

Klicka, välj, köp och sälj!

**Att söka upp säljare av
sexuella tjänster på Internet**

*Jonas Flink & Torgny Sjögren
Prostitutionsgruppen i Göteborg*

Mars 2003

Sammanfattning

Efter att i många år ha arbetat uppsökande i gatu-prostitutionen bestämde vi i Prostitutionsgruppen i Göteborg oss för att pröva uppsökande arbete på Internet. Detta mot bakgrund av att antalet personer i könshandeln på gatan minskat efter det att köplagen trätt i kraft. I fråga om den ökande könshandeln över nätet kan orsakerna vara flera. Tydligt är att säljare av sexuella tjänster har börjat använda sig av Internet som annonseringsplats, dels med egna hemsidor och dels på sexkontaktsidor.

Socialstyrelsen gjorde år 2000 en kartläggning av prostitutionsannonseringen på nätet. Den pekade på att den stora mängden annonser troligen inte svarade mot ett lika stort antal personer, vilket beror på att annonserna använder sig av flera olika mailadresser. Det verkade också som att det var fler män än kvinnor som använde nätet för att sälja sexuella tjänster.

Att vi valde att börja arbeta på nätet berodde inte på att vi trodde det var den största arenan för prostitution, utan för att den kändes som en möjlig arena att arbeta på. Andra dolda arenor, till exempel restauranger, ateljéer, lägenheter, är svårare att arbeta i. Starten blev trevande, detta var för oss obruten mark och vi kände inte till några andra som hade provat detta arbetssätt innan.

Efter att ha hållit på ganska osystematiskt ett bra tag började vi arbeta lite mer strukturerat. Istället för att arbeta ut mot nätet på överblivna stunder bestämde vi oss för att avsätta en eftermiddag/kväll per vecka till detta. En av anledningarna till att vi förlade arbetet till kvällar var att det var lättare att arbeta ostörd och det då var viktigt för att skapa effektivitet. Det vi gjorde och gör var att vi svarade på prostitutionsannonser. De svar vi skickade var i form av ett elektroniskt vykort plus en text där vi presenterade vår verksamhet.

Tämligen snart vi fick vi en del reaktioner från dem vi svarade. En del var avvisande och negativa, andra mer nyfikna, undrande och i behov av en kontakt. En av svårigheterna på nätet är ju att det sker mycket där som

är osant. Det är en anledning till försiktighet. Några av kontakterna ledde så småningom till personliga möten med oss eller våra kollegor i Stockholm och Malmö.

Vi upptäckte en viktig skillnad mellan uppsökande arbete på gatan och på nätet. På nätet är det omöjligt att vara så personlig som vid ett möte ansikte mot ansikte på gatan, vilket är ett hinder för att vårt kontakttagande ska lyckas i målsättningen att skapa en bärande kontakt. Här behövs metodutveckling för att hitta en mer personlig och nyanserad touch även på nätet.

För säljarnas del finns det både för- och nackdelar med att finnas på gatan respektive nätet. De kretsar kring möjligheter att bedöma köparens eventuella farlighet, säljarens egen bekvämlighet, graden av stigmatisering m.m. Den här typen av faktorer kommer säkert även i framtiden att påverka val av annonseringssätt. Vår slutsats hittills är att nätet med all säkerhet även i framtiden kommer att vara en betydande marknadsplats, och därmed en utmaning för oss att bli mer skickliga på för att nå vår målgrupp med att vi finns och är till för dem.



Bakgrund

Inledning

Denna rapport handlar om att nå personer, som annonserar sexuella tjänster mot betalning på Internet. Det är ett förhållandevis nytt sätt för säljare av sådana tjänster att komma i kontakt med presumtiva köpare på. Vi som har skrivit den här rapporten är anställda som socialsekreterare i Prostitutionsgruppen i Göteborg. Gruppen har varit verksam sedan 1981. Idag, år 2003 består gruppen av tre socialsekreterare som vänder sig till säljare av sexuella tjänster, och två socialsekreterare som vänder sig till köpare av sexuella tjänster.

Syftet med gruppens arbete är att minska omfattningen av prostitutionen och att minska dess skadeverkningar. För att nå säljarna har gruppen mestadels använt sig av uppsökande arbete på gatan som metod. Därför är kunskapen och erfarenheten störst inom detta område. De andra mer dolda arenorna har vi i Prostitutionsgruppen ägnat oss åt mer sporadiskt. Även om uppgifterna är osäkra pekar den kunskap som finns på att det finns dubbelt så många personer i de mer dolda prostitutionsarenorna som i gatuprostitutionen.

Sedan lagen om "förbud mot försök till och köp av sexuella tjänster"¹ trädde i kraft i januari 1999 har mycket förändrats vad gäller strukturen på könshandeln. Många kvinnor började i god tid innan köplagen trädde i kraft att förändra och inta nya strategier i förhållande till sin prostitution. Det blev t.ex. vanligare att säljare och köpare kontaktade varandra genom mobiltelefon. Genom detta slapp parterna exponera sig i prostitutionsmiljön. Många kvinnor tillbringade mindre tid per kväll i området och var inte heller ute lika många kvällar som tidigare.

