publikálta a *New York Times* azt a jelentést⁶⁶, amely szerint a Pornhub gyermekekről készült pornóvideókat is közzétett a felületén. Emellett számos bírósági eljárás is folyik a Pornhub anyacége, a Mindgeek ellen, elsősorban gyermekpornográfia miatt. Ezek hatására a Mastercard és a Visa bankkártya-kibocsátó cég bejelentette, hogy nem támogatja a továbbiakban az oldalon a bankkártyás fizetést.⁶⁷ Többek között mindezek következményeként a Pornhub drasztikus változásokat hozott: jelentősen szigorították a verifikációs, azaz azonosítási rendszert, és az azonosítatlan fiókokról feltöltött tartalmakat (több mint tízmillió videót, az oldal tartalmának közel 80 százalékát) törölték.⁶⁸

64 Pezzutto 2019, 44.

65 Yeo 2022.

66 Kristof 2020.

67 Price 2022.

68 Yeo 2022.

5. Médiatartalom-előállítás webkamerázással (camming)

Míg a Pornhub elsődlegesen az elkészült (akár szerkesztett, megvágott) videók közzétételére szolgál, addig a *camming* angol kifejezés élő, interaktív, videostreamelt, gyakran szexuális tartalmú előadásokra vonatkozik (a továbbiakban a webkamerázás, kamerázás kifejezéseket ennek szinonimájaként használjuk, a szexuális szolgáltatásra való további utalás nélkül). A szexmunkának ez a formája az elmúlt években robbanásszerű növekedésnek indult: a becslések szerint a camming ma a teljes pornóipar 20 százalékát teszi ki, nagyjából kétmilliárd dolláros forgalommal.⁶⁹ Amint a korábbiakban jeleztük, a digitális technológia jelentősen átalakította a pornóipart, hiszen lehetővé tette, hogy az előadók (más megfogalmazásban modellek) saját maguk készítsenek pornográf tartalmakat, és azokat közvetlenül juttassák el a rajongóikhoz. A rajongókkal való kapcsolattartás módjai is jelentősen átalakultak.

Patella-Rey⁷⁰ pornókutató (egyébként maga is webkamerás pornóelőadó) szerint a camming még mindig sokak számára ismeretlen, pedig ez a szexipar jelenleg egyik leggyorsabban növekvő ágazata, azt is mondják róla, hogy „a pornóipar motorja”⁷¹. 2016-os adatok szerint a webkamerás szexszolgáltatást nyújtó oldalakat globálisan az internetfelhasználók 5 százaléka látogatja naponta, a legismertebb oldalakat havonta 30 millió látogató keresi fel.⁷² Becslések szerint egyszerre legalább 12 500 modell és több mint 240 000 néző van online egy adott időpontban.⁷³ Ezek az adatok az elmúlt években a korábbi tendenciák alapján feltehetőleg csak növekedtek.

A webkamerás pornóműsorok minősége és stílusa igen széles skálán mozog, de általában egy vagy több szereplő lép interakcióba egy távoli közönséggel hang, videó és szöveg kombinációjával. A közönség egyetlen személytől akár több ezer nézőig is terjedhet – az előadó népszerűségétől és attól függően, hogy a show nyilvános vagy pedig zárt körű-e.⁷⁴ A web-

69 Patella-Rey 2021, 1.

70 Uo.

71 Alec Helmy, az XBIZ kiadója, 2016, idézi: Patella-Rey 2021, 10.

72 Lowry 2016.

73 Rabouin 2016.

74 Jones 2020.

kamerás modellek a nyilvános *cam-show*-k mellett privát szolgáltatásokat is nyújtanak az ügyfeleknek. Ez a digitális megfelelője annak, amikor a sztriptíz táncosok egy hátsó szobába viszik az ügyfeleket privát táncra.⁷⁵

Patella-Rey⁷⁶ szerint az ilyen szolgáltatások a szexuális izgalom mellett társaságot és interakciót, intimitást, figyelmet és a rajongás lehetőségét is biztosítják a követőknek, és kiemelte a modellek és követők közötti kapcsolat személyességét. A csoportos bemutatókra, csoportos csetre építő oldalakon (például Chaturbate, MyFreeCams) a modellek és az ügyfelek közötti kapcsolat aszimmetrikus: vagyis az ügyfelek sokkal többet tudnak a modellről, mint a modellek az ügyfelekről. A szereplők állnak a figyelem középpontjában a csoportos chatszobákban, hiszen a privát ülés kivételével csak ők kommunikálnak hang- és videóközvetítéssel. Ez az aszimmetrikus viszony néha sajátos paraszociális kötelékek kialakulásához vezet, a hagyományos hírességek és rajongóik kapcsolatára emlékeztető módon.⁷⁷

A hagyományos pornófilmek és videóközvetítők egyik ellenségét, a kalózkodást a webkamerázás élő jellege lehetetlenné teszi.⁷⁸ Az élő interaktív élményt nem lehet kalózkodással átadni.⁷⁹ Természetesen készíthető és terjeszthető felvétel az ún. *cam-show*-król is, ám a felvétel révén a részvételi elem és az interaktivitás elvész. Éppen az interaktivitás miatt jellemezték a kamerázást – a web 2.0 társas, prosumer jellegére utalva – „pornó 2.0”-ként.⁸⁰

Bizonyos szolgáltatások (például SextPanther, NiteFlirt, OnlyFans vagy AVN Stars) lehetővé teszik, hogy a nézők a modelleknek közvetlenül fizessenek a hívásokért és a szöveges üzenetváltásokért. A platformok 20-40 százalékos részesedést számolnak fel a tranzakciók lebonyolításáért: a tárhelyért, a fizetés kezeléséért és adott esetben a marketingért.

Egyes oldalakon (például Clips4Sale, ManyVids, iWantClips, AmateurPorn) a modellek önállóan tölthetik fel és értékesíthetik saját rövid, előre felvett klipjeiket. Az olyan rajongói előfizetési oldalak, mint az OnlyFans, a JustFor.Fans és az AVN Stars is elsősorban pornóklippekhez való hozzá-

75 Patella-Rey 2021, 12; Henry–Farvid 2017.

76 Patella-Rey 2021, 55.

77 Klimmt et al. 2006.

78 Patella-Rey 2021, 10.

79 Henderson 2011.

80 Song 2016.

férést kínálnak, emellett azonban a modell-ügyfél interakciót egy közösségi médiához hasonló felületre terelik. Az élő kamerás előadás követése mellett személyre szabott klipeket is lehet rendelni a modellektől. Ezeket egyfajta luxuscikként forgalmazzák: a „testre szabott pornó” vásárlói gyakran több száz, esetenként több ezer dollárt fizetnek azért, hogy közvetlenül kapcsolatba léphessenek egy modellel, és filmen megvalósíthassák valamely fantáziájukat.

6. Virtuális pornográfia: az OnlyFans oldal és influenzerei

Az OnlyFans előfizetés-alapú, prémium tartalmat fizetés ellenében kínáló közösségimédia-oldal. A felületet 2016-ban alapította Londonban Timothy Stokely brit techvállalkozó, éppen a FOSTA és SESTA körüli viták idején, amely szabályozás elfogadása miatt számos, felnőtt tartalmat gyártó szexmunkás kiszorult a számukra korábban platformot jelentő Instagram, Patreon és Tumblr oldalakról. Így lett számukra „digitális menedék” az OnlyFans oldal.⁸¹ Az OnlyFans viszonylag enyhén szabályozza a tartalmakat, így lehetővé teszi azt, hogy a tartalomgyártók pikáns, erotikus, sőt akár kifejezetten explicit szexuális tartalmakat is el tudjanak juttatni a fizetőfal (*paywall*) mögött a havidíjas feliratkozóikhoz, megvásárolható fotók, szerkesztett videók, direkt üzenetek vagy éppen a fizetés ellenében nézhető (*pay-per-view*) élő show-k formájában.⁸² Az oldalon történő regisztrációhoz hivatalos igazolvánnyal kell bizonyítani, hogy a regisztráló személy 18 év fölötti. Az oldal – más hasonló szolgáltatók 40 százalékos vagy afölötti részesedésével szemben – 20 százalékos jutalékot szed be a tartalomgyártóktól: ez az árazási stratégia is hozzájárulhatott az oldal jelentős népszerűségéhez.⁸³ Emellett a platform tényleges erőfeszítéseket tesz a tartalom és az azokat előállítók biztonsága érdekében, a kalózkodás és a visszaélések ellen (például ha valaki képernyőfelvételt akar készíteni egy tartalomról, az oldal elsötétül⁸⁴).

81 Ifeanyi 2021.

82 Downs 2020.

83 Uo.

84 W6.

A koronavírus-járvány kezdetekor az influenszer-központú felnőtt tartalompiacokon, többek között az OnlyFans oldalon jelentős forgalomnövekedés volt megfigyelhető: 2020 tavaszán 75 százalékkal növekedett az OnlyFans tartalomgyártóinak a száma, naponta nagyjából 150 000 új fiókot nyitottak.⁸⁵ A járvány miatt számos szexmunkás elvesztette eredeti bevételi forrását, emellett a járvány okozta gazdasági visszaesés miatt egyre több – korábban nem ott tevékenykedő – influenszer tért át az online szexmunkára. 2020-tól kezdve az OnlyFans oldal a mainstream része lett: például egy több mint hétmillió feliratkozóval rendelkező sminkes, James Charles 2020 márciusában arról írt a Twitter-oldalán, hogy a karanténalóm ellen indít egy OnlyFans oldalt („*being quarantined is so boring wow should I start an onlyfans*”⁸⁶); sőt az oldal neve Beyoncé *Savage Remix* zene-számában szövegszerűen is megjelent („*On that Demon Time, she might start an OnlyFans*”⁸⁷). 2022 nyarán már 150 millió előfizető volt jelen az OnlyFans oldalon, és nagyjából 1,5 millió alkotó készítette az ún. NSFW (azaz *not safe for work*, vagyis munkahelyen nem nézendő), pornográf tartalmakat.⁸⁸ Hozzá kell azonban tenni, hogy nem csak erotikus és pornótartalmak szerepelnek az OnlyFans felületén: többek között tetoválásról, főzésről, művészetéről, inspirációs beszédekről, szépségápolásról, gamingről készült videók, komédiaszkeccsek, zenés tartalmak is közönségre találtak az oldalon, bár a legnagyobb részt valóban a szexuális tartalom teszi ki.⁸⁹