Denna trend verkar ha vänt. Under de första tre månaderna efter det att lagen hade trätt i kraft noterade vi ca tre till fem kvinnor per kväll i den öppna gatupros-

titutionen. I början av april ökade antalet kvinnor till att omfatta ett tiotal per kväll. De flesta var kända av oss sedan tidigare. Detta är siffror som även idag är aktuella. Nyrekryteringen har också varit väsentligt lägre efter det att lagen trädde i kraft.

Konsekvenserna av köplagen var och är fortfarande svåra att förutse men massmedia spekulerade i början av 1999 om att svenska män åkte till Danmark för att köpa sex eftersom det hade blivit förbjudet i Sverige. Huruvida detta stämmer eller ej är det ingen som vet. Generellt är det på sin plats att påpeka att många av spekulationerna kring eventuella effekter av lagen präglades av övertoner. Av olika skäl var det viktigt i media att försöka skapa en polariserad debatt. Lite grand av samma övertoner märktes även i slutet av 2001 och början 2002 i debatten som de så kallade prostitutionsliberalerna drev igång för att legalisera könshandeln i Sverige. Legalisera i den meningen att prostitution på alla plan i samhället skall betraktas som ett yrke som vilket som helst.

Internet – inget nytt, men ändå...

Att annonsera sexuella tjänster mot betalning i något slag av massmedia är inget nytt. Sådan annonsering har tidigare skett i både dagstidningar och specialtidningar – framför allt i speciella sexkontaktannonstidningar, som endast gått att köpa i porrbutiker. Vad som är nytt är att den här annonseringen nu förekommer både i tidningar och på Internet. Utgångsläget var ju att Internet överhuvudtaget inte fanns tidigare. Det vore därför inte underligt om den sexanknutna verksamheten ökade i takt med den ökade internetanvändningen i allmänhet.

I början av januari 2002 tog radions P1 upp fenomenet med ett par kontaktannonser i tidningar där köparen kunde komma i direktkontakt med kvinnor som sålde sexuella tjänster. Dessa tidningar polisanmälades och en förundersökning inleddes om koppleribrott. Orsaken till att annonseringen av sexuella tjänster på Internet däre-

¹ Hädanefter kallad köplagen.

mot kan ske så öppet som den gör, och inte betraktas som olaglig, är att servern som sidan ligger på ofta finns i ett annat land och därmed befinner sig utanför svensk jurisdiktion.

För säljaren finns det flera fördelar med att annonsera på Internet. Bland annat att det oftast inte kostar något och att man får tillgång till mycket plats för både bilder och text. Man kan ganska enkelt gå in och ändra tidigare material och även lägga upp annonsen på flera kontaktannonsersidor.

Internettekniken kan även användas på andra sätt än för ren annonsering. En sätt är att chatta, där personer i realtid kommunicerar genom att skriva till varandra. En annan form är bildöverföring genom webbkameror, där det finns möjlighet att i realtid se varandra.

Det faktum att Internet erbjuder en viss anonymitet skapar nya möjligheter. Man kan låtsas vara någon annan, prova olika roller, åldrar, utseenden och ibland till och med kön. Anonymiteten kan användas i flera olika sammanhang och för olika syften. Den gör det möjligt att säga eller fråga saker som man kanske skäms för att fråga en person man träffar öga mot öga. Det är heller inte ovanligt att det ganska snabbt i en chatkontakt ställs frågor av sexuell karaktär. Här ställs förstås även frågor om man är intresserad av att sälja sexuella tjänster. Internet är för många tjejer och killar den första kontakten med prostitution². De kan bli förförda av det stora antalet män som visar intresse och av det faktum att männen till och med är beredda att betala för deras umgänge. Flera kvinnor har berättat att chattandet för dem har varit en inkörsport till prostitution. Det är inte svårt att förstå att man kan bli lockad av uppmärksamhet och olika erbjudanden.

Internet kan brukas och missbrukas...

Internet – kartläggning

Året efter det att köplagen trädde i kraft genomförde Socialstyrelsen en kartläggning av prostitutionen i Sverige. Denna kartläggning innefattade även prostitutionens annonsering på nätet. Även om den inte på något vis var heltäckande drogs vissa försiktiga slutsatser. Det mest grundläggande var att annonsering förekommer. Vidare att en del personer använder flera olika namn och mailadresser. Dessutom att det till övervägande delen var män som annonserade om försäljning av sexuella tjänster. Att det är vanligt att flera namn och olika mail-

adresser används, betyder att antalet personer som *faktiskt* annonserar sexuella tjänster på nätet, är färre än de verkar vara vid en snabb och ytlig titt.

Vad är det som visas?

Givetvis ser varje persons hemsida respektive varje kontaktannonsersida olika ut. Gemensamt för dem är att man exponeras för mycket sexualitet/pornografi genom dessa sidor. Reklam för andra sexsidor tar upp en stor plats. De privata hemsidorna ligger ofta på serverar där det är gratis att lägga upp en hemsida med ett visst utrymme. Som ägare av en hemsida kan man inte själv välja bort reklam, utan reklamen för olika sexsidor finns med redan från början.