Az online szexmunka bizonyos szempontból biztonságosabbnak tekinthető ugyan, mint az offline megfelelője (hiszen az online közeg miatt csökken a fizikai és szexuális erőszak, illetve a szexuális úton terjedő betegségek lehetősége), ám ez a tevékenység más veszélyeket hoz magával. Az online zaklatás offline követéssé (*stalking*) válhat, és akár az oldalon, akár a való életben nehéz azt megakadályozni, hogy a zaklató kapcsolatba lépjen az adott személlyel. Downs⁹⁰ szerint a való életbeli stigmával (*IRL stigma*) is számolni kell: a munkáltatók arcfelismerő szoftverek segítségével összekapcsolhatják az álnéven dolgozó szexmunkásokat a hivatalos nevükkel, és etikai, illetve munkajogi eljárásokat indíthatnak ellenük. (Pél-

85 Downs 2020; Lykousas et al. 2020; Drolet 2020; Lee 2020.

86 W4.

87 Downs 2020.

88 Wei 2022.

89 W2, W3.

90 Downs 2020.

dául ez megtörtént egy 24 éves Honda-alkalmazottal: miután a kollégái tudomást szereztek az OnlyFans-oldaláról, közösen nézték azt a munkahelyen, majd zaklatni kezdték a nőt, végül a vezetőség a nő elbocsátása mellett döntött.⁹¹) E stigma miatt szól az a figyelmeztetés, hogy meg kell gondolni, mielőtt valaki ilyen, első ránézésre könnyű keresetkiegészítésnek tűnő tevékenységre adja a fejét, hiszen az ember legjobb barátai és a legádázabb ellenségei is meg fogják tudni, hogy pornózott valaha („*Your best friends and your worst enemies will all eventually find out that you’ve done porn*”⁹²).

Az oldalon való fel- és kitűnéshez szükség van minél extrémebb külsőre, illetve sajátos szexuális vagy egyéb tárgyú vállalkozásokra. Ez utóbbival tett szert kiemelkedő követői bázisra, és került néhány héten belül a top 0,4 százaléknyi tartalomalkotó közé 2022-ben egy 23 éves francia nő, aki – a platformon egyedülálló ötletként – az élete minden fontos vagy kevésbé fontos döntését (például mit egyen ebédre, feltegye-e a bevételét a kasszinóban, szakítson-e a barátjával) az OnlyFans-feliratkozóra bízta, azzal az indoklással, hogy így a követői kontrollálják az életét (*Live with Laurie*⁹³). A kérdéseket a Telegram felületén teszi közzé, és az eredményeket az OnlyFans oldalán mutatja meg. A szavazós kísérlet eredményeképpen elhagyta a barátját, és kilépett a gyakornoki állásából is – de nem bánja, és egyelőre nem is kívánja visszavenni a kontrollt az élete felett. A sikere titkát a hitelességre és egyediségre vezeti vissza: arra, hogy minden követőjét megismeri, és nem csoportként, hanem egyénként kezeli őket. Most már nem is enged új előfizetőket feliratkozni a csatornájára, ezáltal még exkluzívabbá teszi a részvétel lehetőségét.⁹⁴

A minimális előfizetési díj havonta 4,99 dollár, a maximális 49,99 dollár, de a tartalomgyártók kiegészíthetik a bevételüket fizetett privát üzenetekkel, személyre szabott vagy interaktív tartalommal. Az akár dollármillióssal is elérhető topbevételre szert tevő tartalomgyártók szerint ez az eredmény csak heti hét nap munkával tartható fenn, és az oldallal való foglalkozást nem lehet csupán „mellékesként” végezni. Egyedi, bár sajtóhírként megjelent az az eset, amikor Bella Thorne színésznő, énekesnő,

91 Steadman 2020.

92 Uo.

93 Massey 2022.

94 Uo.

modell egy nap alatt egymillió dollárt keresett az OnlyFans oldalon. Az (egyébként rövid életűnek bizonyult) OnlyFans-regisztrációját a 24 milliónál is több követővel rendelkező Instagram-oldalán jelentette be, így tudott szert tenni a rekordbevételre. Ha összesítve nézzük a kereseteket, akkor a felső egy százalék keresi meg az összbevétel 33 százalékát, a felső tíz százalék pedig az összbevétel 73 százalékát.⁹⁵ 145 dollárnál is kevesebbet keresnek az átlagos, kevés követővel rendelkező tartalomalkotók az oldalon: az átlagos kereset az extrém magas és a minimális bevételeket is figyelembe véve 180 dollár havonta (borravaló nélkül).⁹⁶

7. Veszélyek: az élénkülő erotikus influenszerpiac érintettjeiről

Az internet és az okostelefonok elterjedése előtt a pornográf tartalmakhoz főként újságokban, magazinokban, videóknak lehetett hozzáférni – az üzletben történő személyes megvásárlás, kölcsönzés vagy postai rendelés útján, viszonylag ellenőrzött körülmények között.⁹⁷ Ezzel szemben ma a kutatások⁹⁸ szerint már hét-nyolc éves gyerekek is néznek online pornót, jóval az általános iskolai szexuális nevelés előtt. Hétéves gyerekek is hozzáférnek az internethez felnőtt engedélye vagy felügyelete nélkül; a 9–10 éves gyermekek fele aktívan és önállóan használja az online technológiát, és a serdülőkorba lépve ez az arány 92 százalékra nő.⁹⁹ A gyerekek, serdülők sok esetben tájékozottabbak a digitális világban, mint a szüleik és tanáraik, és a szülők nem mindig tudják, hogy gyermekeik mit néznek, milyen tartalmakkal találkoznak az online közegben.¹⁰⁰ Az online pornográfiaival való korai, azaz 18 éves kor alatti találkozás egyértelműen növekedett.¹⁰¹ A fiúk korábban találkoznak először az online pornográfiaival, mint a lányok, és nagyobb arányban is fogyasztják azt (egy vizsgálat szerint a tinédzser fiúk 59 százaléka, míg a lányok 25 százaléka keresett aktívan

95 Hollands 2020.

96 Uo.; Wei 2022.

97 Ford et al. 2012.

98 Összefoglalásuk: McGuinness 2019.

99 Mascheroni–Cuman 2014.

100 Dawson et al. 2020.

101 Davis et al. 2017; Martellozzo et al. 2017; Doornwaard et al. 2016.

pornót online), illetve akarják utánozni az online pornóban látottakat.¹⁰² A felmérés szerint a fiúkra volt inkább jellemző, hogy bevallásuk szerint a pornográfiából valós ismereteket szereztek a kapcsolatokról és a biztonságos szexről.¹⁰³ A megkérdezett 11–16 éves fiúk fele úgy gondolta, hogy az általuk megtekintett pornográf anyagok valóságosak.¹⁰⁴

Az online pornóval való korai találkozás hosszabb távú következményei még nem teljesen ismertek, de abban a kutatók egyetértenek, hogy kritikus hatással lehet a gyerekek szexuális szocializációjára, illetve korai szexualizációjára.¹⁰⁵ Gyerekek beszámolói szerint az online pornográfiával való első találkozáskor sokkot és undort éreznek (27 százalék sokkoló érzésről, 24 százalék zavarról, 23 százalék undorról, 21 százalék nyugtalanságról számolt be), de az ismételt expozíció után ezek az érzések és gondolatok alábbhagytak.¹⁰⁶ A gyermekek és a korai serdülők esetén maladaptív hiedelmek alakulhatnak ki az emberi szexualitásról, a szexuális normákról és a nemi szerepekkel szembeni elvárásokról,¹⁰⁷ továbbá az is kérdéses, mit tanulnak a gyerekek az online pornográfiából a szexuális beleegyezésről (vö. BDSM). A szoftpornó-oldalak átvezethetik a nézőket az (akár a darkweben elérhető) hardcore, keményebb pornófelületekre is, ahol (csoportos) szexuális erőszakot, parafíliát, gyermekekkel vagy állatokkal történő szexuális cselekményeket ábrázoló tartalommal is találkozhatnak. A(z online) pornográfiának való korai kitettség miatt gyakoribbá válhat a kockázatos szexuális viselkedés: megváltozhat az alkalmi, védekezés nélküli szexhez való attitűd.¹⁰⁸ Wright és Randall¹⁰⁹ kutatása szerint a fiatal serdülő korosztályban a védekezés nélküli szex, a több partnerrel való szexuális együttlét és a kockázatos szexuális viselkedés nagyobb arányban fordul elő, mint más korosztályoknál. Ezt a korosztályt emiatt is fokozottan veszélyeztetik a szexuális úton terjedő betegségek (STI), a nem kívánt terhesség, illetve a szexuális támadások.¹¹⁰

102 Martellozzo et al. 2017; Davis et al. 2017; Harper–Hodgins, 2016; McGuinness 2019.

103 Martellozzo et al. 2017.

104 Uo.

105 Dawson et al. 2020; Hutchings 2017.

106 Martellozzo et al. 2017.

107 Dawson et al. 2020; Wright–Randall 2012; McGuinness 2019.

108 Wright 2012.

109 Wright–Randall 2012.

110 Uo. 2012.

Egyes kutatók azt hangsúlyozzák, hogy a pornóval való korai találkozás felnőttkorban problémás pornóhasználatot okozhat, ám abban nincsen egyezés, ez pontosan miben nyilvánul meg: hiperszexuális tevékenységként, kényszeres pornónézésként, hiányzó vagy gyenge impulzuskontrollként¹¹¹ is hivatkoznak rá, de szerencsejáték- vagy drogfüggőséghez hasonlított pornóaddikcióról is szó esik a vonatkozó munkákban.¹¹²

Bár az OnlyFans oldalra csak – az életkorukat hivatalos igazolvánnyal bizonyító – 18 év feletti személyek regisztrálhatnak, ám az online pornográfiaival általában véve, a közösségi felületek OnlyFans-fiókokra mutató oldalaival, illetve a mainstream média OnlyFans-tudósításaival a gyerekek is találkozhatnak.