Kontaktannonsersidorna å sin sida, säljer reklamplatser. Reklamen är ofta av sexuell eller pornografisk karaktär. Det är heller inte ovanligt att nya webbfönster öppnas automatiskt med reklam för olika porrsidor när man besöker dem. För att synas i det enorma utbudet är det naturligtvis viktigt att väcka uppmärksamhet. Det är inte ovanligt att animerade, rörliga, bilder av människor och ibland även djur visas. Människor i olika sexuella situationer, där det hela tiden blinkar eller rör sig vilket väcker omedelbar uppmärksamhet. Andra bilder har däremot mer karaktär av en anatomilärobok om det kvinnliga könsorganets yttre delar. Vanligast verkar ändå traditionella utvickningsbilder av kvinnor vara.

På de egna hemsidor är det vanligt att kvinnorna saluför sig med nakenbilder på sig själva, eller ibland bilder på andra kvinnor som de har laddat ner från Internet för att använda i samma syfte. I regel har de då omöjliggjort för betraktaren att kunna identifiera kvinnan genom att ansiktet är dolt eller retuscherat. Förutom bilder finns där också text. De handlar alltid om vad kvinnan erbjuder för sorts sexuella tjänster, vad dessa kostar, samt information om hur man kan komma i kontakt med henne. Ofta anges ett mobiltelefonnummer eller mailadress, samt var det är möjligt att träffas. Vissa kvinnor finns enbart på en ort, medan andra turnerar och anger turnéplanen på hemsidan. Viss text verkar vara avsedd att göra presumtiva kunder mer benägna att ta kontakt med just den specifika kvinnan. Innehållet i den typen av text brukar handla om vilken sorts sex kvinnan säljer. Det kan också handla om att hon föredrar en viss storlek på penisar, att kunden gärna får komma i munnen på henne osv. Det är aldrig så att texterna är skrivna på ett inlindat sätt eller på något sätt omformulerat så att man behöver vara tveksam om vad det gäller.

Kontaktannonsersidorna följer i princip alltid samma

² Enligt "nätkvinnor" vi har haft kontakt med.

upplägg. Den första sidan är i regel en startsida med alla möjliga bilder, där en del är animerade. Det finns alltid länkar till annat "intressant". Bland länkarna finns som regel någon som innehåller kontaktannonser. Dessa är oftast uppdelade i olika kategorier, t ex "Kvinna söker man", "Man söker kvinna" och så vidare. Vi har än så länge mest tittat på annonser under "Kvinna söker man". Annonserna är för det mesta kortfattade på några få rader och de flesta är formulerade så att det är uppenbart att det enbart handlar om en sexkontakt. De allra flesta sidor har annonsregler om att man inte godtar annonser som säljer sexuella tjänster. En del annonsörer formulerar sin annons så att reglerna kringgås. Ett väldigt typiskt exempel är där annonsören – kvinnan – skriver att hon önskar kontakt för sexuella möten eller sköna stunder eller liknande, med äldre, generösa män. De flesta annonser innehåller inte några sådana koder, utan verkar ytligt sett vara sexkontaktannonser där personen inte har som avsikt att *sälja* sexuella tjänster. Utan att ha något som helst belegg för det, tror vi att det även bakom dessa döljer sig en del prostitutionsannonser.

Varför arbeta med Internet?

På grund av det minskade antalet både köpare och säljare på gatan tyckte vi det var omotiverat att lägga så mycket tid på uppsökande arbete på gatan. Nyrekryteringen av säljare hade också minskat. Vi började diskutera möjligheter att finna nya vägar i det uppsökande arbetet och framför allt att söka oss till nya arenor för könshandeln. De dolda arenorna har alltid varit de största, om man utgår från antalet individer. Men de är samtidigt de svåraste att arbeta med. Svårigheterna är bland andra att som socialarbetare tvingas träda in i säljarnas mer privata sfär i form av lägenheter, ateljéer, hotellrum eller restauranger. En annan svårighet är det faktum att den här delen av könshandeln är just dold. Ett tydligt exempel på det är restaurangen som arena för köns-handel. Tänk dig en restaurang på kvällen eller natten. En miljö med människor som äter, dricker, pratar, dansar. I denna högst normala situation kan det finnas någon eller några kvinnor som är där för att hitta män som kan tänkas vara intresserade av sexköp. Kvinnan ser till att bli uppbjuden och uppraggad. De två ger sig av ifrån restaurangen för att någonstans, hemma hos någon eller på ett hotellrum ha ett sexuellt möte. Någonstans under resans gång säger hon att det kostar pengar. Tittar man på skeendet på själva restaurangen kan det vara väldigt svårt att skilja på kontakttagande av prostitutionskaraktär och kontakttagande av annan karaktär. Om det ska vara möjligt måste väldigt mycket arbetstid läggas på

att studera enbart ett ställe. Frågan som följer är om det är värt att lägga så mycket tid på detta. En annan fråga är hur man närmar sig säljaren om man ser tecken på prostitution?