8. Konklúzió

Nem csupán városi legenda – olvasható Csányi és munkatársai tanulmányában¹¹³ –, hogy Budapest a nemzetközi pornóipar egyik fővárosa, sőt Magyarország az egy főre eső pornószeplők számát tekintve az első három helyezett között szerepel Csehországgal és az Egyesült Államokkal együtt. Ez az arány azonban szinte megjósolhatatlan a nem stúdiók által készített és forgalmazott, *do-it-yourself* típusú, sokszor akár anonim szereplőkkel létrehozott pornografikus tartalmak (mint az online amatőr videó, a webkamerázás vagy éppen az OnlyFans-szeplés) kapcsán.

Részletesebb médiaelemzés nélkül, csupán egy szisztematikus médiatartalom-kereséssel is nyilvánvalóvá válik, hogy az OnlyFans és a hasonló oldalak mainstream médiában történő megjelenése alapján a felnőtt tartalmakat közvetítő platformokról olyan képet kap a felszínebben tájékozódó olvasó, hogy:

1. könnyű pénzkeresetet jelentenek, könnyedén, megerőltetés nélkül meg lehet belőlük gazdagodni;
2. nem veszélyesek, mint az offline szexmunka;

111 Kor et al. 2014.

112 Brand et al. 2011.

113 Csányi et al. 2022, 2.

3. a fő veszélyt csupán a stigmatizáció jelentheti, de azért is kárpótól a mesés, álomszerű vagyon, amelyre a fiatal vagy valamilyen fizikai adottságuk miatt feltűnő nők szert tettek.

Az elemzésben több, kommunikációs, internetbiztonsági, pénzügyi, gyermekvédelmi szempontból is körüljártuk a (pornó)influenzerei aktivitást, különös tekintettel a webkamerás és az OnlyFans platformon folytatott tevékenységre, és a következőket állapítottuk meg. A mainstream online médiában megjelenő képpel szemben a pornóinfluenzerei aktivitás:

1. nehéz, lelkileg és fizikailag is megterhelő online tevékenység, amely a követői bázis felépítése és fenntartása miatt heti hétnapos elfoglaltságot jelent, és egy-két kivételtől eltekintve csupán az eredetileg is nagy ismertségű személyek tudnak kiemelkedően magas jövedelemre szert tenni;
2. az online szexmunkásokat is érinti a cyberbullying, a zaklatás, az online, sőt offline stalking jelensége;
3. a stigmatizáció valós veszély, amely az adott személy teljes egzisztenciáját ellehetetlenítheti, családi-baráti-munkatársi kapcsolatait tönkretetheti.

További célunk a kutatási témában, hogy a következő elemzésünkben elvégezzük az OnlyFans platformot középpontba állító szisztematikus médiaanalízist, és a médiaszövegek retorikai elemzésével felmérjük, hogy a magyar online média pontosan milyen képet fest a pornóinfluenzerek, online szexmunkások világáról.

Irodalom

- Abidin, Crystal 2016: Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online? Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, April-June, 1–17. <https://www.doi.org/10.1177/2056305116641342>
- Alptraum, Lux 2018: Industry Standards: How the internet changed sex work. *Real Life*, július 16. <https://reallifemag.com/industry-standards/>
- Bazsó, Dávid 2022a: Anya-lánya együtt indított OnlyFans-oldalt, ahol közel havi 4 milliót is megkeresnek. *Index*, október 17. <https://index.hu/mindekozben/poszt/2022/10/17/anya-lanya-egyutt-inditott-onlyfans-oldalt-ahol-kozel-havi-4-milliot-is-megkeresnek/>
- Bazsó, Dávid 2022b: Imádják az OnlyFansen a fiatal lányt, akinek az egyik melle nagyobb a másiknál. *Index*, szeptember 5. <https://index.hu/mindekozben/poszt/2022/09/05/imadjak-az-onlyfansen-a-fiatal-lanyt-akinek-az-egyik-melle-nagyobb-a-masiknal/>

- Bernstein, Jacob 2019: How OnlyFans Changed Sex Work Forever. *The New York Times*, február 9. <https://www.nytimes.com/2019/02/09/style/onlyfans-porn-stars.html>
- Brand, Mathias – Laier, Christian – Pawlikowski, Mirko – Schächtle, Ulrich – Schöler, Tobias – Altstötter-Gleich, Christine 2011: Watching pornography pictures on the Internet: Role of sexual arousal ratings and psychological-psychiatric symptoms for using Internet sex sites excessively. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 14, 6, 371–377. <https://www.doi.org/10.1089/cyber.2010.0222>
- Carrotte, Elise Rose – Prichard, Ivanka – Lim, Megan Su Cheng 2017: “Fitspiration” on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of Medical Internet Research*, 19, 3, e95. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>
- Csányi, Gergely – Dés, Fanni – Gregor, Anikó 2022: Pornification as Westernization on the semi-periphery: The history of the Hungarian ‘porn boom’ in the 1990s. *Sexualities*, online first, April. <https://doi.org/10.1177/1363460722109265>
- Daniels, Elizabeth A. 2016: Sexiness on social media: the social costs of using a sexy profile photo. *Sexualization, Media, & Society*, 2, 4, 2374623816683522. <https://doi.org/10.1177/2374623816683522>
- David, Gabriela 2009: Clarifying the mysteries of an exposed intimacy. Another intimate representation Mise-en-scène. In Nyíri, Kristóf (ed.): *Engagement and exposure. Mobile Communication and the ethics of social networking*, Vienna, Passagen Verlag, 77–86.
- Davis, Angela – Carrotte, Elise – Hellard, Margaret – Temple-Smith, Meredith – Lim, Megan 2017: Pornography as a source of education about sex and sexuality among a sample of 15–29 year old Australians. *The Journal of Sexual Medicine*, 14, 5, supplement 4, E272. <https://www.doi.org/10.1016/j.jsxm.2017.04.685>
- Dawson, Kate – Gabhainn, Saoirse Nic – MacNeela, Pádraig 2020: Toward a Model of Porn Literacy: Core Concepts, Rationales, and Approaches. *The Journal of Sex Research*, 57, 1, 1–15. <https://www.doi.org/10.1080/00224499.2018.1556238>
- Doornwaard, Suzan M. – van den Eijnden, Regina J. J. M. – Baams, Laura – Vanwesenbeeck, Ine – ter Bogt, Tom F. M. 2016: Lower Psychological Well-Being and Excessive Sexual Interest Predict Symptoms of Compulsive Use of Sexually Explicit Internet Material Among Adolescent Boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 45, 1, 73–84. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0326-9>
- Downs, Claire 2020: OnlyFans, Influencers, and the Politics of Selling Nudes During a Pandemic. *Elle*, május 14. <https://www.elle.com/culture/a32459935/onlyfans-sex-work-influencers/>
- Drenten, Jenna – Gurrieri, Lauren – Meagen, Tyler 2020: Sexualized labour in digital culture: Instagram influencers, porn chic and the monetization of attention. *Gender Work Organ*, 27, 41–66. <https://doi.org/10.1111/gwao.12354>
- Drolet, Gabrielle 2020: The Year Sex Work Comes Home. *The New York Times*, április 20. <https://www.nytimes.com/2020/04/10/style/camsoda-onlyfans-streaming-sex-coronavirus.html>
- Ford, Jeffrey J. – Durtschi, Jared A. – Franklin, Darrell L. 2012: Structural therapy with a couple battling pornography addiction. *American Journal of Family Therapy*, 40, 4, 336–348. <https://doi.org/10.1080/01926187.2012.685003>
- Gregor, Anikó – Csányi, Gergely – Dés, Fanni 2020: „Pest megér egy testet.” A magyarországi pornóipar a hosszú kilencvenes években mint a világgazdaságba való reintegráció egy patriarchális formája. *Replika*, 117–118, 53–91. <https://www.doi.org/10.32564/117-118.3>
- Hall, P. Cougar – West, Joshua H. – McIntyre, Emily 2012: Female self-sexualization in MySpace.com personal profile photographs. *Sexuality & Culture*, 16, 1–16. <https://www.doi.org/10.1007/s12119-484011-9095-0>

- Harper, Cody – Hodgins, David C. 2016: Examining correlates of problematic internet pornography use among university students. *Journal of Behavioural Addictions*, 5, 2, 179–191. <https://www.doi.org/10.1556/2006.5.2016.022>
- Harvey, Hanna B. – Robinson, Karen 2007: Hot bodies on campus: The performance of porn chic. In Hall, Ann C. – Bishop, Mardia J. (eds.) *Pop porn: Pornography in American culture*. Westport, Praeger.
- Henderson, Alex 2011: MyFreeCams: At the Top After 6 Years. *Xbiz*, február 16. <http://www.xbiz.com/features/130493/myfreecams-at-the-top-after-6-years>
- Henry, Madeline V. – Farvid, Panteá 2017: „Always hot, always live”: computer-mediated sex work in the era of camming. *Women's Studies Journal*, 31, 2, 113–118.
- Herring, Susan C. – Kapidzic, Sanja 2015: Teens, gender, and self-presentation in social media. In Wright, James D. (ed.): *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*, 2nd ed., Oxford, Elsevier, 146–152. <https://www.doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.64108-9>
- Hollands, Thomas 2020: The Economics of OnlyFans. *XSRUS*, április 24. <https://xsrus.com/the-economics-of-onlyfans>
- Hutchings, Naomi 2017: Porn literacy: Raising sexually intelligent young people. *The Journal of Sexual Medicine*, 4, 5, suppl. 4, E292. <https://www.doi.org/10.1016/j.jsxm.2017.04.405>
- Ifeanyi, K. C. 2021: The NSFW future of OnlyFans, where celebs, influencers, and sex workers post side by side. *Fast Company*, március 26. <https://www.fastcompany.com/90611207/the-nsfw-future-of-onlyfans-where-celebs-influencers-and-sex-workers-post-side-by-side>
- Jacobs, Karen 2021: Small influencers poised to win more brand followers in 2022. *Insider Intelligence*, december 22. <https://www.insiderintelligence.com/content/small-influencers-poised-win-more-brand-followers-2022>
- Jones, Angela 2020: *Camming: Money, Power, and Pleasure in the Sex Work Industry*. New York, New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479842964.001.0001>
- Klimmt, Christoph – Hartmann, Tilo – Schramm, Holger 2006: Parasocial Interactions and Relationships. In Bryant, Jennings – Vorderer, Peter (eds.): *Psychology of entertainment*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 291–313.
- Kor, Ariel – Zilcha-Mano, Sigal – Fogel, Yehuda A. – Milkulincer, Mario – Reid, Rory C. – Potenza, Marc N. 2014: Psychometric development of the Problematic Pornography Use Scale. *Addictive Behaviours*, 39, 5, 861–868. <https://www.doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.01.027>
- Kristof, Nicholas 2020: The Children of Pornhub. *The New York Times*, december 4. <https://www.nytimes.com/2020/12/04/opinion/sunday/pornhub-rape-trafficking.html>
- Lee, Alex 2020: Coronavirus is bad news for Big Porn but great news for OnlyFans. *Wired*, május 4. <https://www.wired.co.uk/article/coronavirus-porn-industry-onlyfans>
- Lowry, Rachel 2016: Photographing the Business of Online Intimacy. *Time*, június 10. <https://time.com/4326526/the-business-of-online-intimacy/>
- Lykousas, Nikolaos – Casino, Fran – Patsakis, Constantinos 2020: Inside the X-Rated World of „Premium” Social Media Accounts. In *SocInfo 2020. Lecture Notes in Computer Science*. Springer, Cham, 12467, 181–191. https://doi.org/10.1007/978-3-030-60975-7_14
- Lynch, Anette 2012: *Porn chic: Exploring the contours of raunch eroticism*. London, Berg.
- Manago, Adriana M. – Graham, Michael B. – Greenfield, Patricia M. – Salimkhan, Goldie 2008: Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446–458. <https://www.doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- Martellozzo, Elena – Monaghan, Andy – Adler, Joanna R. – Davidson, Julia – Leyva, Rodolfo – Horvath, Miranda A. H. 2017: „...I wasn't sure it was normal to watch it...” A quantitative and qualitative examination of the impact of online pornography on the values, attitudes, beliefs and behaviours of children and young people. Middlesex University, the Children's Commis-