I massmedia spekulerades det mycket i samband med att köplagen kom kring det som ofta benämns "prostitution på Internet". Med den termen avses *annonsering* av sexuella tjänster på Internet. Spekulationerna gick ut på att alla säljare, som inte längre fanns på gatan, skulle ha gått över till att annonsera sina tjänster på nätet efter att lagen trätt i kraft. Vi uppfattar dessa spekulationer som betydligt överdrivna. Vid lite eftertanke är det ganska självklart att det inte är så att det stora flertalet säljare plötsligt skulle ha tillgång till allt som krävs för att nätannonsering skulle kunna vara ett alternativ.

Detta till trots bestämde vi oss för att börja arbeta uppsökande på nätet. Anledningen var att:

- minskningen på gatan var ett faktum,
- de dolda arenorna var svåra att arbeta på,
- annonsering förekommer på nätet.

Av erfarenhet vet vi dessutom att det inte förekommer några vattentäta skott mellan olika prostitutionsformer. Säljarna kan använda flera olika prostitutionsformer och genom att söka upp dem på nätet skulle vi kunna nå fler. En viktig detalj i sammanhanget var att vi hade noterat väldigt liten nyrekrytering av unga säljare. Detta var en tydlig skillnad mot tidigare. Under den senaste femårsperioden fram till 1999 noterade vi en stadig minskning av unga kvinnor på gatan. Även om detta var glädjande, vågade vi inte tro att det betydde att unga personer inte längre drev in i³ könshandeln. Vi tänkte också att just Internet är mer tillgängligt för unga människor. Detta skulle kanske rent av vara ett sätt att debutera i prostitution. Efter att ha startat vårt nya sätt att arbeta uppsökande har vi också fått en del bekräftelse på att detta stämmer.



³ "Drev in i", är ett sätt att beskriva den process som en del forskare väljer att använda för att beskriva en marginaliseringsprocess, se Månsson S-A och Hedin U-C (1998): *Vägen ut. Om kvinnors uppbrott ur prostitution*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Det nya arbetssättet

En trevande start

De socialarbetare i Sverige som specifikt arbetar med personer i könshandel ingår i ett nätverk, som träffas en till två gånger per år. I samband med ett nätverksmöte i maj 2000 berättade polisen i Malmö att man där tittade på annonsering på nätet. Deras upplevelse var att hela porrutbudet på nätet är som en ändlös djungel. Detta har vi senare själva fått se.

Eftersom frågan om Internets roll för könshandeln kom upp på de här träffarna, började en socialarbetare i Malmö och en av oss i Göteborg treva sig fram i prostitutionsannonseringen på nätet. Så småningom bestämde vi oss för att börja arbeta med uppsökande verksamhet på Internet. Vi bestämde oss för att formge ett elektroniskt vykort, att författa en kort text där vi presenterade oss, samt att leta upp annonsörer som vi kunde skicka vykort och text till. Vi utbytte Internetadresser med varandra mellan Malmö och Göteborg, och började titta mer ingående på hur de olika hemsidorna och sajterna såg ut och vad de innehöll. Det visade sig finnas många sajter med sexkontaktannonser.

Projektet startade vid sommartid år 2000. Fram till årsskiftet 2001-2002 har det enbart varit vi två i Prostitutionsgruppen i Göteborg som har arbetat med detta. Varför det inte har blivit av i Stockholm och Malmö vet vi inte. En spekulation kring detta är att intresset för att jobba via Internet är lite personbundet. När vi började tala om att använda oss av Internet fanns det en man och en kvinna i Prostitutionsgruppen i Malmö. Där var det mannen som var intresserad av att jobba med Internet. Men han avslutade sin anställning ganska snart efter det att vi bestämt oss för att börja arbeta uppsökande på nätet, och det var ingen som tog över de arbetsuppgifterna. I vår grupp i Göteborg arbetade vid samma tid två kvinnor och två män. Av oss var det vi män som var intresserade av det nya arbetssättet. Kanske är det så att det här med att använda dator som arbetsinstrument ligger närmare till hands för män än för kvinnor, åtminstone bland socialarbetare? Andra som intresserat sig för

nätannonsering av sexuella tjänster⁴ har tyckt sig lägga märke till samma sak.

Så här gjorde vi

Vi inledde arbetet med att skapa och formge det elektroniska vykortet. På vykortet skrev vi enbart namn och telefonnummer till våra respektive grupper i de tre städerna, samt en kort formulering om anonymitet och kostnadsfrihet. Vi författade också ett följebrev som skulle skickas med vykortet. Tanken med det var att bli lite mer utförlig, att ge en minipresentation av vilka vi var som var avsändare till kortet. Ett annat skäl till följebrevet handlar om tekniska begränsningar. Eftersom vykortet eventuellt inte skulle synas i alla mottagares e-postprogram var det nödvändigt med en text.

Så här ser text plus vykort ut (se nästa sida). På skärmen är vykortets bakgrundsfärg soligt gul.