- sioner & the NSPCC. <https://dera.ioe.ac.uk/27973/1/MDX%20NSPCC%20OCC%20pornography%20report%20June%202016.pdf>
- Marwick, Alice E. 2013: *Status update: Celebrity, publicity, & branding in the social media age*. New Haven, Yale University Press.
- Marwick, Alice E. 2015a: Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27, 137–160.
- Marwick, Alice 2015b: „You May Know Me from YouTube”: (Micro-)Celebrity in Social Media”. In Marshall, P. David – Redmond, Sean (eds.): *A Companion to Celebrity*. Chichester, Wiley Blackwell, 353–371. <https://www.doi.org/10.1002/9781118475089.ch18>
- Marwick, Alice E. – boyd, danah 2011: I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13, 1, 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Mascheroni, Giovanna – Cuman, Andrea 2014: *Net Children Go Mobile. Final Report*. Milano. Online: https://netchildrengomobile.eu/ncgm/wp-content/uploads/2013/07/NCGM_Final-Report_Country_DEF.pdf
- Massey, Jake 2022: OnlyFans model who lets followers make ‘every life decision’ is considering stopping new subscribers. *Ladbible*, november 1. <https://www.ladbible.com/originals/onlyfans-woman-subscribers-every-decision-20221101>
- McGuinness, Regina 2019: *Impact of early exposure to online pornography on problematic pornography use and sexual consent attitudes*. Thesis in Psychology. Dublin Business School. <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3868>
- Owen, Jonathan 2021: Are celebrity influencers losing their touch? *PR Week*, [d. n.] <https://www.prweek.com/article/1724983/celebrity-influencers-losing-touch>
- Paasonen, Susanna – Nikunen, Kaarina – Saarenmaa, Laura 2007: Pornification and the education of desire. In Paasonen, Susanna – Nikunen, Kaarina – Saarenmaa, Laura (eds.): *Pornification: Sex and sexuality in Media Culture*. Oxford, Berg, 1–20.
- Patella-Rey, PJ 2021: *Sex cam modeling: labor, intimacy, and prosumer porn*. PhD disszertáció, kézirat. University of Maryland. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21571.53282>
- Pellicer, Shirley 2017: Influencer vs Brand Ambassador vs Brand Advocate. *Medium*, január 16. <https://medium.com/@digitaluxe/influencer-vs-brandambassador-vs-brand-advocate-7c278d72700d>
- Pezutto, Sophie 2019: From Porn Performer to Pornpreneur: Online Entrepreneurship, Social Media Branding, and Selfhood in Contemporary Trans Pornography. *About Gender: International Journal of Gender Studies*, 8, 16, 30–60. <https://www.doi.org/10.15167/2279-5057/AG2019.8.16.1106>
- Price, Michelle 2022: Mastercard, Visa suspend ties with ad arm of Pornhub owner MindGeek. *Reuters*, augusztus 4. <https://www.reuters.com/business/finance/mastercard-visa-suspend-ties-with-ad-arm-pornhub-owner-mindgeek-2022-08-04/>
- Rabouin, Dion 2016: Camming Gives Internet Porn Fans a Personal Touch. *Newsweek*, január 16. <https://www.newsweek.com/camming-internet-porn-personaltouch-416577>
- Ringrose, Jessica 2011: Are you sexy, flirty, or a slut? Exploring ‘sexualization’ and how teen girls perform/negotiate digital sexual identity on social networking sites”. In Gill, Rosalind – Scharff, Christina (eds.): *New femininities: postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. Basingstoke, Palgrave MacMillan, 99–116.
- Rojek, Chris 2001: *Celebrity*. John Wiley & Sons.