När vykortet och texten var klara började vi gå ut på nätet. Till en början satt vi vid datorerna på lediga stunder, alltså när vi inte hade något särskilt för oss. Vi letade upp hemsidor och sajter, jämförde vad vi hade hittat och började skicka mail. Vissa kontaktannonser diskuterade vi sinsemellan när vi var tveksamma till om det var riktigt att skicka mail till annonsörerna eller inte. Tveksamheten berodde så gott som alltid på annonsens formulering. Våra reaktioner och funderingar gick ut på att vi inte ville skicka mail till någon som hade satt ut en "vanlig" kontaktannons, i motsats till en annons där syftet var att sälja sexuella tjänster.

Så småningom märkte vi att det fungerade dåligt att arbeta med detta på överbliven tid. Vi blev ofta störda av telefoner, kollegor och annat. Det var svårt att få flyt i annonsläsandet/svarandet och vi fick starta om för många gånger. Vi bestämde oss då för att utföra de här

⁴ Socialstyrelsen beskriver detta i sin rapport *Kännedom om prostitution 1998-1999, SoS-rapport 2000:5*. Även nordiska kollegor till oss har beskrivit detta.

arbetsuppgifterna på ett strukturerat sätt, en kväll per vecka. Den här typen av arbetsuppgifter kan ju i princip utföras när som helst på dygnet, men vi valde kvällstid för att få sitta någorlunda ostörda för att få effektivitet. En annan sida av att sitta ostörd för kollegor var också att slippa känslan av att göra något snuskigt, något förbjudet. Vi har båda erfarenhet av att ha fått kommentarer av kollegor i stil med: "Jaså, här sitter du och snuskar dig!?". Detta var säkert sagt i all välmening. Alla på vår arbetsplats visste att vi hade börjat arbeta uppsökande på Internet, och det var i och för sig inga konstigheter med det. Antagligen var det ett sätt att inte bara gå tyst förbi, utan att på något sätt förmedla en slags kollegial förståelse för det knepiga i att sitta och glo på "snuskigheter".

När vi hade börjat jobba med detta på kvällstid fick vi mycket mer gjort och det började kännas mer som ett riktigt arbete. Trots vetskapen om att det är ett arbete, har det ändå varit svårt att helt frikoppla sig från känslan av att vara en fluktare, en voyeur, som gör något otillåtet.

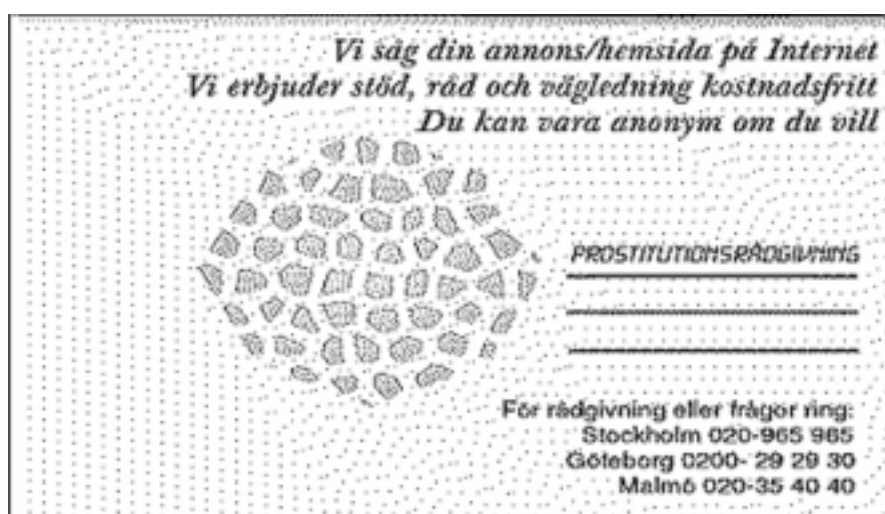
Resultatet av det nya arbetssättet

Av statistiken framgår det att vi har gjort 731 utskick under perioden 1 juli år 2000 till 1 juli år 2002. En del personer som annonserar använder sig av två eller flera olika mailadresser. Det gör att vi inte vet hur många personer vi har skickat till, utan endast antalet utskick.

Vi har fått in 157 svar. Av dessa är 121 stycken autosvar, det vill säga där mottagarens e-postprogram är inställt på att svara automatiskt. De automatiska svaren innehåller ofta en beskrivning av annonsörens företräden, utbud och priser, plus ett mobiltelefonnummer där man kan nå säljaren.

En del har svarat tydligt att hon/han inte är intresserad av någon kontakt med oss. Detta görs klart, fast med olika grad av missnöje. Svaren har varierat mellan alltifrån "Kalla mig inte för hora" till "Det var vänligt av er att skriva till mig, men jag har just nu inget behov av hjälp", och allt däremellan. Av de 36 aktiva svar som kommit in är det 13 stycken, som har lett till en fortsatt

Det elektroniska vykortet.



Hej!

I Stockholm, Göteborg och Malmö finns inom kommunen sedan många år tillbaka speciella enheter som arbetar för kvinnor och män som säljer sexuella tjänster. Eftersom det idag är vanligt att man annonserar sina tjänster på Internet, tycker vi att det är en självklarhet att vi också använder oss av nätet för att tala om att vi finns.

Vi försöker hjälpa till med det som personen själv önskar ha hjälp med. Det kan vara att hjälpa till i en ekonomiskt trasslig situation, samtalskontakt eller råd och stöd i olika situationer. Vi gör alltså inget som du själv inte önskar. Om det är något du funderar på eller har åsikter om kan du ringa eller maila – och som sagt du kan vara anonym. Det kan hända att du får flera mail från oss. Det är inte vår mening att "överösa" dig med mail, men eftersom vi är flera personer i olika städer är det lätt att det blir flera utskick.

Prostitutionsrådgivningen i Göteborg, tel 0200 - 29 29 30

mailkontakt. Nio fall har lett till en personlig kontakt, med antingen oss i Göteborg eller med våra kollegor i Stockholm och Malmö. Den siffran står i ungefärlig proportion till resultatet av det uppsökande arbetet på gatan.

De kontakter via Internet, som har lett till en behandlingskontakt, har så gott som alla inletts mycket trevande och försiktigt och har troligtvis att göra med osäkerheten på nätet. Osäkerheten gör att det blir en del mailande fram och tillbaka med frågor som handlar om att den person vi har kontaktat försöker komma underfund med om vi är några att lita på eller inte. I det första mailet vi skickar finns våra telefonnummer, så möjligheten att ringa finns också, men det brukar ske lite senare i kontakten.

Konsekvenser för säljarna

En attityd som ofta kommer fram i massmedia är att det måste vara bättre att annonsera sina tjänster på Internet än att stå på gatan. Vissa tecken tyder också på att det av säljarna upplevs som mindre stigmatiserande att annonsera ut sig på nätet än att göra det på gatan, i offentlighetens ljus. Det bör betyda att det är en fördel för säljarna. Som en bieffekt kommer också detta att slippa frysa då det är kallt och slippa bli trakasserad. Förbipasserande trakasserar ibland kvinnorna genom att ropa kränkande tillmälen till dem. Då är det troligtvis mer behagligt att sitta hemma eller någon annanstans och titta på annonssvar.

En trolig nackdel är att det är svårare att göra en bedömning av de presumtiva kunderna – köparna. På gatan fungerar det så att säljare och köpare träffas direkt och diskuterar och det går att göra någon typ av yttlig iakttagelse av köparen. En iakttagelse som gör att hon, säljaren, kan bestämma sig för att inte göra någon affär, om hon tycker mannen verkar konstig eller farlig. Självklart handlar detta om snabba, ytliga bedömningar, men det är ändå något.

När det gäller kontakter som har startat utifrån en annonsering på nätet är det förstas svårare att göra den här bedömningen. Förmodligen görs den ändå, men sker initialt via mail och/eller telefon och först i ett senare skede vid en personlig kontakt. Har man väl kommit så långt är det kanske svårare för kvinnan att backa ur. Detta är kanske orsaken till att det ofta redan i annons-texten förekommer formuleringar som att "min pojkvän kommer att finnas med men hålla sig i bakgrunden", eller att kvinnor samarbetar två och två som något slags skydd mot eventuella våldsvverkare.

Vi vet av erfarenhet att vägen in i gatuprostitutionen

ofta går genom någon väninna med tidigare prostitutionserfarenhet. Det kan ske genom att kvinnorna tar hjälp av varandra och tillsammans kommer överens om vad de skall utföra för tjänster, hur mycket de skall ta betalt och så vidare. Det viktiga här är att kvinnan har någon att dela upplevelsen med och får hjälp med att sätta upp ramar och gränser. En nyintroducerad kvinna får också en referensram, genom att hålla sig till de kvinnor som redan finns på gatan. Hon blir informerad om vad man skall ta betalt och vilka tjänster det är vanligt att ställa upp på. Det är vanligt att kvinnorna uppmärksammar varandra på att använda kondom.

Risken är större att man är ensam och inte har någon tidigare kunskap, när man debuterar genom Internet. Man blir mer utlämnad och osäker på vad man skall ställa upp på. Referensramarna blir i större utsträckning kundernas önskemål och det man har sett på Internet. Kvinnan kan då förledas till att tro att hon måste ställa upp på saker hon inte har lust till.

En annan nackdel med prostitution via Internet är att det blir tydligare vad säljarna erbjuder. Kvinnorna tittar förmodligen på varandras annonser och försöker bjuda över varandra för att locka presumtiva köpare. Vi har under tiden vi arbetat med detta, uppmärksammat att det blivit allt vanligare att man i annonser skriver något om att man "suger utan kondom", eller "tar gärna satsen i munnen". Något som innebär ett större risktagande och en kraftigare negativ påverkan på kvinnans hälsa, integritet, känsloliv och sexualitet än om hon inte utsatte sig på det viset. Ytterligare en nackdel, ur vår synpunkt sett, är att det nog kan verka enklare att annonsera om att sälja sexuella tjänster på nätet än på gatan. Det handlar i princip bara om några tryck på ett tangentbord för att vara där.