- Ruiz-Gomez, Alexandra 2019: Digital Fame and Fortune in the age of Social Media: A Classification of social media influencers. *aDResearch*, 19, 8–29. <https://doi.org/10.7263/adresic-019-01>
- Sanders, Jessica 2022: OnlyFans Top Creators: 8 Of The Best Content Creators Right Now. Who are the best of the best on OF right now? *Follower*, november 9. <https://follower.co/guides/onlyfans-top-creators-best-content-creators-right-now/>
- Senft, Theresa M. 2008: *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. New York, Peter Lang.
- Senft, Theresa M. – Baym, Nancy K. 2015: What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. *International Journal of Communication*, 9, 1588–1606.
- Simon, Felix M. 2019: The Politics of Digital Intimacy. *Medium*, augusztus 10. <https://medium.com/viewpoints/the-politics-of-digital-intimacy-2da2f0622088>
- Song, Jason 2016: As L.A. porn industry struggles, ‘web camming’ becomes a new trend. *Los Angeles Times*, augusztus 3. <https://www.latimes.com/local/lanow/la-me-ln-porn-camming-20160803-snap-story.html>
- Steadman, Otillia 2020: Her Colleagues Watched Her OnlyFans Account At Work. When Bosses Found Out, They Fired Her. *BuzzFeed News*, április 25. <https://www.buzzfeednews.com/article/otilliasteadman/mechanic-fired-onlyfans-account-indiana>
- Székely, Levente – Veszelszki, Ágnes 2021: A tartalomfogyasztás fizikai és virtuális terei. In Székely, Levente (szerk.): *Magyar fiatalok a koronavírus-járvány idején. Tanulmánykötet a Magyar Ifjúság Kutatás 2020 eredményeiről*. Budapest, Enigma 2001 Kiadó, 189–209.
- Toffler, Alvin 1980: *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York, NY, Bantam.
- van Oosten, Johanna M. – Peter, Jochen – Boot, Inge 2015: Exploring associations between exposure to sexy online self-presentations and adolescents’ sexual attitudes and behavior. *Journal of Youth and Adolescence*, 44, 5, 1078–1091. <https://www.doi.org/10.1007/s10964-014-0194-8>.
- van Oosten, Johanna M. – Vandenbosch, Laura 2017: Sexy online self-presentation on social network sites and the willingness to engage in sexting: a comparison of gender and age. *Journal of Adolescence*, 54, 42–50.
- Veszelszki, Ágnes 2011: Image and Self-representation. In Benedek, András – Nyíri, Kristóf (eds.): *Images in Language. Metaphors and Metamorphoses*. Visual Learning, vol. 1. Frankfurt am Main, Peter Lang, 125–136.
- Veszelszki, Ágnes 2017: Az anyaság képe a magyar blogoszférában. *Filológia.hu*, 1–2, 26–55.
- Veszelszki, Ágnes 2018: Like Economy: What is the Economic Value of Likes? *Society and Economy*, 40, 3, 417–429.
- Wei, Lim How 2022: 10 OnlyFans Statistics You Need to Know in 2022. *Follow Chain*, augusztus 20. <https://www.followchain.org/onlyfans-statistics/>
- Wright, Paul J. 2012: A longitudinal analysis of US adults’ pornography exposure: Sexual socialisation and the moderating role of unhappiness. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 24, 2, 67–76. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000063>
- Wright, Paul J. – Randall, Ashley K. 2012: Internet pornography exposure and risky sexual behaviour among adult males in the United States. *Computers in Human Behaviour*, 28, 4, 1410–1416. <https://www.doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.003>
- Yeo, Amanda 2022: Pornhub has been suspended from Instagram. *Mashable*, szeptember 6. <https://mashable.com/article/pornhub-instagram-suspended-banned>

Online források

- W1 = sz. n. Kirúgták a tanárnőt, aki az OnlyFans-on próbálta kiegészíteni a jövedelmét. *24.hu*, 2022. szeptember 24. <https://24.hu/elet-stilus/2022/09/24/tanarno-onlyfans-elbocsatas/>
- W2 = Alex: Genres You Can Find On OnlyFans. *OnlyFans Blog*, 2022. szeptember 9. <https://blog.onlyfans.com/genres-you-can-find-on-onlyfans/>
- W3 = Alex: Talking Tattoos With Sydney Dyer. *OnlyFans Blog*, 2020. május 29. <https://blog.onlyfans.com/talking-tattoos-with-sydney-dyer/>
- W4 = James Charles Twitter-oldala, 2020. március 21. <https://twitter.com/jamescharles/status/1241200955174969345?s=20> [2022. 11. 11.]
- W5 = The Morning Consult [é. n.] The influencer report. Engaging Gen Z and the Millennials. <https://morningconsult.com/influencer-report-engaging-gen-z-and-millennials/>
- W6 = Ultimate Guide to Onlyfans. <https://influencermarketinghub.com/glossary/onlyfans/>
- W7 = Allow States and Victims to Fight Online Sex Trafficking Act (FOSTA). <https://www.congress.gov/bill/115th-congress/house-bill/1865>
- W8 = Stop Enabling Sex Traffickers Act (SESTA). <https://www.congress.gov/bill/115th-congress/senate-bill/1693>