Sammanfattningsvis kan sägas, att vi hittills inte har märkt någon avsevärd skillnad, mellan hur säljarna som annonserar sig på nätet, respektive på gatan, upplever det att finnas i könshandeln. De skadeverkningar de upplever och de fördelar de framhåller är desamma.

Uppsökande arbete på gatan jämfört med på Internet

Svårigheterna att etablera en kontakt med personer som säljer sexuella tjänster, gäller inte bara arbetet via nätet. I vårt uppsökande arbete på gatan stöter vi också på personer som väldigt tydligt markerar ett ointresse för kontakt. Givetvis är detta en hållning vi respekterar, antingen den visar sig på gatan eller på nätet. Samtidigt säger erfarenheten oss att även om personen i fråga kan

visa ett tydligt ointresse vid en tidpunkt, så kan det vara tvärtom vid en senare tidpunkt. Ibland kan det dröja flera år. I det perspektivet är det viktigt att vi under tiden är tydliga med att visa att vi finns kvar, så personen i fråga inte tror att hon/han inte är välkommen senare.

Detta sätt – att hålla kontakten öppen utan att ha en behandlingskontakt – känns hittills svårare på nätet. På gatan är det lätt att bara säga hej eller vinka, kanske prata lite om väder och vind. På nätet är det inte lika naturligt. Det har möjligen att göra med att man inte har den personliga kontakt man har på gatan; vi är ju anonyma för varandra, med allt vad det innebär. En del av svårigheten handlar säkert också om att vara hänvisad till det skrivna ordet. Allt känns så definitivt när det står svart på vitt. Det faktum att vi är socialarbetare innebär begränsningar i den här situationen. Vi har funderat över hur formell man bör vara. Är det okej att vara mer personlig i formuleringarna eller kommer det att uppfattas som oseriöst eller rent av tas till intäkt för att vi *inte* är dem vi utger oss för? De här frågorna borde vara aktuella i det uppsökande arbetet på gatan också, men är det så gott som aldrig. Där är det betydligt lättare att vara personlig och frågan om vår legitimitet dyker oerhört sällan upp.

I det uppsökande arbetet finns det en viktig ingrediens, nämligen att det handlar om personliga kontakter, möten. Det är då möjligt för oss socialarbetare att skapa oss en känsla för hur den person vi närmar oss är, vilket gör det lättare att välja stil när vi går fram och presenterar oss. Det uppsökande arbetet på Internet är på många sätt väldigt annorlunda jämfört med arbetet på gatan. Detta inte minst när det gäller det här med mötet. När vi närmar oss en person på nätet handlar det om att vi läser en annons. Den annonsen är på många sätt opersonlig. Vi vet ju att det förekommer annonser där annonsören utger sig för att vara en annan än den person som beskrivs. Även om annonsören är den hon utger sig för att vara, så vet vi inte var hon befinner sig när hon läser ett svar från oss. Är hon i sitt eget hem? Är hon i så fall ensam eller finns det andra närvarande? Sitter hon kanske på ett Internetcafé, hemma hos en kompis, hos en hallick? Vi vet inte hur hon uppfattar vårt närmande, det vill säga att få ett mail från oss. Vi vet inte heller hur hon uppfattar innehållet i detta. Hon kan till exempel inte vara säker på att vi är de vi utger oss för att vara, och den korta information vi ger i mailet är opersonlig.

Den fingertoppskänsla vi har utvecklat i det uppsökande arbetet på gatan har vi ingen glädje av i arbetet på Internet. Möjligtvis kan vi använda oss av den erfarenheten när vi inleder en mailkontakt med personen.

Det blir väldigt tydligt, nästan av symbolisk betydelse, när vi sitter med fingrarna på tangentbordet. Utmaningen i detta, blir för vår del, att hitta sätt att utveckla det här arbetet. Vi ser det som att vi metodmässigt fortfarande befinner oss på krypstadiet.

I de fall vi har fått reaktioner från annonsörer på våra mail har det också varit tydligt att det finns en svårighet med att vår verksamhet inte är känd av personerna. Det gör det svårt att lita på att vi är de vi utger oss för att vara. Det visar sig exempelvis genom att kvinnan först mailar tillbaka till oss med försiktiga frågor, där våra svar blir oerhört betydelsefulla för att en tillitsfull kontakt skall kunna etableras. Ofta sker det först efter flera mailväxlingar fram och tillbaka. Ibland utvecklas kontakten till en telefonkontakt, ett steg närmare ett personligt möte, för att till slut eventuellt bli just ett personligt möte. Det kan ske hos oss eller hos någon av de andra grupperna i Sverige.

En annan skillnad mellan att arbeta uppsökande på gatan och via nätet, är att pornografin blir en del av arbetet när man arbetar via sexsajter. För vår egen del blev det i längden besvärande att läsa många annonser och se alla dessa hemsidor. De allra flesta sidor är av en starkt påträngande, pornografisk karaktär. För att klara det insåg vi att vi behövde handledning för att få hjälp med den påverkan som arbetet fick på oss.

Vad behöver utvecklas?

Att börja arbeta med uppsökande verksamhet på Internet, ställde krav på oss själva att hitta och utveckla metoder för att lyckas nå personer som annonserar ut sexuella tjänster på nätet. Ju längre tid vi har arbetat med detta, desto mer har vi känt att vi behöver utveckla vårt sätt att arbeta.

Det känns som en stor och viktig utmaning att med förhoppningsvis list och kreativitet bli bättre på denna del av prostitutionsarenan. Det sätt vi har jobbat på hittills känns lite klumpigt, tråkigt och fantasilöst. Vi tror att vi behöver bli lite mer personliga, i den mån det är möjligt i ett så opersonligt medium som skrivna budskap via dator är. I denna strävan tror vi att vi kommer att behöva ta hjälp på något sätt, av människor med exempelvis journalistutbildning, datautbildning eller marknadsföring.

Vi tror att vi bättre skulle nå målgruppen och utveckla fler bärande kontakter genom metodutveckling. Det vi hittills har tänkt på handlar dels om en förändrad utformning av e-vykortet, dels om innehållet i den text vi skickat med i följebrevet. Dessutom är det nog viktigt

att fundera på hur vi ska förhålla oss till dem som vi har gjort utskick till flera gånger. Frågan är om vi ska individualisera kontakten mer med olika vykort och olika texter beroende på om det handlar om striptease, traditionella sexuella tjänster, eller försäljning av sexanknutna saker, vilka kan vara använda trosor, privatinspelade filmer och så vidare.

Utformning av e-vykort

Här finns det självklart mycket att göra. Det är ju troligt att det spelar en viss roll hur e-vykortet ser ut. Är det lockande, intressant, vackert och roligt? Uppfattas det också som trovärdigt och seriöst? Vårt mål är ju att skapa kontakt och då betyder alla detaljer troligen något. Möjligen är det viktigt att med vissa intervall förändra utseendet på e-vykortet som ett sätt att göra det mer attraktivt.

Utformning av följebrev

Innehållet i brevet bör ju å ena sidan vara formellt oantastligt för att verka trovärdigt. Å andra sidan kan ett alltför formellt brev uppfattas som så själlöst och tråkigt att resultatet blir att det bidrar till att hela utskicket inte lockar till kontakt. Får kommunala tjänstemän ta ut svängarna i ett sådant här sammanhang? Vi tror att vi genom att göra det skulle kunna få fler intresserade av kontakt. Att ta ut svängarna skulle kunna vara att använda sig av humor, låta texten vara nästan talspråksmässig och ganska långt ifrån det byråkratiska socialtjänstskriftspråket.

Individualisering

När vi hittills har svarat på annonser på nätet har vi gjort det i form av det standardbrev vi har redovisat i den här rapporten. Utskicket har varit likadant oavsett om det är första gången vi svarar eller andra, tredje osv. En tanke vi har är att det kanske skulle ge mer effekt om mail nr 2 till en och samma adress/person hade getts en annorlunda utformning jämfört med mail nr 1 och så vidare. Ett alternativ är att vi skickar standardmailet ett visst antal gånger med vissa tidsintervall och därefter skickar ett nytt mail med annan text. I ett sådant skulle vi kunna ställa frågor, till exempel om hur det har varit att få våra utskick, om man har tankar om innehållet och framtoningen och så vidare.

Kanske finns det också anledning att ha en typ av utskick till kvinnor, en annan till män, ett specifikt riktat till dem som erbjuder striptease, ett till dem som säljer sexanknutna saker, och ett till dem som erbjuder traditionella sexuella tjänster och så vidare.

Mobiltelefonkontakt

Det är förhållandevis vanligt att annonsörerna har med ett mobiltelefonnummer i annonsen, för att snabbare komma i kontakt med kunderna. Ibland är det också det enda alternativet till kontakt eftersom det inte finns någon mailadress i annonsen. En metod skulle vara att använda sig av telefonnumret och helt enkelt ringa upp annonsören och presentera sig och verksamheten och på det sättet inleda en dialog. En annan metod skulle kunna vara att använda sig av korta SMS-meddelanden.



Jonas Flink
031-365 74 65
jonas.flink@centrum.goteborg.se

Torgny Sjögren
031-365 74 64
torgny.sjogren@centrum.goteborg.se

Båda socialsekreterare i Prostitutionsgruppen, Cityenheten, Individ- och familjeomsorg, Göteborgs Stad Centrum.
Cityenhetens hemsida: www.centrum.goteborg.se/cityenheten



FoU_i**väst** GR

FORSKNING OCH UTVECKLING INOM DET SOCIALA OMRÅDET
Besök Gårdavägen 2 • **Post** Box 5073, 402 22 Göteborg • **Tel** 031-335 50 35
Fax 031-335 51 17 • **e-post** fou@gr.to • **www.fouivast.com**